

**MINISTERUL EDUCAȚIEI**

**UNIVERSITATEA DIN PETROȘANI**  
**FACULTATEA DE ȘTIINȚE**



**LUCRĂRILE CELUI DE-AL**

*XXI - lea*

*SIMPOZION NAȚIONAL STUDENȚESC*  
**„STUDENT, ȘTIINȚĂ, SOCIETATE”**



**PETROȘANI**  
**12-13 mai 2023**

ISSN 1843-1585

**Responsabil ediție**

*Conf. univ. dr. Oana DOBRE-BARON*

\*

**Redactor / Editor**

*Conf. univ. dr. Oana DOBRE-BARON*

\*

**Atelier tipografie**

Ec. Radu ION

**SECȚIUNI**

- ❖ **Economie, turism, servicii**
- ❖ **Finanțe**
- ❖ **Contabilitate**
- ❖ **Management și marketing**
- ❖ **Administrație publică**
- ❖ **Antreprenariat și idei de afaceri**
- ❖ **Asistență socială și sociologie**

~ Editura UNIVERSITAS ~  
PETROȘANI, 2023

### **Cadrul instituțional**

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

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

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

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

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

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

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

\*

### **Responsabil ediție**

*Conf. univ. dr.* Oana DOBRE-BARON

\*

### **Atelier tipografie**

Ec. Radu ION

\*

### **În parteneriat cu**

University of Petroșani Students Union

Asociația Studenților Basarabeni din Petroșani

Liga Studenților Universității din Petroșani

Societatea Antreprenorială Studențească din Universitatea din Petroșani

\*

## CUPRINS

Pag.

### *Secțiunea ECONOMIE, TURISM, SERVICII*

<b>Cărăvan Șerban-Constantin</b>	10
<i>Evoluția turismului urban în prezent și perspective de viitor</i>	
<b>Ciobîrcă Andrei Alexandru, Donisă Andreea-Claudia</b>	17
<i>România anului 2022 în Uniunea Europeană: între provocări și oportunități</i>	
<b>Deliu Ilinca</b>	25
<i>Oligopolul pe piața de telefonie mobilă în România</i>	
<b>Droj Ana Maria</b>	30
<i>Strategia de dezvoltare durabilă a Grupului CCC în industria de retail</i>	
<b>Fosztó (Drăgoi) Irina</b>	38
<i>Turismul din Țara Hațegului</i>	
<b>Ignat (Livezan) Paulina Doinița</b>	46
<i>Social-media ca mijloc de e-comunicare</i>	
<b>Mangu Antonia-Mirela, Grigoroiu Elena-Iuliana, Gavrilescu Natalia-Iuliana</b>	52
<i>Investițiile străine în România</i>	
<b>Miclea Veronica Oana</b>	56
<i>Caracteristici actuale ale pieței imobiliare</i>	
<b>Munteanu Ana-Maria</b>	62
<i>Șomajul în România</i>	
<b>Nicuța Maria Alexandra</b>	67
<i>Aspecte actuale privind inflația</i>	
<b>Pociovălișteanu Raul-Mihai</b>	72
<i>Impactul digitalizării asupra pieței muncii în contextual celei de-a patra revoluții industriale</i>	
<b>Popescu Eliza, Susan Elena, Crețu Răzvan</b>	77
<i>Turismul și educația - beneficiile turismului cultural și al învățării prin experiență</i>	
<b>Rădoi Maria Alexandra</b>	82
<i>Caracteristici actuale ale economiei circulare</i>	
<b>Stoica Anca-Ioana</b>	86
<i>Rolul și importanța turismului în economie</i>	
<b>Șuvar Lăcrămioara</b>	93
<i>Finanțări ale Uniunii Europene în educație</i>	
<b>Tărhat Elena-Mădălina</b>	99
<i>Discriminarea pe piața muncii</i>	
<b>Vitez Alexandra</b>	103
<i>Activitatea S.C. SUPERCOM S.A în contextul tranziției către economia circulară</i>	

### *Secțiunea FINANȚE*

<b>Bârsan Dumitrița Francesca</b>	110
<i>Studiu privind piața asigurărilor de viață din România</i>	
<b>Bobora (Muntean) Ileana Maria</b>	117
<i>Finanțarea sustenabilă în cadrul Grupului Financiar Banca Transilvania</i>	



<b>Florea Maria Denisa</b>	128
<i>Finanțarea IMM-urilor și afacerilor mici în România</i>	
<b>Fosztó (Drăgoi) Irina</b>	136
<i>Modalități de finanțare a deficitului bugetar în România</i>	
<b>Fosztó (Drăgoi) Irina</b>	144
<i>O scurtă istorie a monedei metalice</i>	
<b>Ghițun Andreea Denisa</b>	152
<i>Tratatul fiscal al unei agenții de turism</i>	
<b>Hribal Larisa, Obraz-Medrea Radu-Andrei</b>	156
<i>Banca Transilvania, liderul pieței bancare în România</i>	
<b>Ilie Dana Adela</b>	161
<i>Influența sectorului financiar-bancar asupra creșterii economice</i>	
<b>Ilieș Cosmina Luminița</b>	167
<i>Studiu comparativ privind asigurările de sănătate și accidente</i>	
<b>Korozsi Kinga Izabella</b>	175
<i>Tradeville S.A. – deschizătoare de drumuri în dezvoltarea platformelor de tranzacționare pe piața de capital în România</i>	
<b>Macaru Ana-Maria</b>	183
<i>Studiu privind structura cheltuielilor publice în România și țările UE</i>	
<b>Mirci Daniela Loredana</b>	191
<i>Repere ale activității investiționale a SIF Banat-Crișana S.A.</i>	
<b>Recean Gabriela</b>	202
<i>Studiul privind armonizarea fiscală în țările membre UE</i>	
<b>Roșca Ana</b>	210
<i>Banca Transilvania și mediul competițional din România</i>	
<b>Szima Andreea-Simona</b>	218
<i>Performanțele sistemului bancar românesc - trecut, prezent și perspective</i>	
<b>Toma Andrei Tudor</b>	226
<i>Intermedierea financiară în România în perioada 2018-2022</i>	
<b>Țepordei Alina</b>	234
<i>Simbioza dintre finanțe și contabilitate</i>	
<b>Zavedeev Cătălina</b>	241
<i>Activitatea și performanțele băncii comerciale Moldova Agroindbank</i>	

### **Secțiunea CONTABILITATE**

<b>Anghel Antonio</b>	249
<i>Universul contabilității: trecut, prezent și viitor</i>	
<b>Bloj Maria Liliana</b>	258
<i>Organizarea și conducerea contabilității angajării, lichidării, ordonanțării și plății cheltuielilor în sistemul public</i>	
<b>Ciobîrcă Andrei Alexandru, Donisă Andreea-Claudia</b>	266
<i>Rezultatul exercițiului financiar – determinare și repartizare</i>	
<b>Ciornilă Denisa- Mihaela</b>	272
<i>Contabilitatea Trezoreriei Statului. Aspecte de natură teoretică</i>	
<b>Coposesc Denisa Mihaela</b>	279
<i>Elemente de diagnostic global a activității desfășurate în cadrul entităților economice</i>	
<b>Fosztó (Drăgoi) Irina, Cărăvan Șerban-Constantin</b>	286
<i>Analiza dinamică și structurală a rezultatelor obținute de către S.C. Avanti S.R.L. Lupeni, pe baza contului de rezultate</i>	

<b>Mihalache (Stoenescu) Valentina</b>	294
<i>Particularități ale implementării Standardului IPSAS 17 „Imobilizări corporale” în contabilitatea publică românească</i>	
<b>Pociovălișteanu Diana</b>	302
<i>Considerente de natură financiar-contabilă privind activitatea instituțiilor publice de învățământ preuniversitar</i>	
<b>Sima Georgeta Iuliana</b>	309
<i>Rolul și importanța ratelor în diagnosticul financiar</i>	
<b>Ungur Rachela Lorena</b>	316
<i>Analiza structurii patrimoniale a entităților economice</i>	

### **Secțiunea MANAGEMENT ȘI MARKETING**

<b>Ciubotaru Andreia</b>	325
<i>Promovarea online a afacerii</i>	
<b>Doni Mihaela</b>	330
<i>Abandonul școlar – cauză a unui management defectuos?</i>	
<b>Fosztó (Drăgoi) Irina</b>	336
<i>Obiective și strategii în managementul clasei de elevi</i>	
<b>Gîrbaciu (Miclea) Izabela</b>	342
<i>Mixul de marketing la SC Boromir Prod S.A.</i>	
<b>Măcriș Maria – Andrada</b>	354
<i>Importanța și rolul marketingului cultural în instituțiile de cultură</i>	
<b>Motău (Jitaru) Aurora</b>	361
<i>Tehnici de promovare turistică implementate la Vila Alpin din Straja</i>	
<b>Popescu Nicoleta Mariana, Berca Maria Emilia</b>	371
<i>Magia consumului durabil în societatea actuală</i>	
<b>Tabacariu Mădălina Elena</b>	377
<i>Diagnostic comercial la SC Agro Dam Expert SRL</i>	
<b>Tronciu Gianina</b>	383
<i>Exemple de distribuții ale densităților de probabilitate</i>	

### **Secțiunea ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ**

<b>Bogdan Octavian Nicolae, Călina Bogdan, Dicanu Andrei-Radu</b>	392
<i>Intrarea în insolvență a orașului Aninoasa</i>	
<b>Ignat (Livezan) Paulina Doinița</b>	399
<i>Oportunități și obstacole de comunicare în relația dintre comunitățile de romi și administrația publică locală</i>	
<b>Joița Angela</b>	405
<i>Fondurile europene sursă de finanțare pentru dezvoltarea durabilă a României</i>	
<b>Pietrar Kristina</b>	411
<i>Performanța în administrația publică din România</i>	
<b>Popa Iulia, Țiridis Marilena</b>	420
<i>Recensământul din România, între istorie și prezent</i>	
<b>Romoșan Cristina</b>	428
<i>Locul serviciilor e-government în modernizarea administrației publice</i>	
<b>Stanciu Elena-Nicoleta</b>	434
<i>Eventuale revizuirii ale Constituției în ceea ce privește familia</i>	

<b>Vlad (Checheriță) Eufrozina</b>	438
<i>Contencios administrativ - soluționarea cazurilor de practică neunitară la ICCJ</i>	
<b>Voicu Victoria</b>	443
<i>Evaluarea digitalizării serviciilor publice din România</i>	

### **Secțiunea ANTREPRENORIALĂ ȘI IDEI DE AFACERI**

<b>Anghel Antonio</b>	450
<i>Riscul și reușita antreprenorilor în afaceri</i>	
<b>Bernat Nicholas, Ceureanu Dragoș, Dragne Daniel</b>	456
<i>Mașina electrică, mașina viitorului</i>	
<b>Ciornilă Denisa Mihaela, Stanici Alexandra Nicoleta</b>	461
<i>Planul de afaceri al firmei SC Stup85 SRL</i>	
<b>Cuclev Eugeniu</b>	469
<i>Crowdfunding-ul - o metodă de finanțare modernă</i>	
<b>Donisa Claudia</b>	477
<i>Oportunități de finanțare europeană pentru România în perioada 2021-2027</i>	
<b>Gonța Alexandrina</b>	484
<i>Antreprenoriatul în rândul tinerilor. Comparație România – Republica Moldova</i>	
<b>Hotea Estera</b>	493
<i>Diferența dintre formele juridice de organizare a afacerilor și înființarea unei firme</i>	
<b>Istrate Ana Maria</b>	499
<i>Antreprenoriatul feminin în România</i>	
<b>Lacataș Larisa</b>	505
<i>Obținerea independenței femeilor prin antreprenoriat</i>	
<b>Malairos Alexandru-Simon</b>	512
<i>Studiu privind educația antreprenorială în România</i>	
<b>Mateucă Oana Mădălina</b>	520
<i>Impactul pandemiei COVID-19 asupra antreprenorilor din România</i>	
<b>Mocanu Oleg</b>	525
<i>Excelența în afaceri a brandului Bucuria</i>	
<b>Moldovan Vasile Ovidiu, Gherghel Elisabeta Bianca</b>	532
<i>A second chance</i>	
<b>Szima Andreea</b>	536
<i>Promovarea educației antreprenoriale la nivelul învățământului superior din România</i>	
<b>Țepordei Alina, Cortac Gabriela</b>	543
<i>Educația antreprenorială în școli și universități</i>	

### **Secțiunea ASISTENȚĂ SOCIALĂ ȘI SOCIOLOGIE**

<b>Alexa Marinela Simina</b>	551
<i>Valențe ale problematicei de gen</i>	
<b>Cortac Gabriela</b>	557
<i>Analiza statistică a progresului școlar al elevilor la Evaluarea Națională</i>	
<b>Iari Amalia Izabela</b>	565
<i>Percepția studenților despre calitatea învățământului</i>	
<b>Mitroi Maria-Cosmina</b>	568
<i>Influența Social Media asupra tinerilor din noua generație</i>	
<b>Pîrlea Gabriela-Steliana</b>	574
<i>Cauzele violenței în familie</i>	

<b>Sandu Eugenia</b>	581
<i>Ora de educație fizică la Universitatea din Petroșani</i>	
<b>Silvestru Emilia-Ștefania</b>	587
<i>Sinuciderea asistată – controverse și implicații economice</i>	
<b>Țepordei Alina</b>	594
<i>Bunăstarea statului</i>	
<b>Viziteu Mihaela-Nicoleta</b>	601
<i>Tipuri de servicii sociale</i>	
<b>Vlad Robert Șerban</b>	608
<i>Procesul de adaptare al studenților străini în cadrul Universității din Petroșani</i>	

***Secțiunea***  
***ECONOMIE, TURISM, SERVICII***

## **Evoluția turismului urban în prezent și perspective de viitor**

**Autor: Cărăvan Șerban-Constantin**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Slusariuc Gabriela**

**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Urban tourism is a form of tourism that involves travel to cities, either for business or leisure purposes. It focuses on exploring and discovering the culture, history, and tourist attractions of cities, such as museums, art galleries, historical monuments, parks, and other tourist attractions.*

*Urban tourism is influenced by factors such as economic development, infrastructure and transportation services, as well as digital technology and social media. Currently, urban tourism is on the rise, being a popular choice for tourists who want to discover cities and experience local culture.*

### **1. Introducere**

Turismul urban este o formă tipică de turism practică în zonele urbane, care se caracterizează prin vizitarea obiectivelor istorice, culturale și de agrement.

Turismul din spațiul urban, în comparație cu celelalte forme de turism, este format din mai multe părți și prezintă mai multe aspecte, datorită numărului mare de resurse disponibile. Prezența acestor resurse în urban, dar mai ales includerea lor în diferite programe și circuite turistice, aduc numeroase efecte pozitive orașelor, ce se traduc prin susținerea activităților economice locale și crearea de noi locuri de muncă. În același timp, pot apărea însă și efecte mai puțin dorite, legate de creșterea fluxurilor turistice sau lipsa de preocupare pentru noi investiții în turism.

În mediul urban, majoritatea activităților turistice legate de petrecerea timpului liber sunt legate de domeniul cultural. Turismul urban axat pe domeniul cultural pune în valoare talentul artiștilor (pictori, sculptori, expoziții și galerii de artă, designeri vestimentari), gastronomia națională și regională, prin restaurantele cu specific etc

Tipurile de turism din mediul urban, în totalitatea lor, sprijină contactele interumane dintre populația gazdă și vizitatori, sprijină schimbul de informații, idei, experiențe culturale și turistice. Realizarea strategiilor de dezvoltare socio-economice a orașelor, a planurilor de urbanism general trebuie să aibă în vedere susținerea și amplificarea funcției turistice. Industria turistică trebuie să fie în armonie și echilibru cu celelalte activități economice, pentru a se putea evita contradicțiile. În condițiile în care mediul urban este capabil să susțină turismul, să ofere noi facilități.

Pentru recunoașterea contribuției turismului în dezvoltarea orașelor, autoritățile locale trebuie să se implice în îmbunătățirea infrastructurii și a spațiilor artistice și de cultură, a spațiilor de lucru pentru artiști, pentru repetiții și expoziții. Crearea de facilități în artă și cultură pot fi încurajate în toate centrele urbane și pot constitui parte integrantă a infrastructurii civice și a comunității.

Turismul urban devine o parte importantă a culturii și civilizației naționale, sprijină schimburile culturale, mai ales la nivel muzeistic și al evenimentelor artistice.

Concentrarea activităților turistice la nivel urban semnifică conturarea unei funcții și culturi turistice bine definite și include ideea de multiculturalitate. Prin urmare, turismul urban oferă o multitudine de experiențe colective, individuale în plan psihic, afectiv-estetic, cu impact pe termen

lung asupra turiștilor. În fața extinderii tehnicii performanței și a comunicării informatice, domeniul actual este cel care reflectă latura umană a societății contemporane.<sup>1</sup>

În privința motivațiilor de călătorie, ponderea cea mai mare o deține turismul cultural și agrementul urban (aproximativ 40%), urmat de întâlniri cu familia și prietenii (30%), afaceri și motive profesionale (10-15%) la care se mai adaugă vizitele gastronomice, cumpărăturile, participarea la evenimente etc. Având în vedere aceste motivații, o analiză a comportamentului vizitatorilor în orașe, conduce la identificarea unor particularități ale cererii și, pe aceasta bază, la conturarea unor forme ale turismului urban, astfel:

a) *Turismul cultural* reprezintă acele călătorii care se referă la: vizitarea obiectivelor patrimoniului istoric (vestigii arheologice, istorice, monumente, castele, edificii religioase, parcuri grădini etc.), vizitarea muzeelor (de arheologie, istorie, științe naturale, pinacoteci, grădini botanice, parcuri zoo etc.), participarea la evenimente culturale (spectacole de opera, balet, teatru, festivalurile muzica, dans, film, sărbători tradiționale etc.), turism industrial și tehnic (vizitarea unor obiective economice, construcții specifice, ansambluri arhitectonice urbane etc). Astfel de vacanțe dețin ponderea cea mai mare în circulația turistică urbană (40%) cu valori diferite de la o țară la alta: Germania (31%), Anglia (23%), Olanda (46%), Belgia (25%), Franța (45%), Italia (51%) etc. Studiile întreprinse arată că, turiștii care se află în oraș la prima vizită sunt interesați de monumente, muzee, cartiere istorice cuprinse în ghidurile turistice, spre deosebire de cei care revin și care preferă plimbările în parcuri, animația culturală în aer liber, în general, locurile mai puțin mediatizate, încercând astfel integrarea în viața culturală a locuitorilor orașului.

b) *Turismul agrement*: turism cu scopul principal de recreere, tratament și alte scopuri de sănătate. Turismul de agrement oferă o mare varietate de activități sportive și de agrement pentru a umple timpul liber și, din anumite motive, include turism precum excursie, apă, alpinism, aventură, vânătoare, pescuit, distracție, sport, exotic, ecologic etc.

c) *Turismul de afaceri* este parte integrantă a activității turistice, ceea ce impune o definiție a noțiunilor de turism și turist.

De exemplu: călătoriile individuale în interesul afacerilor pot include: un om de afaceri „vizitează” un departament din cadrul guvernului pentru a obține o licență de export.

d) *Turismul sportiv* este un tip de turism care se concentrează pe sport. De exemplu, se practică călătorii pentru a se vedea un campionat sau un joc. De asemenea, este obișnuită călătoria pentru a se practica un anumit tip de sport, cum ar fi realizarea unui traseu specific de drumeții sau surf pe o plajă care este deosebit de bună pentru acesta.

Turismul sportiv este în plină expansiune astăzi, deoarece este mai accesibil astăzi să faci călătorii mici decât cum era cu ani în urmă. De aceea, sunt mulți oameni care călătoresc câteva zile pentru a viziona un joc sau pentru a face un sport pentru divertisment simplu.

Efectele pozitive ale dezvoltării turismului urban sunt:

- crearea de noi locuri de muncă;
- venituri suplimentare în structurile turistice, muzee, teatre, restaurante și în alte unități de alimentație;
- creșterea veniturilor și ameliorarea calității vieții locuitorilor;
- dezvoltarea infrastructurii, instalațiilor, echipamentelor și serviciilor în folosul comunității locale, spații verzi, spații recreative, parcuri, dotări tehnico-edilitare, alimentare cu apă, energie electrică etc

Totodată, dincolo de impactul pozitiv pe plan economic, alte efecte benefice potențiale includ rolul turismului în promovarea păcii. Astfel, călătoriile facilitează contactul între oameni și, cum turismul are și o latură educațională, el poate ajuta și la o mai bună înțelegere între culturi și popoare, poate stimula schimburile culturale între gazde și vizitatori. Din aceste motive, vor crește șansele

---

<sup>1</sup><https://www.editurauniversitara.ro>

dezvoltării simpatiei, înțelegerii și reducerii prejudecăților, ceea ce conduce la eliminarea tensiunilor, contribuind astfel la promovarea păcii.

În ceea ce privește efectele negative, pe plan social, trebuie spus că turismul poate cauza schimbări sau pierderi ale identității locale și ale sistemului de valori, determinate de modificarea structurii cererii de mărfuri și servicii, de standardizare și de diluarea autenticității. Astfel, venind în întâmpinarea așteptărilor și dorințelor turiștilor, populația locală este înclinată să transforme obiceiurile și tradițiile culturale în mărfuri, iar obiectele și locurile cu încărcătură etnică (uneori chiar sacră) își pierd semnificația pe măsură ce devin bunuri destinate comercializării.

Turismul urban poate fi privit, deci, un rezultat al creșterii mobilității populației, pentru care orașele sunt inevitabile puncte de oprire. Este, de asemenea, rezultatul schimbărilor de comportament al populației care a transformat orașele în centre de cultură și locuri de relaxare, în care se pot face cumpărături, se poate participa la evenimente speciale sau pur și simplu se petrece timpul liber în locuri și piețe publice.

Orașele pot deveni centre turistice, centre de tranzit sau centre de întâlnire a oamenilor de afaceri. Mai mult, turismul urban este o formă de creștere rapidă a turismului, stimulată de atracțiile istorice și culturale, precum și de cumpărături și atracțiile pentru evenimente și călătorii de afaceri, oferind multe posibilități pentru regenerarea urbană.

### ***Resursele turismului urban***

Dorința de cunoaștere a unor locuri noi, îngrijirea sănătății și odihna, pelerinaje, războaie sau descoperiri, au constituit tot atâtea motivații de călătorie ale oamenilor încă din cele mai vechi timpuri. De-a lungul timpului, orașul s-a dovedit un reper în desfășurarea călătoriilor în sensul că dotările acestora au fost folosite ca locuri de popas în derularea circuitelor, fie prin arhitectura clădirilor și ansamblurilor, monumente, sculpturi etc.<sup>2</sup>

Dezvoltarea și modernizarea orașelor pe de o parte cât și varietatea ofertelor acestora pe de altă parte au condus în timp la conturarea unei forme specifice de turism și anume turismul urban.

Pe măsura amplificării călătoriilor, aceasta formă de turism a căpătat tot mai mult consistență, beneficiind astăzi de caracteristicile unei forme distincte de călătorie cu motivații foarte diverse.

Clarificarea noțiunii de turism urban nu poate fi realizată decât în contextul înțelegerii statutului și a funcțiilor orașelor. Pornind de la faptul că dezvoltarea economică și socio-culturală a orașelor s-a reflectat în arhitectura acestora, și ca orașele, privite ca centre economice și culturale, sunt deținătoare unor variate atracții, determină ca acestea să constituie destinație pentru o multitudine de vizitatori.

Modul de organizare spațială a orașelor și etapele istorice de evoluție și dezvoltare au condus la extinderea sau suprapunerea unor curente arhitectonice și a unor stiluri artistice care conferă acestora statut de orașe patrimoniale cu reale valente turistice punând-și amprenta și asupra turismului, fie că se referă la vizitarea orașelor sau numai la utilizarea acestora ca locații pentru alte forme de turism.

## **2. Procesul de urbanizare**

Urbanizarea implică o mulțime de schimbări în ceea ce privește nevoile populației și influențează în mod direct dezvoltarea turistică. Concentrarea urbană are, pe lângă gama variată de avantaje asupra dezvoltării economice și ridicării calității vieții, are și efecte mai puțin pozitive, vizând în mod deosebit degradarea mediului și creșterea solicitării nervoase a oamenilor.

Ca urmare, apare nevoia de „evadare” din marile aglomerații urbane spre zone de liniște, nepoluate pentru odihnă, recreere, distracție, nevoie manifestată cu preponderență la sfârșitul săptămânii sau pe perioada vacanțelor. Această nevoie de evadare stimulează mobilitatea populației, contribuind la intensificarea circulației turistice.

---

<sup>2</sup> <https://www.editurauniversitara.ro>



Mărimea ponderii populației urbane - la scară mondială reprezintă circa 45%, iar la nivelul continentului european se apropie de 70% - asociată cu sporirea numărului orașelor, îndeosebi a megalopolis se reflectă în creșterea dimensiunilor fluxurilor turistice.<sup>3</sup>

### **Prezentarea procesului de urbanizare din orașul București în anul 2023**

Bucureștiul din 2023 este un oraș în continuă dezvoltare și urbanizare. În ultimii ani, s-au construit multe clădiri noi, inclusiv clădiri de birouri, complexe rezidențiale și centre comerciale. În același timp, s-au modernizat și renovat multe clădiri istorice, cum ar fi clădiri guvernamentale și monumente istorice.

În ceea ce privește infrastructura, s-au făcut multe investiții în transportul public, inclusiv extinderea rețelei de metrou și modernizarea autobuzelor și tramvaielor. De asemenea, s-au construit noi piste de biciclete și s-au extins zonele pietonale. În timp ce urbanizarea și dezvoltarea orașului au adus multe beneficii, cum ar fi locuri de muncă și oportunități economice, acestea au venit și cu provocări. De exemplu, traficul și poluarea au devenit probleme tot mai mari, iar spațiile verzi au fost înlocuite cu clădiri și infrastructură.

În București s-au făcut investiții în construcții, tehnologie și inovație, precum și în îmbunătățirea calității vieții locuitorilor. Totuși, creșterea populației și a traficului, precum și costurile ridicate ale vieții pot fi provocări

Urbanismul în București a fost influențat de-a lungul timpului de istoria și cultura orașului. În prezent, Bucureștiul este un oraș mare și modern, cu o infrastructură dezvoltată și o varietate de clădiri și zone urbane.

Bucureștiul a cunoscut o evoluție semnificativă a turismului urban în ultimii ani. În ultimele decenii, orașul a trecut printr-un proces de modernizare și dezvoltare, ceea ce a dus la o creștere a numărului de turiști care vizitează capitala.

Bucureștiul are o bogată istorie și cultură, iar turismul urban a început să se dezvolte odată cu restaurarea și renovarea clădirilor istorice, a parcurilor și a altor atracții turistice.

În anul 2023, Bucureștiul are o varietate de atracții turistice, inclusiv muzee, galerii de artă, monumente istorice, parcuri și alte obiective turistice. De asemenea, orașul are o viață de noapte vibrantă, cu o varietate de baruri, cluburi și restaurante. În plus, Bucureștiul este un centru important de afaceri și de conferințe, ceea ce face ca orașul să fie o destinație populară pentru călătorii de afaceri. În ultimii ani, Bucureștiul a investit în dezvoltarea infrastructurii turistice, inclusiv în modernizarea transportului public și îmbunătățirea serviciilor turistice. De asemenea, orașul a început să promoveze turismul urban prin campanii de marketing și prin organizarea de evenimente culturale și sportive.

**Tabel nr. 1 Top 10 orașe din Europa cu cel mai mare potențial de dezvoltare în anul 2023**

Orașe	Populație	Suprafață
Ypres, Belgia	35.009	130,6 km <sup>2</sup>
Perth, Scoția	47.430	17,5 km <sup>2</sup>
Liverpool, Marea Britanie	917.032	111,8 km <sup>2</sup>
Torino, Italia	2.000.000	130,2 km <sup>2</sup>
Cork, Irlanda	223.657	187 km <sup>2</sup>
Lille, Franța	1.079,120	200 km <sup>2</sup>
Plovdiv, Bulgaria	347.646	102 km <sup>2</sup>
Cordoba, Spania	1.611,651	1.253 km <sup>2</sup>
<b>Brașov, România</b>	<b>555,992</b>	<b>267,3 km<sup>2</sup></b>
Eindhoven, Olanda	367.659	88,92 km <sup>2</sup>

Sursa: Fodors Travel

<sup>3</sup> Gabriela Corina Slusariuc, *Economia Turismului*, Editura Universitas, Petroșani, 2015, pg. 42

Turismul urban în București a cunoscut o evoluție semnificativă în ultimii ani, iar orașul are o varietate de atracții turistice și servicii pentru a satisface nevoile turiștilor.

În Tabelul nr. 1 se poate observa faptul că orașul Brașov are un potențial turistic uriaș la fel ca și orașul București.

Brașovul este un oraș istoric și pitoresc cu o arhitectură unică și o mulțime de obiective turistice interesante. În comparație cu Ypres - Belgia, Brașovul are o istorie diferită și un stil arhitectural diferit, iar în comparație cu Perth - Scoția, Brașovul are o arhitectură mai diversă și o istorie mai bogată. În comparație cu Liverpool - Marea Britanie, Brașovul este mai mic și mai puțin urbanizat, dar are un farmec medieval pe care Liverpool nu îl are. În comparație cu Torino - Italia, Brașovul este mai mic și mai puțin dezvoltat, dar are un farmec istoric unic. În comparație cu Cork - Irlanda, Brașovul are o istorie diferită și o arhitectură diferită, iar în comparație cu Lille - Franța, Brașovul are o istorie mai bogată și o arhitectură mai diversă. În comparație cu Plovdiv - Bulgaria, Brașovul are o istorie similară și o arhitectură medievală similară, dar este mai mic și mai puțin dezvoltat. În comparație cu Córdoba - Spania, Brașovul are o istorie diferită și o arhitectură diferită, iar în comparație cu Eindhoven - Olanda, Brașovul are o istorie mai bogată și o arhitectură mai diversă.

#### ***Scurt istoric despre turiștii atrași de capitalele din Europa aflate în procesul continuu de urbanizare***

În ultimele decenii, turiștii au fost atrași de capitalele din Europa aflate în procesul continuu de urbanizare datorită combinației dintre istoria bogată și cultura contemporană. Aceste orașe au fost transformate prin investiții în infrastructură, dezvoltare economică și îmbunătățirea calității vieții, ceea ce a atras turiști din întreaga lume. Aceste capitale, cum ar fi Berlin, Varșovia, București sau Praga, oferă o varietate de atracții turistice, cum ar fi muzee, galerii de artă, restaurante, cafenele și cluburi, care îmbină istoria și cultura cu viața modernă. Turiștii sunt interesați de arhitectura istorică, dar și de clădirile moderne și inovatoare, care reflectă progresele tehnologice și economice ale acestor orașe în continuă dezvoltare. Aceste capitale europene oferă o experiență unică și autentică, care combină tradiția cu modernitatea și care atrage turiști din întreaga lume.

De-a lungul timpului, capitalele europene aflate în procesul continuu de urbanizare au fost influențate de o varietate de factori, cum ar fi evenimentele istorice, schimbările economice și progresele tehnologice. Aceste orașe au trecut prin perioade de dezvoltare rapidă, dar și prin perioade de declin și de reconstrucție.

De exemplu, Berlinul a fost divizat pentru o perioadă de timp în timpul Războiului Rece, iar apoi a trecut prin procesul de reunificare, ceea ce a dus la o dezvoltare economică și culturală rapidă. Astfel, orașul a devenit un centru cultural și artistic important în Europa, cunoscut pentru galeriile de artă și muzeele sale. De asemenea, Varșovia a suferit distrugerii masive în timpul celui de-al Doilea Război Mondial, dar a fost reconstruită într-un mod impresionant, cu o arhitectură modernă și inovatoare. În prezent, aceste capitale europene în proces de urbanizare continuă să atragă turiști din întreaga lume, oferind o varietate de experiențe culturale și turistice unice.

**Tabel nr. 2 Turiști atrași de capitalele din Europa în anul 2022**

<b>Capitala</b>	<b>Număr turiști (milioane)</b>
Varșovia	3
<b>București</b>	<b>4,4</b>
Berlin	6
Praga	9

*Sursa: Date relatate de către Organizația Mondială a Turismului*

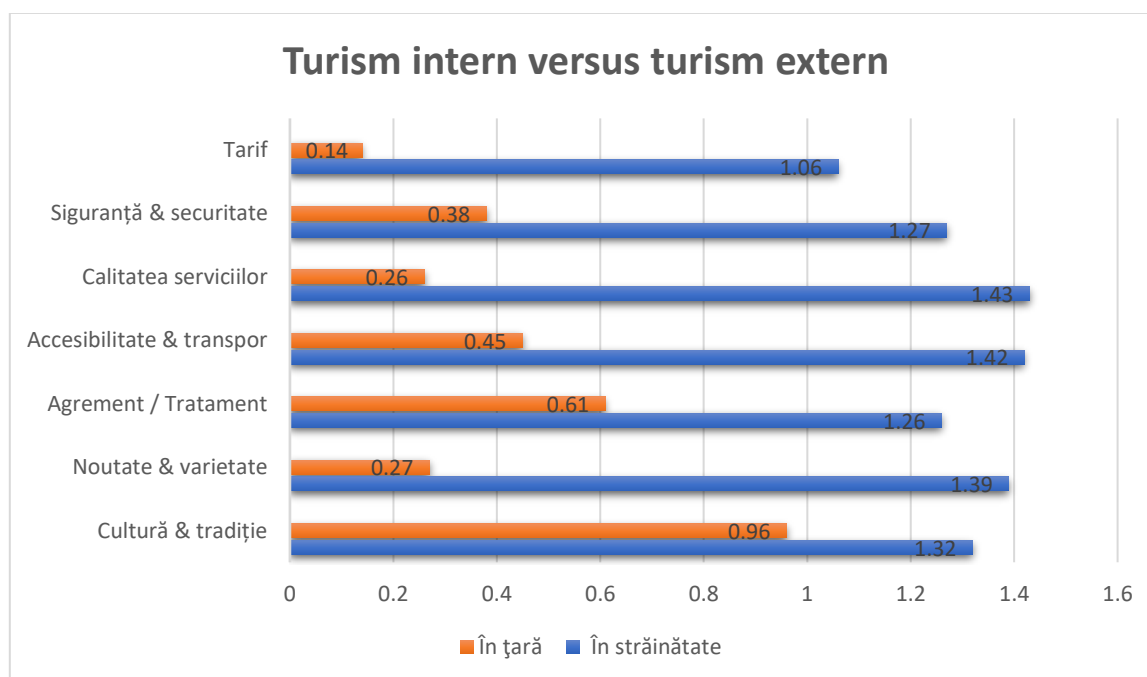
Toate cele patru orașe - **București, Varșovia, Berlin și Praga** - sunt capitale europene cu o istorie bogată și o arhitectură impresionantă. Bucureștiul are clădiri istorice, viață de noapte și restaurante, Varșovia are Castelul Regal și Muzeul Național, Berlinul are Zidul Berlinului și Poarta Brandenburg, iar Praga are arhitectură gotică și barocă, precum și Piața Orașului Vechi. Fiecare oraș are propriul său farmec și oferă o experiență turistică unică.

București este un oraș vibrant și dinamic, cu o istorie bogată și o arhitectură impresionantă, ce îmbină elemente din diferite epoci și stiluri. În ultimii ani, s-au făcut investiții semnificative în modernizarea orașului și în tehnologie, ceea ce a dus la creșterea numărului de companii IT și start-up-uri. Totuși, traficul intens și costurile ridicate ale vieții pot fi provocări

Varșovia este capitala Poloniei și unul dintre cele mai importante centre economice și culturale din Europa de Est. Orașul a fost distrus în mare parte în timpul celui de-al doilea război mondial, dar a fost reconstruit cu multă grijă și atenție pentru detalii, astfel încât să păstreze farmecul și caracterul său istoric. Varșovia este, de asemenea, un oraș verde, cu multe parcuri și zone verzi.

Berlin este capitala Germaniei și unul dintre cele mai cosmopolite și diverse orașe din Europa. Orașul are o istorie complexă, cu multe schimbări politice și culturale, ceea ce a dus la o arhitectură variată și interesantă. Berlinul este, de asemenea, un centru important pentru artă și cultură, cu numeroase muzee, galerii și evenimente culturale.

Praga este capitala Cehiei și unul dintre cele mai frumoase orașe din Europa. Orașul are o istorie bogată și o arhitectură impresionantă, cu multe clădiri istorice și monumente. Praga este, de asemenea, un oraș romantic, cu multe poduri și canale.



Sursa: Trading Economics

Figura nr. 1 Turismul extern versus Turismul intern

În general, valorile pentru turismul extern sunt mai mari decât cele pentru turismul intern. *Tarifele* sunt mai mari în străinătate, iar *calitatea serviciilor și noutatea* sunt, de asemenea, mai ridicate. În ceea ce privește *siguranța*, în străinătate este considerată mai mare, dar *cultura* este mai valorizată în România. În ceea ce privește *agrementul*, valorile sunt apropiate, dar în general, se consideră că experiența turistică este mai bogată în străinătate. *Transportul* este, de asemenea, considerat mai bun în străinătate. Așadar, turismul extern poate oferi o experiență mai valoroasă, dar turismul intern poate oferi o perspectivă unică asupra culturii și tradițiilor românești.

## Concluzii

Turismul urban a devenit din ce în ce mai popular în ultimii ani, deoarece oamenii doresc să exploreze orașele și să experimenteze cultura și stilul de viață local. Orașele oferă o varietate de atracții turistice, cum ar fi muzee, galerii de artă, monumente istorice, parcuri și evenimente culturale, care atrag turiști din întreaga lume.

**Turismul urban** poate fi benefic pentru economiile locale, deoarece turiștii cheltuiesc bani în hoteluri, restaurante, magazine și alte afaceri locale. De asemenea, poate încuraja dezvoltarea infrastructurii turistice și a altor servicii în orașe. Cu toate acestea, turismul urban poate avea și dezavantaje, cum ar fi supraaglomerarea, poluarea și impactul asupra resurselor naturale și culturale. Prin urmare, este important să se ia măsuri pentru a gestiona și a reglementa turismul urban în mod responsabil și sustenabil.

Turismul urban este o industrie importantă și în creștere, dar trebuie gestionat cu grijă pentru a maximiza beneficiile și a minimiza impactul negativ asupra comunităților locale și mediului înconjurător.

## Bibliografie

1. Slusariuc Gabriela Corina, *Economia Turismului*, Editura Universitas, Petroșani, 2015
2. <https://www.editurauniversitara.ro>
3. <https://zdocs.ro/doc/turismul-urban>
4. <https://dokumen.tips/documents/7-turism-urban.html>
5. <https://www.rasfoiesc.com>
6. <https://www.actualidadviajes.com>
7. <https://www.revistabiz.ro>
8. <https://blog.dertour.ro>
9. <https://www.fodors.com/>
10. <https://www.unwto.org>
11. <https://tradingeconomics.com>

## România anului 2022 în Uniunea Europeană: între provocări și oportunități

**Autori: Ciobîrcă Andrei Alexandru, Donisă Andreea-Claudia**

**Coordonator: Lect. univ. dr. Stoicuta Nadia**

**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** In this paper, a statistical analysis is carried out regarding Romania in 2022 in a European context. Thus, a series of positive aspects are presented that bring Romania to the top of the European Union rankings, but also those negative aspects which, unfortunately, are more predominant. Based on the analysis of these statistics, we can get an overview of Romania's position in the European Union.*

### 1. Introducere

Pornind de la faptul că anul 2022 a fost un an al provocărilor pentru România, în cadrul acestei lucrări, dorim să realizăm o analiză statistică cu privire la raportarea României în context european, în ceea ce privește aspectele la care stăm bine și aspectele negative de care nu ne mândrim ca stat. Pe baza acestor analize putem să ne facem o imagine de ansamblu a României anului 2022, ținând cont de clasamentele realizate de Uniunea Europeană cu privire la statele membre UE 27.

Uniunea Europeană este o organizație politică și economică internațională care a fost creată în urma Tratatului de la Maastricht din 1992. Scopul principal al Uniunii Europene este de a promova pacea, securitatea și prosperitatea în Europa prin intermediul cooperării economice, politice și sociale între statele membre [8]. România a devenit membră a Uniunii Europene la 1 ianuarie 2007, alăturându-se altor zece state din Europa Centrală și de Est care au aderat la UE în același an. Pentru România, aderarea la UE a fost un proces îndelungat și dificil, care a implicat reforme economice, politice și sociale semnificative, precum și adaptarea la standardele și valorile europene. Cu toate acestea, aderarea a adus și beneficii importante pentru țară, cum ar fi accesul la fonduri europene, o mai mare integrare economică și politică și o mai mare influență în deciziile la nivel european. Pentru România, aderarea la Uniunea Europeană a reprezentat un obiectiv de lungă durată și un moment crucial în dezvoltarea sa ca națiune europeană modernă. Procesul de integrare a fost complex și a necesitat reforme semnificative în domeniile politice, economice și juridice. De când România a devenit membră a Uniunii Europene a avut parte atât de consecințe pozitive, dar și negative ale acestei aderări [9].

Aspectele pozitive includ accesul la fonduri europene, care a contribuit la dezvoltarea economică a țării și la modernizarea infrastructurii. În plus, aderarea la UE a permis românilor să călătorească și să lucreze în alte state membre, ceea ce a oferit noi oportunități de carieră și de experiențe culturale.

În ciuda acestor aspecte pozitive, România a avut parte și de aspecte negative ale aderării la UE. Corupția și ineficiența sistemului judiciar au rămas probleme majore, iar țara a fost supusă unor critici constante din partea Uniunii Europene în aceste domenii. În plus, economia României a avut parte de perioade de instabilitate și de crize financiare, ceea ce a avut un impact negativ asupra cetățenilor. În continuare vă vom prezenta câteva aspecte prin care putem diferenția poziția României față de celelalte state membre UE.

## 2. Aspectele pozitive și negative ale României anului 2022, în raport cu statelor membre UE27

Pentru a putea vedea unde ne situăm ca stat în context european, în cadrul acestui paragraf, vom face o scurtă trecere în revistă a celor mai importante raportări către Uniunea Europeană ale României, în anul 2022.

Un prim aspect pe care dorim să-l analizăm este cel demografic. Așa cum se știe, unele dintre cele mai importante probleme cu care se confruntă statele membre ale UE și nu numai, este îmbătrânirea populației și scăderea natalității. Conform estimărilor, până în 2100, populația Europei va scădea cu peste 50 de milioane de persoane, iar acest lucru va avea un impact semnificativ asupra economiei și a sistemelor sociale. Pentru a face față acestei provocări demografice, UE trebuie să ia măsuri pentru a încuraja natalitatea și a sprijini familiile, astfel încât să se asigure că există suficienți tineri care să intre pe piața muncii și să contribuie la economia europeană. În plus, UE trebuie să fie pregătită să gestioneze impactul migrației asupra demografiei, având în vedere că aceasta poate aduce atât beneficii, cât și provocări, în funcție de modul în care este gestionată, deoarece este un subiect deosebit de important pentru viitorul Uniunii Europene și trebuie să fie abordat cu seriozitate și cu o planificare pe termen lung.

Potrivit graficului, populația României în 2022 a fost de aproximativ 19,5 milioane de locuitori, ceea ce o plasează pe locul 7 în UE în ceea ce privește numărul de locuitori. În ceea ce privește densitatea populației, România este una dintre cele mai puțin populate țări din UE, cu o densitate medie de aproximativ 84 de locuitori la kilometru pătrat [5].

În ceea ce privește structura pe grupe de vârstă, România are o populație relativ tânără în comparație cu alte țări din UE. Potrivit datelor Eurostat, în 2022, aproximativ 15,8% din populația României avea sub 15 ani, în timp ce doar aproximativ 19,8% avea peste 65 de ani. În general, țările din Europa se confruntă cu o îmbătrânire a populației, ceea ce poate avea implicații semnificative asupra economiilor și sistemelor sociale.

De asemenea, este important de menționat că România are una dintre cele mai mari rate de natalitate din UE, cu o rată a natalității de aproximativ 1,5 copii pe femeie. Cu toate acestea, această rată este încă sub nivelul de înlocuire a populației, care este de aproximativ 2,1 copii pe femeie [6].

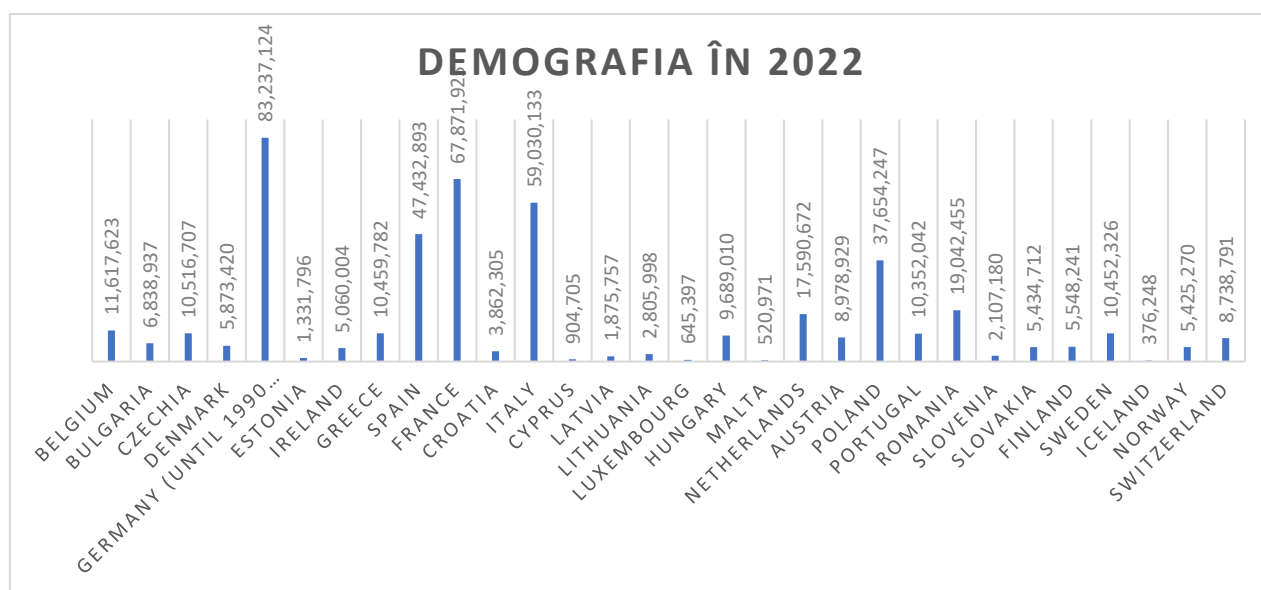


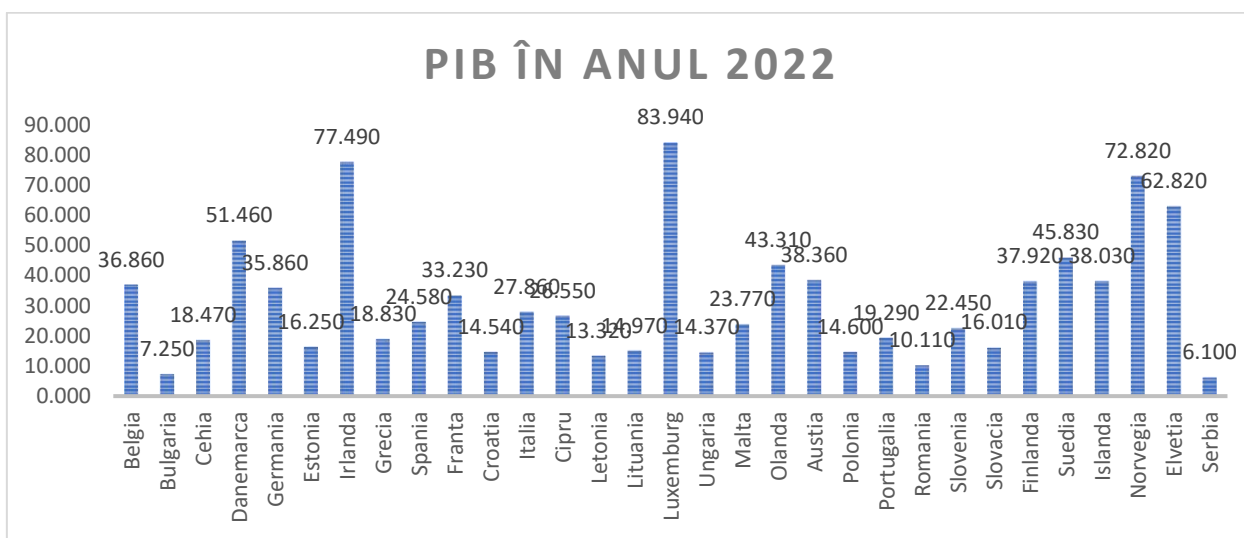
Figura 1. Populația rezidentă din statele membre UE și din spațiul economic european

Uniunea Europeană este una dintre cele mai mari economii din lume, având un PIB total de aproximativ 15 trilioane de euro în 2020. În ciuda impactului pandemiei de COVID-19, PIB-ul UE a

crescut în 2021, datorită eforturilor de recuperare economică și a măsurilor de sprijin adoptate de UE și statelor membre.

Potrivit datelor publicate de Comisia Europeană în februarie 2022, Produsul Intern Brut (PIB) al României, în prețurile curente, în 2022 a fost estimat la aproximativ 232,6 miliarde de euro. Această valoare plasează România pe locul 14 din cele 27 de state membre ale Uniunii Europene în ceea ce privește dimensiunea PIB-ului [1].

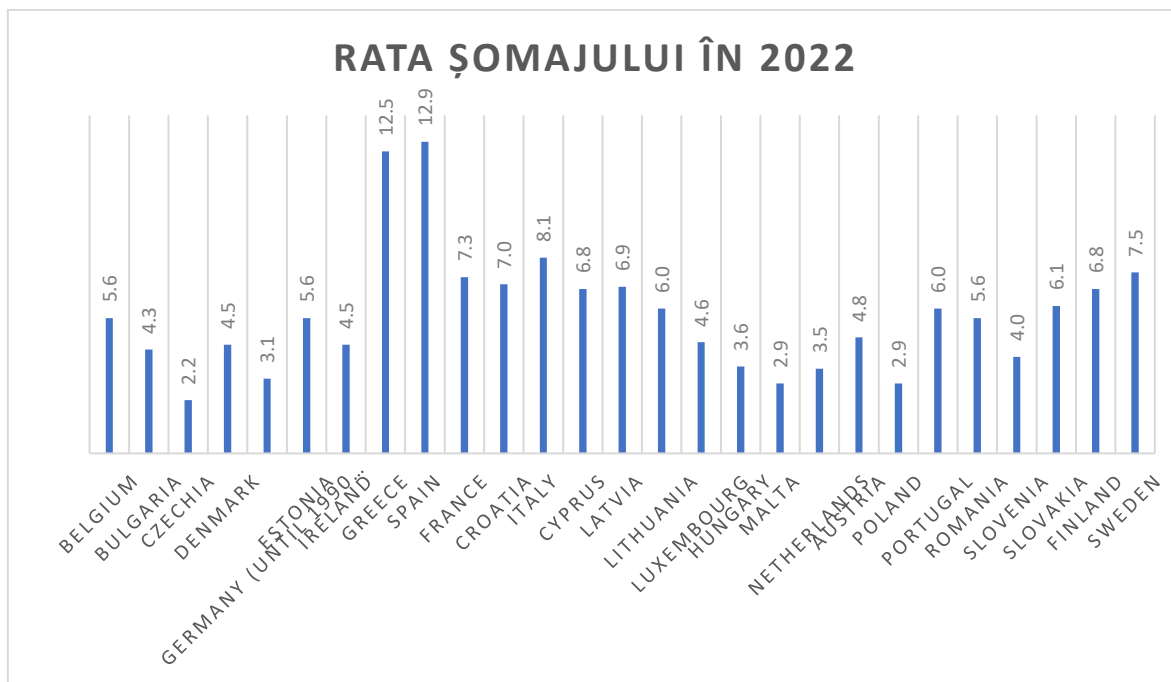
Dacă analizăm PIB-ul pe cap de locuitor, adică împărțirea PIB-ului la numărul de locuitori ai țării, putem observa că acesta a fost estimat la aproximativ 10.110 de euro pe an în România în 2022. Aceasta plasează România pe locul 22 din cele 27 de state membre ale UE în ceea ce privește PIB-ul per capita [2].



**Figura 2. Nivelul PIB-ului în anul 2022 pentru statele membre UE și cele din spațiului economic european**

Potrivit datelor Eurostat pentru martie 2022, rata șomajului în România este de 4,9%, în timp ce rata medie a șomajului în UE-27 este de 6,8%. Aceasta indică faptul că rata șomajului în România este mai mică decât media UE. În ceea ce privește alte state membre ale UE, cele mai scăzute rate de șomaj la 1 ianuarie 2022 au fost înregistrate în Cehia (1,9%), Germania (3,5%) și Polonia (3,8%), în timp ce cele mai mari rate de șomaj au fost înregistrate în Grecia (15,6%), Spania (13,5%) și Italia (9,3%). Este important de menționat că rata șomajului poate varia în funcție de mai mulți factori, cum ar fi starea economiei, politica fiscală și măsurile de sprijin ale guvernului. De asemenea, diferite țări pot avea definiții diferite ale șomajului și metode diferite de colectare și raportare a datelor.

În plus, trebuie să avem în vedere că rata șomajului poate ascunde anumite probleme ale pieței muncii, cum ar fi subocuparea sau munca la negru, care nu sunt reflectate în mod necesar în statistici.



**Figura 3. Rata șomajului în UE și în spațiului economic european**

Abandonul școlar reprezintă o problemă majoră în Europa, afectând atât statele membre ale UE, cât și România. Potrivit datelor furnizate de Eurostat, rata medie de abandon școlar timpuriu în UE a fost de 10,6% în 2020, în timp ce în România, această rată a fost de 17,3%.

Abandonul școlar reprezintă o problemă complexă, cu cauze multiple, cum ar fi nivelul scăzut al calității educației, dificultățile financiare sau sociale, absențele repetate sau lipsa de interes pentru învățare. Abandonul școlar timpuriu poate avea efecte negative asupra indivizilor și societății în general, precum șomajul, sărăcia sau excluderea socială.

Uniunea Europeană și statele membre depun eforturi considerabile pentru a reduce abandonul școlar și a îmbunătăți calitatea educației. În UE, obiectivul este de a reduce rata abandonului școlar timpuriu sub 10% până în 2020, prin implementarea de politici și programe educaționale adaptate la nevoile specifice ale tinerilor.

În România, de asemenea, există mai multe inițiative și programe menite să reducă abandonul școlar și să sprijine elevii în dificultate. Totuși, problemele persistente, cum ar fi absentismul sau lipsa de interes pentru învățare, necesită soluții pe termen lung și coordonate la nivel național și local. Despre abandonul școlar în Uniunea Europeană, se poate menționa că există diferențe semnificative între statele membre. În 2020, cele mai mici rate de abandon școlar timpuriu au fost înregistrate în Cehia (4,6%), Croația (4,8%) și Polonia (5,2%), în timp ce cele mai mari rate au fost în Malta (19,1%), Spania (17,9%) și România (17,3%).

Reducerea abandonului școlar este o prioritate în agenda europeană a educației, întrucât aceasta poate avea efecte negative asupra dezvoltării economice, sociale și culturale a țărilor membre. În ceea ce privește România, în ultimii ani s-au făcut progrese semnificative în reducerea abandonului școlar, însă ratele rămân încă ridicate.

În România, există mai multe cauze ale abandonului școlar, cum ar fi nivelul scăzut al calității educației, dificultățile financiare și sociale, absențele repetate sau lipsa de interes pentru învățare. De asemenea, există diferențe semnificative între zonele rurale și urbane, unde ratele de abandon școlar sunt mai ridicate în zonele rurale [4].

Pentru a reduce abandonul școlar în România, guvernul a implementat mai multe programe și politici educaționale, cum ar fi programele de tip after-school, programele de burse și ajutoare pentru elevi, precum și programe de formare pentru profesori. Cu toate acestea, mai sunt necesare eforturi



coordonate la nivel național și local pentru a reduce abandonul școlar și a îmbunătăți calitatea educației în România.

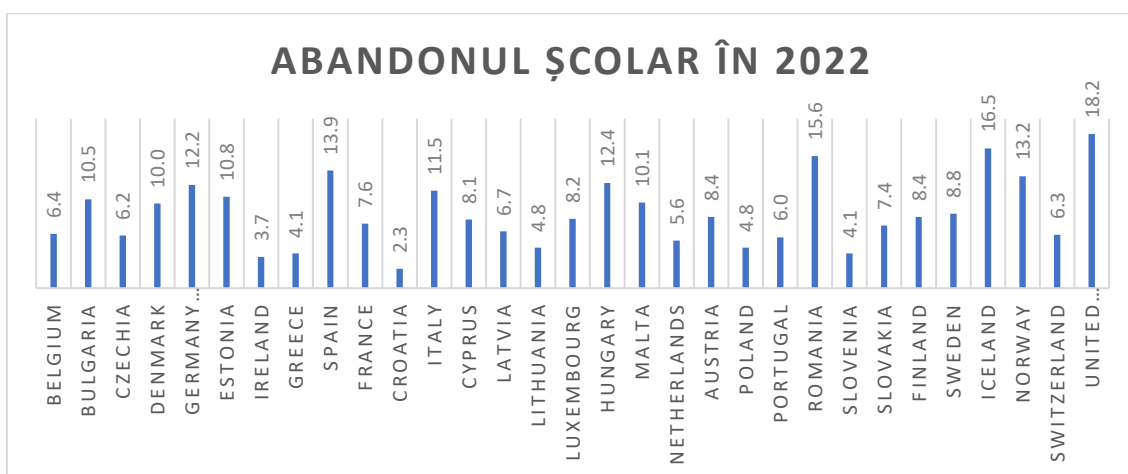


Figura 4. Rata abandonului școlar în UE și în spațiului economic european

Imigranții din România și din alte state membre ale Uniunii Europene (UE) reprezintă o componentă importantă a societății europene. În ultimii ani, a crescut numărul de imigranți din România, ca urmare a aderării țării la UE și a dreptului cetățenilor români de a călători și munci în alte state membre. Mulți dintre imigranții români lucrează în alte state membre ale UE, în special în Spania, Italia, Germania și Regatul Unit. Aceștia ocupă în principal poziții în domeniul construcțiilor, agriculturii, serviciilor și fabricilor. Mulți dintre acești imigranți sunt tineri, cu niveluri ridicate de educație și cu experiență profesională. Cu toate acestea, aceștia se confruntă cu unele probleme în privința integrării în societatea gazdă, cum ar fi barierele lingvistice, discriminarea și condițiile precare de muncă.

În ceea ce privește imigranții din alte state membre ale UE, aceștia au venit în principal din țări precum Polonia, Bulgaria, Ungaria și Germania. Aceștia ocupă în principal poziții în domeniul serviciilor, construcțiilor și fabricilor. Ca și imigranții români, aceștia se confruntă cu probleme în privința integrării în societatea gazdă, cum ar fi barierele lingvistice și discriminarea.

În general, imigranții din România și din alte state membre ale UE aduc un aport important la economiile țărilor gazdă, prin intermediul forței lor de muncă și a competențelor lor profesionale. Cu toate acestea, este important ca aceștia să fie tratați cu respect și să li se acorde sprijin pentru a se integra în societatea gazdă și a-și construi o viață nouă.

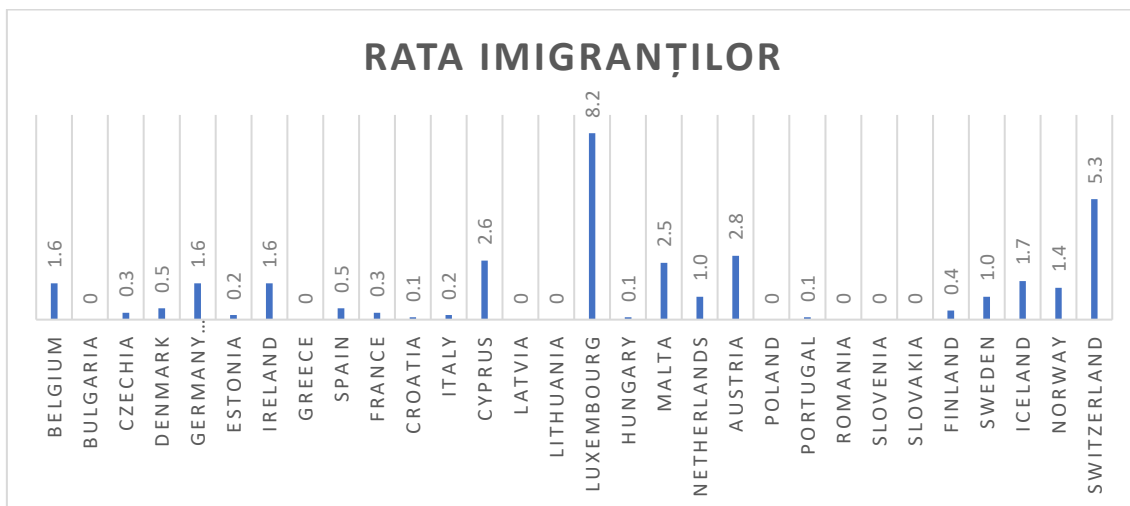
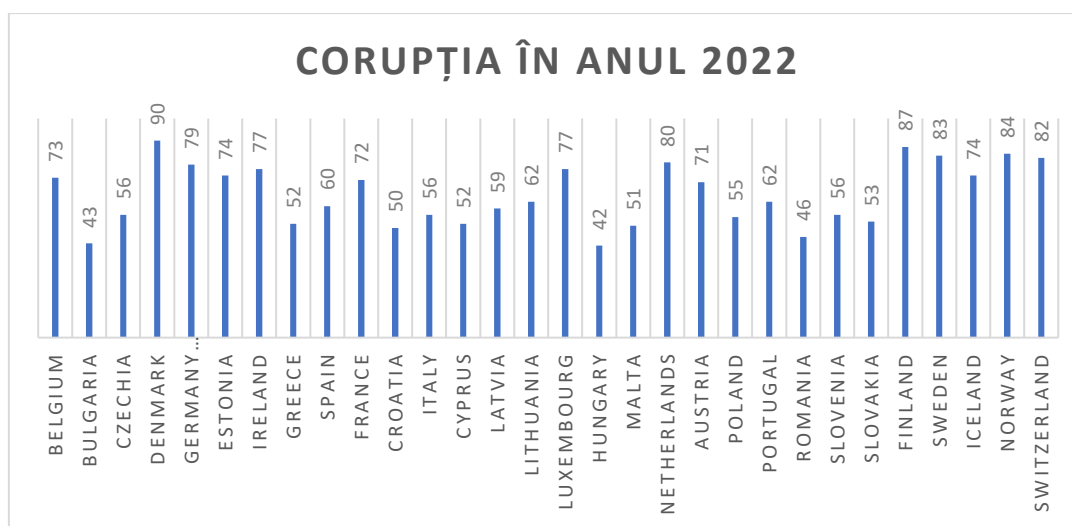


Figura 5. Rata imigranților în UE și în spațiului economic european

Indicele de percepție a corupției este un indice compus bazat pe o combinație de sondaje și evaluări ale corupției din 13 surse diferite și punctează și clasifică țările în funcție de cât de corupt este perceput a fi sectorul public al unei țări, cu un scor de 0 reprezentând un nivel foarte ridicat de corupție, și un scor de 100 reprezentând o țară foarte curată. Sursele de informare utilizate pentru IPC 2017 se bazează pe datele culese în cele 24 de luni anterioare publicării indicelui. IPC include doar surse care oferă un scor pentru un set de țări/teritorii și care măsoară percepția asupra corupției în sectorul public. Pentru ca o țară/teritoriu să fie inclusă în clasament, aceasta trebuie să fie inclusă în cel puțin trei dintre sursele de date ale IPC. IPC este publicat de Transparency International.



**Figura 6. Nivelul Indicelui de Percepție a corupției în UE și în spațiului economic european**

Corupția reprezintă un fenomen global care afectează atât țările dezvoltate, cât și cele în curs de dezvoltare. Aceasta are un impact negativ asupra economiei, societății și mediului înconjurător și poate împiedica progresul și dezvoltarea durabilă.

În România, corupția a fost o problemă serioasă în ultimele decenii, cu consecințe grave asupra economiei, justiției și sistemului politic. Chiar dacă au fost realizate progrese în ultimii ani în combaterea corupției, aceasta continuă să rămână o problemă majoră.

Corupția poate fi întâlnită la toate nivelurile societății, de la funcționari publici și politicieni, la oameni de afaceri și cetățeni obișnuiți. Aceasta poate lua multe forme, cum ar fi mita, traficul de influență, fraudă, spălarea de bani și abuzul de putere.

Efectele corupției sunt dezastruoase. Aceasta poate distruge încrederea cetățenilor în autorități și poate împiedica dezvoltarea economică prin scăderea investițiilor străine și creșterea costurilor pentru afaceri. În plus, corupția poate împiedica progresul social prin reducerea accesului la servicii publice, cum ar fi sănătatea, educația și justiția.

Pentru a combate corupția, este necesară o abordare cuprinzătoare care să implice atât autoritățile publice, cât și societatea civilă și sectorul privat. Aceasta poate include măsuri de prevenire, cum ar fi transparența, integritatea și responsabilitatea, precum și măsuri de investigare și sancționare a corupției.

În UE, corupția este o problemă care afectează în special statele membre din Europa de Est și de Sud. UE a dezvoltat un cadru juridic și instituțional puternic pentru a combate corupția, prin intermediul unor organisme precum Oficiul European de Luptă Antifraudă (OLAF) și Grupul de State împotriva Corupției (GRECO). Cu toate acestea, corupția rămâne o problemă majoră care necesită o acțiune coordonată și continuă.

Pe lângă statisticile enumerate mai sus, există și domenii în care România stă foarte bine, situându-se în fruntea clasamentului la nivel european.

Astfel, în anul 2022 [10], România se afla pe primul loc în clasament în ceea ce privește viteza internetului. Viteza de descărcare de pe internet broadband din România a fost de circa 200 mbps, față de 100 mbps a mediei europene.

De asemenea, România a fost anul trecut cel mai mare producător de porumb și floarea soarelui din uniune. În ceea ce privește floarea soarelui, România a ocupat locul fruntaș atât la suprafața cultivată, cât și la producție (2800 tone la hectar, față de Franța care a produs 2000 tone la hectar).

Chiar dacă la multe capitole în ceea ce privește educația, România stă prost, putem să ne mândrim cu faptul că la olimpiada internațională de matematică, țara noastră a ocupat primul loc în Europa și locul 5 mondial, obținând cea mai mare performanță din ultimii 25 de ani [12].

De asemenea, România a ocupat locul 4 la producția de grâu după Franța, Germania și Polonia (suprafață cultivată în România 2,2 milioane de hectare, producție de 10 milioane de tone).

Devansată de state precum Italia, Spania și Franța, care produc peste 30 de milioane de hectolitri pe an, România ocupa locul 6 la producția de vin (5 milioane de hectolitri produși) în UE.

România se situează, de asemenea pe locul 7, un loc onorant în clasamentul realizat de UE, în anul 2022 la producția de autoturisme (438.000 unități).

Schimbând registrul, România are multe capitole la care este codașa Uniunii Europene. Printre acestea, în anul 2022 amintim [11]:

- ✓ ultimul loc în ceea ce privește respectarea și garantarea libertății și siguranței presei, dar și la accesul neîngrădit la informații de interes public;
- ✓ ultimul loc la progresele în domeniul digital, cu un scor la jumătate față de media Europeană (36% față de media UE de 52,3 puncte);
- ✓ ultimul loc în ceea ce privește digitalizarea administrațiilor publice.
- ✓ codașă la reciclare. UE a impus statelor membre să atingă o rată de reciclare de 55% până în 2025. Din nefericire România a ratat această țintă în anul 2022.
- ✓ un alt capitol la care România este codașă este cel al drumurilor forestiere.

### **3. Concluzii**

În concluzie, observăm că România are destul de multe minusuri când vine vorba de o comparație cu statele membre UE, ținând cont că aceste aspecte au fost luate aleator pentru a vedea nu doar un anumit segment ci pentru a vedea noi perspective. Deci este important să se continue eforturile de promovare a dezvoltării economice și sociale durabile, respectarea valorilor europene și combaterea problemelor precum corupția și discriminarea. Prin colaborarea și solidaritatea între statele membre, UE poate continua să progreseze și să ofere un viitor mai bun pentru cetățenii săi.

### **Bibliografie:**

1. [https://ec.europa.eu/eurostat/documents/24987/725066/Estimating\\_GDP\\_flashes.pdf](https://ec.europa.eu/eurostat/documents/24987/725066/Estimating_GDP_flashes.pdf)
2. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-euro-indicators/w/2-28042023-AP>
3. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/DDN-20230220-1>
4. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Statistici\\_privind\\_educatia\\_si\\_formarea\\_profesionala\\_la\\_nivel\\_regional](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Statistici_privind_educatia_si_formarea_profesionala_la_nivel_regional)
5. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/population-demography>
6. <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/digpub/demography/index.html?lang=en>
7. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/national-accounts/overview>
8. [https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/economy\\_ro](https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/key-facts-and-figures/economy_ro)
9. [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg\\_16\\_50/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_16_50/default/table?lang=en)

10. <https://www.mediafax.ro/social/romania-in-ue-locul-1-la-viteza-internetului-si-la-productia-de-floarea-soarelui-locul-4-la-grau-si-locul-26-la-pib-per-capita-20812520>
11. <https://newsweek.ro/economie/romania-codasa-europei-la-progresele-in-domeniul-digital-cu-un-scor-la-jumate-fata-de-medie>
12. <https://www.agerpres.ro/educatie-stiinta/2022/07/15/olimpiada-internationala-de-matematica-2022-romania-primul-loc-in-europa-si-locul-5-la-nivel-mondial--950010>

## Oligopolul pe piața de telefonie mobilă în România

**Autor: Deliu Ilinca**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper presents the oligopoly on the mobile phone market. It is known that the oligopoly market is characterized by a small number of producers, therefore in this paper I will demonstrate this fact through the mobile phone networks: Orange, Vodafone, Digi, Telekom.*

### 1. Piața de oligopol: concept și caracteristici

Termenul de oligopol este un concept foarte frecvent în microeconomie. Derivă din greacă și structura sa este împărțită în *oligo-* (puține) și *-polio* (vinde). De aici rezultă că un oligopol este o formă a concurenței imperfecte, constând dintr-o structură de piață caracterizată printr-un număr foarte limitat de vânzători mari, care asigură cea mai mare parte a ofertei unui anumit bun sau serviciu, solicitat de numeroși cumpărători sau consumatori, și care sunt conștienți de interdependența lor în adoptarea de decizii strategice, privitoare la prețul, volumul producției și calitatea produselor, fapt care le conferă o poziție dominantă colectivă.[1]

Oligopolul este o formă a concurenței imperfecte ce se caracterizează prin:

- ✓ numărul redus de producători prezenți pe piață, dar care au o forță economică mare. Se consideră oligopol dacă pe piață există cel puțin trei producători. Dacă sunt doar doi sau unul, se consideră că există un duopol sau un monopol;
- ✓ există bariere la intrarea pe piață în calitate de producător;
- ✓ este o formă mai mult caracteristică țărilor dezvoltate;
- ✓ este foarte clar evidențiată diferențierea mărfurilor;
- ✓ producătorii dețin un oarecare grad de control al prețurilor.

Deoarece în cadrul unui oligopol fiecare producător sau vânzător cunoaște foarte bine procentul pe care îl deține din piața produsului sau a serviciului respectiv și pentru că orice modificare a prețului sau a volumului producției de către una din firmele oligopoliste este reflectată în volumul de vânzări al celorlalte, există tendința ca gradul de interdependență între firme să fie foarte mare, încât fiecare firmă trebuie să-și stabilească prețul și producția în funcție de reacția celorlalte firme din oligopol, astfel că odată stabilite, prețurile într-un oligopol sunt rigide. De obicei, oligopoliste sunt piețele producției siderurgice, ale automobilelor, ale telefoniei mobile, ale mașinilor și echipamentelor destinate energiei și industriei chimice, deoarece complexitatea utilajelor și tehnologiilor nu permit apariția mai multor firme mici.

Comportamentul strategic al unei firme oligopoliste se caracterizează prin două trăsături:

- ◆ deciziile maximizatoare de profit nu se bazează pe reguli bine definite, ci pe modul în care firma oligopolistă crede că vor reacționa celelalte firme în replică la acțiunile sale;
- ◆ rezultatele deciziilor firmei oligopoliste depind de modul în care celelalte firme își vor structura efectiv acțiunile, ca răspuns la acțiunea firmei în cauză.

Faptul că pe piața de oligopol există numai câteva firme face ca între acestea să se manifeste o tensiune permanentă cu privire la adoptarea unei strategii concurențiale sau de cooperare. Se poate spune că piața de oligopol există două tipuri principale de comportament pe care o firmă le poate adopta:

- A. comportament cooperant
- B. comportament necooperant

Comportamentul cooperant are loc atunci când firmele apreciază că ar putea obține rezultate financiare mai bune prin realizarea unor înțelegeri explicite sau implicite, cunoscute sub denumirea de „cartel”.

În cazul în care toate firmele de pe piață ar conveni să dea naștere unui cartel, întreaga ofertă ar apărea ca rezultat al unui singur centru de decizie, iar piața ar funcționa asemenea unui monopol. Tendința cartelului este de a încerca să obțină profituri mai mari prin restricționarea ofertei: în condițiile reducerii ofertei, prețul crește la niveluri ce depășesc costurile marginale ale firmelor, iar profiturile obținute sunt mai mari decât cele care s-ar fi obținut dacă firmele ar fi adoptat un comportament necooperant.

Comportamentul necooperant se definește prin faptul că fiecare firmă oligopolistă este tentată să acționeze în vederea maximizării profitului pe cont propriu. În special în cazul firmelor ce dețin un potențial competitiv superior va exista tentația de a recurge la strategii concurențiale, ceea ce face ca, pe termen lung, șansele perpetuării cartelurilor să fie scăzute.

În lucrarea *Price Theory*, David Friedman susține că piața oligopolistă se poate manifesta și un al treilea tip de comportament. Potrivit acestuia, firma oligopolistă va face abstracție de capacitatea sa de a influența prețul, dezvoltând o politică de afaceri bazată pe ideea că orice preț aflat în vecinătatea CTM (Costul Total Mediu) elimină, pe termen lung, concurența.[2]

## **2. Forme ale pieței de oligopol**

În condițiile oligopolului, firma este un căutător de preț, ea exercitând o anumită influență asupra prețului, dar neputându-l alege ca în cazul monopolului deoarece trebuie să țină seama de reacțiile, uneori foarte viguroase, ale celorlalte firme și consecințele lor asupra propriei activități. Lumea oligopolului seamănă cu un joc de șah cu mutări și contramutări imprevizibile.

Trăsăturile pieței oligopoliste pot fi rezumate astfel:

- ❖ prin concentrarea producției, ele reușesc să scadă costurile de producție pe termen lung;
- ❖ pot oferi producția pe care o controlează la costuri minime, ceea ce le oferă avantajul unor profituri mari;
- ❖ au dorința de a monopoliza piața – de a obține suveranitatea pe piață asupra cuplului preț-cantitate;
- ❖ pot obține tratament preferențial în vederea obținerii de credite.

Toate aceste caracteristici stimulează apariția numeroaselor tipuri de oligopoluri.

Criteriile după care se clasifică firmele oligopoliste sunt [3]:

1. după natura activității sau caracteristicile producției ori ale serviciilor;
2. după gradul de cooperare și a forței de concurență.

După primul criteriu pot fi distinse două tipuri de oligopoluri:

- Oligopoluri care domină piața produselor omogene (petrol, oțel, cafea);
- Oligopoluri care domină piața produselor neomogene (industria auto);

După al doilea criteriu oligopolurile se împart în:

- Oligopoluri fără coordonare;
- Oligopoluri cu coordonare parțială;
- Oligopoluri complet coordonate.

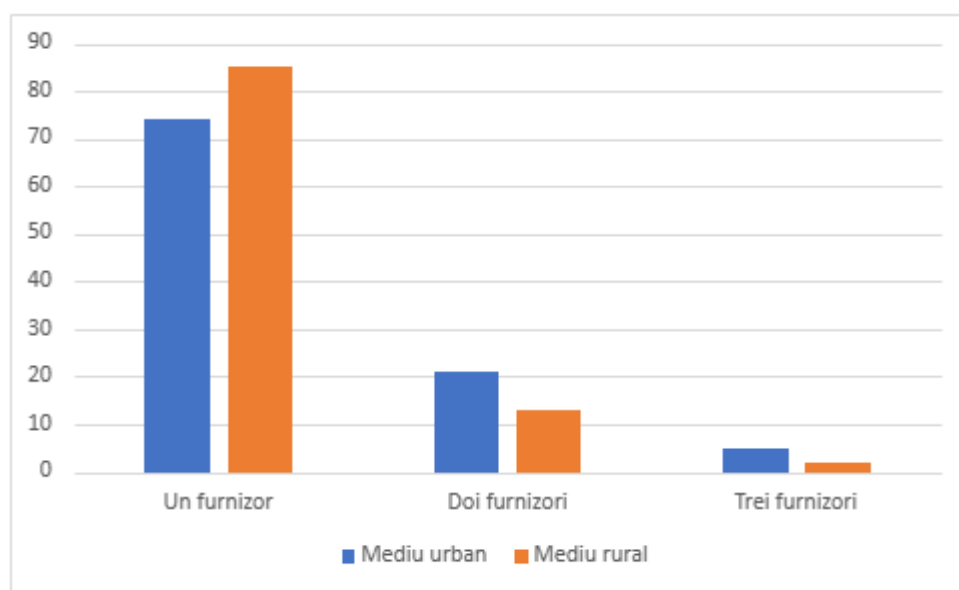
## **3. Piața de telefonie mobilă din România – piață de oligopol**

Piața de telefonie mobilă reprezintă o piață de oligopol, deoarece oferta este asigurată de un număr mic de firme, dar foarte puternice, mai exact 4 furnizori: Orange România, Telekom România, Vodafone România, RCS&RDS (Digi).

România este o țară în care sectorul comunicațiilor cunoaște o creștere accelerată după Revoluția din 1989. Televiziunea publică (Televiziunea Română), postul de radio public (Societatea

Română de Radiodifuziune) și agenția de presă Rompres sunt singurele companii de stat din acest domeniu, care sunt coordonate de Ministerul Comunicațiilor și Tehnologiei Informației. Până la data de 1 ianuarie 2003, Romtelecom a deținut monopolul pe piața de telefonie fixă. La sfârșitul anului 2008, rata de penetrare a serviciilor de telefonie mobilă, calculată în funcție de numărul de cartele SIM preplătite „active”, a ajuns la 114%, depășind 24,5 milioane de unități, adică abonamente și cartele preplătite valabile prin intermediul cărora s-a realizat trafic tarifabil.

Telefonia mobilă deserveste 81% din populația României. Astfel, comunicațiile reprezintă unul dintre cele mai dinamice sectoare ale economiei naționale și totodată unul dintre cele mai atractive pentru investitorii străini. Este vorba așadar de un sector cu o creștere exponențială, față de care investitorii străini își manifestă tot mai pregnant interesul.[6]



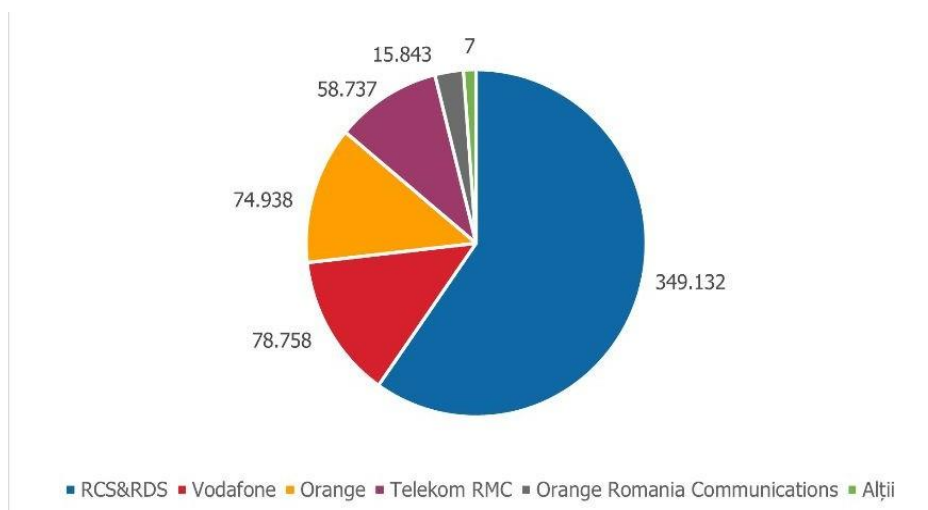
**Figura nr. 1. Numărul de furnizori de telefonie mobilă utilizați în funcție de mediul de reședință.**

*Sursa: realizat de către autor pe baza datelor disponibile la:*

*[https://www.ancom.ro/uploads/links\\_files/gallup\\_telefonie\\_mobila\\_persoane\\_fizice.pdf](https://www.ancom.ro/uploads/links_files/gallup_telefonie_mobila_persoane_fizice.pdf)*

Așa cum se poate observa din figura de mai sus, marea majoritate a consumatorilor, atât din mediul urban cât și din mediul rural beneficiază de serviciile unui singur operator de telefonie mobilă. În proporție mult mai mică sunt cei ce apelează la serviciile mai multor operatori (doi sau trei).

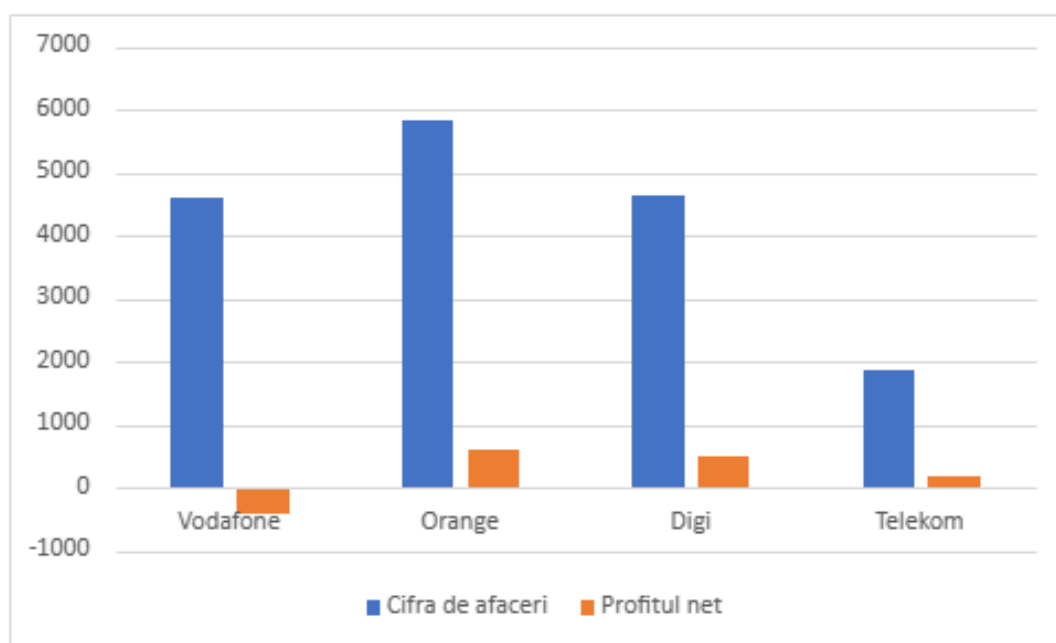
Peste 1,3 milioane de numere de telefon și-au schimbat operatorul în 2022, dar nu și utilizatorul, un nou record de la lansarea, în 2008, a serviciului de portabilitate, potrivit unui comunicat de presă al Autorității Naționale pentru Administrare și Reglementare în Comunicații (ANCOM). În topul furnizorilor cu cele mai multe numere de telefonie mobilă portate în 2022 se află RCS&RDS, Telekom, Vodafone și Orange.



**Figura nr. 2. Numere de telefonie mobilă portate - S1-2022**

Sursa: <https://economie.hotnews.ro/stiri-telecom-25692218-romanii-portat-pest-600-000-numere-telefon-prima-jumatate-anului-operator-castigat-numere-cat-toti-ceilalti-loc.htm>[4]

Așa cum se poate observa din figura de mai sus, cifrele prezintă intrările de clienți atrași de operatori din alte rețele. Un client al unui operator de telecomunicații își poate porta numărul de telefon ori de câte ori dorește să schimbe rețeaua. Portabilitatea numerelor a fost lansată în 2008 și, conform calculului Profit.ro, peste nouă milioane de utilizatori au beneficiat de acest serviciu până la finele anului 2022.

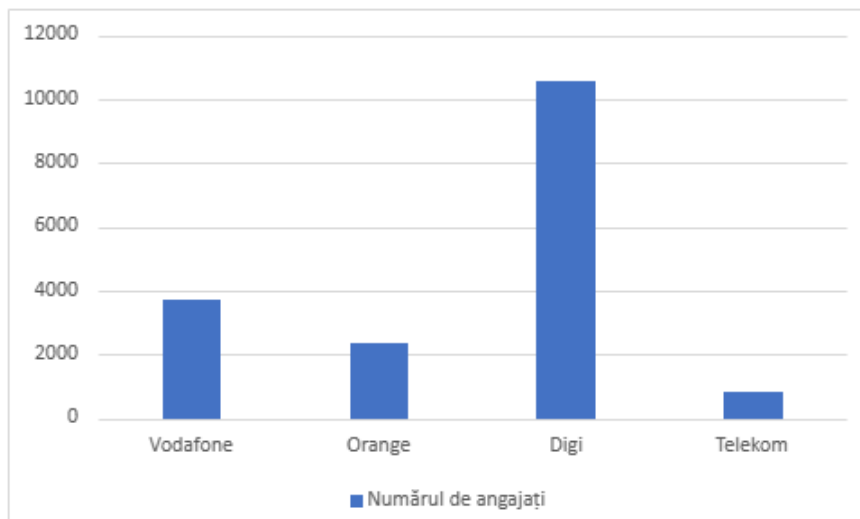


**Figura nr. 3. Cifra de afaceri și profitul net a telefoniei mobilă din anul 2021 (milioane lei)**

Sursa: <https://www.listafirme.ro/>

Orange este liderul pe piața de telefonie mobilă, începând cu anul 2005 până în prezent, cifra sa de afaceri și profitul net, fiind mereu în creștere. Pe locul 2 de clasifică Digi, urmat de Vodafone.





**Figura nr. 4 Numărul de angajați într-o firmă de telefonie mobilă din anul 2021**

Sursă: <https://www.listafirme.ro/>

Așa cum se poate observa în figura de mai sus angajații unei firme de telefonie mobilă aduce un profit substanțial, ei fiind forța de muncă a organizațiilor. Însă, se poate observa că chiar dacă firma Digi posedă cel mai mare număr de angajați, ea nu are parte de un profit înalt în comparație cu Orange.

### 3. Concluzii

Telefonia mobilă în România reprezintă o piață de oligopol, fiind formată din 4 furnizori principali. Această piață deține un rol primordial în dezvoltarea economică a țării. Fiecare furnizor își fixează individual prețul său de vânzare și oferă servicii pe piață care corespund cu cererea consumatorilor. Preocuparea economică și juridică este aceea că un oligopol poate bloca nou veniții sau firmele vechi cu o dezvoltare mai scăzută precum: Zapp, COSMOTE..., încetează inovația și crește prețurile, toate acestea dăunând consumatorilor.

### Bibliografie:

1. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Oligopol> [Accesat la 25 Martie 2023]
2. <https://www.rasfoiesc.com/business/economie/Piata-de-oligopol39.php> [Accesat la 25 Martie 2023]
3. <http://www.aafdutn.ro/revista/anul-ii/oligopolul-cooperant-practici-restrictive/> [Accesat la 26 Martie 2023]
4. [https://media.hotnews.ro/media\\_server1/image-2022-07-22-25692194-0-numere-portate.jpg](https://media.hotnews.ro/media_server1/image-2022-07-22-25692194-0-numere-portate.jpg) [Accesat la 26 Martie 2023]
5. [https://www.ancom.ro/uploads/links\\_files/gallup\\_telefonie\\_mobila\\_persoane\\_fizice.pdf](https://www.ancom.ro/uploads/links_files/gallup_telefonie_mobila_persoane_fizice.pdf) [Accesat la 27 Martie 2023]
6. <https://www.scrigroup.com/tehnologie/comunicatii/Telefonia-mobila-in-Romania22874.php> [Accesat la 27 Martie 2023]
7. <https://www.listafirme.ro/telekom-romania-mobile-communications-sa-11952970/> [Accesat la 04 Aprilie 2023]
8. <https://www.listafirme.ro/rcs-rds-sa-5888716/> [Accesat la 04 Aprilie 2023]
9. <https://www.listafirme.ro/vodafone-romania-sa-8971726/> [Accesat la 04 Aprilie 2023]
10. <https://www.listafirme.ro/orange-romania-sa-9010105/> [Accesat la 04 Aprilie 2023]

## Strategia de dezvoltare durabilă a Grupului CCC în industria de retail

**Autor: Droj Ana Maria**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** CCC is the Central and Eastern Europe region leader in omnichannel footwear sales. Its "house of brands" concept consists of building a product portfolio based on several strong strategic private brands, complemented by leading brands.

Recently, CCC Group developed a new comprehensive business strategy, which was adopted in 2021 under the name "GO.25 Everything Fashion: Omnichannel Platform". It sets out the key values that underpin CCC's operations, ambitions and goals for further growth and defines the Group's new mission and vision.

### 1. Prezentarea Grupului CCC

Grupul CCC este în prezent unul dintre cei mai mari și mai recunoscuți jucători de pe piața de îmbrăcăminte și încălțăminte din Europa și lider pe piața de încălțăminte din Europa Centrală și de Est. Grupul operează în prezent pe 29 de piețe din Europa și Orientul Mijlociu, oferind clienților de retail în primul rând încălțăminte și alte produse complementare (genți de mână, accesorii, îmbrăcăminte).

Sediul CCC Group este situat în Zona Economică Specială Legnica din Polkowice, unde facilitățile de birouri sunt însoțite de un centru logistic modern. În Varșovia, există un birou regional și un spațiu inovator numit „Showroom Creative City Concept”, care este dedicat promovării mărcilor CCC Group în rândul oamenilor din lumea modei. Sediul MODIVO este situat în Zielona Góra, unde funcționează de la începutul anului 2020 un centru logistic dotat cu tehnologie de ultimă generație. Această facilitate va fi extinsă în urma creșterii dinamice a segmentului online al Grupului CCC.

Grupul CCC are în prezent:

- 936 de magazine (Tabelul 1.) situate în centre comerciale moderne, mall-uri și parcuri de vânzare cu amănuntul sau de-a lungul rutelor de trafic majore în locații urbane prestigioase din 22 de țări. Rețeaua de vânzări offline a Grupului este formată din: 847 de magazine CCC, 28 de magazine eobuwie.pl și 61 de magazine HalfPrice,
- 13 863 de salariați cu contracte de muncă,
- aproximativ 60 de milioane de perechi de pantofi vândute în cursul anului fiscal,
- aproape 170 de milioane de vizitatori în magazinele CCC anual,
- aproximativ 90 de platforme de vânzare online (27 de aplicații și 45 de site-uri web).

**Tabelul 1. Numărul de magazine al Grupului CCC**

Număr de magazine	31.01.2021	31.01.2022	2022 versus 2021
Inclusiv cele proprii	965	936	- 29
CCC	940	847	- 93
MODIVO	25	28	+ 3
HalfPrice	0	61	+ 61
Francize	46	45	- 1
<b>Total</b>	<b>1011</b>	<b>981</b>	<b>- 30</b>

Sursa: CCC Group, *Sustainability report of the CCC Capital Group for the fiscal year from February 1st 2021 to January 31st 2022*, p. 11, disponibil online la: <https://corporate.ccc.eu/en/esg-reports>

Ponderea Grupului CCC pe piața foarte fragmentată de vânzare cu amănuntul a încălțăminte din Polonia este estimată la aproximativ 30%, ceea ce face din Grupul CCC lider în categorie. În ceea ce privește numărul de puncte de vânzare cu amănuntul din Polonia, Grupul CCC aproape dublează gama celor mai mari concurenți. În plus, pe piețele cheie pentru Grupul CCC din Europa Centrală și de Est (Polonia, Cehia, Ungaria, România, Slovacia, Croația, Slovenia, Bulgaria și Serbia), care reprezintă aproximativ 80% din veniturile sale, Grupul CCC este printre cei mai mari trei jucători de încălțăminte. Cota CCC pe piața de încălțăminte din Europa Centrală și de Est este de aproximativ 20%.

Piața principală pentru Grupul CCC este segmentul de clienți mijlocii, care este cel mai larg segment de pe piața internă de îmbrăcăminte și încălțăminte. CCC oferă produse la modă, de înaltă calitate, la prețuri atractive. Datorită platformelor eobuwie.pl și MODIVO, Grupul CCC oferă produse și pe segmentul de preț mai mare, ajungând la cei mai pretențioși clienți. O gamă largă de produse, mărci proprii puternice și o multitudine de canale de vânzare complementare permit Grupului CCC să fie prima alegere pentru clienți atunci când aleg încălțăminte, îmbrăcăminte și accesorii.

Sortimentul disponibil în canalele de vânzare ale Grupului este extins în mod constant. Diversitatea produselor oferite permite clienților să găsească un produs care să corespundă așteptărilor lor, astfel extinderea continuă a sortimentului stimulează dezvoltarea Grupului, crește veniturile din vânzări și ajută la consolidarea poziției sale pe piață.

## 2. Strategia Grupului CCC

### *Strategia de afaceri GO.25*

În 2021, Grupul CCC a dezvoltat o nouă strategie de afaceri cuprinzătoare, care a fost adoptată în noiembrie 2021 sub numele de „GO.25 Everything Fashion: Omnichannel Platform”. Acesta stabilește valorile cheie care stau la baza operațiunilor, ambițiilor și obiectivelor CCC pentru o creștere ulterioară și definește noua misiune și viziune a Grupului.

Elaborarea strategiei a fost precedată de un proces de câteva luni de diagnosticare a situației Grupului, a mediului, cu participarea activă și de conducere a Consiliului de Administrație al CCC S.A., a Consiliului de Administrație al filialelor și a personalului de conducere cheie al companiei. Strategia Grupului este axată pe multiplicarea valorii Grupului prin satisfacerea nevoilor clienților actuali și viitori. Strategia adoptată stabilește șapte obiective strategice principale, bazate pe dezvoltarea durabilă:

**1. Business x3** - triplarea amplitudinii operațiunilor Grupului, folosind modelul platformei omnicanal;

**2. Rentabilitatea EBITDA** > 12%;

**3. Noi categorii** > 1/2 pondere în vânzări - o intrare puternică de noi categorii de produse, al căror numitor comun este moda, inclusiv îmbrăcăminte, mobilier pentru casă și produse de înfrumusețare;

**4. Pondere de 60% a vânzărilor online** – Grupul se concentrează pe o pondere bine echilibrată de canale online pure și offline digitalizate

**5. NPS + 10 puncte pentru toate mărcile și canalele de vânzări** - Grupul continuă să se concentreze pe client și să-i sporească constant experiența de cumpărare, stabilindu-și un obiectiv strategic de creștere a NPS (Net Promoter Score®)<sup>1</sup> pe toate mărcile și canalele de vânzări;

**6. Evaluare MSCI ESG A+<sup>2</sup>;**

---

<sup>1</sup> Net Promoter Score®, sau NPS®, măsoară experiența clienților și prezice creșterea afacerii. Acest etalon a transformat lumea afacerilor și oferă acum măsurarea de bază a programelor de management dedicate experienței clienților din întreaga lume.

<sup>2</sup> Evaluările MSCI ESG urmăresc să măsoare modul în care companiile gestionează riscurile și oportunitățile ESG relevante din punct de vedere financiar

## 7. Implicarea angajaților + 10 puncte procentuale față de media industriei.

### Strategia de dezvoltare durabilă

Grupul CCC este conștient de impactul său asupra mediului și asupra mediului înconjurător și, prin urmare, dorește să stabilească standarde și să gestioneze în mod responsabil întregul lanț valoric. Sustenabilitatea stă la baza practicii de afaceri și este o parte integrantă a Strategiei de afaceri GO.25. Grupul CCC a publicat pentru prima dată o strategie cuprinzătoare de durabilitate în 2020, dar odată cu lansarea noii strategii de afaceri în 2021, obiectivele strategice ESG au fost revizuite.

Adoptată în 2022, noua strategie de durabilitate GO.25 se bazează pe trei piloni care susțin obiectivul de bază al produselor CCC, respectiv creștere economică, incluziune socială și protecția mediului înconjurător.

Strategia de durabilitate GO.25:

- are obiective specifice și pe termen lung,
- acoperă patru domenii de responsabilitate,
- asigură satisfacerea așteptărilor tuturor părților interesate,
- este parte integrantă a tuturor activităților Grupului.

Activitățile Grupului CCC în domeniul dezvoltării durabile sunt modelate de direcțiile internaționale și ale UE, strategiile, legile și reglementările emergente. Strategia GO.25 se bazează atât pe Acordul de la Paris, pe strategia de dezvoltare a Pactului verde european al UE, pe recomandările Grupului operativ privind raportările financiare legate de climă, cât și pe noul plan de acțiune al UE pentru implementarea unei economii circulare.

## 3. Structura Grupului CCC

La 31 ianuarie 2022 capitalul Grupului CCC era format din societatea-mamă CCC S.A. și filiale incluse în Tabelul 2.

**Tabelul 2. Filialele Grupului CCC**

<b>Producție</b>	<b>CCC Factory Sp. z o.o.</b> 100% Polonia	<b>Gino Rossi S.A.</b> 100% Polonia		
<b>Distribuție</b>	<b>CCC Czech SRO.</b> 100% Republica Cehă	<b>HalfPrice Sp. z o.o.</b> 100% Polonia	<b>OFP Austria GmbH</b> 100% Austria	
	<b>CCC Austria Ges.m.b.H</b> 100% Austria	<b>CCC Shoes Bulgaria</b> 100% Bulgaria	<b>CCC Russia Sp. z o.o.</b> 100% Rusia	
	<b>CCC Shoes &amp; Bags d.o.o.</b> <b>Beograd-Novi Beograd</b> 100% Serbia	<b>CCC Obutev d o.o.</b> 100% Slovenia	<b>MODIVO S.A.</b> 74.99% Polonia	
	<b>CCC.eu Sp. z o.o.</b> 100% Polonia	<b>CCC Slovakia s.r.o.</b> 100% Slovacia	<b>Eobuv.cz SRO</b> 74.99% Republica Cehă	
	<b>CCC Hrvatska d o.o.</b> 100% Croația	<b>CCC Shoes Ayakkabicilik</b> Ticaret Limited Sirketi 100% Turcia	<b>EPANTOFI MODIVO s.r.l.</b> 74.99% România	
	<b>Shoe Express S.A.</b> 100% România	<b>eobuwie.pl Logistics Sp.z.o.o.</b> 74.99% Polonia	<b>DeeZee Sp. z o.o.</b> 75% Polonia	
	<b>CCC Hungary Shoes Kft</b> 100% Ungaria	<b>Eschuhe.ch GmbH</b> 74.99% Elveția	<b>Eschuhe.de GmbH</b> 74.99% Germania	
	<b>Branded Shoes &amp; Bags Sp.z.o.o.</b> 74.99% Polonia	<b>MODIVO S.R.L.</b> 75% Italia		
	<b>Alte activități</b>	<b>CCC Shoes and Bags sp z o.o.</b> 100% Polonia	<b>C-AirOp Limited</b> 50% Isle of Man	

Sursa: CCC Group, Sustainability report of the CCC Capital Group for the fiscal year from February 1st 2021 to January 31st 2022, p. 41, disponibil online la: <https://corporate.ccc.eu/en/esg-reports>

Modificările recente în structura capitalului Grupului CCC au avut în vedere:

- În 2020, CCC Group a început procesul de recapitalizare a companiei MODIVO S.A. (fostă: eobuwie.pl S.A.) prin achiziționarea unui investitor extern. La 31 martie 2021, Grupul CCC a semnat acorduri care reglementează modificările în acționariatul MODIVO S.A. privind achiziția a 10% din acțiuni, fiecare de către investitori minoritari – Cyfrowy Polsat S.A. și A&R Investments Limited. Acordurile de mai sus au fost încheiate la 22 iunie 2021 în favoarea Cyfrowy Polsat S.A. și la 23 septembrie 2021 în favoarea A&R Investments Limited. Pentru a implementa cele de mai sus, Grupul a încheiat un acord cu MKK3, care prevedea vânzarea în primele două trimestre ale anului 2021 către CCC a unui bloc de 20% de acțiuni MODIVO S.A., iar MKK3 să rețină un bloc de 5% din acțiuni și să-și continue cooperarea pe termen lung în dezvoltarea platformei.

- Începând cu 21 ianuarie 2022, denumirea companiei care opera anterior sub denumirea eobuwie.pl S.A. a fost schimbată în MODIVO S.A.

- La 18 mai 2021, CCC.eu Sp. z o.o. a achiziționat de la NG2 Suisse S.a.r.l. 5% din acțiunile Shoe Express S.A., astfel încât CCC S.A. a devenit indirect acționar 100% al Shoe Express S.A.

- La data de 28 mai 2021, NG2 Suisse S.a.r.l. a achiziționat acțiunile rămase devenind proprietarul 100% al KVAG. La 3 iunie 2021, CCC S.A. a vândut 100% din acțiunile deținute la NG2 Suisse S.a.r.l. și indirect 100% din acțiunile KVAG către un investitor extern. Cooperarea economică care implică vânzarea de bunuri comerciale de către Grupul CCC către KVAG continuă.

- La 31 mai 2021 se încheie contractul de vânzare a 100% acțiuni la OFP Sp. z o.o. (fostă: Garda Sp. z o.o.) între Gino Rossi S.A. și CCC S.A. La 4 august 2021, capitalul social al OFP Sp. z o.o. a fost majorat cu suma de 0,3 milioane PLN prin crearea a 6.000 de noi acțiuni cu o valoare nominală de 50,00 PLN fiecare.

- La 19 august 2021, Grupul CCC a înființat OFP Austria GmbH, care a fost înregistrată la instanța locală la 13 octombrie 2021. Compania este o filială a OFP Sp. z o.o.

- La 24 august 2021, CCC S.A. a achiziționat 10% din acțiunile companiei Xpress Delivery Sp. z o.o.

- La data de 2 martie 2022, societatea care operează sub denumirea OFP Sp. z o.o. a schimbat numele în HalfPrice Sp. z o.o.

Capitalul social al Societății CCC S.A. este împărțit în 54.868.000 de acțiuni, respectiv:

- 48.218.000 de acțiuni ordinare la purtător, cu un vot pe acțiune la Adunarea Generală a Societății,

- 6.650.000 de acțiuni nominative preferențiale cu drept de vot astfel încât fiecare acțiune să aibă două voturi la Adunarea Generală a Societății.

Retailerul polonez de încălțăminte și accesorii, a intrat pe piața din România în 2012 prin intermediul unui francizor, iar după 6 ani compania mamă a decis să cumpere toate magazinele existente la momentul achiziției, în aprilie 2018. În același timp, brandul polonez a demarat în România o campanie de extindere și de modernizare a rețelei de magazine. Cel mai mare magazin CCC al rețelei din România, este cel din Sibiu Shopping City, cu o suprafață totală de peste 1.200 m<sup>2</sup>. În prezent compania poloneză deține în România un număr de 81 de magazine fizice.

**Tabelul 3. Evoluția principalilor indicatori economico-financiarți ai Shoe Express S.A.**

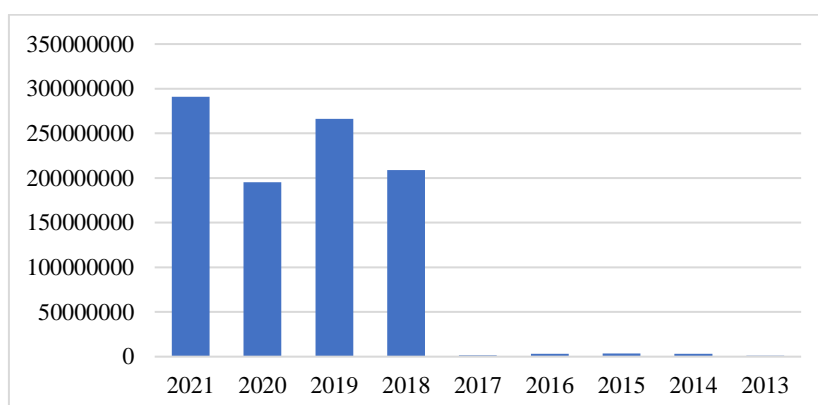
	<b>Cifra Afaceri - RON</b>	<b>Profit Net - RON</b>	<b>Angajati</b>
<b>2021</b>	290.942.775	863.071	623
<b>2020</b>	195.134.535	-1.889.126	623
<b>2019</b>	266.254.442	3.265.460	655
<b>2018</b>	208.963.947	40.836.798	602
<b>2017</b>	1.385.871	-1.157.229	16
<b>2016</b>	3.164.583	-305.416	17
<b>2015</b>	3.551.104	26.919	16
<b>2014</b>	3.338.654	-24.492	16
<b>2013</b>	1.161.599	-47.373	7

Sursa: <https://www.risco.ro/verifica-firma/shoe-express-s-a-cui-30490303>

Astfel, filiala din România a CCC S.A. este compania Shoe Express S.A., prin aceasta realizându-se toate vânzările offline.

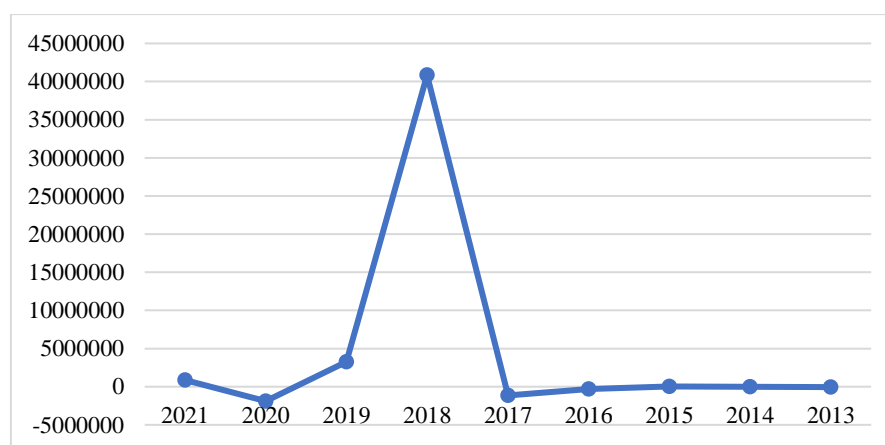
Activitatea companiei a început cu doar 7 anagajați în anul 2013, dar în numai cinci ani a ajuns la 602 angajați datorită preluării de către CCC S.A. și a politicii de extindere a numărului de magazine. Acest din urmă aspect a determinat creșterea în anul următor, respectiv 2019 a numărului de angajați cu încă 53 de persoane.

Dar efectele pandemiei de COVID-19 care s-au resimțit puternic în comerțul cu amănuntul nealimentar au afectat compania care a realizat o cifră de afaceri în anul 2020 cu 26,69% mai mică decât în anul anterior, și-a redus numărul de angajați la 623 și a înregistrat o pierdere de 1,88 milioane lei (Tabelul 3.).



**Figura 1. Evoluția cifrei de afaceri a Shoe Express S.A. în perioada 2013-2021 (lei)**

La finalul anului 2021 compania raportează același număr de angajați, dar își crește cifra de afaceri cu 48,78% față de 2021 (Figura 2.) și obține profit de 863.071 lei. Comparativ cu media industriei, de 1.965.208 lei, cifra de afaceri a Shoe Express S.A. a fost de 148 de ori mai mare, plasând astfel compania pe locul doi în industria de profil în România dintr-un număr total de 3.346 de firme, și asigurându-i o cotă de piață de 13,52%, în creștere față de anul 2020 când s-a ridicat la 11,71%.



**Figura 2. Evoluția profitului net / pierderii nete a Shoe Express S.A. în perioada 2013-2021 (lei)**

În ceea ce privește rezultatul exercițiului, după cum se poate observa în Figura 3. în perioada analizată compania a obținut profit la finalul a doar patru ani, cea mai mare valoare fiind la nivelul anului 2018. În restul anilor au fost înregistrate pierderi, o parte datorate debutului activității și

politicii de extindere dar și datorită, așa cum am menționat anterior, închiderii magazinelor fizice în mare parte a anului 2020.

#### 4. Strategia de dezvoltare durabilă a Grupului CCC

##### 4.1. Produse durabile

Creșterea gradului de conștientizare a clienților și schimbările dinamice care au loc în comerț ca urmare a evoluției obiceiurilor de cumpărături ale consumatorilor, a noilor soluții tehnologice și a introducerii de noi modele de afaceri reprezintă o provocare serioasă pentru întreaga industrie de retail. Relațiile de lungă durată cu partenerii permit Grupului CCC să dezvolte standarde de lucru comune, care se traduc prin îndeplinirea cerințelor ridicate în ceea ce privește siguranța și calitatea produselor, promptitudinea producției și livrării, precum și respectarea drepturilor omului și conformitatea cu criteriile sociale și de mediu. Două procese sunt extrem de importante în zona produsului astăzi. În primul rând, necesitatea crescândă de a se alătura modelului unei economii cu cerc închis, care presupune o mai bună utilizare a materiilor prime și prelungirea menținerii valorii produselor în ciclul lor de viață. În al doilea rând, atenția la respectarea tuturor drepturilor omului în lanțul de aprovizionare.

Lansată în 2020, colecția de produse ecologice „Go for nature” oferă clienților posibilitatea de a alege produse realizate într-un mod durabil, cu grijă deplină pentru mediu. În plus, clienții își pot da o a doua viață pantofilor, aducându-i în containere speciale în magazine selectate din Polonia, încrezători că vor fi gestionați responsabil.

Strategia de durabilitate GO.25 adoptată identifică următoarele obiective în domeniul produsului:

- toate produsele furnizează informații despre materialele utilizate și modul în care au fost fabricate,
- toate categoriile de produse conțin și colecții durabile,
- introducerea unei linii de produse transformabile spre vânzare,
- toate ambalajele provin din surse reciclabile,
- introducerea cutiilor de carton individuale în canalul de comerț electronic,
- extinderea programului de colectare a pantofilor uzați la toate magazinele din Polonia și din străinătate.

Pantofii și accesoriile colecției „Go for Nature” au două caracteristici principale. În primul rând, procesul de producție este caracterizat de un consum optimizat de apă și energie folosind cele mai noi tehnologii, rezultând produse ecologice. În al doilea rând, produsele acestei linii sunt fabricate din materii prime ecologice și au primit opt etichete Go for Nature. Cele mai importante dintre acestea sunt: *Tăbăcirea Durabilă a Pielii*, *Producția Durabilă* și *Produs Reciclat*.

O mare parte a colecției „Go for Nature” este realizată din piele certificată de Leather Working Group (LWG), o organizație a părților interesate din întreg lanțul de aprovizionare cu materii prime. Certificarea LWG recunoaște producătorii de piele care exercită cea mai mare grijă în ceea ce privește protecția mediului și eficiența pe tot parcursul procesului de producție.

LWG își propune să promoveze practicile de afaceri durabile, cum ar fi producătorii care nu folosesc substanțe potențial critice în prelucrarea pielii și reducerea consumului de apă și energie. Ponderea pieilor din tăbăcăriile certificate LWG în procesele de producție ale întregului Grup CCC pentru anul 2020 a fost de 18,64%. Pe de altă parte, ponderea pieilor din tăbăcării certificate pentru anul 2021 a fost de 20,36%. În cadrul activităților, în conformitate cu *Strategia de dezvoltare durabilă a CCC*, această pondere urmează să fie crescută și se preconizează că va ajunge la 22% (2023). Ponderea pieilor certificate Leather Working Group în rândul produselor din piele a fost de 80%, dintre care 62% dintre furnizori sunt certificați la nivel Gold.

Produsele (încălțăminte și accesorii) care poartă eticheta *Producție durabilă* indică faptul că folosesc materiale reciclate create în conformitate cu principiile de mediu. Nu conțin substanțe nocive sau materii prime animale. Sunt fabricate din rășină pe bază de apă și nu conțin solvenți. În plus, este nevoie de o cantitate mică de apă și energie pentru a produce piele ecologică sau materiale sintetice certificate. În timpul producției de materie primă, în aer sunt emiși doar vapori de apă. Producția devine practic fără emisii, nepoluând astfel aerul sau solul.

Pentru accesorii precum pălării, eșarfe și genți cu etichete *PET Recycled Product* și *Recycled Product*, principala materie primă folosită este poliesterul reciclat. PET reciclat (rPET), este o fibră de poliester puternică, de înaltă calitate, realizată în întregime din sticle de plastic PET reciclate. Aceasta reduce producția de plastic nou prin transformarea plasticului vechi în plastic nou. În plus, o astfel de producție este mai puțin consumatoare de energie, iar în timpul procesului sunt reduse, de asemenea, emisiile de dioxid de carbon și consumul de apă. Sticla de plastic capătă, la rândul său, o „a doua viață”.

## 4.2. Inovații

Grupul CCC lucrează la o serie de inovații, care nu numai că sprijină producția, distribuția și vânzarea de încălțăminte, ci și optimizează utilizarea materiilor prime și producția de deșuri. Dezvoltarea și implementarea eficientă a soluțiilor inovatoare, în special sprijinul pentru deciziile comerciale și inovațiile de produs, consolidează avantajele de competență, îmbunătățesc eficacitatea deciziilor bazate nu numai pe cunoștințele de specialitate, ci și pe date analitice și pe tendințele actuale de vânzări și permit o reducere semnificativă a costurilor operaționale prin automatizarea și distribuirea declarațiilor și vizualizarea datelor.

Un rol cheie în cercetare și dezvoltare îl joacă Centrul de Cercetare și Dezvoltare al Grupului CCC, care este implicat în 4 domenii de cercetare:

- cercetare privind dezvoltarea ofertei de produse a Grupului CCC – dezvoltare către produse inovatoare cu accent deosebit pe personalizare,
- zona de cercetare neuromarketing – înțelegerea nevoilor clienților – showroom model (Centrul de inovare pentru clienți);
- Zona de cercetare analitică (CCC analytics),
- zona de cercetare pentru dezvoltarea tehnologiei de distribuție a produselor din rețeaua CCC.

Confirmarea eficacității acțiunilor Grupului CCC în acest domeniu este prezența sa în rândul a 14 companii reunite în Indexul Łukasiewicz INNOVATOR, care a debutat la Bursa de Valori din Varșovia în 2020. Indicele prezintă și promovează companiile listate pe Piața Principală WSE și pe NewConnect care își dezvoltă potențialul în cooperare cu sectorul științific polonez și se angajează în activități de cercetare și dezvoltare. Domeniile de cercetare includ înțelegerea nevoilor consumatorilor, distribuția și inovarea produselor.

În plus, organizația are un concurs „Innovation Action”, la care angajații CCC sunt invitați să își depună ideile de îmbunătățiri și optimizare a proceselor, care se vor transpune în proiecte și îmbunătățiri reale. Acțiunea de inovare încurajează soluții creative la toate problemele care apar în toate domeniile de activitate.

Tot timpul CCC Group își consolidează poziția pe piața FashionTech, implementând constant soluții tehnologice moderne, cum ar fi:

**1. Imprimanta 3D Stratasys Objet 260** este utilizată pentru prototiparea detaliată a soluțiilor de proiectare. De asemenea, este utilizată în proiectele Departamentului de Marketing și Visual Merchandising pentru a dezvolta prototipuri funcționale și structurale de decor și design interior pentru showroom, iar în proiectele Departamentului de Întreținere pentru a construi elemente funcționale specifice ale mașinilor cu un anumit grad de duritate, rezistență și precizie ridicată de reproducere.



**2. Robotul umanoid Pepper**, care acționează ca asistent de vânzări în magazinele eobuwie.pl selectate.

**3. Conceptul de magazin offline MODIVO** face posibilă comandarea unei dimensiuni sau culori diferite a articolului testat de client direct din cabina de probă în care se află. Un rol important îl joacă aici și concierge-ul care se ocupă de întreaga experiență de cumpărături și ajută la alegerea ținutei potrivite.

**4. CCC Express** este un serviciu de logistică inovator care permite clienților CCC din 37 de orașe din Polonia să-și primească achizițiile în 90 de minute de la momentul comenzii. CCC Express este un proiect ambițios pe piața poloneză care combină cumpărăturile online și offline și este un alt element în strategia Omnicanal introdusă și dezvoltată de CCC. Serviciul a fost creat ca răspuns la nevoile clienților în perioada de pandemie, dar, în același timp, răspunde așteptării tot mai mari ale acestora ca, comenzile online să fie procesate cât mai repede posibil.

**5. Dezvoltarea și introducerea de noutăți în aplicația mobilă CCC**, cum ar fi reproiectarea aplicației mobile, posibilitatea de a alege mărimea pantofilor pe baza scanării 3D din serviciul esize.me, conținut inspirațional pe ecranul de pornire al aplicației, realizat de stilști celebri, se traduce printr-un număr crescut de descărcări ale aplicației. În 2021, numărul descărcărilor a ajuns la 6 milioane.

## Concluzii

Ca o consecință a schimbărilor recente ale pieței la nivel mondial și Grupul CCC și-a redefinit misiunea și viziunea, dar și valorile cheie care stau la baza operațiunilor sale, precum și ambițiile și obiectivele de creștere a companiei în viitor.

Dezvoltarea strategiei de afaceri a fost precedată de câteva luni de diagnosticare a situației și analiză a mediului și operațiunilor Grupului care a permis stabilirea priorităților în acțiunile sale. Dezvoltarea durabilă este una dintre cele mai importante. Ca parte integrantă a Strategiei GO.25 „Totul la modă. Platformă omnicanal”, ea formează acum baza modelului său de afaceri, iar obiectivele din acest domeniu se numără printre cele șapte obiective strategice principale ale GO.25. Această poziționare provine din conștientizarea impactului activităților Grupului asupra mediului dar și responsabilitatea față de mediul înconjurător. Aceasta presupune stabilirea unor standarde pentru operațiuni sustenabile prin gestionarea cuprinzătoare a întregului lanț valoric.

## Bibliografie:

1. CCC Group, *Sustainability report of the CCC Capital Group for the fiscal year from February 1st 2021 to January 31st 2022*, disponibil online la: <https://corporate.ccc.eu/en/esg-reports>
2. <https://corporate.ccc.eu/en/company-history#timeline>
3. <https://corporate.ccc.eu/en/business-lines>
4. <https://corporate.ccc.eu/en/strategy>
5. <https://corporate.ccc.eu/en/financial-data>
6. <https://www.retail.ro/articole/stiri-si-noutati/retailerul-de-incaltaminte-si-accesorii-ccc-romania-deschide-primul-magazin-din-2022-la-colosseum-mall-6445.html>

## Turismul din Țara Hațegului

**Autor: Foszto (Drăgoi) Irina**

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

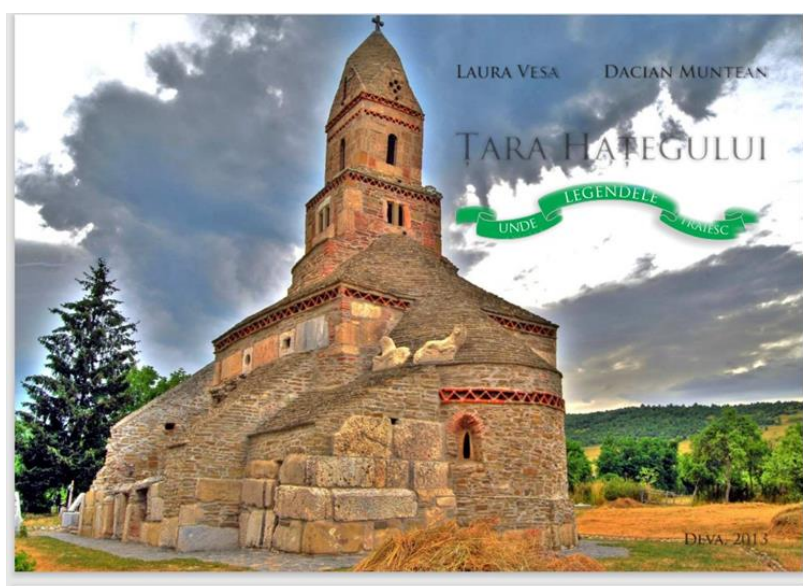
**Abstract:** Țara Hațegului is an area located in the western part of Romania, known for its traditions, gastronomy, spirituality, multiculturalism, history, unique places and the adventure it offers. The region is notable for its picturesque landscapes, medieval monasteries and churches, stone castles and fortresses, as well as national parks and nature reserves, which offer opportunities for adventure and relaxation. In this paper we want to describe the potential of the tourist area and describe the advantages of the location in one of the most beautiful regions of Romania.

### 1. Introducere

Țara Hațegului este una din cele mai frumoase zone ale României și cu siguranță cea mai bogată, în ceea ce privește diversitatea naturală și densitatea vestigiilor istorice. Ea este mărginit de trei mari parcuri Parcul Național Retezat - rezervație a biosferei, Parcul Natural Grădiștea Muncelului - Ciclovina și Parcul Național Domogled - Valea Cernei - parte a ultimei păduri virgine din Europa are protejată Natura 2000.

Mare parte a teritoriului Țării Hațegului reprezintă în sine un Parc Național respectiv Geoparcul Dinozaurilor.

Ca uriașă cetate, Țara Hațegului are trei părți - spre nord culoarul Streiului o leagă de Lunca largă a Mureșului spre Vest prin Poarta de Fier a Transilvaniei și Valea Bistrei se face legătura cu Banatul iar spre Sud prin pasul Merișor se trece spre Depresiunea Petroșani iar de aici prin pasul Surduc spre Oltenia



**Figura nr. 1.** Biserica Sfântul Ierarh Nicolae Densus

Sursa: <https://html.scribdassets.com/99cvt8dphc5fa18q/images/1-32c266cee5.jpg>

Pentru a ajunge în Țara Hațegului, poți opta pentru o călătorie cu mașina personală sau cu autobuzul din marile orașe din România. De asemenea, există și opțiuni de zbor către aeroporturile din apropiere. Punctele de interes includ mănăstirea Prislop, Castelul Corvinilor, Cetatea dacică Sarmizegetusa Regia, Parcul Național Retezat, Parcul Natural Grădiștea Muncelului-Cioclovina, Munții Șureanu și Parcul Național Domogled. În Țara Hațegului, există o varietate de activități pentru turiști, cum ar fi drumeții, tiroliană, escaladă, schi sau mountain bike, precum și posibilitatea de a vizita muzee și de a participa la evenimente culturale tradiționale. Tradițiile și obiceiurile din Țara Hațegului includ portul popular, meșteșugurile tradiționale, obiceiurile religioase și populare, precum și sărbătorile și festivalurile tradiționale.

Gastronomia zonei se remarcă prin preparatele tradiționale românești, precum ciorbele, sarmalele, micii, precum și prin deserturile și băuturile tradiționale, cum ar fi cozonacul, plăcinta cumere, palinca sau vinul.

Țara Hațegului este o regiune cu o istorie bogată, o cultură diversă și o gastronomie delicioasă, care oferă o experiență turistică autentică și memorabilă.

Este o regiune bogată în tradiții, gastronomie, spiritualitate, multiculturalism, istorie, locuri unice și aventură. Această zonă își datorează numele orașului Hațeg, care este considerat "poarta de intrare" în această regiune.

Țara Hațegului este o zonă pitorească din sud-vestul Transilvaniei, situată în județul Hunedoara. Regiunea este cunoscută pentru peisajele sale naturale deosebite, dar și pentru bogăția culturală și istorică, fiind locul unde au coexistat de-a lungul timpului diferite culturi și tradiții.

Zona este delimitată la est de Munții Retezat, la vest de Munții Poiana Ruscă, la nord de Munții Metaliferi și la sud de Depresiunea Bradului. Acești munți și depresiuni dau Țării Hațegului o diversitate a peisajelor naturale, de la pădurile dese și înalte la văile adânci și râurile curgătoare.

Această regiune se caracterizează prin peisaje montane spectaculoase, păduri dese, văi adânci și izvoare cristaline. Zona este cunoscută și pentru patrimoniul său cultural și istoric, dar și pentru tradițiile și obiceiurile sale vii. Odată ajunși în Țara Hațegului, turiștii pot explora o gamă variată de atracții turistice, care includ castele medievale, biserici fortificate, situri arheologice, rezervații naturale și muzeelor locale. Acestea oferă o privire în istoria și cultura acestei regiuni.

Zona este ușor accesibilă prin intermediul mai multor căi de transport. Cei care călătoresc cu mașina pot ajunge în Țara Hațegului prin intermediul drumurilor naționale DN66 și DN68. Există, de asemenea, conexiuni feroviare și autobuze regulate către principalele orașe din zonă.

În ceea ce privește gastronomia, Țara Hațegului este renumită pentru preparatele sale tradiționale, cum ar fi șnițelele de pui la ceaun, plăcintele cu brânză și ceapa, fripturile de miel și vită, dar și deserturile locale, cum ar fi clătitele cu dulceață de vișine.

În plus, zona este renumită și pentru bucătăria sa tradițională, care include preparate culinare precum "bulzul cu brânză", "ciorba de burtă" sau "păstrăvul la grătar".

## **2. Descrierea regiunii**

Țara Hațegului este o zonă cu o bogată istorie și cultură, începând cu perioada dacică și continuând cu timpurile medievale și moderne. Acest teritoriu a fost locuit încă din antichitate, fiind menționat în documente istorice încă din secolul al XIII-lea. În această zonă, s-au păstrat vestigiile unor importante așezări din perioada dacică, precum și numeroase fortificații și cetăți medievale.

Pe lângă bogata istorie și cultură, Țara Hațegului este recunoscută și pentru frumusețea sa naturală. Această zonă oferă o varietate de peisaje montane, păduri dese, pâraie cristaline și chei impresionante.

De asemenea, Țara Hațegului este cunoscută pentru biodiversitatea sa ridicată, fiind gazdă pentru numeroase specii de plante și animale rare și protejate. În această zonă se află Parcul Național Retezat, una dintre cele mai valoroase zone naturale din România, care adăpostește o mare diversitate de specii de plante și animale.

Țara Hațegului este o zonă deosebit de pitorească, bogată în istorie și cultură, cu o varietate de peisaje montane și o biodiversitate ridicată, fiind un loc ideal pentru cei care caută aventură și descoperire.

Clima din Țara Hațegului este temperat continentală, cu ierni reci și veri călduroase, caracterizate de o temperatură medie anuală de 10-12 grade Celsius. În timpul iernii, temperaturile scad adesea sub zero grade Celsius, iar în vara, temperaturile pot depăși 30 de grade Celsius.

Țara Hațegului se află într-o zonă apropiată celei montane, la poalele Carpaților Meridionali. Clima este de tip continental moderat, cu ierni reci și veri călduroase, iar precipitațiile sunt moderate, cu o medie anuală de aproximativ 800 de mm.

Relieful este variat, caracterizat de dealuri și munți, cu văi adânci și râuri care străbat zona, ca, Munții Retezat, Parâng și Șureanu, care se află la sud-vest, sud și sud-est de Țara Hațegului, iar dealurile și câmpiile, ce se întind pe direcția nord-vest-sud-est. Râurile care traversează această zonă sunt: -Mureșul, Streiul, și Râul Mare. Râul Strei, Râul Șes și Râul Cerna.

Țara Hațegului este cunoscută pentru frumusețea sa naturală și pentru numeroasele sale atracții naturale. Unul dintre cele mai cunoscute obiective turistice din zonă este Parcul Național Retezat. Retezat reprezintă unul dintre cele mai importante parcuri naționale din România. Aici, turiștii pot admira peisaje deosebite, lacuri glaciare, cascade și o varietate de plante și animale sălbatice.

O altă atracție naturală importantă aflată în apropierea zonei sunt Cheile Râmețului, ce este o arie protejată și situată în Munții Trascău, cu stânci abrupte și pajiști alpine, înconjurată de păduri de conifere și fag, care se întind pe o distanță de aproximativ 2 kilometri, oferă turiștilor priveliști spectaculoase ale stâncilor calcaroase, precum și posibilitatea de a face drumeții și plimbări în natură.

În Țara Hațegului se mai pot găsi și alte obiective turistice naturale, precum Cheile Corcoaiei, Cheile Sohodolului, Cheile Tăușoarelor sau Rezervația Naturală Prislop. Toate aceste locuri oferă turiștilor ocazia de a se bucura de frumusețea naturii și de a se conecta cu mediul înconjurător.

Țara Hațegului are și o varietate de atracții naturale, datorită reliefului montan și a vegetației diversificate. Unele dintre cele mai cunoscute și vizitate atracții naturale includ: Parcul Național Retezat: cu o suprafață de peste 38.000 de hectare, acesta este unul dintre cele mai importante parcuri naționale din România și găzduiește peste 80 de vârfuri montane, lacuri glaciare, cascade și păduri virgine. Cascada PISOAIA: situată în apropierea munților Apuseni, este una dintre cele mai impresionante cascade din apropierea zonei Țara Hațegului, cu o cădere de apă de aproximativ 45 de metri. Platoul carstic de la Râpa Roșie este un alt obiectiv turistic apropiat zonei Hațegului: o zonă protejată, caracterizată de formațiuni carstice și pereți verticali de piatră roșie. În zona montană se pot găsi păduri de foioase și conifere, precum și zone cu pajiști și culturi agricole.

### **3. Amplasamentul geografic**

Țara Hațegului poate fi accesată cu ușurință din mai multe direcții, fie cu mașina, fie cu fie cu transportul în comun. Cele mai comune rute sunt: Dinspre Timișoara: se poate ajunge pe autostrada A1 până la Lugoj, apoi pe DN68 până la Caransebeș, DN6 până la Hațeg, și apoi pe DJ687 până în Țara Hațegului.

Dinspre București: se poate ajunge pe autostrada A1 până la Sibiu, apoi pe DN7 până la Sebeș, DN1 până la Alba Iulia, DN74 până la Deva, DN7 până la Hațeg, și apoi pe DJ687 până în Țara Hațegului.

Dinspre Cluj-Napoca: se poate ajunge pe autostrada A3 până la Turda, apoi pe DN14 până la Alba Iulia, DN74 până la Deva, DN7 până la Hațeg, și apoi pe DJ687 până în Țara Hațegului. Există, de asemenea, și opțiuni de transport în comun, cum ar fi trenul sau autobuzul.

#### **4. Puncte de interes**

În Țara Hațegului există multe puncte de interes, atât naturale, cât și culturale, care merită vizitate. Printre cele mai importante atât din Țara Hațegului cât și din apropiere putem aminti:

- Munții Retezat: cu o suprafață de aproximativ 38.000 ha, aceștia sunt printre cei mai spectaculoși și mai cunoscuți munți din România, cu vârfuri înalte de peste 2.000 m și numeroase lacuri glaciare. Munții Retezat fac parte din Parcul Național Retezat, declarat arie protejată în 1935.

- Geoparcul Dinozaurilor - Țara Hațegului - este o zonă de interes geologic și paleontologic. Acesta a fost declarat geoparc în anul 2005 și a fost inclus în rețeaua globală de geoparcuri UNESCO în 2015. În această zonă, cercetătorii au descoperit o serie de fosile de dinozauri care au trăit aici cu aproximativ 70 de milioane de ani în urmă, în Cretacicul târziu. Printre acestea se numără mai multe specii de dinozauri erbivori și carnivori, precum și alte animale preistorice. O caracteristică interesantă a Geoparcului Dinozaurilor – Țara Hațegului, este faptul că aici a avut loc o extincție masivă a dinozaurilor, care a coincis cu sfârșitul Cretacicului. Geoparcul Dinozaurilor din Țara Hațegului reprezintă o comoară științifică și culturală importantă, care merită să fie explorată și cunoscută de către toți cei interesați de istoria Pământului și a vieții de pe acesta.

- Munții Țarcu: situați la nord-vest de Munții Retezat, sunt o continuare naturală a acestora. Sunt caracterizați de vârfuri înalte și abrupte, văi adânci și păduri de conifere.

- Cheile Râmeților: chei spectaculoase care se întind pe o distanță de aproximativ 3 km în zona Râmeț. Acestea sunt considerate una dintre cele mai frumoase chei din omânia.

- Cetatea dacică Sarmizegetusa Regia: situată pe vârful unui munte, această cetate a fost capitala regatului dac condus de regele Decebal. Cetatea a fost declarată sit arheologic și este inclusă în patrimoniul UNESCO.

- Parcul Natural Național Grădina Zmeilor, care găzduiește o populație de bizoni. Este o destinație populară pentru turiști care doresc să vadă aceste animale impresionante în habitatul lor natural. Pe lângă bizoni, parcul mai găzduiește și alte specii de animale sălbatice, precum căprioare, ursuleți, lupi și jderi, iar peisajele montane sunt deosebit de frumoase.

- Mănăstirea Prislop: una dintre cele mai cunoscute mănăstiri din România, situată la poalele Munților Retezat. Aceasta este cunoscută ca locul unde a trăit și a fost înmormântat părintele Arsenie Boca, un cunoscut duhovnic și pictor de icoane.

- Peștera Scărișoara: una dintre cele mai cunoscute și mai spectaculoase peșteri din România, situată în apropierea satului Scărișoara. Este cunoscută pentru ghețarul său, unul dintre cele mai mari din Europa, care se află în interiorul peșterii.

- Cascada Clocota: situată în Munții Țarcu, aceasta este una dintre cele mai înalte cascade din România, cu o cădere de apă de aproximativ 40 m.

- Muzeul Civilizației Dacice și Romane Deva: situat în orașul Deva, acest muzeu găzduiește o colecție bogată de artefacte care ilustrează istoria dacilor și romanilor în această zonă.

Acestea sunt doar câteva dintre punctele de interes din Țara Hațegului, care merită cu siguranță vizitate și descoperite.

#### **5. Activități turistice**

În Țara Hațegului există multe activități interesante pe care le poți face, în funcție de preferințele tale. Iată câteva dintre ele:

Vizitează Castelul Corvinilor - este una dintre cele mai frumoase și mai bine păstrate castele din Europa. A fost construit în secolul al XV-lea și găzduiește o colecție impresionantă de mobilier

și artă medievală.

Încearcă traseele turistice din Munții Retezat - munții din apropierea Țării Hațegului sunt recunoscuți pentru peisajele lor spectaculoase și pentru varietatea lor de trasee de drumeție.



**Figura nr. 2.** Imagine sugestivă din Țara Hațegului

Sursa: <https://html.scribdassets.com/99cvt8dphc5fa18q/images/50-b0ec4fd1f8.jpg>

Vizitează Mănăstirea Prislop - este una dintre cele mai importante mănăstiri din România, cu o istorie de peste 400 de ani. Este renumită pentru moaștele Sfântului Arhanghel Mihail, care atrag mii de pelerini în fiecare an.

Participă la festivalurile tradiționale - Țara Hațegului este cunoscută pentru tradițiile sale autentice și pentru evenimentele culturale care se desfășoară în fiecare an. Printre cele mai importante festivaluri se numără Târgul de Fete de pe Muntele Găina și Festivalul de Datini și Obiceiuri de Iarnă de la Geoagiu.

Cunoașterea tradițiilor și obiceiurilor locale - puteți experimenta tradițiile autentice ale zonei, cum ar fi obiceiurile de Crăciun sau de Paști, prin vizitarea satelor tradiționale din zonă sau participarea la evenimente speciale.

Plimbări pe munte și drumeții, ciclism și mountain biking, sporturi de apă, cursuri de gătit și degustări, participare la festivaluri și evenimente culturale.

Încântă-ți papilele gustative cu specialitățile gastronomice locale - Țara Hațegului este cunoscută pentru preparatele sale tradiționale, precum micii de Hațeg, jumării, plăcinta cu brânză și salata de vinete. Poți savura aceste delicii la restaurantele locale sau la târgurile și festivalurile gastronomice.

Drumeții și hiking: Zonele montane și pădurile din Țara Hațegului sunt ideale pentru drumeții și hiking, fiind un mod excelent de a explora frumusețile naturii. Poti face o drumeție la Cascada lui Ciuch sau urca pe Munții Retezat și Poiana Ruscă, unde vei putea admira flora și fauna locală.

Ciclism: Datorită terenului variat și peisajelor frumoase, Țara Hațegului este perfectă pentru ciclism. Există o mulțime de trasee marcate în zonele montane și în zonele mai joase, care trec prin sate pitorești și păduri.

Excursii culturale și istorice: Țara Hațegului este plină de istorie și cultură, oferind oportunități de explorare a patrimoniului cultural local. Poți vizita siturile istorice precum Cetatea dacică Sarmizegetusa Regia, Mănăstirea Prislop sau Cetatea Colț.

Vizitarea muzeelor și galeriilor: În Țara Hațegului există numeroase muzee și galerii, cum ar fi Muzeul Civilizației Dacice și Romane Deva, Muzeul Civilizației Populare Tradiționale și Galeria de Artă Emil Sigerus.

Aventuri extreme: Pentru cei mai aventuroși, Țara Hațegului oferă activități extreme, cum ar fi parcuri de aventură, rafting, canyoning și zbor cu parapanta.

Participarea la festivaluri și evenimente locale: În Țara Hațegului au loc numeroase festivaluri și evenimente culturale și tradiționale în timpul anului, precum Festivalul Bizonilor sau Festivalul Berii și Muzicii.

Relaxare și wellness: Poți opta pentru o relaxare într-unul dintre centrele spa și de wellness din zonă, cum ar fi Băile Herculane sau Geoagiu Băi.

## **6. Tradițiile și obiceiurile din Țara Hațegului**

Tradițiile și obiceiurile din Țara Hațegului reflectă diversitatea culturală a zonei și sunt influențate de istoria și geografia sa. Unele dintre cele mai importante tradiții și obiceiuri din zonă sunt:

Împărțitul colacilor: Un obicei specific românesc, care se păstrează și în Țara Hațegului, este împărțitul colacilor. Acesta se face la ocazii speciale, cum ar fi nunți sau înmormântări, și constă în împărțirea colacilor de pâine către toți cei prezenți, în semn de bunăvoință și ospitalitate.

Portul popular: Țara Hațegului are o tradiție bogată în ceea ce privește portul popular. Bărbații poartă costume tradiționale cu influențe din zona Transilvaniei, iar femeile poartă costume specifice zonei.

Obiceiuri de iarnă: În Țara Hațegului există numeroase obiceiuri și tradiții legate de iarnă, cum ar fi colindatul, Sorcova sau Steaua.

Meșteșugurile populare: Țara Hațegului are o istorie bogată în ceea ce privește meșteșugurile populare, cum ar fi olăritul, tâmplăria, prelucrarea lemnului sau confecționarea de covoare și țesături.

Muzica populară: Muzica populară tradițională este o componentă importantă a culturii din Țara Hațegului. Aceasta este reprezentată de diferite instrumente muzicale, cum ar fi fluierul, tambalul sau vioara.

Festivaluri și sărbători locale: În Țara Hațegului au loc numeroase festivaluri și sărbători locale, cum ar fi Festivalul Internațional de Folclor din Hațeg sau Festivalul Muzicii Populare de la Ohaba.

Aceste tradiții și obiceiuri sunt păstrate și transmise din generație în generație, reprezentând un important patrimoniu cultural al zonei Țara Hațegului.

## **7. Gastronomia zonei**

Gastronomia zonei Țara Hațegului este caracterizată de preparate tradiționale românești și influențe ale bucătăriei sârbești și ungurești. Printre cele mai cunoscute preparate se numără: Pârjoalele hățegane, o variantă a chiftelelor tradiționale românești, preparate din carne de porc, ceapă, ouă, pâine și mirodenii;

Mai putem aminti jumările, bucățele de slănină rumenite la foc mic și servite cu pâine și ceapă; Virsli - sunt cârnați subțiri, uscați, uneori afumați și fierți, foarte populari în Țara Hațegului. Sunt preparați din carne de porc sau vită, condimentată cu usturoi și alte mirodenii; Zacuscă, o pastă de legume (ardei, vinete, ceapă, roșii) foarte aromată, servită de obicei pe pâine sau ca garnitură; Varza călită, un fel de mâncare tradițional românesc preparat din varză călită cu ceapă și mirodenii; Ciorba de perișoare, o ciorbă tradițională românească preparată din carne tocată de porc sau vită, ouă, pesmet și mirodenii, servită cu smântână; Sarmalele, un fel de mâncare tradițional românesc preparat din foi de varză umplute cu un amestec de carne tocată, orez, ceapă și mirodenii;



Papricaș de pui sau de porc, un fel de mâncare ungurească foarte popular în zona Țara Hațegului; Gulașul sârbesc, un fel de mâncare picantă din carne de vită sau porc, gătit cu ceapă, ardei și paprika; Sloiul de oaie este un fel de mâncare tradițional românesc și face parte din gastronomia specifică zonei Țării Hațegului. Este o mâncare gustoasă și sățioasă, care păstrează tradițiile și cultura culinară a zonei.



**Figura nr. 3.** Mâncăruri tradiționale din Țara Hațegului

Sursa: <https://html.scribdassets.com/99cvt8dphc5fa18q/images/27-7b7e23224b.jpg>

Băutura tradițională din zonă este vinars - țuica, un distilat obținut din fructe fermentate, precum prunele sau perele. Alte băuturi populare sunt vinul de casă și berea locală.

Aceste preparate tradiționale sunt foarte populare în Țara Hațegului și sunt o parte importantă a gastronomiei locale. Ele reflectă tradițiile și cultura zonei, fiind preparate cu ingrediente locale și cu multă pasiune și pricepere culinară.

## 8. Concluzii

Țara Hațegului este o destinație turistică unică și fascinantă din România, o zonă cu un patrimoniu istoric și natural bogat, deosebit de frumoasă și diversă, care oferă o mulțime de oportunități pentru cei care doresc să se bucure de natură, istorie, cultură, tradiții și gastronomie. Cei care vizitează această zonă pot explora rezervații naturale, cum ar fi Rezervația naturală de zimbri, Parcul Național Retezat și Cheile Râmețului, sau pot vizita obiective turistice istorice importante, cum ar fi Cetatea Colt, Mănăstirea Prislop și Muzeul Civilizației Dacice și Romane din Deva. De asemenea, turiștii pot participa la evenimente culturale locale, cum ar fi Festivalul "Plai" din Hațeg sau „Serbările Cetății" din Deva.

Printre cele mai importante atracții turistice din zonă se numără Geoparcul Dinozaurilor, Rezervația Naturală Cheile Râmețului, Mănăstirea Prislop, Peștera Urșilor și Castelul Corvinilor.

Geoparcul Dinozaurilor din Țara Hațegului este unul dintre cele mai importante obiective turistice din zonă, datorită valorii sale științifice și culturale. Aici, vizitatorii pot afla mai multe



despre istoria evoluției și a vieții pe Pământ, precum și despre dinozaurii și alte animale preistorice care au trăit în această zonă acum mai bine de 70 de milioane de ani.

Pe lângă patrimoniul său natural, Țara Hațegului are și o importanță culturală semnificativă, fiind locul unde s-au dezvoltat civilizații importante din Epoca de Piatră până în prezent. În plus, zonele rurale din jurul Țării Hațegului oferă turiștilor oportunități excelente pentru a cunoaște tradițiile și obiceiurile autentice ale locuitorilor din zonă.

Gastronomia zonei este la fel de diversă și interesantă ca și celelalte aspecte ale regiunii. Turiștii pot savura preparate tradiționale delicioase, cum ar fi "balmosul cu brânză", "bulzul cu brânză și afumătură" sau "ciorba de burtă", dar pot încerca și alte feluri de mâncare locale și preparate din ingrediente proaspete și de calitate, precum sarmalele de porc și urzicile, ciulama de pui cu smântână și mămăliguță.

În plus, evenimentele culturale locale, cum ar fi Festivalul de Film de la Hunedoara și Festivalul Berii de la Hațeg, oferă ocazii unice de a experimenta tradițiile și obiceiurile zonei. În concluzie, Țara Hațegului este o destinație turistică de neratat pentru cei care doresc să descopere istoria, cultura și frumusețea naturală a Transilvaniei.

În concluzie, Țara Hațegului este o destinație turistică ideală, deoarece pot merge în drumeții și escaladări în munții Retezat. pentru cei care caută o experiență autentică într-un mediu natural deosebit de frumos, cu o istorie și cultură bogată și cu o gastronomie delicioasă.

Turismul în Țara Hațegului are un potențial enorm și poate fi dezvoltat într-un mod sustenabil, pentru a promova și proteja patrimoniul natural și cultural al zonei. Turismul poate aduce beneficii economice și sociale semnificative pentru comunitățile locale, precum și pentru dezvoltarea regională.

### **Bibliografie:**

1. Gheorghe Bodea (1989) *Bucătăria tradițională românească*, Editura Sport-Turism
2. Ionuț Oprea (2012) *Ghid de călătorie: Țara Hațegului*, Editura Polirom
3. Teodor Vasile (2013) *Tradiții și obiceiuri din Țara Hațegului*, Editura Vestala
4. <http://www.primariahateg.ro/>
5. <http://www.rezervatiazimbri.ro/>
6. <http://www.turismhateg.ro/>
7. <https://html.scribdassets.com/99cvt8dphc5fa18q/images/1-32c266cee5.jpg>
8. <https://html.scribdassets.com/99cvt8dphc5fa18q/images/27-7b7e23224b.jpg>
9. <https://html.scribdassets.com/99cvt8dphc5fa18q/images/50-b0ec4fd1f8.jpg>
10. <https://www.mcd.devatour.ro/>

## Social-media ca mijloc de e-comunicare

**Autor: Ignat (Livezan ) Paulina Doinița**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** The rapid expansion of the Internet and social platforms, has moved the communication activity of organizations, in an overwhelming proportion, to the online environment.*

*Social media has changed the way organizations communicate, both internally and externally, and can be considered a space that facilitates communication between citizens and authorities, or a place where problems can be discussed or opinions can be shared in a much higher degree of conventional means of communication .*

*We can already say that we are witnessing the unfolding of a broad revolution in communication, a transformation that affects companies, organizations, but equally public institutions, where the consumer/citizen has become a communicator.*

### 1. Conceptul de E-comunicare

Odată cu extinderea rapidă a Internetului și a platformelor sociale, activitatea de comunicare a organizațiilor a trecut, într-o proporție covârșitoare, în mediul online. Tradiționalul, staticul și pasivul site nu mai este suficient pentru publicurile organizațiilor. Chiar de la începutul secolului al XXI-lea, rețelele sociale devin tot mai populare. Noile platforme de comunicare ies în evidență prin noile valențe ale conținutului generat de utilizatori, prin modul accesibil și ușor de utilizat, dar și prin interoperabilitate.

Social media a transformat modul de interacțiune și comunicare la nivel mondial. Site-urile rețelelor sociale au devenit foarte populare și prezente, în viața de zi cu zi, pentru un număr foarte mare de oameni. Ele au creat deja un impact semnificativ la nivelul vieții individuale, devenind o componentă a existenței cotidiene. Rețelele sociale au devenit parte a strategiilor de comunicare și de poziționare a organizațiilor care urmăresc atingerea unor obiective în acest sens. Extinderea constantă a rețelelor sociale creează un impact tot mai mare asupra organizațiilor, social media devenind, pe zi ce trece, un mijloc de informare, dar și un mediu de construire și confruntare a opiniilor. Rețelele sociale deschid noi perspective de business, de comunicare, de creare a unei noi poziții în mediul public, sau de modificări ale comportamentului consumatorilor.

Faptul că noile mijloace de informare în masă permit cetățenilor, angajaților și consumatorilor să fie mai bine informați, să aibă o comunicare mai directă și să participe la luarea deciziilor în instituții ar trebui, în principiu, să consolideze democrația. Pe de altă parte, deoarece tehnologia este susceptibilă de a controla de sus, democrația ar putea fi amenințată.

Societatea participativă a mileniului nostru este o societate a publicurilor interconectate - networked publics, în care conceptele cheie ce infrastructurează funcționarea economică și socio-culturală sunt reprezentate de internetcentrism, inteligență colectivă, peer production.

Georgeta Drulă (2014) oferă, în plus, și o explicație a transformării modului de comunicare în acest context: „Social media schimbă paradigmele de comunicare, pentru că noi actori sunt implicați în procesul de producție, iar comunicarea este îndreptată către procesele de conectare.” Antonio Momoc (2014), subliniază însă faptul că transformarea modului de comunicare nu înseamnă înlocuirea modului tradițional de comunicare, ci o completare a acestuia. „Participarea expresivă online nu a anihilat activitățile tradiționale offline, participarea expresivă on-line poate arăta un alt mod de a participa, având în vedere că nu implică costuri mari sau eforturi din partea cetățenilor”.

Implicarea activă a utilizatorilor în crearea, distribuirea și aprecierea conținutului sunt condiții primordiale pentru definirea strategiilor de comunicare prin intermediul rețelelor sociale. Pe lângă necesitatea stabilirii comunicării de la egal la egal, organizațiile luptă să facă față fluxului tehnologic și mass-media emergente.

## **2. Tipuri de instrumente pentru E-comunicare**

### ***2.1. Social Media ca mijloc de E-comunicare. Concepte și caracteristici de funcționare***

Creșterea conectivității în societatea rețelei are atât caracteristici sociale, cât și tehnologice, schimbarea socială fiind extinderea pe scară largă a relațiilor sociale în societatea modernă, cu un număr tot mai mare de legături slabe și puternice pe distanțe mari, în timp ce mutațiile tehnologice sunt reprezentate de îmbunătățirea transportului, creșterea numărului și a ariei de acoperire a mass-media și explozia utilizării telefoniei și a e-mailului. Principala consecință a acestor relații din ce în ce mai directe este crearea unei lumi conectate care devine mai organizată, mai unitară și mai coerentă. Atât tehnologia, cât și noile modele de comunicare au determinat un viraj progresiv spre noi paradigme, care evidențiază puncte de vedere ale diverselor publicuri, favorizând astfel noi modalități de gestionare a relațiilor, axate pe valorile social media.

Social media a schimbat modul de comunicare al organizațiilor, atât în plan intern cât și în plan extern. De la începuturile social media, organizațiile au fost într-un mediu de formare la locul de muncă, de învățare pentru a naviga în peisajul în schimbare al tehnologiei și al comunicării strategice, practicienii de relații publice fiind printre primii care au adoptat tehnologiile social media și le-au utilizat în scopul atingerii obiectivelor organizaționale. Înțelegerea rolului social media într-un sistem deschis de relații publice poate ajuta practicienii să identifice funcții care pot contribui la o abordare sistemică deschisă a relațiilor publice și, în cele din urmă, la supraviețuirea unei organizații.

Prin prezența lor pe Internet, oamenii învață să comunice, mai repede și mai bine, preocupările lor personale și profesionale, tradițiile și obiceiurile fiind într-o permanentă schimbare: sunt stabilite „comunități virtuale“, bazate pe beneficii comune sau sunt facilitate contactul și colaborarea între organizații; se creează contacte cu mai multe persoane - în mod individual sau în grupuri - într-un mod ușor și pot fi dezvoltate noi canale de colaborare; accesul la informații se face în mod diferit, fiind important că acestea sunt primite rapid, în diferite forme și din mai multe surse.

Rețelele sociale au schimbat natura comunicării cotidiene, oferind o platformă atât pentru indivizi, cât și pentru organizații, pentru a se angaja într-un dialog dinamic, sincronizat și multidimensional care reprezintă voci variate. Printre cele mai importante moduri în care organizațiile angajează social media pentru a-și îndeplini misiunea sunt incluse: comunicațiile interne și de management, promovarea responsabilității sociale a organizațiilor, comunicarea de criză, relațiile publice și construirea comunităților de brand și a loialității față de marcă. Social media pot îndeplini mai multe funcții pentru sistemul de relații organizație - public, iar cunoașterea acestor funcții îi poate permite sistemului să se adapteze mediului său extern, ceea ce poate contribui în final la supraviețuirea organizației. Organizațiile pot beneficia de participarea publicului la acest nou mediu. De exemplu, comentariile utilizatorilor pot contribui la dezvoltarea de produse prin sugestii, opinii și preferințe care pot avea puterea de a depăși produsul/dezvoltarea în modelele tradiționale.

Social media pot fi considerate un spațiu care facilitează comunicarea între cetățeni și politicieni, autorități, sau un loc în care pot fi discutate probleme sau pot fi împărtășite opinii într-un grad mult mai ridicat față de mijloacele de comunicare convenționale. Cu alte cuvinte, social media ar putea deveni o arenă importantă pentru a dezbate probleme publice, un spațiu în care vocea publicului poate fi „auzită”, iar oamenii politici și autoritățile pot să se prezinte într-un mod transparent. Social media reprezintă, de asemenea, un spațiu în care politicienii informează și mobilizează alegătorii, în vederea creșterii șanselor electorale în mod direct. Social media nu sunt doar site-uri de informare sau site-uri de acțiune, ci și una și cealaltă, pe scurt platforme de schimb

de informații și legături de comunicare directă. Dezvoltarea domeniului Web 2.0 a generat servicii publice precum site-uri sociale, bloguri, partajare de conținut în cadrul comunităților virtuale, și chiar o pleiadă de lumi virtuale, care contribuie la dezvoltarea continuă a domeniului. Spațiul social media a devenit omniprezent datorită fiabilității, stabilității și caracterului instantaneu și joacă un rol esențial în strategiile de comunicare. Social media permit organizațiilor să distribuie informații, idei, opinii și să comunice online cu publicurile curente și potențiale. Utilizatorii social media diferă în multe privințe, iar din acest motiv, scopurile pentru care folosesc social media sunt, de asemenea, diferite. Unii utilizează rețelele sociale pentru a comunica cu alte persoane, alții pentru divertisment, iar alții pentru a-și exprima ideile și opiniile politice, activitatea pe rețelele sociale având loc „într-un spațiu analog unui mall și nu într-unul asociat noțiunii romantice de Agora sau chiar spațiului intim al unui domiciliu sau club social.”

Social media oferă membrilor organizației canale de comunicare pentru a face schimb de informații între ei și cu diferite părți interesate, și, de asemenea, în epoca mass-media globalizată, social media oferă organizațiilor comunicare dialogică și un forum ideal pentru a ajunge la audiențe transnaționale. În același timp, social media reprezintă, pentru organizații, un instrument interactiv și participativ, integrat perfect în cadrul comunicării strategice, care permite acestora să devină sisteme de învățare socială pe plan intern și extern. Strategiile de comunicare în mediul online axate pe cinci principii fundamentale -informare, conectivitate, participare, mobilizare, interactivitate - au fost discutate de cercetători străini din domeniul comunicării organizaționale dar și de cercetători români.

Informarea. În ultimii ani cercetătorii au criticat comunicarea pe website datorită caracterului unidirecțional, considerând că prezența actorilor în spațiul online are ca obiectiv, pe termen lung, mai degrabă dezvoltarea de relații decât prezentarea de conținut într-o formă sau alta. În special site-urile politicianilor au fost criticate pentru neajunsul de a funcționa doar sub forma unui canal de comunicare unidirecțională, conceput parcă pentru a informa și a convinge vizitatorii site-ului cu privire la politicile lor. Informarea este, așadar, văzută ca o funcție cheie, în concordanță cu comunicarea tip Web 1.0, prin intermediul căreia pot fi furnizate informații care pot sprijini organizațiile să își atingă scopurile. În privința informării în mediul online, așteptările nu vizează reducerea cantității de informații, având în vedere tendința de a furniza, dimpotrivă un volum foarte mare (big data, megadonnees), ci prezentarea lor într-o manieră cât mai atractivă și ușor de asimilat.

Conectivitatea, care, la origine este un termen de hardware, se referă la capacitățile socio-tehnice ale platformelor de comunicare online de a conecta un conținut la activitățile utilizatorilor și agenților de publicitate. Mai precis, platforma de comunicare mediază întotdeauna activitățile utilizatorilor și definește modul în care se formează conexiunile, chiar și în cazul în care utilizatorii pot exercita o influență considerabilă asupra conținutului. Conectivitatea pune accentul, în egală măsură, pe formarea reciprocă a utilizatorilor, a platformelor și, în general, a mediilor online performante și poate fi văzută ca o strategie avansată de conectare utilizatori- conținut, utilizatori-utilizatori, platforme de comunicare-utilizatori, și platforme- platforme.

Participarea face referire la caracteristicile care îi încurajează pe vizitatori să participe la o serie de interacțiuni, inclusiv vizionarea de conținut, prin accesarea link-urilor, schimbul de informații și promovarea unor legături prin intermediul rețelelor sociale, iar Web 2.0 introduce diferențe semnificative în înțelegerea acestor termeni. Participarea poate fi legată de noțiunea de adeziune și implică unele caracteristici care fac din site un instrument experiențial, atractiv și valoros. Site-urile au devenit din ce în ce mai avansate tehnologic tocmai pentru a deveni mai atractive pentru vizitatori. Diverse elemente audiovizuale, cum ar fi clipurile video, imaginile, sunetele și muzica, grafica și animația, pot fi prezentate pentru a oferi mai mult divertisment, chiar dacă acestea pot acționa și ca un mod de distragere a atenției de la conținut.

Mobilizarea presupune participarea activă a utilizatorilor, în calitate de activiști sau de susținători la acțiuni precum strângere de fonduri, manifestații sportive sau politice, susținerea diverselor inițiative și propuneri. Mobilizarea este o funcție cheie, în special în cazul site-urilor

politice, unde mobilizarea este direct proporțională cu dimensiunea partidului, experiența și ideologia acestuia.

Interactivitatea este un concept plasat în centrul discuțiilor legate de aplicațiile Web 2.0. Conceptul a fost definit de O'Reilly, în 2005, ca fiind „arhitectura participării”. Elementele interactive pot fi definite ca elementele care permit vizitatorilor să interacționeze cu gazda sau cu alți vizitatori. Dacă în era Web 1.0 au existat elemente reduse de interactivitate, era Web 2.0 oferă o experiență mai bogată pentru vizitatori și potențează conversația între gazdă și vizitator, precum și între vizitatori, astfel încât ideile și opiniile pot fi discutate în mod direct prin bloguri, forumuri și site-uri de rețele sociale. O'Reilly (2005) descrie Web 2.0 prin menționarea a șase tendințe: programe care devin platforme, conștientizarea liderilor, date din interior, integrarea conținutului utilizatorilor, condiții omniprezente și dinamice, motoare de căutare independente. În acest sens, social media, în comparație cu aplicații web anterioare permit o creație de masă rapidă și schimbul interactiv de conținut generat de utilizator.

În societatea contemporană, diferitele roluri sociale tind să convergă în diferite spații sociale, granițele dintre viața publică și viața privată, precum și dintre locul de muncă și acasă, devenind neclare. Acest lucru înseamnă că social media precum Facebook sunt spații sociale în care rolurile tind să se apropie și să devină integrate în profile unice. Interesul privind studiul utilizării rețelelor sociale, manifestat pe scară largă, se datorează, în primul rând, noutății, dar și impactului și gradului rapid de extindere a unor rețele și bloguri precum Facebook, Twitter, rețele care tind să schimbe modul de interacțiune socială. Tot mai multe organizații devin conștiente de faptul că rețelele sociale reprezintă un canal de comunicare foarte important, ba chiar unul pe cale să devină esențial. Un studiu efectuat de Alexandra-Petronela Grigore (Isbășoiu) (2015) a relevat faptul că „peste 60% din timpul alocat prezenței online de către utilizatorii de Internet este dedicat rețelelor sociale, pentru un segment important dintre aceștia timpul alocat prezenței online fiind sinonim cu timpul petrecut pe Facebook”.

## **Concluzii**

În anul 2023 putem deja să afirmăm că suntem martorii desfășurării unei ample revoluții în comunicare, o transformare care afectează companiile, organizațiile, dar, în egală măsură, și instituțiile publice, unde consumatorul/cetățeanul a devenit comunicator. Fiecare cetățean deținător al unui cont de Facebook sau de Twitter poate interpela o instituție sau o companie, în mod public, adresând întrebări, formulând critici sau solicitând explicații, impunând o modificare radicală a modului de comunicare a organizațiilor. „Abordarea unidirecțională de genul noi vorbim, iar tu, consumatorul, ascultă, nu mai funcționează”, ceea ce impune o nouă abordare a comunicării, bazată pe elemente de interactivitate, adică acele elemente care „permit vizitatorilor să interacționeze într-un fel cu gazda sau alți vizitatori”.

Utilizarea tehnologiilor avansate în domeniul digital, transformă organizațiile, atât publice cât și private, în organizații de tip 2.0, ale căror principii sunt deschiderea, colaborarea, distribuția și acțiunea globală. Rolul și funcțiile rețelelor sociale au fost explicate prin intermediul corelației: cunoaștere, comunicare, cooperare. O primă teorie, a integrării sociale consideră că rețelele sociale permit convergența celor trei elemente, cunoaștere, comunicare și cooperare, printr-un proces de integrare socială, ceea ce înseamnă, de exemplu că, pe Facebook, o persoană poate să creeze conținut multimedia pe care îl publică, astfel încât alte persoane să poată comenta, să manipuleze conținutul nou și să-l remixeze, apărând un material nou, cu mai mulți autori. O altă teorie, a integrării rolurilor (ibidem), consideră că social media, precum Facebook se bazează pe crearea de profiluri personale, care descriu diferite roluri ale unei ființe umane.

În privința schimbărilor sociale există câteva avantaje clare ale comunicării prin intermediul rețelelor sociale. Diferite roluri și activități sociale tind să convergă, de exemplu, spre situația în care un loc de muncă este același cu un loc de joacă. Procesul de comunicare combină rețeaua multimedia cu procesele sociale din jurul acesteia.

Integrarea diferitelor forme de socializare și roluri sociale presupune existența unei multitudini de funcții, de care rețelele sociale deja dispun. Pe lângă integrarea reușită în spațiul social media, organizațiile ar trebui să evite următoarele pericole: absența unei planificări strategice adecvate; utilizarea similară a tuturor platformelor (prin dublarea conținuturilor); alegerea unor instrumente neadecvate unei clientele specifice; crearea de conținuturi axate, în principal, pe propria organizație, fără intenția de partajare sau colaborare cu alte organizații. Chiar dacă viitorul social media în funcționarea organizațiilor și extinderea relațiilor publice este o realitate indiscutabilă, cercetătorii nu uită să menționeze importanța retoricii, naratiunii, gândirii și comunicării strategice în rezolvarea chestiunilor esențiale ale societății. Viitorul social media este reprezentat de conceperea lor ca instrumente capabile să rezolve probleme și să mobilizeze publicurile în probleme importante (“The future of social media and public relations is a future of stepping past the technologies as marketing and advertising tools and embracing them as tools capable of solving problems and engaging publics in real- world issues”).

### **Bibliografie:**

1. Avery, E.; Lariscy, R.; Sweetser, K. D. 2010. „Social media shared - or divergent - uses? A coorientation analysis of public relations practitioners and journalists”. *International Journal of Strategic Communication*
2. Balaban, D.C.; Iancu, I.; Meza, R. 2009. *PR, publicitate și new-media*. București, Editura Tritonic
3. Boyd D.; Crawford K. 2012. „Critical questions for big data”. *Information, Communication & Society*
4. Brabham D.C. 2015. „Studying normal, everyday social media”. *Social media + society, Manifesto: 1-2*. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/2056305115580484>
5. Castells, M. 2020. *The Rise of the Network Society: Volume I, 2nd edition*
6. Coman, C.; Păun, M. 2010. „The image of the public institutions and new technologies”. *Romanian Journal Of Journalism & Communication*.
7. Cmeciu, C.; Cmeciu D., 2014. „Web 2.0 communication and stakeholder engagement strategies: how Romanian public organizations use Facebook”, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*
8. Drulă, G. 2014. *New media - Trends and challenges*. București: Editura Tritonic,
9. Gauntlett, D. 2021. *Making is Connecting: The Social Meaning of Creativity, from DIY and Knitting to Web 2.*
10. Gibson, R.; Ward, S. 2020. „An outsider’s medium: The European elections and UK party competition on the Internet”. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*
11. Giurgiu, L.; Bârsan, G. 2008. „The Prosumer - Core and consequence of the Web 2.0 era”. *Journal of Social Informatics*
12. Hallahan, K.; Holtzhausen, D.; van Ruler, B.; Vercic, D.; Sriramesh, K. 2017. „Defining Strategic Communication”. *International Journal of Strategic Communication*
13. Isbășoiu, Alexandra-Petronela. 2015. „Consumption exposure on Facebook: What do we share in the online environment?”. *Journal of Media Research*
14. Kent, M. L. 2013. „Using social media dialogically: Public relations role in reviving democracy”. *Public Relations Review*
15. Linke, A.; Zerfass A. 2013. „Social Media Governance: Regulatory frameworks for communications”
16. Momoc, A. 2014. „Social Networks - Public Space or Political Tool? Voters and Candidates on Facebook during the Elections for the European Parliament”. *Ten Years of Facebook, Proceedings of the Third International Conference on Argumentation and Rhetoric Oradea, România, 4-6 September 2014*. Editori: Gizela Horvat, Rozalia Klara Bako, Eva Biro-Kaszas

15. Nadaraja, R.; Yazdanifard, R. 2013. „Social media marketing: Advantages and disadvantages”
16. O’Reilly, T. 2005. What Is Web 2.0 Disonibilă online la adresa <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>
17. Papacharissi, Zizi. 2019. „The Virtual Geographies of Social Networks: A comparative analysis of Facebook, LinkedIn and AsmallWorld.

## Investițiile străine în România

**Autori: Mangu Antonia-Mirela, Grigoroiu Elena-Iuliana, Gavrilesco Natalia-Iuliana**  
**Coordonator: Prof. univ. Țircă Diana Mihaela**  
**Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu**

***Abstract:** In this paper we will study about foreign investments in Romania, about the net flow of investments, the structure of the flow, the distribution of the solid and types of investments. We will take all these in turn and discuss each one separately. We talk exactly in which years foreign investments were made in Romania, what this country faced, but also how they helped the development of activities. We also find out in which areas it has been invested exactly. Finally, we will conclude with the types of foreign direct investments, which are classified according to the destination of the investment in certain categories that we will list.*

### 1. Fluxul net de investiții străine directe

În anul 2021, fluxul net de investiții străine directe (ISD) a continuat trendul pozitiv înregistrat în ultima parte a anului 2020. Deși starea de alertă impusă de autorități ca urmare a persistenței pandemiei cu virusul SARS-COV-2 a continuat pe parcursul întregului an, investitorii străini s-au adaptat noilor condiții economice, deblocând proiectele de investiții suspendate la începutul anului 2020, ca răspuns la blocajul economic apărut în dezvoltarea activității din România au fost realizate atât sub forma profitului reinvestit, în situația în care societățile rezidente au înregistrat profit în anul 2021, cât și sub forma aportului la capital și a împrumuturilor intragrup.

Fluxul net de ISD a înregistrat nivelul de 8940 milioane euro în anul 2021, de aproximativ trei ori mai mare față de anul precedent, evoluția indicatorului fiind similar valorii înregistrate la nivelul economiilor dezvoltate, potrivit Conferinței Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare (UNCTAD). Această valoare reprezintă, de altfel, a doua cea mai mare valoare a fluxului net de ISD înregistrată în România, după cea din anul 2008 (9 210 milioane euro)

### 2. Structura fluxului net de ISD

În structură, fluxul net de ISD a înregistrat următoarele valori:

- Participațiile la capitalurile proprii ale investitorilor străini direcți în întreprinderile cu investiție străină directă din România (întreprinderi ISD), în valoare de 6 747 milioane euro. Participațiile la capitalurile proprii sunt formate din aportul la capitalurile întreprinderilor ISD, în valoare de 2 165 milioane euro, la care se adaugă profitul reinvestit în sumă de 4 582 milioane euro.
- Instrumentele de natura datoriei în relația cu investitorii străini direcți și companiile din cadrul grupului acestora, având valoarea de 2 194 milioane euro. Analiza în evoluția a componentelor fluxului net de ISD relevă următoarele:
  - Profitul reinvestit a avut o evoluție ascendentă în ultimii 10 ani; de la valori negative înregistrate în primii trei ani ai intervalului analizat, indicatorul a înregistrat valori pozitive începând cu anul 2015 (+510 milioane euro), ajungând la 4 582 milioane euro în anul 2021, în creștere cu 52 % față de 2020. Analiza seriilor de date relevă, pe de o parte, faptul că întreprinderile ISD și-au consolidat activitatea, înregistrând an de an profituri, consistente, iar de altă parte, că așionarii investesc în



continuare în dezvoltarea acestor societăți, având încredere în economia României, percepută ca un mediu propice pentru afaceri;

- Instrumentele de natura datoriei, care au caracterul cel mai volatil dintre elementele de flux, au avut o contribuție fluctuantă la creșterea fluxului net de ISD. Astfel, valorile pozitive din primii 2 ani ai intervalului analizat au alternat cu valori negative în anii următori, această succesiune continuând până în anul 2021 când a fost înregistrată valoarea maximă din intervalul analizat (2 194 milioane euro), după ce în anul anterior s-a înregistrat cea mai mare valoare negativă (-994 milioane euro);
- Aportul la capitalurile proprii a avut valoarea cea mai mică dintre cele trei componente principale ale fluxului net de ISD. Evoluția descendentă aferentă acestui indicator este strâns corelată cu dinamica profitului reinvestit. Astfel, pe măsură ce profitul reinvestit în întreprinderile ISD a crescut, valoarea aportului la capital a scăzut, întrucât nevoia de finanțare a investițiilor străine a fost satisfăcută, în principal de profitul nedistribuit către acționari sub forma dividendelor. Totodată, scăderea aportului la capital este și consecința faptului că, în ultimo 10 ani, pierderile înregistrate de societățile ISD sunt în scădere continuă, nemaifiind necesară acoperirea lor prin aport de capital nou, dar și rezultatul unui volum scăzut al investițiilor Greenfield realizate de investitorii care intră pentru prima dată pe piața din România.

### 3. Fluxul net de ISD detaliat pe domenii de activitate

Fluxul net de ISD în anul 2021 a fost direcționat preponderant spre domeniile:

- Intermedieri financiare și asigurări (3 065 milioane euro)
- Industrie (2 572 milioane euro) și comerț (1 732 milioane euro)
- În cadrul industriei, majoritatea investițiilor străine s-au realizat în industria prelucrătoare (2 531 milioane euro)
- Principalele activități beneficiare de investiții străine directe fiind sectoarele metalurgice (584 milioane euro), prelucrare țigăi, produse chimice, cauciuc și mase plastice (520 milioane euro), mijloace de transport (450 milioane euro) și fabricarea calculatoarelor, altor produse electronice, optice și electrice (332 milioane euro).

### 4. Repartizarea soldului ISD pe principalele activități economice

Din punct de vedere al orientării pe activități economice, 38,9% din soldul total al ISD este localizat în industrie, cu precădere în industria prelucrătoare (30% din soldul total ISD). Alte activități economice care au atras investiții străine directe semnificative sunt construcții și tranzacții imobiliare (reprezentând 17,4% din soldul total ISD), comerț (17,2%) și intermedieri financiare și asigurări (13,5%). Evoluția soldului ISD pe principalele sectoare de activitate evidențiază următoarele:

- Comparativ cu anul 2020, soldul ISD a înregistrat creșteri importante în sectoarele industrie (3 318 milioane euro, +9,3%), intermedieri financiare și asigurări (2 834 milioane euro, +26,4%), construcții și tranzacții imobiliare (2 082 milioane euro, +13,6%) și comerț (1 582 milioane euro, +10,1%);
- Ponderea soldului ISD din industrie în total sold ISD s-a diminuat și în anul 2021 (-0,4 puncte procentuale), datorită creșterii semnificative a investițiilor străine în alte domenii, în special în comerț, construcții și tranzacții imobiliare și intermedieri financiare și asigurări;

- Ponderea soldului ISD din sectorul non-tradables<sup>9</sup>, în totalul soldului ISD a crescut în perioada analizată de la 40,1%, la 49,3%, determinând, în consecință diminuarea cotei sectorului tradables<sup>10</sup>.

## **5. Tipuri de investiții străine directe**

Investițiile noi într-o societate pot fi clasificate, în funcție de destinația investiției, în următoarele categorii:

- Investiții pentru înființarea unei întreprinderi noi, denumite investiții greenfield;
- Investiții pentru achiziția sau fuziunea cu o întreprindere rezidentă existent;
- Investiții în dezvoltarea unei întreprinderi, prin aport nou de capital;
- Investiții pentru restructurarea unei întreprinderi, ale cărei produse sau servicii nu mai sunt competitive, întreprinderea respectivă înregistrând pierderi.

Cunoașterea în structură a valorii investițiilor străine directe în funcție de tipul investiției oferă posibilitatea indentificării impactului acestora asupra economiei rezidente.

## **Concluzii**

Contribuția ISD în creșterea și dezvoltarea economică a României pe parcursul ultimilor ani este de necontestat, prin aportul adus la dezvoltarea tehnologică, creșterea exporturilor, importurilor de know-how.

România a captat interesul investitorilor străini, care au realizat investiții noi (Greenfield), oferind locuri de muncă, susținând consumul și dezvoltând capacitatea de producție. În plus, interesul pe termen lung în susținerea economiei românești, este dovedit prin concentrarea investițiilor în industrie. De altfel, România este țara cu cel mai mare stoc de ISD investit în industrie din cele cinci țări analizate în 2012, an pentru care sunt disponibile ultimele date comparative.

Recunoaștem că efectele ISD sunt cu atât mai dificil de măsurat cu precizie pe cât de dificil este să ne imaginăm un scenariu care să arate evoluția economică a României în lipsa investițiilor străine. Cu toate acestea, considerăm că ISD prezente în România până în acest moment au avut o contribuție esențială la creșterea și dezvoltarea economică și că multiplicarea eforturilor de atragere a acestora și de creare a unui mediu de afaceri favorabil este justificat pentru amplificarea efectelor pozitive pe care capitalul străin le poate avea în economia României.

## **Bibliografie:**

1. Ahmed, A., Jones, C., Temouri, Y. – „The relationship between MNE tax haven use and FDI into developing economies characterized by capital flight“, *Transnational Corporations Journal*, Vol. 27 No. 2, 2020, pp. 1-30
2. Bankman, J., Kane, M., Sykes, A. – „Collecting the rent: The Global battle to capture MNE profits“, *Tax Law Review*, Vol. 72, 2018, pp. 197-247
3. Bos, J. W. B., Stam, E. – „Gazelles and industry growth: a study of young high-growth firms in The Netherlands“, *Industrial and Corporate Change*, Vol. 23 No. 1, 2014, pp. 145-169
4. Carucci, R. – “Midsize companies should not confuse growth with scaling”, *Harvard Business Review*, Vol. 94 No. 4, 2016, pp. 1-5
5. Casella, B. – „Looking through conduit FDI in search of ultimate investors – a probabilistic approach“, *Transnational Corporations Journal*, Vol. 26 No. 1, 2019, pp. 109-146
6. Du, J., Temouri, Y. – „High-growth firms and productivity: evidence from the United Kingdom“, *Small Business Economics*, Vol. 44 No. 1, 2015, pp. 123-143

7. Fondul Monetar Internațional Manualul Balanța de Plăți și Poziția Investițională Internațională, ediția a VI-a, 2009, disponibil la adresa: <http://www.imf.org/external/>
8. Fric, U., Rončević, B., Uršič, E. D. – „Role of computer software tools in industrial symbiotic networks and the examination of sociocultural factors“, *Environmental Progress & Sustainable Energy*, Vol. 39 No. 2, 2020, e13364
9. IMF Committee on Balance of Payments – „Ultimate investing economy/ultimate host economy and pass-through funds“
10. Makarovič, M., Šušteršič, J., Rončević, B. – „Is Europe 2020 set to fail? The cultural political economy of the EU grand strategies“, *European Planning Studies*, Vol. 22 No. 3

## Caracteristici actuale ale pieței imobiliare

**Autor: Miclea Veronica Oana**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The real estate market refers to transactions through which ownership or use rights are granted over houses and land, the transaction price depending on the interaction between demand and supply. Also, this market is influenced by various factors, such as economic, social, psychological. This paper aims to address with some specific aspects of this market in the current period.*

### 1. Piața imobiliară – definiție și caracteristici

Pornind de la definiția generală a pieței, putem defini piața imobiliară ca fiind ansamblul tranzacțiilor imobiliare dintre persoane fizice sau juridice, ce se desfășoară într-un anumit spațiu, în cadrul căruia se confruntă cererea cu oferta imobiliară, se formează prețurile, au loc negocieri și acte de vânzare-cumpărare, în condiții de concurență. În sens restrâns, piața imobiliară este acea piață care reunește toate tranzacțiile ce implică transferul de proprietate asupra terenurilor și imobilelor.

Principalele caracteristici ale pieței imobiliare pot fi sintetizate astfel:

- *Durabilitatea.* Imobilul, prin definiție, este durabil. O clădire poate exista timp de decenii sau chiar secole, iar pământul este indestructibil prin esența sa. În general, aproximativ 90% din ofertă constă în stocul caselor existente, în timp ce numai 10% reprezintă fluxul noilor dezvoltări;
- *Eterogenitatea.* Fiecare bun imobiliar este unic, atât ca și locație, specificul clădirii cât și în termeni de finanțare. Această caracteristică face dificilă stabilirea prețului, crează asimetrie de informații și restricții de substituibilitate. Pentru a putea depăși această problemă economiștii definesc oferta în termeni de *unități de servicii imobiliare*, adică, orice unitate fizică care poate fi divizată în serviciile pe care le furnizează. Piața imobiliară poate fi divizată în segmente – rezidențial, comercial și industrial. De asemenea, mai poate fi divizată în subcategorii, ca de exemplu – imobile destinate recreerii, imobile generatoare de venituri, zone istorice, zone protejate etc.;
- *Costuri de tranzacție ridicate.* Cumpărarea și/sau mutarea într-o casă costă mult mai mult decât majoritatea altor tipuri de tranzacții. Aceste costuri includ costurile de căutare, taxele imobiliare, costurile de mutare, taxele notariale, taxele de transfer, taxele de înregistrare a contractului;
- *Mari întârzieri.* Procesul de ajustare a pieței poate fi subiectul unor întârzieri, datorită duratei de timp necesară atât finanțării, design-ului și construirii noii oferte, cât și datorită ratei scăzute de modificare a cererii. Datorită acestor decalaje de timp există o mare probabilitate de dezechilibrare a pieței pe termen scurt. Astfel, mecanismele de ajustare pe piața imobiliară tind să fie încete și relative la alte piețe mai fluide;
- *Bunul imobiliar este atât un bun de investiție, cât și un bun de consum.* Un bun imobiliar poate fi cumpărat cu scopul obținerii unui venit (bun de investiție), cu intenția de a-l utiliza în folos propriu (bun de consum), sau, chiar cu ambele intenții. Aceste funcții ale bunului imobiliar pot fi separate (participanții pe piață se concentrează asupra unei singure funcții) sau pot fi combinate (de exemplu, în situația persoanelor care locuiesc în casă, dar care o și închiriază parțial în același timp);

- **Imobilitatea.** Pe piața imobiliară, consumatorii sunt cei care vin la produs, iar din această cauză nu putem vorbi de un spațiu fizic pentru piață. De exemplu, dacă există preferința de a locui în zone suburbane, oamenii sunt cei care trebuie să se mute în zone suburbane, evident, fiind imposibil să-și mute casa în suburbii;
- **Rigiditatea structurală a prețurilor.** Constatările experților au demonstrat faptul că, în cadrul ciclurilor financiare, evoluțiile ascendente ale prețurilor nu sunt compensate prin evoluții descendente similare ca amploare. De fapt, prețurile activelor imobiliare, și în special cele ale locuințelor, scad destul de rar în termeni nominali, și acest fenomen se petrece, mai ales, în cazul unei deteriorări importante a mediului economic general. Asimetria evoluțiilor prețurilor este explicată parțial de refuzul vânzătorilor de a participa la piață în situațiile de scădere a prețurilor, aceștia având suficient timp de așteptare pentru un nou val de creșteri datorită costurilor relativ reduse de gestionare a activelor imobiliare. Dorința de retragere de pe piață a vânzătorilor este stimulată și de proporția pe care o au bunurile imobiliare în averea totală a unei familii obișnuite.

Pe piața imobiliară pot fi întâlnite preponderent trei tipuri de operațiuni: speculația, investiția pe termen lung, investiția pe termen scurt. Pe lângă elementele investiționale/speculative ale pieței imobiliare, terenurile și clădirile prezintă și caracteristicile unui bun de consum. Mai precis, există trei tipuri de motivații comune care stau la baza vânzărilor sau cumpărărilor de imobile: dorința de a deține un spațiu de locuit sau pentru alte scopuri de utilitate personală, dorința de a obține profit și dorința de a obține un venit fix în urma închirierii imobilului.

## 2. Factori de influență ai pieței imobiliare

Piața imobiliară este influențată de o serie de factori care o deosebesc de celelalte piețe pe care se vând bunuri și servicii, astfel:

*Factori de natură psihologică:*

- când piața imobiliară este în creștere, multe familii care dețin proprietăți percep locuințele drept principalul mijloc de sporire a averii. Aceasta se datorează în primul rând faptului că, pentru marea majoritate a populației, locuința reprezintă principalul activ deținut;
- impulsul psihologic al persoanelor care nu dețin locuințe de a efectua astfel de achiziții în perioadele de creșteri susținute ale prețurilor. Aceste persoane, denumite în limbajul de specialitate „*first-time buyers*”, percep o presiune suplimentară atunci când pe piață au loc creșteri masive de prețuri care sunt interpretate drept *costuri implicite*. Această situație este specifică, mai ales, în țările cu o rată ridicată a deținătorilor de locuințe;
- Un alt element psihologic, cu implicații semnificative asupra evoluției pieței imobiliare, este reprezentat de așa-numitul „efect de înzestrare”. Acest efect se referă la faptul că oamenii consideră mai valoros un bun asupra căruia dețin drepturi de proprietate decât un bun similar/identificat de altă persoană. Practic, pe piața rezidențială, oamenii nu sunt dispuși să plătească pentru a obține o locuință decât un preț mai mic decât cel pe care l-ar cere pentru locuința respectivă din poziția de vânzător. Datorită impactului major pe care îl au tranzacțiile imobiliare asupra averii personale a oamenilor, „efectul de înzestrare” este resimțit mai puternic pe această piață și poate reprezenta o explicație plauzibilă pentru diversele ineficiențe constatate în funcționarea mecanismelor ei.

*Factori de natură economică:*

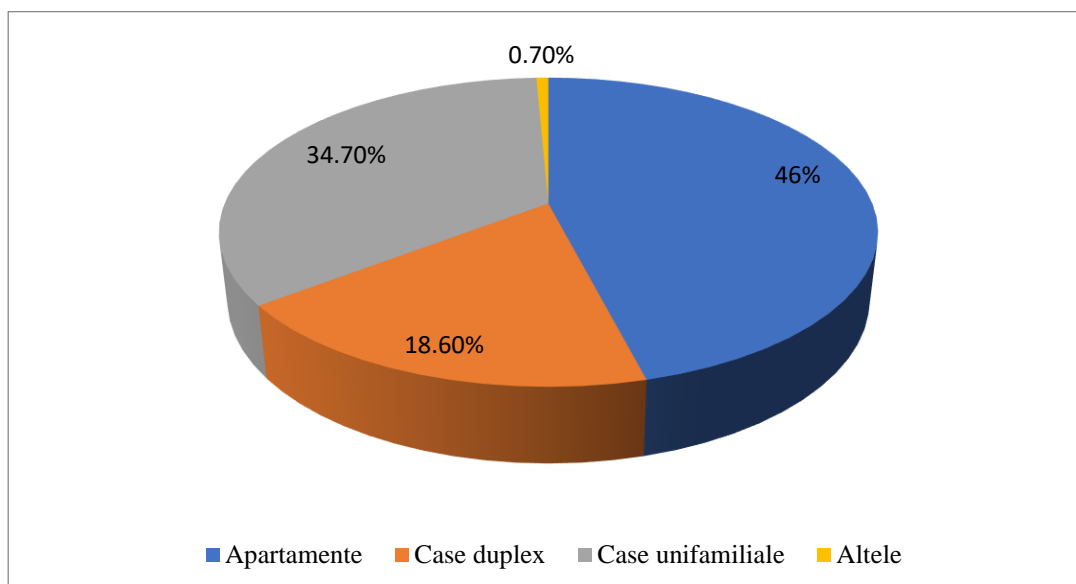
- Piața imobiliară este influențată în principal de mecanismul cererii și ofertei, care, în general, presupune că atunci când oferta este mai mare decât cererea, prețurile scad, iar când oferta este în scădere, prețurile cresc. Dar, prețurile pot crește și indirect din cauza crizei forței de muncă din construcții sau a scumpirii materialelor de construcție, de exemplu. Orice factor intern care împiedică piața locuințelor să se dezvolte, are un impact indirect asupra cererii și ofertei de locuințe, respectiv asupra prețurilor la imobiliare;

- Dobânzile la credite reprezintă un alt factor important care influențează piața imobiliară. Cu cât dobânda e mai scăzută, cu atât oamenii sunt mai predispuși să achiziționeze locuințe noi. Costul mic al creditelor, respectiv al dobânzilor, încurajează creșterea cererii de imobiliare. Însă, în perioadele de criză economică primele afectate sunt piețele financiare, iar primul semn este creșterea dobânzilor, iar în cazul creditelor imobiliare, al indicelui ROBOR și al IRCC - baza de calcul pentru dobânzile practicate de băncile comerciale. Această creștere duce, în cele din urmă, la o diminuare a cererii de finanțare. Ca un exemplu, în cazul României, dacă în trimestrul 1 al anului 2021, IRCC a avut valoarea de 1,25%, în trimestrul 4 al anului 2022 acesta a ajuns la 5,98% - o creștere spectaculoasă care a determinat creșterea semnificativă a costurilor creditelor imobiliare și, ca atare o scădere a cererii pe acest segment;
- Un alt factor care afectează piața imobiliară este starea generală a economiei; în perioade de recesiune, cererea pe piața imobiliară tinde să scadă, urmând ca în perioade de avânt economic sau boom economic cererea să aibă o tendință de creștere;
- Diverse facilități sau programe oferite de stat care pot stimula sau încetini piața imobiliară, cum este, de exemplu, programul Noua Casă care ar putea impulsiona mai ales categoriile de persoane cu venituri medii.

### 3. Repere ale pieței imobiliare la nivelul Uniunii Europene

Multe dintre statele membre ale Uniunii Europene se confruntă cu unele provocări, cum sunt: reînnoirea fondului de locuințe; planificarea și diminuarea expansiunii urbane; promovarea de politici de întraajutorare a tinerilor și a grupurilor defavorizate să pătrundă pe piața imobiliară; promovarea creșterii eficienței energetice în rândul proprietarilor de locuințe.

La ora actuală, din punctul de vedere al tipului de locuință, conform datelor Eurostat, aproape jumătate din populația Uniunii Europene locuiește în apartamente, aproximativ o cincime în case duplex și peste o treime în case unifamiliale.



**Figura 1. Distribuția populației pe tipuri de locuință**

Sursa: [Eurostat](#)

Din punct de vedere al **regimului de ocupare a locuinței**, un sfert din populația țărilor Uniunii Europene locuia într-o locuință proprietate personală grevată de un credit ipotecar sau un alt

tip de credit, în timp ce peste două cincimi din populație locuia în locuințe proprietate personală care nu erau grevate de niciun credit ipotecar sau de vreun alt tip de credit. Prin urmare, 7 din 10 persoane (70,0 %) din țările Uniunii Europene locuiau în locuințe proprietate personală, în timp ce aproximativ o cincime locuia în locuințe închiriate la prețul pieței și aproape o zecime (9,3 %) erau chiriași în spații de locuit cu chirie redusă sau în folosință gratuită.

Conform datelor Eurostat, peste jumătate din populația din fiecare stat membru al UE locuia în locuințe proprietate personală, procentele variind între 51,4 % în Germania și 96,4 % în România.

În ceea ce privește **calitatea** locuințelor, unul dintre aspectele fundamentale luate în considerare este disponibilitatea unui spațiu suficient. Un indicator relevant în acest caz îl reprezintă **rata de supraaglomerare**. Rata de supraaglomerare este definită ca fiind procentul populației care trăiește într-o locuință supraaglomerată, iar o persoană este considerată că trăiește într-o casă supraaglomerată, dacă aceasta nu are la dispoziție un număr minim de camere egal cu o cameră per cuplu în gospodărie, o cameră pentru fiecare persoană în vârstă de 18 ani.

Conform Eurostat, România este țara cu rata cea mai mare de supraaglomerare a locuințelor din Uniunea Europeană (46,3%), urmată de Letonia și Croația.

#### 4. Piața imobiliară din România

Piața imobiliară cunoaște în această perioadă o stagnare relativă a prețurilor medii ale locuințelor, respectiv o stagnare a activității de creditare imobiliară, pe fondul creșterii accentuate a dobânzilor la creditele imobiliare în ultimele 12 luni.

Pe piața rezidențială, se văd semne de reticență și din partea dezvoltatorilor: datele Institutului Național de Statistică arată că, în perioada 1 ianuarie – 28 februarie 2023, s-au eliberat 4650 autorizații de construire pentru clădiri rezidențiale, în scădere cu 23,7% față de aceeași perioadă a anului trecut.

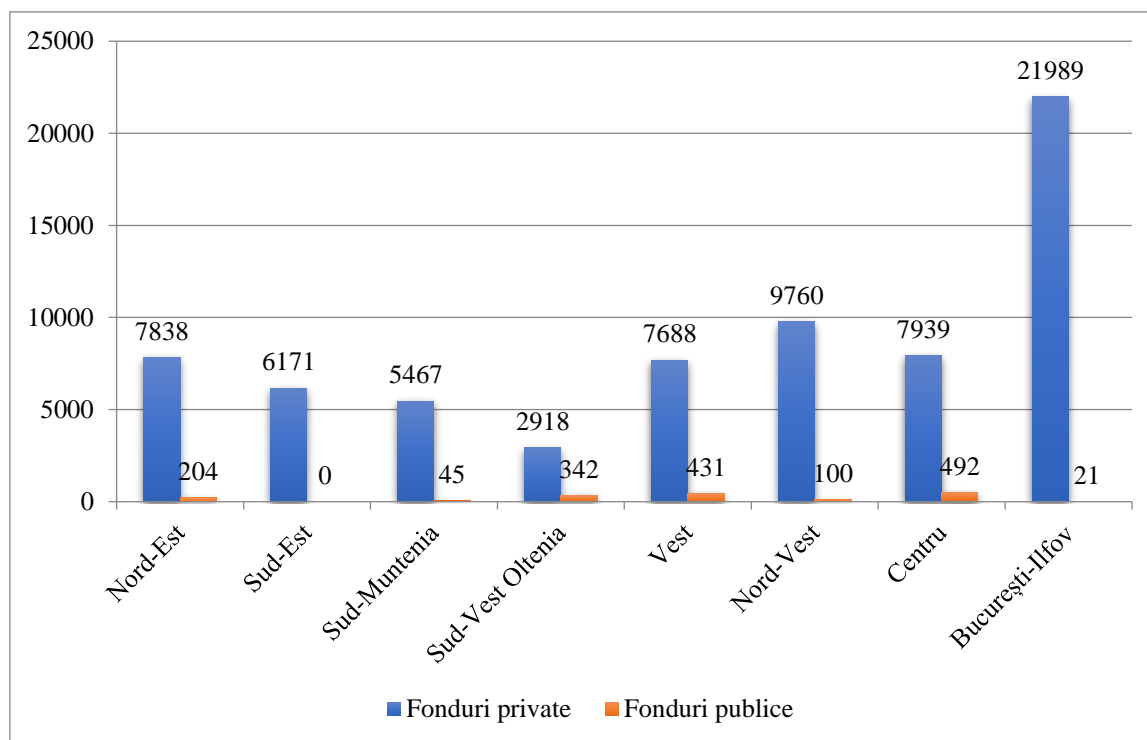
Cele mai multe locuințe au fost construite în județele: București (13344 locuințe), Ilfov (8666), Timiș (6340), Cluj (4675), Iași (3389), Constanța (3305) și Brașov (2986). În următoarele județe au fost construite cele mai puține locuințe: Caraș - Severin (143 locuințe), Teleorman (164), Tulcea (173), Covasna (217), Mehedinți (241), Călărași (271), Harghita (286) și Gorj (289).

În mediul urban, dezvoltarea fondului de locuințe finalizate se face preponderent pe verticală, prin cuprinderea de locuințe noi situate în clădiri cu mai multe etaje, în timp ce în mediul rural, este prezentă cu predilecție dezvoltarea pe orizontală.

Pe medii de rezidență, analiza construcției de locuințe noi pune în evidență o creștere a numărului de locuințe în mediul urban (59,5%), din care majoritatea covârșitoare o dețin cele finanțate din fonduri private (96,3%).

Din fonduri private, cele mai multe locuințe realizate au fost date în folosință în regiunile de dezvoltare: București – Ilfov (31,5%), Nord – Vest (14,0%), Centru (11,4%), Nord – Est (11,2%) și Vest (11,0%). Cele mai puține locuințe construite din fonduri private au fost înregistrate în regiunile de dezvoltare: Sud - Est (8,9%), Sud – Muntenia (7,8%) și Sud - Vest Oltenia (4,2%).

Cele mai multe locuințe realizate din fonduri publice au fost date în folosință în următoarele regiuni de dezvoltare: Centru (30,1%), Vest (26,4%), Sud-Vest Oltenia (20,9%) și Nord - Est (12,5%). Cele mai puține locuințe construite din fonduri publice au fost realizate în următoarele regiuni de dezvoltare: Nord – Vest (6,1%), Sud - Muntenia (2,7%) și București – Ilfov (1,3%). Nu s-au construit locuințe, din fonduri publice în anul 2021, în regiunea de dezvoltare Sud-Est.



**Figura 2. Locuințe finalizate, pe regiuni de dezvoltare și surse de finanțare, în anul 2021**

*Sursa: INS*

- Piața imobiliară din România poate fi caracterizată de următoarele aspecte:
- ✓ scăderea cererii de locuințe pe fondul creșterii costurilor de creditare și neactualizarea veniturilor cu inflația a solicitanților de credit. Prin urmare, încadrarea solicitanților în cerințele băncilor devine mai restrictivă;
  - ✓ încetinirea numărului de tranzacții până când vor apărea semnalele necesare revenirii volumelor de tranzacționare anterioare, respectiv reducerea inflației și, implicit, a incertitudinii, și tendințele de stagnare și chiar reducere a costurilor de finanțare;
  - ✓ pe de altă parte cererea pentru locuințe de calitate ar putea să ducă și la prețuri mai mari pentru apartamentele bine amplasate și bine construite;
  - ✓ achizițiile de locuințe în valoare de până în 140.000 euro vor fi susținute de programul Noua Casă, care continuă și în 2023;
  - ✓ există încă cerere susținută pentru locuințe aflate în zone centrale sau cele cu spațiu verde, sau alte amenajări pentru lucrul de acasă;
  - ✓ pe fondul unei oferte de clădiri noi nu foarte generoasă, a creșterii prețurilor la materialele de construcție și a costului cu forța de muncă din construcții este de așteptat ca prețurile de vânzare să nu scadă semnificativ;
  - ✓ pe parcursul anului 2022, prețul mediu de vânzare al apartamentelor din țară a crescut cu 5,59% pe an, la 1.682 euro pe metru pătrat (mp), o decelerare bruscă față de o creștere anuală de 16,19% în 2021. În general, toate orașele mari din țară au înregistrat o scădere a creșterii prețurilor proprietăților în 2022 (București, Brașov, Cluj, Constanța, Timișoara);
  - ✓ număr redus al locuințelor sociale și problematica categoriilor de persoane vulnerabile cu acces redus la o locuință și la locuire de calitate (tineri cu sau fără propria lor familie, tineri care părăsesc sistemul de protecție a copilului, persoane care trăiesc în locuințe inadecvate raportat la o serie de standarde minimale și în vecinătăți / comunități care nu oferă infrastructura minimală pentru o locuire decentă.



**Bibliografie:**

1. Consiliul Concurenței, *Raport de investigație pentru analizarea pieței imobiliare și a serviciilor conexe tranzacțiilor imobiliare*, Octombrie 2009
2. <https://emsolutions.ro/wp-content/uploads/2019/01/Studii-de-piata-in-domeniul-imobiliar.pdf>
3. [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Housing\\_statistics/ro&oldid=498760#Tip\\_de\\_locuin.C8.9B.C4.83](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Archive:Housing_statistics/ro&oldid=498760#Tip_de_locuin.C8.9B.C4.83)
4. <https://www.zf.ro/eveniment/eurostat-romania-tara-cu-cea-mai-mare-rata-de-supraaglomerare-a-locuintelor-din-ue-17251982>
5. <https://www.blitz.ro/blog/cei-5-factori-care-influenteaza-piata-imobiliara-pe-timp-de-pace-si-razboi/>
6. <https://www.cursbnr.ro/ircc>
7. <https://www.globalpropertyguide.com/Europe/Romania/Price-History>
8. <https://economedia.ro/grafic-stagnare-pe-piata-imobiliara-din-romania-cercetatori-in-economie-tendinta-de-crestere-din-ultimii-10-ani-pare-sa-ajunga-pe-un-platou.html#.ZEtgBFVByUk>
9. [https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/fondul\\_de\\_locuinte\\_2021.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/fondul_de_locuinte_2021.pdf)

## Șomajul în România

**Autor: Munteanu Ana-Maria**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Unemployment appears to be an imbalance in the national labor market, as a meeting point between global supply and demand work. Unemployment is influenced by demographic features, social-economic and cultural developments leading its evolution in time. Their knowledge is important to establish mechanisms to balance supply and demand on the labor market. This paper proposes to conduct an analysis of the specifics of unemployment in Romania.*

### 1. Conceptul de șomaj

Șomajul este unul din fenomenele negative care se manifestă cu mare intensitate în perioada de tranziție. Este un fenomen inerent, întâlnit în orice economie, în țara noastră, în contextul transformărilor pe care le-a implicat reforma, proporțiile șomajului au atins cote ridicate.

Șomajul este termenul folosit în cazul lipsei ocupației plătite (locurilor de muncă) pentru forțele apte și calificate corespunzător pentru muncă. New Palgrave Dictionary Of Economics definește șomajul a fi "procentul de indivizi din forța de muncă (care este suma celor care muncesc sau caută de muncă) care nu au un loc de muncă (dar caută unul)." <sup>1</sup>

Din ansamblul factorilor de producție, individul cu forța sa de muncă ocupă cel mai important loc. De aici, necesitatea folosirii depline și eficiente a acestei resurse.

Ocuparea forței de muncă în activitățile economico - sociale de piață reflectă modul cum funcționează piața muncii, într-o economie de piață, la un moment dat. Raportul dintre cererea și oferta de forță de muncă determină cele două stări opuse ale pieței muncii - ocuparea forței de muncă și șomajul. Deși creșterea economică reprezintă obiectivul economic principal al unei națiuni, atunci când economia intră în recesiune, șomajul devine o sursă de îngrijorare. Problematika ocupării și șomajului constituie o latură importantă a echilibrului macroeconomic și o componentă indispensabilă a politicilor macroeconomice și sociale. Șomajul, indiferent de cauzele ce îl determină și formele pe care le manifestă, este perceput ca un fenomen negativ cu implicații profunde în întreg sistemul economic și social.

Pentru un economist, șomajul reprezintă o subutilizare a resurselor. Indivizii apti de muncă și care doresc să lucreze la nivelul existent al salariilor într-o economie nu sunt utilizați în mod productiv. Pentru cei aflați în stare de șomaj și pentru familiile acestora, șomajul reprezintă o perioadă de greutate și de schimbări în modul de viață.

În termenii pieței muncii, șomajul reprezintă excedentul ofertei față de cererea de muncă. Șomerii formează suprapopulația relativă pentru că reprezintă un surplus de forță de muncă în raport cu numărul persoanelor angajate.<sup>2</sup>

### 2. Cauze și consecințe

Șomajul reprezintă un fenomen care afectează, în diferite măsuri, toate țările lumii și care are numeroase **consecințe economice negative**:

---

<sup>1</sup> <https://www.lucrezdinnou.ro/information/somajul>

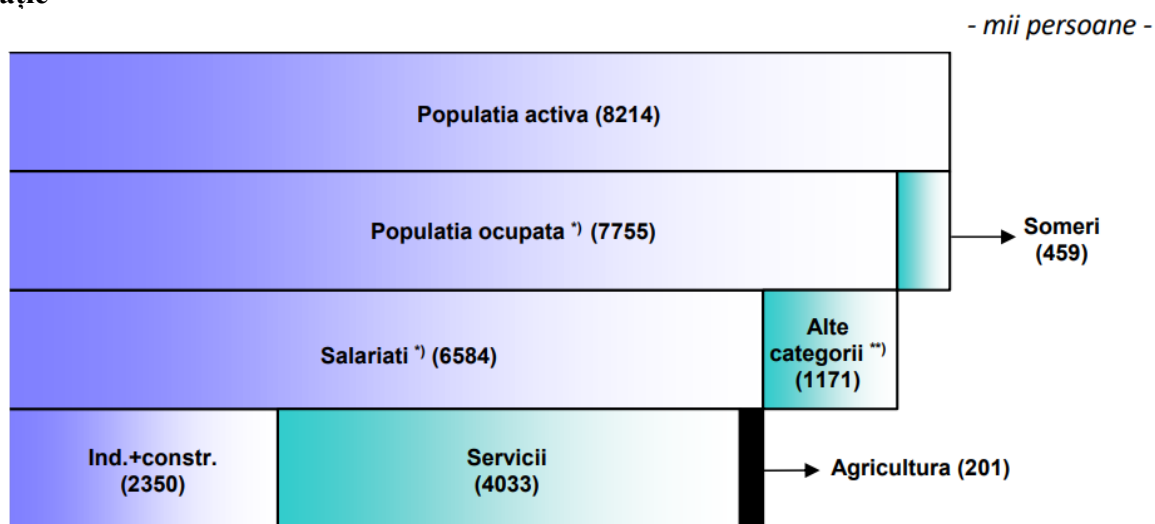
<sup>2</sup> <https://www.revistadestatistica.ro/supliment/2017/07/efectul-somajului-asupra-cresterii-economice/>

- ✓ Șomajul reprezintă o formă de inutilizare a factorului de producție *muncă*, aspect cu atât mai negativ cu cât societatea suportă cheltuieli însemnate cu educația și pregătirea forței de muncă neocupate, cheltuieli care rămân nerecuperate;
- ✓ Fenomenul conduce la reducerea veniturilor populației și la creșterea tensiunilor sociale, constituind un factor de scădere a standardului de viață și de înrăutățire a calității vieții, inducând starea de *sărăcie*;
- ✓ Prin prisma lui sunt lezați, direct, indivizi care fac parte din populația activă subocupată, respectiv oameni care își manifestă dorința și capacitatea de a lucra, dar nu au unde;
- ✓ Fiind un dezechilibru macroeconomic, șomajul nu afectează doar compartimentele materiale ale economiei naționale, ci mai ales elementele sale umane - în sensul că populația ocupată este cea care suportă, din plin, gravele lui costuri sociale;
- ✓ O dată cu șomajul apare și se dezvoltă munca pe "piața neagră" (desfășurată ilegal și în condiții salariale inferioare prețului minim al forței de muncă în economie);

Dintre **consecințele pretins pozitive** ale acestui fenomen consemnăm următoarele:

- prin muncitorii disponibilizați, se creează o rezervă de persoane pe piața muncii potențial dispuse să lucreze;
- intrarea în șomaj aduce persoanelor respective timp liber, apreciat de unii specialiști drept un factor pozitiv, ce poate contribui, într-o oarecare măsură la îmbunătățirea calității vieții lor;
- în principiu, poate avea loc o creștere a productivității muncii, o întărire a disciplinei și punctualității celor angajați;
- crește interesul pentru muncă și sporește competitivitatea lucrătorilor existenți;
- promovarea (din partea firmelor) a unei practici de menținere a salariilor la un nivel scăzut, în felul acesta obținând un profit mai mare.

### 3. Numărul șomerilor și evoluția șomajului pe sexe, medii, grupe de vârstă și nivel de educație



**Figura nr. 1 Categoriile de populație în anul 2021**

Sursa: [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/somaj\\_2021r.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2021r.pdf)

După cum este reprezentat în **figura nr. 1**, în anul 2021 populația activă a României era de 8214 mii persoane, din care 7755 mii erau persoane ocupate și 459 mii erau șomeri.

În anul 2021, rata de ocupare a populației în vârstă de muncă (15-64 ani) a fost de 61,9%, în creștere față de anul anterior cu 1,7 puncte procentuale. Ca și în anii anteriori, rata de ocupare a fost mai mare la bărbați (71,1%, față de 52,5% la femei). Pe medii de rezidență, rata de ocupare a fost mai

mare în mediul urban (67,2%, față de 55,5% în mediul rural). Rata de ocupare a tinerilor (15-24 ani) a fost de 21,2%, iar cea a persoanelor vârstnice (55-64 ani) de 43,8%.<sup>3</sup>

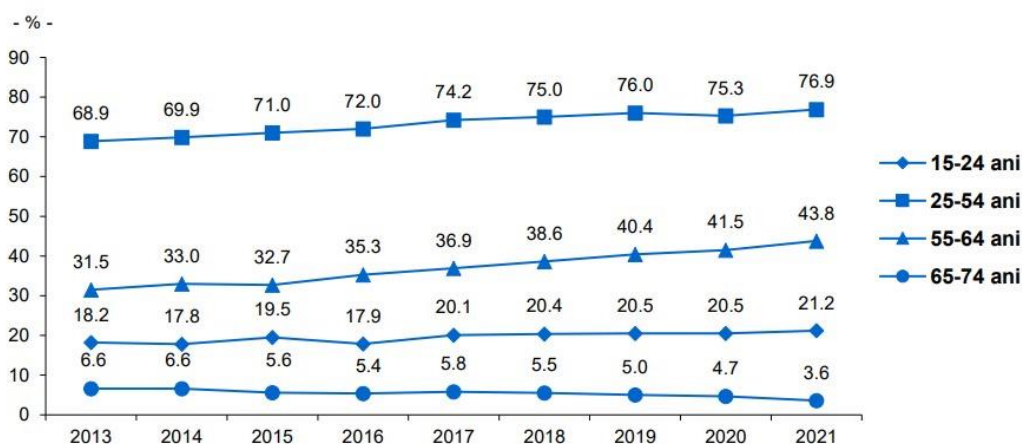


Figura nr. 2 Evoluția ratei de ocupare a populației de 15-74 ani, pe grupe de vârstă

Sursa: [www.insse.ro](http://www.insse.ro)

Nivelul cel mai ridicat al ratei de ocupare pentru persoanele în vârstă de muncă s-a înregistrat în rândul absolvenților învățământului superior (80,1%). Erau ocupate 54,1% dintre persoanele cu nivel mediu de educație și 20,9% dintre cele cu nivel scăzut de educație.

Muncitorii calificați reprezentau 18,3% din totalul populației ocupate. Ponderi însemnate în totalul populației ocupate dețineau și specialiștii în diverse domenii de activitate (17,5%) și lucrătorii în domeniul serviciilor (17,4%). Din totalul persoanelor ocupate, 11,8% lucrau în sectorul agricol, 32,9% în industrie sau construcții și 55,3% în servicii. În activitățile neagricole erau ocupate 6844 mii persoane, ponderi semnificative în rândul acestora fiind deținute de cele care își desfășurau activitatea în industria prelucrătoare (22,3%), comerț (20,0%) și construcții (11,2%).

Rata șomajului a fost de 5,6%, în scădere față de anul precedent (6,1% în 2020). Pe sexe, ecartul dintre cele două rate ale șomajului a fost de 1,0 punct procentual (6,0% la bărbați față de 5,0% la femei), iar pe medii de rezidență de 5,2 puncte procentuale (8,6% în rural față de 3,4% în urban). Rata șomajului avea nivelul cel mai ridicat (21,0%) în rândul tinerilor (15-24 ani).<sup>4</sup>

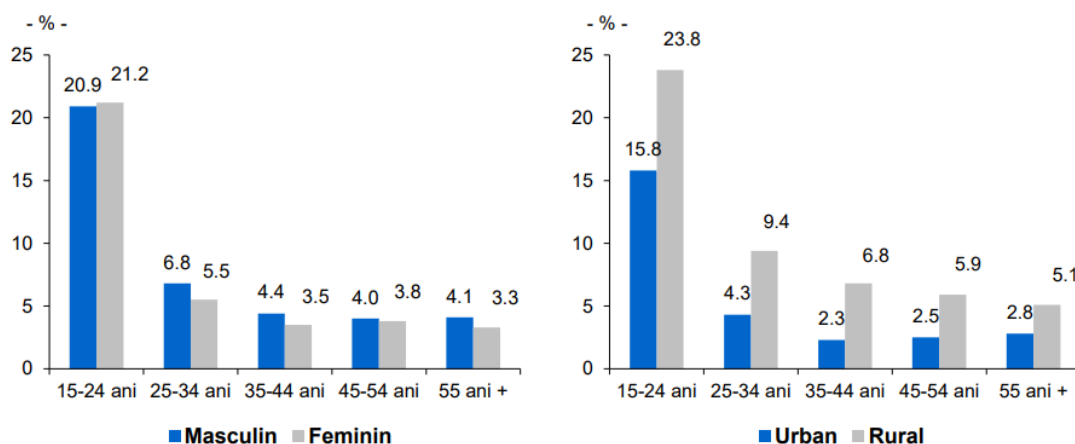


Figura nr. 3 Rata șomajului pe grupe de vârstă, sexe și medii, în anul 2021

Sursa: [www.insse.ro](http://www.insse.ro)

<sup>3</sup> [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/somaj\\_2021r.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2021r.pdf)

<sup>4</sup> [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/somaj\\_2021r.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2021r.pdf)

Șomajul a afectat în măsură mai mare absolvenții învățământului scăzut și mediu, pentru care rata șomajului a fost de 13,6%, respectiv 5,1%. Rata șomajului a fost de doar 2,1% în cazul persoanelor cu studii superioare. Rata șomajului de lungă durată (în șomaj de un an și peste) a fost de 2,0%, iar incidența șomajului de lungă durată (ponderea persoanelor aflate în șomaj de un an și peste în total șomeri) a fost de 36,6%. Pentru tineri (15-24 ani), rata șomajului de lungă durată (în șomaj de șase luni și peste) a fost de 11,0%, iar incidența șomajului de lungă durată în rândul tinerilor de 52,3%.<sup>5</sup>

**Tabel nr. 2 Structura persoanelor în vârstă de 25-64 ani după nivelul de educație, pe sexe și medii, în anul 2021**

	Total	Masculin	Feminin	Urban	Rural
<b>TOTAL PERSOANE ÎN VÂRSTĂ DE 25-64 ANI</b> (mii persoane)	<b>10368,0</b>	<b>5249,2</b>	<b>5118,8</b>	<b>5848,9</b>	<b>4519,1</b>
<b>Nivelul școlii absolvite</b>	- în % față de total -				
<b>Superior</b> (universitar de scurtă și lungă durată, inclusiv masterat, doctorat, postdoctorat și studii postuniversitare)	18,8	17,2	20,4	28,3	6,4
<b>Mediu</b> (postliceal de specialitate, liceal inclusiv treapta I și profesional, complementar sau de ucenici)	62,2	65,5	58,9	62,8	61,5
<b>Scăzut</b> (gimnazial, primar și fără școală)	19,0	17,3	20,7	8,9	32,1

Sursa: [www.insse.ro](http://www.insse.ro)

Distribuția populației în vârstă de 25-64 ani după nivelul școlii de cel mai înalt grad absolvite arată că, în anul 2021, majoritatea persoanelor din această grupă de vârstă (62,2%) avea nivel mediu de educație. Persoanele cu studii superioare dețineau o pondere de 18,8%; pe sexe proporția a fost apropiată (17,2% pentru persoanele de sex masculin și 20,4% pentru cele de sex feminin). Diferențe mai accentuate s-au înregistrat tot pe medii de rezidență: 28,3% pentru persoanele cu domiciliul în mediul urban față de 6,4% pentru persoanele cu domiciliul în mediul rural.<sup>6</sup>

**Tabel nr. 2 Rata șomajului pe sexe în perioada ianuarie 2019 – ianuarie 2020 (%)**

	2019												2020
	Ian.	Feb.	Mar.	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.	Ian. <sup>P</sup>
<b>Total</b>													
15-74 ani	3,9	3,8	3,7	3,9	3,9	3,8	4,0	3,8	4,1	3,9 <sup>R</sup>	4,0 <sup>R</sup>	4,0 <sup>R</sup>	3,9
15-24 ani	15,4	15,4	15,4	16,4	16,4	16,4	17,5	17,5	17,5	17,7	17,7	17,7	..
25-74 ani	3,1	3,0	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0	2,9	3,1	2,9 <sup>R</sup>	3,0 <sup>R</sup>	3,0 <sup>R</sup>	2,8
<b>Masculin</b>													
15-74 ani	4,3	4,2	3,9	4,3	4,2	4,1	4,4	4,2	4,5	4,4 <sup>R</sup>	4,5 <sup>R</sup>	4,7 <sup>R</sup>	4,3
15-24 ani	14,7	14,7	14,7	15,2	15,2	15,2	16,7	16,7	16,7	16,7	18,4	18,4	..
25-74 ani	3,4	3,4	3,1	3,5	3,3	3,2	3,4	3,3	3,6	3,3 <sup>R</sup>	3,4 <sup>R</sup>	3,5 <sup>R</sup>	3,1
<b>Feminin</b>													
15-74 ani	3,4	3,4	3,3	3,5	3,5	3,4	3,5	3,4	3,4	3,2 <sup>R</sup>	3,2 <sup>R</sup>	3,2 <sup>R</sup>	3,3
15-24 ani	16,5	16,5	16,5	18,2	18,2	18,2	18,8	18,8	18,8	16,4	16,4	16,4	..
25-74 ani	2,6	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,4	2,4	2,4 <sup>R</sup>	2,3 <sup>R</sup>	2,3 <sup>R</sup>	2,3

Sursa: [https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2020/04/rsss\\_04\\_2020\\_A7\\_RO.pdf](https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2020/04/rsss_04_2020_A7_RO.pdf)

Urmărind datele înscrise în tabelul numărul 2 în ceea ce privește evoluția șomajului pe sexe, constatăm că rata șomajului la bărbați a depășit-o cu 1% pe cea a femeilor, valorile respective fiind 4,3% în cazul persoanelor de sex masculin și 3,3% în cazul celor de sex feminin.

<sup>5</sup> [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/somaj\\_2021r.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2021r.pdf)

<sup>6</sup> [https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/forta\\_de\\_munca\\_in\\_romania\\_ocupare\\_si\\_somaj\\_2021.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/forta_de_munca_in_romania_ocupare_si_somaj_2021.pdf)

În ceea ce privesc persoanele adulte, cu vârste cuprinse între 25 și 74 de ani, rata șomajului a fost estimată la 2,8% pentru luna ianuarie 2020 și împărțind pe sexe rata șomajului va fi de 3,1% în cazul bărbaților și de 2,3% în cel al femeilor. Interesant este faptul că numărul șomerilor cu vârste cuprinse între 25 și 74 de ani reprezintă cea mai mare pondere din numărul total al șomerilor, fiind estimat la 66,6% pentru luna ianuarie 2020.<sup>7</sup>

## Concluzii

Existența în România a unui șomaj de lungă durată, ce a generat criza ocupării forței de muncă, impune cu necesitate, în opinia noastră, o politică activă de ocupare, care să vizeze obiective la nivel micro și macroeconomic. Pe plan economic, se disting consecințele negative ale șomajului la nivel național și la nivel de individ – familie.

- Pe plan național, excluderea unei părți a forței de muncă influențează dinamica mărimii PIB, în sensul că instruirea, calificarea celor aflați în șomaj au presupus cheltuieli din partea individului și societății, care nu vor fi recuperate în situația șomajului de lungă durată; această forță de muncă, ieșită din populația activă ocupată, nu contribuie la creșterea PIB; societatea suportă costurile șomajului pe seama contribuției la fondul de șomaj, din partea agenților economici, salariaților; existența unui șomaj de lungă durată mai ales în rândul tinerilor, poate genera acte de violență, infracțiuni, poate accentua criminalitatea, cu impact asupra întregii societăți.

- La nivel de individ – familie, șomajul se repercutează negativ asupra venitului.

Indemnizația de șomaj este mai mică decât salariul. Prelungirea duratei șomajului erodează și economiile, dacă există. Se deteriorează calitatea forței de muncă și este mai greu de găsit un loc de muncă.

Un rol aparte revine stării morale și psihice, care afectează individul devenit șomer mai mult decât latura economică. Apar complexe de neutilitate pentru societate și familie. Starea de șomaj poate afecta coeziunea și armonia unei familii.

Multitudinea de efecte negative ale șomajului pentru societate și individ justifică pe deplin îngrijorarea guvernelor statelor lumii în fața acestui flagel și preocuparea pentru a găsi soluții de ocupare a forței de muncă la un grad cât mai înalt.<sup>8</sup>

## Bibliografie

1. <https://www.lucrezdinnou.ro/information/somajul>
2. <https://www.revistadestatistica.ro/supliment/2017/07/efectul-somajului-asupra-cresterii-economice/>
3. [https://insse.ro/cms/sites/default/files/com\\_presa/com\\_pdf/somaj\\_2021r.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/com_presa/com_pdf/somaj_2021r.pdf)
4. [https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/forta\\_de\\_munca\\_in\\_romania\\_o\\_cupare\\_si\\_somaj\\_2021.pdf](https://insse.ro/cms/sites/default/files/field/publicatii/forta_de_munca_in_romania_o_cupare_si_somaj_2021.pdf)
5. [https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2020/04/rss\\_04\\_2020\\_A7\\_RO.pdf](https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2020/04/rss_04_2020_A7_RO.pdf)
6. <https://insse.ro/cms/>
7. <https://www.pesnetwork.eu/ro/2019/09/05/lmb3-educational-attainment/>
8. <https://rtsa.ro/rtsa/index.php/rtsa/article/viewFile/524/521>
9. <https://www.revistadestatistica.ro/>

---

<sup>7</sup> [https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2020/04/rss\\_04\\_2020\\_A7\\_RO.pdf](https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wp-content/uploads/2020/04/rss_04_2020_A7_RO.pdf)

<sup>8</sup> <https://www.revistadestatistica.ro/>

## Aspecte actuale privind inflația

**Autor: Nicuța Maria-Alexandra**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Inflation is a rise in prices, which can be translated as the decline of purchasing power over time. The rate at which purchasing power drops can be reflected in the average price increase of a basket of selected goods and services over some period of time. The rise in prices, which is often expressed as a percentage, means that a unit of currency effectively buys less than it did in prior periods. This paper aims to address a series of specific aspects of inflation in the current period in Romania*

### 1. Inflația – aspecte conceptuale

Inflația este un dezechilibru major prezent în economia oricărei țări, reprezentat de o creștere generalizată a prețurilor și de scăderea simultană a puterii de cumpărare a monedei naționale. Inflația este un indicator care arată dacă politicile guvernamentale monetare, fiscale, legislative, etc., alături de politicile Băncii Centrale, se coordonează și conduc la o stabilitate a prețurilor de consum.

În ceea ce privește formele inflației, acestea sunt:

- inflația târâtoare (sau liniștită) - se referă la creșterea treptată și continuă a prețurilor de până la 3%. Termenul a fost propus de către Franklyn Holzman, profesor la universitatea Tufts, în 1959;
- inflația moderată - reprezintă creșterea anuală a prețurilor cu 15-30%. Definiția inflației moderate a fost propusă de către Rudiger Dornbusch, profesor la MIT și Stanley Fischer, primul vice-direktor executiv al FMI, în 1993;
- criza inflaționistă - reprezintă acea perioadă de timp, de cel puțin doi ani, pe parcursul căreia rata anuală a inflației depășește 40%. Definiția crizei inflaționiste a fost propusă de către Michael Bruno și William Easterly, economiști la Banca Mondială, în 1998;
- inflația rapidă, când ritmul anual de creștere a prețurilor se apropie de 10%;
- inflația galopantă, când creșterea prețurilor depășește 10% anual;
- hiperinflația -- reprezintă creșterea prețurilor de peste 50% pe lună. Definiția hiperinflației a fost formulată pentru prima dată de către Phillip Cagan, profesor la Universitatea Columbia, în 1956. Hiperinflația începe în luna în care creșterea prețurilor depășește 50% și se termină, dacă rata creșterii prețurilor scade sub 50% și timp de un an se menține sub acest nivel. După alți autori, hiperinflația presupune o rată medie anuală de 1.000% și peste acest nivel.

### 2. Consecințele inflației. Măsuri de prevenire a inflației

Printre consecințele inflației se numără:

- scăderea puterii de cumpărare a populației;
- redistribuirea veniturilor și averii;
- stimularea înclinației spre consum și descurajarea înclinației spre economisire;
- avantajarea debitorilor (în moneda națională);
- rata inflației care influențează rata dobânzii.



Consecințele inflației pe care le suportă populația, viața social-economică în ansamblul ei sunt cunoscute sub denumirea de cost al inflației.

Dintre măsurile de prevenire a inflației se pot aminti:

A) Măsuri de reducere a excesului de cerere agregată:

- politică monetară riguroasă, de natură să evite excedentul de monedă în economie;
- politica bugetară a statului, orientată spre reducerea deficitului bugetar, spre menținerea la un nivel a cheltuielilor publice, în perioada respectivă, și spre ridicarea, în anumite limite, a nivelului impozitelor și taxelor, care să frâneze creșterea cererii și a prețurilor;
- politica dobânzilor la creditele acordate, prin care să nu se ajungă la o micșorare artificială a ratei dobânzii și la ieftinirea creditului;

B) Măsuri de stimulare a creșterii ofertei:

- politică de salarizare corelată cu rezultatele economice obținute prin muncă, prin care să se evite creșterea costurilor medii;
- creșterea capacității de adaptare a aparatului de producție la cerințele pieței;
- stimularea extinderii potențialului de producție, prin investiții de capital în mijloacele de producție performante, prin forța de muncă într-o structură de calificare nouă, inovații, prin creșterea productivității factorilor de producție.

### **3. Inflația în România**

Inflația în România a fost o problemă majoră în anii 1990, atunci când aceasta a atins un vârf de 256% în anul 1993. De atunci, inflația a scăzut lent, ajungând la o perioadă de deflație în 2015. În cea mai mare parte a perioadei socialiste, inflația a fost relativ scăzută, datorită economiei planificate la nivel central. Excepții în acest sens au fost la începutul politicii de austeritate în anii 1980, când prețurile au fost majorate pentru a reduce consumul și a permite guvernului să ramburseze datoria externă. În urma declanșării reformelor economice liberale în luna noiembrie a anului 1990, pe măsură ce prețurile și ratele de schimb au fost liberalizate treptat, inflația a început să crească. În anul 1997, în urma eliminării subvențiilor, a avut loc o nouă criză a inflației.

În zilele de astăzi, România se află în primele cinci țări din Uniunea Europeană în ceea ce privește inflația. Prețurile produselor și serviciilor au crescut cu 5,2% în luna septembrie a anului 2021, față de anul anterior, potrivit datelor Eurostat.

Inflația din România în 2023 va ajunge, spre finalul anului, la o singură cifră. Asta, în condițiile în care la sfârșitul lui 2022, inflația a atins nivelul de 16,4%, cu o rată medie anuală de 13,8 %. Acum, Comisia Națională de Strategie și Prognoză (CNSP) anticipează pentru finalul acestui an o inflație de 8%, cu o medie anuală 10,8%, în condițiile în care în noiembrie 2022 prognoza era de 9,6%.

Este o prognoză asemănătoare cu cea făcută și de Banca Națională a României, la începutul acestui an. BNR anticipa că „rata anuală a inflației va scădea probabil în trimestrul I 2023 în linie cu cea mai recentă prognoză pe termen mediu (noiembrie 2022), dar va coborî semnificativ mai alert ulterior, ajungând la nivelul de o cifră încă din trimestrul III al anului curent”.

Spre deosebire de trimestrele precedente, în intervalul analizat, avansul de 2,7 puncte procentuale al ratei anuale a inflației CORE2 ajustat (până la 14,6 la sută în decembrie) a fost determinat de presiuni generalizate asupra costurilor de producție, resimțite la nivelul tuturor celor trei subindici principali ai acesteia. Transmisia costurilor cu materiile prime și materialele, utilitățile și forța de muncă a fost, similar perioadelor anterioare, favorizată de persistența excedentului de cerere agregată din economie și, respectiv, de menținerea la niveluri ridicate pe termen scurt a așteptărilor privind inflația ale agenților economici. În cazul alimentelor procesate, principalele presiuni inflaționiste au continuat să fie asociate șocurilor de ofertă – seceta din lunile de vară și reapariția focarelor de pestă porcină și gripă aviară la nivel comunitar. Factori inflaționisti specifici celorlalte două componente ale indicelui CORE2 ajustat au constatat în creșteri sezoniere de prețuri



caracteristice lunilor de toamnă (în cazul bunurilor nealimentare) și, respectiv, o majorare a tarifelor RCA în luna noiembrie (în cazul serviciilor).

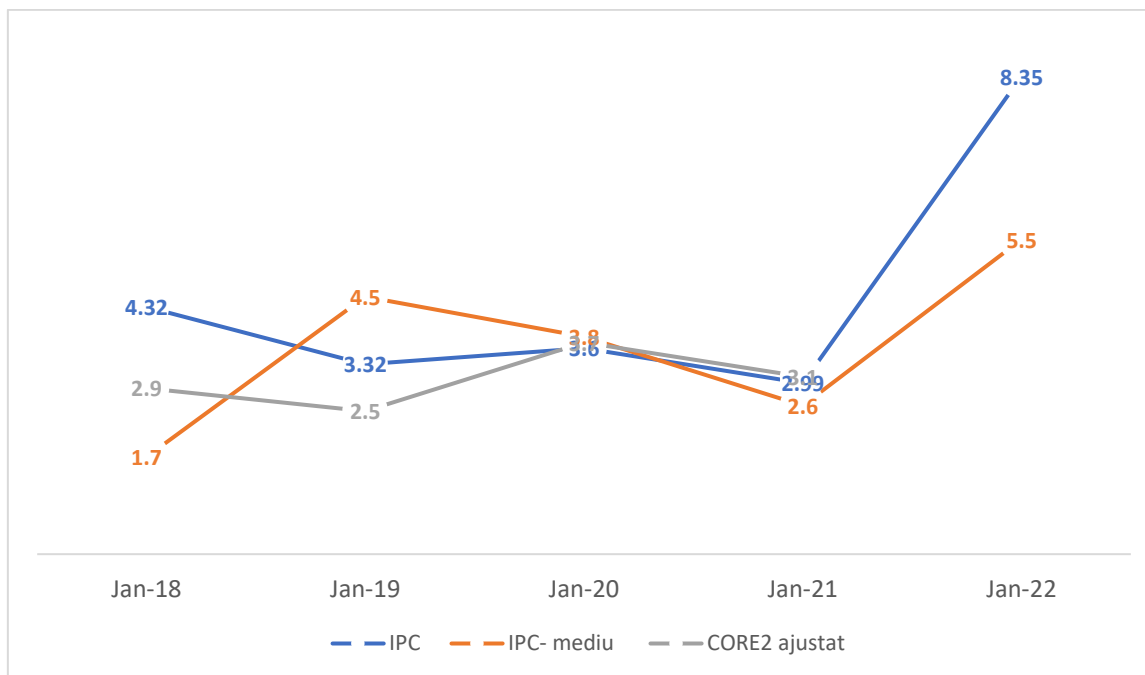
#### 4. Dinamica inflației în perioada 2018-2022

Similar anului precedent, 2018 s-a încheiat cu o rată anuală a inflației de 3,3%, situate în interiorul intervalului de variație asociat țintei staționare de 2,5 %  $\pm$ 1 punct procentual. În primele trei trimestre însă, rata inflației a evoluat peste limita superioară a acestuia, pe fondul intensificării semnificative a acțiunii tranzitorii a unor factori de natura ofertei, aflați în afara sferei de influență a politicii monetare, precum majorarea amplă a cotațiilor petrolului sau creșterea substanțială a prețurilor energiei electrice și gazelor naturale pe piețele concurențiale specifice. În contextul persistenței excedentului semnificativ de cerere agregată și al dinamicii ascendente a costurilor salariale unitare în 2018, rata inflației de bază (care elimină prețurile administrate, volatile, ale produselor din tutun și ale băuturilor alcoolice din calculul inflației) s-a plasat în luna decembrie la 2,4 %, nivel înregistrat și la finele anului anterior.

Rata anuală a inflației a încheiat anul 2019 la 4 %, după ce și pe parcursul acestuia s-a situat – cu excepția lunii ianuarie și a perioadei septembrie-octombrie – la niveluri superioare intervalului de variație asociat țintei staționare multianuale (2,5 %  $\pm$ 1 punct procentual), șocuri tranzitorii de natura ofertei suprapunându-se presiunilor inflaționiste exercitate de factorii fundamentali. Încă din primele luni ale anului, rata anuală a inflației a manifestat o tendință ascendentă, ca urmare a evoluțiilor consemnate la nivelul unor componente exogene (produse ale căror prețuri manifestă volatilitate ridicată, tutun), dar și a impactului noii taxe impuse sectorului telecom, cărora li s-au alăturat ulterior efectele majorării cotațiilor internaționale ale unor materii prime agroalimentare (mai ales în cazul cărnii de porc, pe fondul extinderii epidemiei de pestă porcină). În același timp, în condițiile accentuării caracterului expansionist al politicii fiscale și al celei de venituri, precum și ale tensiunilor existente pe piața muncii, presiuni inflaționiste au continuat să decurgă din persistența excedentului de cerere agregată și din evoluția costurilor salariale; în acest context, rata anuală a inflației de bază (care elimină prețurile administrate, pe cele volatile, precum și pe cele ale produselor din tutun și ale băuturilor alcoolice) a evoluat, de asemenea, pe o traiectorie ascendentă, atingând 3,7 % în luna decembrie.

Rata anuală a inflației IPC și-a continuat în trimestrul II 2020 parcursul descendent observat de la începutul acestui an, plasându-se în luna iunie în apropierea punctului central al benzii de variație asociate țintei staționare, respectiv la 2,58%, comparativ cu 3,05% în luna martie. Traiectoria dezinflaționistă a fost imprimată în principal de ieftinirea amplă a combustibililor, pe fondul corecției puternice a cotației internaționale a petrolului, indusă de scăderea însemnată a cererii agregate provocată de criza sanitară și, respectiv, de incertitudinile privind traiectoria revenirii economiei globale. În același timp, însă, suprapunerea șocurilor pe partea cererii și a ofertei, asociate măsurilor adoptate în scopul aplatizării curbei epidemice, a imprimat o tendință de relativă stabilitate ratei anuale a inflației CORE2 ajustat, aceasta înregistrând 3,7% la finele trimestrului. Sub impactul acestor evoluții, în luna iunie dinamica anuală a IPC s-a plasat cu 0,1 puncte procentuale sub nivelul din cea mai recentă proiecție macroeconomică (*Raportul asupra inflației* din luna mai 2020). În același timp, pe parcursul trimestrului II, rata medie anuală a inflației IAPC a continuat să se mențină printre cele mai ridicate înregistrate în rândul statelor membre ale UE, recuperând însă parțial din decalajul față de media europeană.

Rata anuală a inflației a încheiat anul 2021 la nivelul de 8,19% (față de 2,06% în decembrie 2020), circa 80% din această creștere provenind din majorarea prețurilor la gaze naturale, energie electrică și combustibili, care reprezintă componente exogene ale IPC. Dacă în primul semestru rata inflației nu a depășit 4%, ulterior aceasta a crescut substanțial, tendință care a continuat și în prima parte a anului 2022, în luna martie trecând de 10%.



**Figura nr. 1 Evoluția inflației 2018-2022**

Sursa: BNR, Raportul asupra inflației, disponibil online pe: <https://bnr.ro/Raportul-asupra-inflatiei-3342.aspx>

Odată cu relaxarea graduală a restricțiilor impuse în contextul pandemiei, cererea globală de bunuri energetice s-a redresat, iar pe piața europeană a gazelor naturale aceasta s-a suprapus unui nivel mai redus al stocurilor, cantitățile importate de la principalul furnizor neputând fi suplimentate. Efectele s-au propagat pe piața energiei electrice, cu atât mai mult cu cât termocentralele care utilizează acest tip de combustibil au jucat un rol important în mixul energetic în anul 2021, suplinind producția deficitară din surse hidro și eoliene, precum și închiderea unor termocentrale pe cărbune, pe fondul accelerării tranziției către o economie verde. Aceasta din urmă a amplificat costul de producție a energiei din combustibili fosili, majorând semnificativ cotațiile certificatelor de emisii de carbon; comparativ cu sfârșitul anului 2020, prețurile pe piețele en gros europene au atins în 2021 valori de până la patru, respectiv șapte ori mai mari pentru electricitate și gaze naturale. În cazul combustibililor, cotația Brent a avansat, susținută de cererea globală și de producția relativ redusă a OPEC+, dar într-un ritm mai redus față de 2020. Pe segmentul non-carburanți, ascensiunea prețurilor a reflectat reducerea treptată a ofertei interne de masă lemnoasă în ultimii ani, precum și manifestarea unor efecte asociate cererii pentru surse alternative de energie. În ceea ce privește rata anuală a inflației de bază (care elimină din IPC prețurile administrate, pe cele volatile, precum și pe cele ale produselor din tutun și ale băuturilor alcoolice), aceasta a avut o evoluție mai temperată, situându-se la 4,7% în decembrie 2021 (față de 3,3% în decembrie 2020).

Rata anuală a inflației IPC și-a continuat tendința ascendentă în prima lună a anului 2022, până la valoarea de 8,3% (+0,16 puncte procentuale față de decembrie 2021), principala contribuție revenind inflației de bază CORE2 ajustat. Aceasta s-a majorat abrupt în luna ianuarie, până la 5,2% (+0,5 puncte procentuale), în bună măsură pe seama creșterii alerte a prețurilor unor bunuri alimentare (produse de panificație, carne, lactate), la nivelul cărora se resimt presiuni majore pe partea costurilor de producție cu îngrășămintele și cu energia. În sens opus, rata anuală a inflației pe segmentul bunurilor energetice s-a temperat în perioada analizată, exclusiv pe fondul unui efect de bază favorabil (asociat liberalizării complete a pieței electricității în prima lună a anului trecut), în ciuda unei scumpiri a gazelor naturale în perioada Sursa: INS, calcule BNR curentă.

## Concluzii

În concluzie, inflația reprezintă o problemă majoră pentru toate categoriile de agenți economici, de la un simplu om din provincie până la marile companii sau guverne, poate fi considerată un dezechilibru macroeconomic care exprimă existența în circulație a unei mase monetare ce depășește nevoile actualei economii, ceea ce duce la deprecierea banilor și creșterea durabilă a prețurilor.

Unul din obiectivele esențiale ale politicii economice este, în cazul majorității statelor, combaterea sau măcar limitarea inflației. Cu toate acestea, nu numai definirea și măsurarea inflației, ci și însăși natura fenomenului inflaționist actual, precum și mijloacele cele mai potrivite de luptă contra inflației continuă să provoace numeroase controverse. Din studiul întreprins se poate observa că urmărirea inflației reprezintă un lucru primordial pentru evoluția economiei unei țări.

Așadar, specialiștii trebuie să cunoască foarte bine și să premediteze cauzele care pot duce la creșterea inflației precum și modul în care se poate interveni pentru ca economia țării să aibă cât mai puțin de suferit. În România inflația este în continuă scădere, iar trendul se va menține și anul acesta.

De asemenea, un lucru important este acela că inflația nu este „păguboasă” pentru toată lumea. Cei care anticipează corect evoluția acesteia au de câștigat, în timp ce cei care nu o pot anticipa au în general de pierdut.

## Bibliografie:

1. BNR, Raport anual 2018, <https://www.bnr.ro/Publicatii-periodice-204.aspx>
2. BNR, Raport anual 2019, <https://www.bnr.ro/Publicatii-periodice-204.aspx>
3. BNR, Raport anual 2020, <https://www.bnr.ro/Publicatii-periodice-204.aspx>
4. BNR, Raport anual 2021, <https://www.bnr.ro/Publicatii-periodice-204.aspx>
5. BNR, Buletin lunar, nr. 1, 2022, <https://www.bnr.ro/Publicatii-periodice-204.aspx>
6. <https://www.bnr.ro/page.aspx?prid=22257>
7. <https://www.digi24.ro/stiri/economie/digi-economic/bnr-inflatia-va-creste-in-continuare-mai-mult-decat-se-astepta-va-cobori-sub-doua-cifre-abia-in-2023-1934745>
8. <https://www.impact.ro/inflatia-din-romania-in-2023-cu-cat-vor-creste-preturile-cu-cat-cresc-salariile-romanilor-476902.html>
9. <https://economedia.ro/analiza-inflatia-in-romania-va-ramane-in-acest-an-exprimata-in-2-cifre-li-va-atinge-maximul-de-15-16-in-trimestru-al-treilea-apoi-se-va-reduce-la-finalul-lui-2023-inflatia-o-sa-fie-exprimata-intr-o.html#.ZCLWjspBy5c>
10. [https://www.utgjiu.ro/ecostudent/ecostudent/pdf/2013-01/4\\_Costescu%20Emilia.pdf#:~:text=%C3%8En%20concluzie%2C%20infla%C5%A3ia%20reprezint%C4%83%20o%20problem%C4%83%20major%C4%83%20pentru,la%20deprecierea%20banilor%20si%20cresterea%20durabila%20a%20preturilor](https://www.utgjiu.ro/ecostudent/ecostudent/pdf/2013-01/4_Costescu%20Emilia.pdf#:~:text=%C3%8En%20concluzie%2C%20infla%C5%A3ia%20reprezint%C4%83%20o%20problem%C4%83%20major%C4%83%20pentru,la%20deprecierea%20banilor%20si%20cresterea%20durabila%20a%20preturilor)

## Impactul digitalizării asupra pieței muncii în contextual celei de-a patra revoluții industriale

**Autor: Pociovălișteanu Raul-Mihai**

**Coordonator: Prof. univ. dr. Țircă Diana-Mihaela**  
**Colegiul Național „Tudor Vladimirescu” din Târgu-Jiu**

***Abstract:** Digitalisation has an important changing role for the future of labour market, mostly after Covid-19 pandemic. Digital technologies in the workplace have led to significant changes in the labour market, with both positive and negative impacts on employment and the workforce. This paper aim to study the evolution of main indicators regarding employment in ICT and the need of increasing demand for workers with digital skills in the Forth Industrial Revolution (Industry 4.0).*

### 1. Piața muncii în ultimii ani - generalități

Pe piața muncii se întânește cererea și oferta de forță de muncă. Indicatorii ce se pot calcula pentru piața muncii variază foarte mult în funcție de țara și regiunea studiată. Unele țări au niveluri scăzute de șomaj și salarii mari, în timp ce altele se pot confrunta cu șomaj ridicat și salarii mici. Pandemia COVID-19 a avut un impact semnificativ asupra rezultatelor pieței muncii la nivel mondial, ducând la pierderi de locuri de muncă și la reducerea activității economice în multe țări.

Se studiază impactul digitalizării asupra pieței muncii luându-se în considerare două perioade principale:

- perioada aproximativă din 2010 până în 2019 care acoperă perioada de recesiune, ciclul post-recesiune și reluarea creșterii economice în condiții de austeritate;
- perioada 2019-2022, care, deși este mai scurtă, semnaleză schimbări și impacturi relevante declanșate mai întâi de izbucnirea pandemiei de Covid-19, urmate de post-efectele pandemiei și, în sfârșit, de perioada actuală care este plină de volatilitate ridicată și incertitudinea datorată riscurilor geo-economice și geopolitice

Perioada 2012-2019 caracterizată de măsuri de austeritate este o continuare, în ceea ce privește piața muncii, a situației pre-criză: continuarea șomajului structural, în timp ce reluarea creșterii economice nu a fost asociată cu așteptarea privind creșterea numărului de locuri de muncă.

Creșterea totală a ocupării forței de muncă între 2012/2013 și 2019 a fost de 15 milioane de persoane, cu o rată de ocupare de 73,1% pentru UE-28/27. Motivele acestei creșteri le putem detalia pe trei direcții:

- îmbunătățirea pregătirii profesionale-educaționale pentru persoanele care intră pe piața muncii;
- diversificarea și flexibilitatea sporită a soluțiilor de angajare: partajarea locurilor de muncă, partajarea angajaților, facilități de formare, scheme cu fracțiune de normă, angajare pe bază de proiecte etc.
- revizuirea legislației pentru îmbunătățirea cadrelor care permit formele emergente de muncă, de exemplu munca pe platformă

Piața muncii s-a schimbat masiv și datorită faptului că mai multe locuri de muncă au fost supuse digitalizării și automatizării.

Perioada 2019-2021 este perioada care a creat un “hiatus”, acesta fiind util în observarea, pe de o parte, a impactului și a utilizărilor multiple ale digitalizării și, pe de altă parte, pentru evaluarea

cerințelor politicii și a instrumentelor pentru furnizarea de oportunități de angajare post-pandemie într-un mediu care a fost digitalizat intens.

## 2. Anul pandemic și impactul digitalizării asupra pieței muncii

Anul 2020 este cel care a ridicat cele mai mari preocupări cu privire la convergența la nivelul UE-27 și a ridicat, de asemenea, probleme cu privire la coeziunea în interiorul statelor membre și între statele membre. Prin urmare, o primă analiză pe care am abordat-o a fost identificarea "grupurilor de ocupare" bazate pe datele prezentate cu privire la obiectivele cheie ale anului 2010 comparativ cu cele din 2020, așa cum au fost prezentate de Eurostat (Tabelul 1).

**Tabelul nr. 1.**

**Obiectivul privind rata ocupării forței de muncă stabilit la nivelul UE-27 și al statelor membre și abaterile în anii 2010 și 2020 conform obiectivului emblematic pentru 2020**

Țări	Obiectivul ratei de ocupare, % pentru anul 2020 pentru UE-27 și fiecare stat membru:	Abateră calculată față de obiectivul din 2010 comparativ cu 2020, exprimată în procente (%).	
		2010	2020
EU	75.0	-7.2	-2.6
Malta	70.0	-9.9	7.4
Rep. Ceha	75.0	-4.6	4.7
Irlanda	69.0	-3.5	4.4
Croatia	62.9	-0.8	4
Letonia	73.0	-8.7	4
Lituania	72.8	-8.5	3.9
Germania	77.0	-2	3.6
Estonia	76.0	-9.2	2.8
Polonia	71.0	-6.7	2.6
România	70.0	-5.2	0.8
Suedia	80.1	-2	0.7
Slovenia	75.0	-4.7	0.6
Slovacia	72.0	-7.4	0.5
Olanda	80.0	-3.8	0
Ungaria	75.0	-15.1	0
Cipru	75.0	0	-0.1
Portugalia	75.0	-4.7	-0.3
Luxemburg	73.0	-2.3	-0.9
Austria	77.0	-3.1	-1.5
Finlanda	78.0	-5	-1.5
Denemarca	80.0	-5.1	-2.2
Bulgaria	76.0	-11.3	-2.6
Franța	75.0	-5.7	-3.1
Belgia	73.2	-5.6	-3.2
Italia	67.0	-6	-4.4
Spania	74.0	-11.2	-8.3
Grecia	70.0	-6.2	-8.9

Sursa: : Eurostat, [HRST\_ST\_NCAT\_5994196]

Note: (\*) Pentru Germania, date din 2019

În timp ce la nivelul UE s-a recuperat o parte din abatere din anul 2010 până în anul 2020, alte state chiar au depășit ținta propusă. Este cazul Maltei, care a înregistrat un plus de 7,4 procente, față de ținta propusă. De asemenea, încă 12 state au depășit această limită, iar Olanda și Ungaria au atins exact limita propusă. La polul opus, cu cea mai mare abatere de la ținta propusă se afla Grecia,

urmată de Spania și Italia. România a avut o evoluție bună, de la o deviație de -5,2% în anul 2010, ajungând în anul 2020 la un procent de 0,8%.

În acest context, am estimat că, pe lângă perspectiva tradițională, sunt relevante și alte considerații precum: flexibilitatea în adaptarea și menținerea noilor tipuri de muncă după ieșirea din perioada de pandemie, cum ar fi munca la distanță, teleworking și soluțiile de lucru de la domiciliu, asociate cu partajarea locurilor de muncă, partajarea angajaților, munca pe platformă, munca mobilă bazată pe TIC, pentru a menționa doar câteva (Eurofound, 2020). Aceste noi cazuri de muncă sunt de o relevanță deosebită pentru România, unde rigiditatea pieței muncii continuă să persiste și amploarea competențelor utilizate la locul de muncă este încă limitată, în comparație cu alte țări din UE.

Conform celor mai multe sondaje, Covid-19 a acționat ca „marele accelerator” pentru introducerea de tehnologii noi și diversificate, declanșând o schimbare mai clară la nivelul UE-27 de la tipuri de muncă ce folosește forță de muncă intensivă la tipuri de muncă ce folosește intensiv tehnologia.

Evaluările rezultatelor sunt încă în curs și opiniile cu privire la consecințe variază și sunt polarizate în ceea ce privește ocuparea forței de muncă – de la cei care se tem de scăderea cererii de muncă până la cei care susțin opinia că tehnologiile îmbunătățesc condițiile de muncă (calitatea locului de muncă)

Apariția și evoluția accelerată post-pandemică a inteligenței artificiale a determinat dezbateri intense – de la cele ce se referă la viitorul meseriilor până la cele despre aspectele etice de pe piața muncii. Aici se impune a detalia o observație: conform Institutului Sindical al Uniunii Europene, sistemele de inteligență artificială „sunt intruzive și au un impact negativ asupra lucrătorilor” (ETUI, 2021A), în timp ce experții juridici consideră că folosirea inteligenței artificiale pentru îmbunătățirea condițiilor de muncă este recomandată, mai degrabă ca excepție (STOA 2022).

Este relevant faptul că trebuie făcute estimări solide cu privire la impactul digitalizării, având în vedere că gradul de digitalizare variază foarte mult – atât în ceea ce privește infrastructurile IT, ITC și utilizarea tehnologiei înalte în afacerile statelor membre ale UE-27, cât și nivelul de calificare și recalificare a lucrătorilor pentru noile tehnologii.

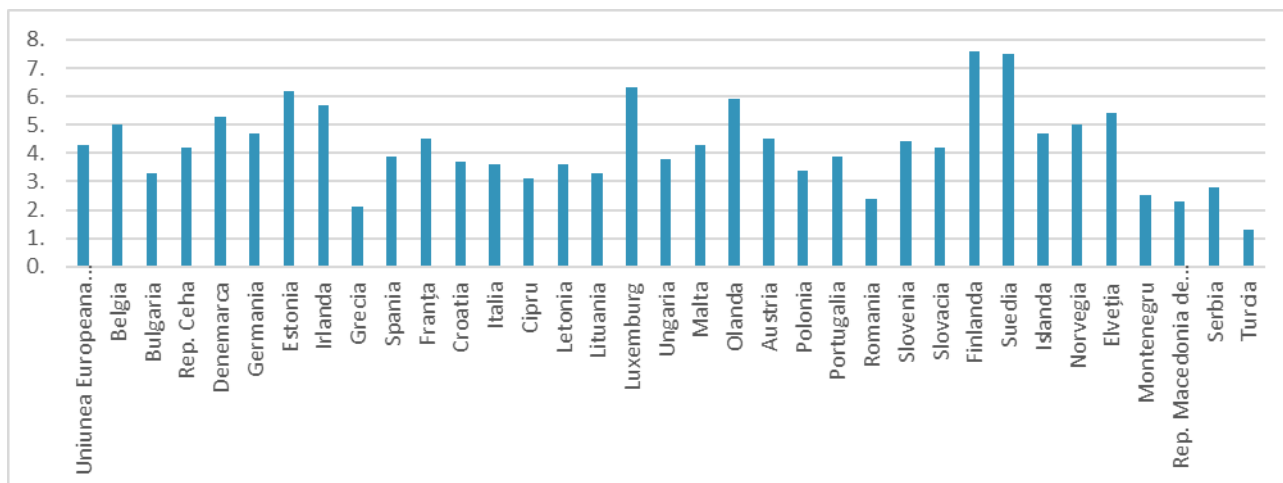
Trebuie estimați și factorii instituționali economici și sociali, având în vedere că mecanismele și instituțiile economiei și societății digitale sunt încă în curs de dezvoltare.

### **3. Impactul digitalizării asupra pieței muncii**

„Acceleratorul de digitalizare” Covid-19 a arătat că la nivelul UE-28/27, dar și pentru România, una dintre cele mai relevante probleme va fi cea a penuriei de profesioniști TIC, și a celor din domenii critice pentru Agenda UE, și anume cercetare-dezvoltare, inovare și TIC, inclusiv locuri de muncă conexe.

Se observă că în România, în anul 2020, doar 2,4% din totalul angajaților își desfășoară activitatea în domeniul TIC, procentul fiind destul de mic comparativ cu țările nordice, de exemplu Finlanda și Suedia care au procente de 7,6%, respectiv 7,5%. De aici rezultă necesitatea pregătirii noilor generații în domeniul TIC.

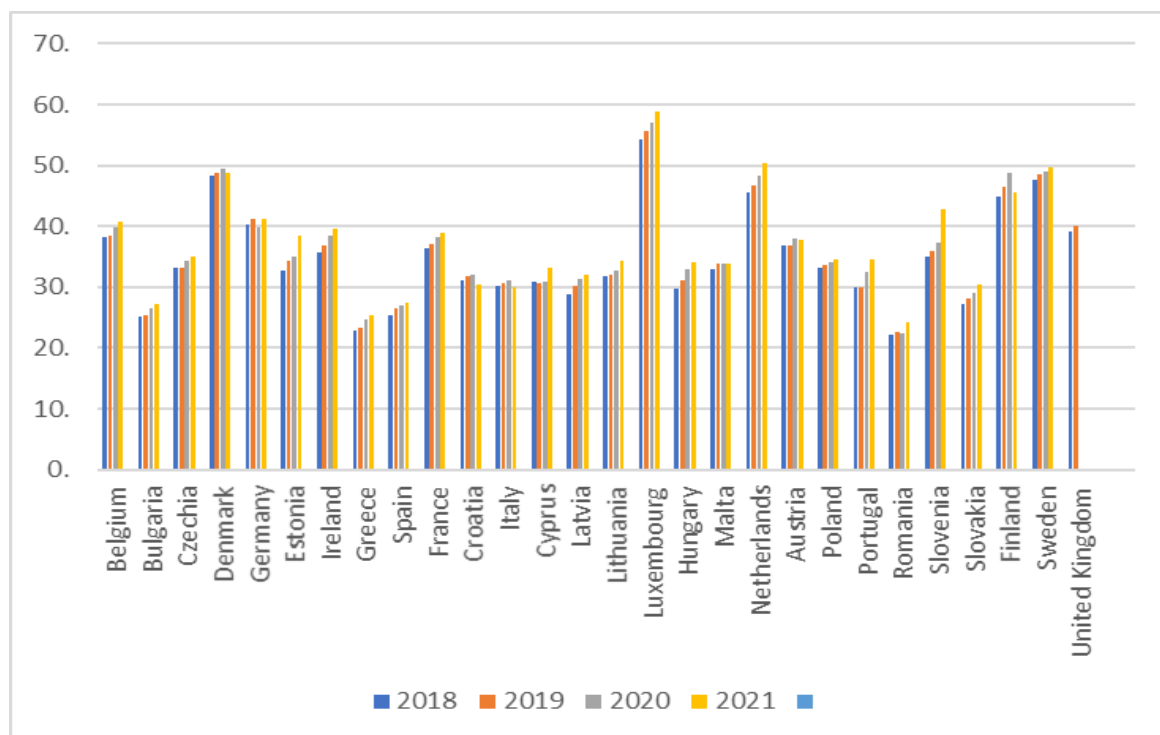
Numărul de persoane ocupate în știință și tehnologie din totalul forței de muncă a suferit ușoare variații, în perioada 2012-2021, media UE-28/27 crescând de la 31,2% în 2012 la 36,0% în 2021 – creșterea a fost relativ constantă, cu ușoare creșteri constante pe întreaga perioadă variind între aproximativ 0,5 % până la 1 %.



**Figura 1: Ponderea ocupării în domeniul TIC în totalul ocupare UE-27 în 2020**

Sursa: Eurostat, (isoc\_sks\_itspt)

România rămâne sub medie în acest sens, de la 20,3% în 2012 la 22,4% în 2021, o creștere cu 2,4 %. Această creștere a fost însă marcată de evoluția neuniformă a ocupării forței de muncă în știință și tehnologie, întrucât a înregistrat scăderi la 19,3% în 2013 și 19,8% în 2014, urmate de creșteri la 24,2% în 2021. (Figura 2)



**Figura 2: Persoane ocupate în știință și tehnologie, cu vârsta 25-64 ani, 2018-2021**

Sursa: Eurostat, (HRST\_ST\_NCAT)

Din nou, în ciuda creșterilor constante, România se situează sub multe dintre celelalte state membre în ceea ce privește persoanele cu studii superioare în totalul forței de muncă angajate în știință și tehnologie.

Având în vedere mediul economic, social și chiar geopolitic actual, este evident că România și UE-27 în ansamblu au nevoie de multă recuperare în comparație cu state precum SUA și China în ceea ce privește ocuparea forței de muncă bazată pe utilizarea digitalizării și a noilor tehnologii.

Deși pandemia nu a contribuit la creșterea decalajului digital, perioada actuală conține deja avertismente că situația s-ar putea înrăutăți pe termen scurt și mediu pentru acele categorii de forță de muncă care nu au folosit tehnologii digitale înainte de pandemie.

#### 4. Concluzii

Convergența și coeziunea la nivelul UE-27 vor depinde din ce în ce mai mult de evitarea efectelor noilor tipuri de decalaje digitale care pot apărea, având în vedere că statele membre au grade diferite de capacități de digitalizare.

Trebuie să se identifice, conform teoriei economice, principalelor instituții și mecanisme pentru a devia principalele riscuri declanșate de impactul noilor tehnologii noi, extrem de digitalizate (Acemoglu&Restrepo, 2019). De asemenea, se impune evaluarea în mod distinct a diferitelor tipuri și generații de tehnologii cu impact asupra pieței muncii.

Politicile în domeniul digitalizării și a pieței muncii trebuie să fie direcționate în direcția îmbunătățirii angajabilității, sustenabilității și rezilienței locurilor de muncă ținând cont de temerile exprimate de sindicate care se confruntă cu digitalizarea accelerate. Se impune revizuirea reglementărilor legislative pentru remote and teleworking, precum și adaptarea competențelor obținute de către absolvenții studii universitare de licență și masterat noilor ecrine de pe piața muncii, prin introducerea digitalizării în conținutul cursurilor.

#### Bibliografie:

1. Acemoglu D., Restrepo P. (2019), *Automation and New Tasks: How Technology Displaces and Reinstates Labor*, Disponibil la: <https://docs.iza.org/dp12293.pdf> [Accesat la 25 aprilie 2023]
1. Eurofound (2020), *Living, working and COVID-19*, COVID-19 series, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
2. European Economic, Employment and Social Policy (2021), *The AI Regulation: entering an AI regulatory winter? Why an ad hoc directive on AI in employment is required*, Disponibil la: [https://www.etui.org/sites/default/files/2021-06/The%20AI%20Regulation.%20Entering%20an%20AI%20regulatory%20winter\\_2021.pdf](https://www.etui.org/sites/default/files/2021-06/The%20AI%20Regulation.%20Entering%20an%20AI%20regulatory%20winter_2021.pdf) [Accesat la 10 aprilie 2023]
3. EUROSTAT, [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc\\_sks\\_itspt/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/isoc_sks_itspt/default/table?lang=en) [Accesat la 25 aprilie 2023]
4. EUROSTAT, <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TSC00025/default/table> [Accesat la 20 aprilie 2023]
5. EUROSTAT, [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LFSI\\_EMP\\_A/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/LFSI_EMP_A/default/table?lang=en) [Accesat la 25 aprilie 2023]
6. STOA (2022), *AI and digital tools in workplace management and evaluation*, Disponibil la: [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/729516/EPRS\\_STU\(2022\)729516\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2022/729516/EPRS_STU(2022)729516_EN.pdf) [Accesat la 11 aprilie 2023]



## **Turismul și educația - beneficiile turismului cultural și al învățării prin experiență**

**Autori: Popescu Eliza, Susan Elena, Crețu Răzvan**  
**Coordonator: Prof. Malairos Alexandru, Prof. Roșian Lucian**  
**Liceul Teoretic „Ion Constantin Brătianu” Hațeg**

***Abstract:** We chose the theme "Tourism and Education - The Benefits of Cultural Tourism and Experiential Learning" because we believe that travel and learning can go hand in hand. Through cultural tourism, people can explore different parts of the world and learn about different cultures, traditions, and ways of life. Experiential learning, on the other hand, can help people gain hands-on experience and develop new skills. By combining these two approaches, people can gain a deeper understanding of the world around them and develop a broader perspective on life. Our objective is to highlight the importance of cultural tourism and experiential learning and to encourage people to explore the world and learn from their experiences.*

### **1. Aspecte generale**

Turismul cultural și educația sunt două domenii care, deși par separate, pot fi combinate pentru a oferi o experiență de neuitat. În ultimii ani, turismul cultural a devenit din ce în ce mai popular, deoarece oamenii doresc să exploreze și să înțeleagă mai bine lumea în care trăim. În același timp, educația este esențială pentru a ne dezvolta și a ne îmbunătăți abilitățile. Prin combinarea celor două, oamenii pot învăța despre istorie, artă și cultură, în timp ce își dezvoltă abilitățile și cunoștințele. Acest tip de turism poate fi benefic pentru toată lumea, de la turiști la comunitățile locale și la economia locală. Prin urmare, turismul cultural și educația ar trebui să fie considerate împreună și să fie încurajate pentru a oferi o experiență de neuitat și pentru a sprijini dezvoltarea durabilă a comunităților.

### **2. Importanța turismului în economie**

Turismul poate fi, de asemenea, o modalitate excelentă de a sprijini economiile locale și de a promova dezvoltarea durabilă. Prin susținerea turismului local, călătorii pot ajuta la crearea de locuri de muncă și la dezvoltarea afacerilor locale, ceea ce poate contribui la îmbunătățirea calității vieții pentru comunitățile locale. În plus, turismul poate fi o modalitate excelentă de a promova conservarea mediului înconjurător și de a sprijini protejarea patrimoniului cultural și natural.

### **3. Managementul destinațiilor turistice educaționale**

Managementul destinațiilor turistice educaționale include planificarea, organizarea și implementarea programelor turistice care au ca scop educația și dezvoltarea participanților. Aceste programe sunt concepute pentru a oferi oportunități de învățare și dezvoltare personală prin intermediul experiențelor turistice. În general, programele turistice educaționale includ activități de învățare, cum ar fi vizite la muzee, monumente istorice, parcuri naționale și alte atracții turistice, cum ar fi voluntariatul și proiectele de mediu. În plus, managementul destinațiilor turistice educaționale se concentrează pe dezvoltarea și promovarea destinațiilor turistice care oferă programe educaționale de calitate și care sunt sustenabile din punct de vedere economic, social și de mediu.

#### **4. Turismul cultural și educația patrimoniului**

Turismul cultural se referă la călătoriile care implică explorarea și înțelegerea culturii și patrimoniului unei anumite regiuni sau țări. Aceste călătorii sunt concepute pentru a oferi oportunități de învățare și dezvoltare personală prin intermediul experiențelor culturale, cum ar fi vizitarea muzeelor, monumentelor istorice, festivalurilor, tradițiilor locale și a altor atracții culturale. Educația patrimoniului este un aspect important al turismului cultural, deoarece ajută la conservarea și promovarea patrimoniului cultural și istoric al unei regiuni sau țări. Aceasta implică învățarea despre istoria și cultura unei anumite regiuni, precum și despre modul în care acestea au influențat dezvoltarea societății și culturii moderne.

De asemenea, studierea turismului se poate face în liceele care au un profil care se axează pe studiul industriei turistice și a modului în care aceasta funcționează. Elevii care aleg acest profil, învață despre istoria turismului, geografia turistică, managementul turistic, cum pot concepe un program turistic, ce criterii au în vedere atunci când își aleg un sejur dar și cum își pot gestiona resursele financiare. Unul dintre principalele beneficii culturale ale studierii turismului este că elevii învață despre diferitele culturi și tradiții din întreaga lume, precum și despre modul în care acestea sunt legate de turism. În același timp, elevii învață despre impactul turismului asupra economiilor locale și globale, precum și despre importanța sustenabilității în turism. Elevii pot avea oportunități de practică în diferite domenii ale industriei turistice, cum ar fi hoteluri, restaurante, agenții de turism sau companii care prestează servicii turistice. Aceste stagii de practică, pot fi foarte utile pentru elevi, deoarece le oferă ocazia de a se familiariza cu diferitele aspecte ale industriei.

De exemplu, un elev care face practică la un hotel poate învăța cum să interacționeze cu clienții, cum să gestioneze rezervările și cum să lucreze în echipă cu ceilalți angajați. Un alt elev care face practică la o agenție de turism poate învăța cum să creeze pachete turistice și cum se realizează plata serviciilor printr-o agenție de turism. În plus, stagiul de pregătire practică al celor care urmează o calificare în domeniul turismului, poate fi o oportunitate de aprofundare a acestor cunoștințe astfel încât la finalizarea liceului să se poată integra perfect pe piața muncii.

În continuare, am ales să vă prezentăm câteva obiective culturale de mare interes în Țara Hațegului. Sarmizegetusa Ulpia Traiana este un important sit arheologic și o atracție turistică populară în România. Aici poți explora rămășițele unui oraș roman vechi, inclusiv ruine ale unor temple, case și fortificații. De asemenea, poți vedea un amfiteatru și un forum vechi, care au fost locuri importante pentru evenimente publice și politice în timpul perioadei romane. În plus, vizitatorii pot vedea o colecție interesantă de artefacte romane, inclusiv monede, ceramică și alte obiecte găsite în timpul săpăturilor arheologice. De asemenea, există un muzeu în apropiere unde poți afla mai multe despre istoria și cultura romană. Zona înconjurătoare este frumoasă și oferă oportunități excelente de drumeții și excursii în natură. Sarmizegetusa Ulpia Traiana este un loc minunat pentru a petrece o zi sau mai multe explorând istoria și cultura romană.



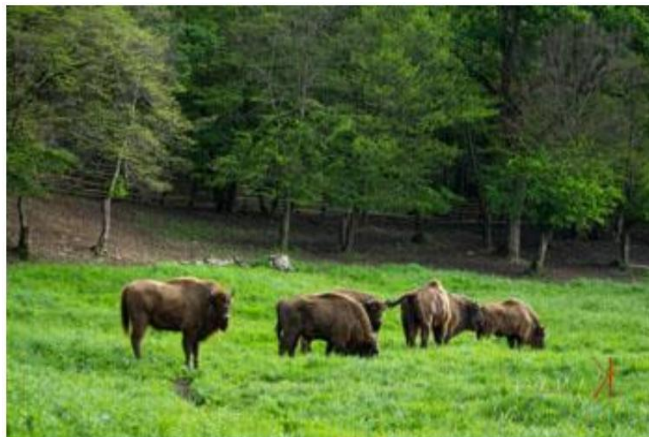
**Figura 1. Sarmizegetusa Ulpia Traiana**



**Figura 2. Sarmizegetusa Ulpia Traiana**

Rezervația de zimbri Hațeg este o altă atracție turistică populară. Aici poți vedea zimbrii

europeni în habitatul lor natural și poți afla mai multe despre eforturile de conservare a acestei specii în pericol de dispariție. În plus, rezervația oferă oportunități excelente de drumeții și excursii în natură, iar peisajele sunt absolut uluitoare. Aceasta este una dintre cele mai mari rezervații de zimbri din Europa și este situată într-o zonă pitorească a Munților Retezat. Aici se găsesc peste 60 de zimbri, inclusiv pui de zimbri născuți în rezervație. Vizitatorii pot face tururi ghidate ale rezervației, unde pot învăța mai multe despre istoria și comportamentul zimbrilor.



**Figura 3. Rezervația de zimbri de la Slivuț-Hațeg**

Geoparcul Dinozaurilor este o altă atracție turistică populară din Țara Hațegului. Acesta este un parc tematic care se concentrează pe istoria geologică a zonei și pe descoperirile impresionante de fosile de dinozauri care au fost făcute aici. Parcul oferă o varietate de activități și atracții, inclusiv excursii ghidate, expoziții, prezentări multimedia și multe altele. De asemenea, este un loc minunat pentru a petrece o zi în aer liber cu familia sau prietenii.



**Figura 4. Casa Geoparcului Țara Hațegului**

Mănăstirea Prislop din Silvașu de Sus este o mănăstire ortodoxă românească situată în Munții Șureanu. Este un loc important de pelerinaj pentru credincioșii ortodocși și este cunoscută pentru faptul că a fost locul unde a trăit și a fost înmormântat părintele Arsenie Boca, un cunoscut călugăr și teolog român. Mănăstirea a fost construită în anul 1991 și este situată într-un peisaj montan impresionant, oferind o priveliște frumoasă asupra munților din jur. În plus, mănăstirea are o colecție impresionantă de icoane și obiecte religioase, pe care le puteți vizita. Mănăstirea Prislop este un loc liniștit și plin de pace, unde puteți petrece timpul în meditație și rugăciune. De asemenea, mănăstirea are o librărie și o sală de conferințe, unde se organizează evenimente culturale și religioase. În apropierea mănăstirii se află o serie de trasee montane, care pot fi explorate de turiști.





**Figura 5. Mănăstirea Prislop**

## **5. Turismul gastronomic și educația în domeniul alimentației**

Turismul gastronomic este o experiență minunată pentru cei care doresc să descopere cultura și tradițiile culinare ale unei regiuni. Această experiență poate fi și educativă, deoarece turiștii pot învăța despre ingredientele locale și modul în care acestea sunt utilizate în bucătăria locală. În acest fel, turiștii pot învăța despre nutriție și sănătate, precum și despre istoria și cultura unei regiuni. În plus, turismul gastronomic poate ajuta la promovarea producătorilor locali și a economiei locale. În general, turismul gastronomic poate fi o experiență minunată și educativă pentru toți cei care își doresc să învețe mai multe despre cultura și tradițiile culinare ale unei regiuni. Hațeg-ul este renumit pentru preparatele sale tradiționale. Cele mai cunoscute preparate sunt sarmalele, care sunt făcute din foi de varză umplute cu carne tocată. Un alt preparat tradițional sunt micii, care sunt făcuți din carne tocată de porc și condimente și sunt servite cu muștar și pâine. De asemenea, ciorba de burtă este o mâncare tradițională din zonă, făcută din burtă de vită, legume și condimente. În Hațeg există câteva restaurante care servesc preparate tradiționale din zonă. Unul dintre acestea este Restaurantul Rustic, care este cunoscut pentru mâncărurile sale tradiționale românești. Un alt loc popular este Popasul Turistic Zimbrul, care servește preparate din bucătăria românească și internațională și este un loc popular pentru a încerca preparate tradiționale din zonă.



**Figura 6. Popasul Turistic Zimbrul**



**Figura 7. Restaurantul Rustic**

## **Concluzii**

În concluzie, turismul cultural și educația sunt două domenii care pot fi combinate pentru a oferi o experiență de neuitat. Turismul poate fi o modalitate excelentă de a sprijini economiile locale și de a promova dezvoltarea durabilă. Managementul destinațiilor turistice educaționale

include planificarea, organizarea și implementarea programelor turistice care au ca scop educația și dezvoltarea vizitatorilor. Programele turistice educaționale includ activități de învățare, vizite la muzee, monumente istorice, parcuri naționale și alte atracții turistice. Turismul cultural și educația patrimoniului ar trebui să fie considerate împreună și să fie încurajate pentru a oferi o experiență de neuitat și pentru a sprijini dezvoltarea durabilă a comunităților ale industriei turistice, oferind ocazia de a se familiariza cu diferitele aspecte ale industriei

Dezvoltarea turismului face parte integrantă din dezvoltarea economică și socială a civilizației contemporane. Numeroase premise ne fac să presupunem că turismul va deveni treptat o necesitate socială într-un număr din ce în ce mai mare de țări. Industrializarea și urbanizarea în continuă creștere și intensificarea viețuirii și dezvoltării subordonate a individului față de principiile coexistenței sociale determină necesitatea relaxării și recreerii în condiții diferite de cele de zi cu zi. În principal sunt trei factori care determină dacă o regiune, loc sau drum este atractiv pentru turiști și poate fi potrivită pentru turism. Aceștia sunt: proprietățile și trăsăturile mediului ambiant natural și importanța lor pentru recreere și turism; accesibilitatea locurilor; dotarea turistică și echiparea cu instalații și servicii indispensabile pentru turiști.

### **Bibliografie:**

1. <http://www.romania.travel>
2. <https://www.eco-romania.ro/blog/10-locuri-pe-care-trebuie-sa-le-vizitezi-in-tara-hategului->
3. <https://iteach.ro/experientedidactice/rolul-turismului-in-educatie>
4. <http://www.galzonasatmarului.ro/turismul-gastronomic>
5. [https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/MI\\_34\\_16.pdf](https://seaopenresearch.eu/Journals/articles/MI_34_16.pdf)
6. <https://www.renovablesverdes.com/ro/turism-ecologic/>
7. [https://hiphi.ubbcluj.ro/studii/licenta/turism\\_cultural.html](https://hiphi.ubbcluj.ro/studii/licenta/turism_cultural.html)
8. <https://www.rasfoiesc.com/business/afaceri/turism/Turismul-si-importanta-lui-in-62.php>
9. <https://licentasidizertatie.wordpress.com/2010/07/06/managementul-destinatiilor-turistice/>

## Caracteristici actuale ale economiei circulare

**Autor: Rădoi Maria Alexandra**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The circular economy is a model of production and consumption that involves sharing, renting, reusing, repairing, refurbishing and recycling existing materials and products for as long as possible. Thus, the life cycle of the products is extended.*

### 1. Aspecte conceptuale

Economia circulară este un model de producție și consum, care implică folosirea în comun, închirierea, reutilizarea, repararea, renovarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult timp posibil. Astfel, se prelungește ciclul de viață al produselor. În practică, presupune reducerea la minimum a deșeurilor. Când un produs ajunge la sfârșitul ciclului său de viață, materialele din care este fabricat sunt păstrate în economie pe cât de mult posibil prin reciclare. Ele pot fi utilizate în producție încă o dată și încă o dată, creând și mai multă valoare adăugată. Este o abordare care diferă radical de modelul economic tradițional, linear, bazat pe principiul „folosim-producem-consumăm-aruncăm”. Acest model tradițional se bazează pe cantități mari de materiale și energie ieftine și ușor accesibile. Tot în acest model se înscrie și uzura morală programată, produsele fiind astfel concepute încât să aibă o durată de viață limitată, pentru a încuraja consumatorii să cumpere din nou. Parlamentul European a pledat pentru măsuri care să combată această practică.(1)

### 2. Principalele avantaje

Refolosirea și reciclarea produselor va încetini epuizarea resurselor naturale, va reduce impactul asupra peisajelor și habitatelor naturale și va ajuta la limitarea pierderii biodiversității. Un alt beneficiu al economiei circulare este reducerea emisiilor totale anuale de gaze cu efect de seră. Conform Agenției Europene a Mediului, procesele industriale și consumul produselor sunt responsabile de 9,10% din emisiile de gaze cu efect de seră din Uniunea Europeană, iar gestionarea deșeurilor pentru încă 3,32%. Crearea unor produse mai eficiente și mai durabile din start ar ajuta la reducerea consumului de energie și resurse, întrucât se estimează că peste 80% din impactul de mediu al unui produs este determinat în faza de proiectare.

O trecere la produse mai fiabile care pot fi reutilizate, modernizate și reparate va reduce cantitatea de deșeuri. Ambalajele sunt o problemă în creștere și, în medie, fiecare european generează aproape 180 kg de deșeuri provenind din ambalaje pe an. Se urmărește evitarea ambalajului excesiv și îmbunătățirea designului de ambalaj pentru a promova reutilizarea și reciclarea.

Populația lumii crește și odată cu ea crește și cererea de materii prime totuși cantitatea disponibilă de materii prime esențiale este limitată., cantitatea finită înseamnă și că unele țări din Uniunea Europeană depind de alte țări pentru aprovizionarea cu materii prime conform Eurostat, Uniunea Europeană importă circa jumătate din materiile prime pe care le consumă.

Valoarea totală a comerțului de materii prime între Uniunea Europeană și restul lumii aproape s-a triplat din 2002, iar exporturile cresc mai repede decât importurile. Totuși, UE importă în continuare mai mult decât exportă. În 2021 acest lucru a rezultat într-un deficit comercial de 35,5 miliarde eur.

Reciclarea materiilor prime scade și riscurile legate de aprovizionare, cum ar fi volatilitatea prețurilor, a disponibilității și dependența de importuri. Acest lucru este valabil în special pentru materiile prime esențiale, necesare producerii unor tehnologii foarte importante pentru atingerea obiectivelor climatice, cum sunt bateriile și motoarele electrice.

Tranziția spre o economie mai circulară poate crește competitivitatea, stimula inovația, încuraja creșterea economică și crearea de locuri de muncă (700.000 de locuri de muncă doar în UE până în 2030). Reproiectarea materialelor și produselor pentru utilizare circulară ar stimula, de asemenea, inovarea în diferite sectoare ale economiei. Consumatorii vor beneficia și ei de produse mai durabile și mai inovatoare, care le vor mări calitatea vieții și le vor aduce economii pe termen lung.

### 3. Principii ale economiei circulare

Principalele principii pe care se bazează economia circulară și pe care ar trebui să le avem în vedere cu toții sunt:

#### Principiul 1

**RENUNȚĂ LA OBIECTELE DE UNICĂ FOLOSINȚĂ.** Investește în produse durabile, care pot fi refolosite o perioadă lungă de timp și care te ajută să economisești pe termen lung. De exemplu, îți poți lua propria sticlă reutilizabilă pe care să o umpli cu apă ori de câte ori pleci de acasă. Sau dacă preferi cafeaua *to go*, poți lua o cană sau un termos în care să cumperi de la cafeneaua ta preferată.

#### Principiul 2

Încearcă să **REDUCI CONSUMUL** la obiectele de care chiar ai nevoie. Atunci când mergi la cumpărături îți poți pune întrebarea „Am nevoie cu adevărat de acest produs?”. În cazul electronicelor, există tentația de a cumpăra un model imediat ce apare, însă de cele mai multe ori acestea nu sunt foarte diferite de modelul precedent. Dacă electronicele sunt funcționale, însă ai nevoie de ceva mai bun, le poți dona sau le poți vinde. Astfel, oferi o nouă șansă acelor produse, în loc să le scoți din ciclul de funcționare.

#### Principiul 3

**REFOLOSEȘTE OBIECTELE PE CARE LE AI DEJA.** Oferă obiectelor vechi o nouă întrebuintare. Dacă ai un tricou care nu îți mai place îl poți transforma într-un maiou *cool* sau o sacoșă fără cusături. Borcanele în care au fost diverse produse le poți folosi pentru depozitare. Cutiile de carton de la comenzile online pot fi folosite pentru cadouri viitoare sau depozitarea hainelor. Prin folosirea unui obiect cât mai mult timp, reușești să eviți producerea unor ambalaje sau produse noi.

#### Principiul 4

Atunci când obiectele au ajuns la finalul ciclului de viață **REICLAREA** este următorul pas. Prin **REICLARE SE RECUPEREAZĂ MATERIALELE**, devenind astfel noi produse. Prin reciclare se reduce cantitatea materiilor prime extrase din natură, se economisește energie și emisiile de carbon se micșorează. Știai că prin reciclarea aluminiului se economisește 90% din energia necesară pentru a produce de la zero un alt produs? O doză se poate întoarce pe raft în doar 6 săptămâni, iar materialul a fost reciclat în proporție de 100% fără să își piardă calitatea și fără să fie folosite materii prime.

#### Principiul 5

**DEȘEURILE SUNT MATERIALE VALOROASE**, nu trebuie privite ca niște gunoaie care trebuie aruncate. În medie, pentru un cetățean UE se folosesc anual 14 tone de materiale prime, iar 5 tone devin deșeuri, care ar putea fi reduse, reutilizate, reparate și reciclate pentru a le reintroduce într-un nou ciclu de producție fără să mai fie folosite materii prime. Deși deșeurile pot fi revalorificate, cel mai bun deșeu este acela pe care nu îl producem. În acest articol îți oferim 5 pași simpli prin care să reduci deșeurile acasă.

Prevenirea producerii de deșeuri ar putea reduce emisiile totale de gaze cu efect de seră cu 2% până la 4% anual. De asemenea, utilizarea de materii regenerabile ar avea un impact semnificativ

asupra naturii. Prin simplificarea cumpărăturilor, alegerea produselor de care avem cu adevărat nevoie, prin schimbarea perspectivei asupra consumerismului putem avea obiceiuri de cumpărare sustenabile. Puterea comunității este importantă pentru o cultură circulară, prin crearea de programe în comunități prin care bunurile să fie utilizate la comun. De exemplu, grădinile comunitare, accesul la producători locali, dar și la facilitățile de compostare într-o comunitate restrânsă.

#### **4. Economia circulară la nivelul Uniunii Europene și al României**

În martie 2020, Comisia Europeană a prezentat planul de acțiune pentru economia circulară ce urmărește o proiectare mai durabilă a produselor, reducerea deșeurilor și înarmarea cetățenilor cu noi drepturi (cum ar fi „dreptul de a repara”). Se acordă o atenție deosebită sectoarelor cu consum intens de resurse, cum ar fi electronicele și TIC, materialele plastice, textilele și construcțiile.

În februarie 2021 Parlamentul a adoptat o rezoluție cu privire la acest plan prin care se cer măsuri suplimentare pentru a se ajunge până în 2050 la o economie complet circulară, neutră din punct de vedere al emisiilor de carbon, durabilă și fără substanțe toxice. Se solicită, de asemenea, reguli mai stricte de reciclare și obiective obligatorii pentru consumul de materii prime până în 2030.

În martie 2022 Comisia a prezentat un prim pachet de măsuri pentru a accelera tranziția spre o economie circulară în cadrul planului de acțiune pentru economia circulară. Propunerile includ promovarea produselor durabile, încurajarea consumatorilor pentru tranziția verde, revizuirea reglementărilor privind materialele de construcție și o strategie pentru materiale textile durabile.

În noiembrie 2022, Comisia a propus noi norme la nivelul UE privind ambalajele. Acestea includ propuneri de îmbunătățire a designului ambalajelor, cum ar fi etichetarea clară pentru a promova reutilizarea și reciclarea. De asemenea, se solicită o tranziție la materiale plastice de origine biologică, biodegradabile și compostabile.

În ceea ce privește economia circulară, România înregistrează o performanță scăzută în ceea ce privește majoritatea indicatorilor relevanți, cum ar fi puterea de cumpărare scăzută care influențează modelele de consum, lipsa unui sistem complet de management al deșeurilor în anumite părți ale țării și calitatea slabă a datelor și sistemul de raportare deficitar.

Tehnologia de reciclare este disponibilă, dar gradul scăzut de colectare a deșeurilor municipale împiedică recuperarea mai multor materii prime. Printre exemplele pozitive la nivel local se numără centrul municipal de colectare din Municipiul Iași, stația de compostare din județul Bihor și strategia pentru economie circulară Buzău 2020-2030.

Întreprinderile din România demonstrează o înțelegere și un interes în creștere față de modelele de afaceri ce includ aspecte de economie circulară, în special în sectorul managementului deșeurilor și al producției. (3)

„România este abia la începutul tranziției de la o economie liniară la una circulară. În prezent, economia românească este circulară în proporție de doar 1,3%. În același timp, România este angajată în promovarea și adoptarea economiei circulare, inclusiv prin strategia națională recent adoptată de Guvern pentru a stimula această tranziție. Încurajăm Guvernul României să continue sprijinirea acestei agendei, inclusiv printr-un sprijin mai mare acordat întregului ecosistem”, a declarat Anna Akhalkatsi, Manager de Țară al Băncii Mondiale pentru România și Ungaria.

România a elaborat o strategie privind economia circulară, care a fost adoptată oficial de guvernul României la 21 septembrie 2022. Strategia adoptată oferă o imagine de ansamblu a potențialului de circularitate pe care îl au 14 sectoare economice din România, stabilind o direcție generală clară care vizează accelerarea tranziției de la un model economic liniar la unul circular. Pe lângă contribuția la tranziția de la un model economic liniar la unul circular, această strategie reprezintă, de asemenea, o oportunitate ca România să își reducă dependența ridicată de importurile de materii prime. Într-adevăr, strategia privind economia circulară va sprijini identificarea de soluții pentru colectarea și reutilizarea tuturor tipurilor de deșeuri, pentru a reduce această dependență.



## Concluzii

Economia circulară este un model de consum care se bazează pe refolosirea resurselor deja existente în economie, în loc de eliminarea lor. Tranziția de la un model economic liniar la unul circular este un proces complex și de lungă durată, iar România se află încă la început. În această perioadă de tranziție trebuie să avem în vedere faptul că evoluția capitalului economic și social nu mai poate fi separată de impactul pe care activitatea umană îl are asupra cadrului natural. Tranziția către economia circulară trebuie să se desfășoare astfel încât să nu afecteze calitatea, productivitatea, competitivitatea și performanța. Acest lucru este cu atât mai important cu cât mediul de afaceri din România este caracterizat de întreprinderi mici și mijlocii, cu o prezență semnificativă a microîntreprinderilor, care au o contribuție relativ importantă în ceea ce privește valoarea adăugată și locurile de muncă.

## Bibliografie:

1. <https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circulara-definitie-importanta-si-beneficii>
2. [https://ro.wikipedia.org/wiki/Economie\\_circular%C4%83](https://ro.wikipedia.org/wiki/Economie_circular%C4%83)
3. <https://dezvoltaredurabila.gov.ro/romania-are-un-nivel-de-economie-circulara-scazut-in-comparatie-cu-uniunea-europeana-dar-tranzitia-sa-progreseaza-15723906>
4. <https://hartareciclarii.ro/noutati/principii-ale-economiei-circulare/>
5. <https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circulara-definitie-importanta-si-beneficii>
6. [https://multimedia.europarl.europa.eu/ro/repair-reuse-and-recycle\\_V007-0034\\_ev](https://multimedia.europarl.europa.eu/ro/repair-reuse-and-recycle_V007-0034_ev)
7. [https://romania.representation.ec.europa.eu/news/comisia-europeana-srijina-elaborarea-strategiei-romaniei-privind-economia-circulara-2022-09-30\\_ro](https://romania.representation.ec.europa.eu/news/comisia-europeana-srijina-elaborarea-strategiei-romaniei-privind-economia-circulara-2022-09-30_ro)
8. [https://sgg.gov.ro/1/wp-content/uploads/2022/08/Strategia-economie-circulara\\_18.08.2022.pdf](https://sgg.gov.ro/1/wp-content/uploads/2022/08/Strategia-economie-circulara_18.08.2022.pdf)

## Rolul și importanța turismului în economie

**Autor: Stoica Anca-Ioana**  
**Coordonator: Prof. Năstasie Cristina**  
**Colegiul Economic „Hermes” Petroșani**

**Abstract:** *This paper defined tourism, cultural tourism and the benefits it brings to the economy, about tourism in our area, namely the Valley of Jiu, but also in the surroundings. Tourism is an economic phenomenon which trains the material and human potential with important implications on the economy and society.*

### 1. Delimitări conceptuale

Turismul apare ca un fenomen economico-social specific civilizației moderne, puternic ancorat în viața societății, fiind influențat de evoluția ei. Turismul se adresează unor segmente sociale largi și răspunde deplin nevoilor acestora, detașându-se printr-un înalt dinamism, atât la nivel național, cât și internațional. Prin caracterul său de masă și prin conținutul complex, turismul antrenează un vast potențial material și uman, cu implicații importante asupra evoluției economiei și societății, asupra relațiilor interumane naționale și internaționale.

**Turismul** reprezintă, în primul rând, o formă de recreere alături de alte activități și formule de petrecere a timpului liber; el presupune „mișcarea temporară a oamenilor spre destinații situate în afara reședinței obișnuite și activitățile desfășurate în timpul petrecut la acele destinații” (R. Minciu, 2004, p. 12); la fel, de cele mai multe ori, turismul implică efectuarea anumitor cheltuieli ce au o influență însemnată asupra economiilor zonelor vizate.

Turismul include un ansamblu de măsuri puse în aplicare pentru organizarea și desfășurarea unor călătorii de agrement sau în alte scopuri, realizate pe cont propriu, pe o durată limitată de timp, precum și prin industriile adiacente care concurează la satisfacerea nevoilor de consum turistic.

În turism se disting două categorii de relații:

-**relații materiale**- apar atunci când turiștii recurg la anumite servicii plătite;  
-**relații imateriale (intangibile)**- rezultate din contractul cu populația locală, cu civilizația, cultura, tradițiile, instituțiile publice etc. din țara vizitată.

Principalele elemente caracteristice turismului sunt:

-deplasarea persoanelor în cursul călătoriei efectuate;  
-sejurul într-o localitate în afara domiciliului (reședinței permanente) a persoanei care se deplasează;  
-sejurul are durată limitată;  
-sejurul să nu se transforme într-o reședință definitivă.

### 2. Turismul cultural

Turismul și cultura sunt noțiuni care se află permanent în legătură directă, influențându-se reciproc. Sensul cultură-turism conduce la următoarele concluzii:

- cu cât obiectul de cult/obiectivul este mai valoros cu atât fenomenul turistic va fi mai amplu. Cu siguranță, aici se impun două precizări: una legată de valoarea intrinsecă a resursei și a doua de modul în care este pusă în valoare (promovată). Patrimoniul cultural mondial este extrem de vast, dar și insuficient exploatat. Există multe zone ale lumii, care sunt mai puțin dezvoltate și a căror cultură rămâne până în prezent parțial necunoscută. Cu toate acestea, există obiective și

destinații care reușesc să atragă fluxuri mari de turiști, chiar dacă comunitățile locale le consideră inferioare din punct de vedere al valorii.

- arta nu are granițe. Pe fondul liberalizării circulației la nivel mondial, accesul către destinațiile cu caracter cultural se face mult mai ușor. Consumatorul de cultură nu este interesat de locația obiectului de cult, ci de valoarea spirituală pe care o creează.

- fiecare zonă geografică are propria cultură, unică. Lumea este un mozaic de tradiții, obiceiuri, evenimente. Din combinația lor rezultă specificitatea și unicitatea locurilor.

- specificitatea culturală determină un anumit consum turistic. O dimensiune a consumului este timpul sau durata. Astfel, acesta poate să aibă o durată mică de timp (vizitarea unui obiectiv cultural izolat) sau o durată mai mare de timp (participarea la un festival de film ce se desfășoară pe parcursul mai multor zile).

- crearea de locuri de muncă în sfera turismului și implicit de venituri pentru comunitatea locală. Valorificarea atracțiilor culturale determină creșterea personalului care, în mod frecvent, aparține comunității locale. Aceste angajări generează venituri pentru localnici, venituri care se întorc în comunitate sub formă de taxe și impozite și apoi se regăsesc în investiții.

Turismul cultural nu reprezintă doar o formă de turism, o direcție veche sau mai nouă, în viziunea diferitor scriitori, dar o consecință, o continuare firească a nivelului pe care l-a atins societatea contemporană la ziua de azi. De secole, oamenii fac călătorii în jurul lumii intrând în contact cu multe comunități, cercetând în așa mod culturi vechi sau noi, cu elemente specifice de arhitectură, gastronomie, tradiții, muzică. Cu siguranță, călătoriile din secolul al XXI-lea se deosebesc mult din punct de vedere logistic de cele care sau petrecut cu sute de ani în urmă. Cu toate acestea contactul între civilizații, relațiile cu mediul înconjurător și contactul reciproc vizitator-vizitat păstrează tot același cadru general.

O călătorie poate fi inclusă în domeniul turismului cultural, doar dacă îndeplinește următoarele condiții (R. Minciu, 2004, p. 87):

- să fie determinată de dorința de cunoaștere, de cultivare;

- să se realizeze consumul unor produse turistice care au caracter cultural (operă de artă, spectacol, monument);

- să presupună participarea unui mediator – persoană, document scris, material audio-vizual – care să pună în valoare, să formeze produsul cultural.

Generalizând, am putea defini *turismul cultural* ca fiind circulația persoanelor spre alte zone decât cele de reședință cu scopul vizitării, participării la anumite evenimente culturale, însușirea informațiilor sau cunoștințelor legate de obiective turistice cu caracter cultural.

Există legături ample între turism și celelalte componente ale economiei. Spre exemplu, pentru desfășurarea activității turistice culturale sunt necesare intrări din alte ramuri ca: industria construcțiilor, industria alimentară și de asemenea turismul cultural întreține legături directe cu transporturile, telecomunicațiile, cultura și arta.

Turismul cultural acționează ca un mijloc foarte activ de educație, de ridicare a nivelului de învățare, de cultură și civilizație al persoanelor, în așa mod facilitând accesul la valorile care au caracter cultural, încurajând schimbul de idei și de informații, stimulând lărgirea orizontului cultural, de cunoaștere a turiștilor și a populației locale, cu efecte asupra formării intelectuale. Ca urmare, turismul cultural prezintă o importanță deosebită în „satisfacerea nevoilor materiale și spirituale ale oamenilor” (R. Minciu, 2004, pag. 35).

De altfel, însăși îmbogățirea de cunoștințe și informații realizată de un turist în timpul călătoriei „în special când aceasta se face în scopul cultural, constituie un mijloc de lărgire a experienței și orizontului cultural științific” (G. Barbu, 1981, pag.42).

În procesul de educare, de formare a gustului cultural, turismului cultural îi revin sarcini deosebite, el dispunând mai mult decât alte forme de turism, de posibilitatea de dezvoltare a omului și a universului cultural al lumii.

Turismul cultural cuprinde „călătoriile și participările la festivaluri de artă, care conferă individului ceva mai mult decât ieșirea din cotidian răspunzând motivației de acumulare de noi cunoștințe, dezvoltării personalității umane, contactării marilor galerii și colecții ale celor mai importante realizări ale spiritului omenesc (artă, știință, tehnică, habitat) mod de viață, comportament, religie etc.” (I. Ionescu, 2000, pag. 62).

### **3. Rolul turismului cultural**

Relația dintre turismul cultural și mediul înconjurător este strâns legată și foarte importantă. Ca totalitate a factorilor naturali și mai ales a celor creați prin activitate umană, mediul reprezintă motivația estențială a călătoriilor. Acești factori, în procesul consumului turistic suferă o serie de transformări, de regulă se deteriorează. Astfel se impune găsirea unor soluții de atenuare sau chiar de eliminare al impactului negativ a turismului cultural asupra mediului. Acțiunile distructive în multe cazuri inconștiente se datorează în special lipsei de educație turistică și pot fi numeroase mai ales în zone sau la obiectivele la care se conturează o concentrare turistică evidentă.

Pe plan internațional dezvoltarea turismului cultural duce nu doar la sporirea circulației de bunuri materiale și culturale ci și la întărirea spiritului de înțelegere și apropiere între popoare. Bunurile și serviciile culturale pe care le consumă turiștii pe durata deplasării lor într-o țară pot fi asimilate pentru țara vizitată ca un export; în același timp cheltuielile pe care le face un turist în străinătate constituie pentru țara lui de reședință un import.

Intensificarea circulației turistice ajută la creșterea numărului de turiști interni și externi. În paralel turiștii cumpără pe lângă articole care servesc drept amintire și o serie de produse alimentare.

O altă importanță a turismului cultural este aceea că el reprezintă o cale de valorificare superioară a resurselor culturale. Elementele cum sunt: evenimentele cultural-artistice, monumente de artă, vestigii istorice, tradiția populară își găsesc cea mai bună valorificare, în unele situații chiar singura, prin intermediul turismului cultural.

Turismul cultural se poate dezvolta și prin exploatarea resurselor de mici dimensiuni, dispersate, fiind, din acest punct de vedere, o componentă importantă a economiilor locale, el ajutând la îmbogățirea și valorificarea optimă a lor dar și în creșterea volumului și calității difuziunii culturale. El revalorifică elemente autohtone, cărora nu întotdeauna li se acordă importanța meritată (artizanat, gastronomie, etc.)

Veniturile din turism sunt dirijate și către investiții în cultură. Deoarece resursele culturale sunt atracții pentru vizitatori, turismul cultural oferă o justificare și contribuie la suportul financiar necesar conservării lor. Prin taxele care se percep la intrarea în muzee, la târguri culturale, în palate și castele, se întrețin locuri și activități culturale care sunt utilizate atât de localnici cât și de turiști.

Turismul cultural are rolul și de a crea produsul intern brut al unei țări și diferă sensibil în zonele și statele Europei în funcție de nivelul acestora de dezvoltare și structura economiei țărilor respective. El are o contribuție și la realizarea valorii adăugate prin consumul mare de muncă vie, de inteligență și creativitate.

Turismul cultural duce la o creștere a circulației bănești interne și la obținerea de valută. El este o industrie care permite încasări în moneda națională precum și în valută și care contribuie la dezvoltarea comunităților locale; este și o pârghie de atenuare a dezechilibrelor interregionale prin faptul că dezvoltarea acestuia are consecințe asupra geografiei unor regiuni, asupra urbanizării și construcției de locuințe; de asemenea favorizează utilizarea pe plan local a diferitelor resurse culturale, a disponibilităților de forță de muncă.

O altă importanță a turismului cultural este aceea că generează locuri de muncă, unde este necesar ca forța de muncă să fie calificată, bine instruită, cu un orizont larg de cunoștințe, cunoscătoare a unei limbi străine de circulație internațională.

Acesta are un impact și asupra infrastructurii orașelor în care se află resursele culturale pentru ca deplasarea către acestea să se facă în cele mai bune condiții, autoritățile locale și regionale trebuie să facă în așa fel încât banii obținuți din turismul cultural să fie folosiți și în acest scop.

În ultimii ani, țările europene au accentuat producția obiectivelor culturale destinate vizitatorului, au dezvoltat mijloacele juridice și financiare de protejare a mediilor naturale și construite, au favorizat asocierea populației locale proiectelor turistice cu efecte pozitive. S-a trecut de la o producție pasivă la o concepție dinamică de punere în valoare a patrimoniului cultural.

Prin turismul cultural sunt condiționate raporturi de comparație între culturi diferite și se satisfac susținătorii culturii dominante. Simpla vizitare și observare influențează o mai bună înțelegere între oameni. A trăi în calitate de turist, a călătorii reprezintă o formă culturală în sine, aparține fenomenului de planetizare a lumii.

#### 4. Impactul turismului asupra economiei

Privit prin prisma conținutului sau/și în corelație cu ansamblul economiei naționale, turismul acționează ca un *factor stimulator al sistemului economic global*. Desfășurarea călătoriei turistice presupune o cerere și, respectiv, un consum de bunuri și servicii specifice, ceea ce antrenează o creștere în sfera producției acestora. Totodată, cererea turistică determină o adaptare a ofertei, care se materializează, printre altele, în dezvoltarea bazei tehnico-materiale a acestui sector și, indirect, în stimularea producției ramurilor participante la construirea și echiparea spațiilor de cazare și alimentație, modernizarea rețelei de drumuri, realizarea de mijloace de transport, de instalații pentru agrement.

Pe lângă incidentele asupra economiei regiunilor și zonelor receptoare de turiști, rezultate din atragerea lor în circuitul de valori, dezvoltarea turismului are consecințe asupra geografiei acestora, asupra urbanizării și construcției de locuințe, amenajării de drumuri, realizării de servicii publice. El favorizează, de asemenea, utilizarea pe plan local a diferitelor resurse, a disponibilităților de forță de muncă.

Efectele economice ale turismului îmbracă și alte forme de manifestare; dintre acestea, se impune a fi menționată contribuția sa la *asigurarea unei circulații bănești echilibrate* realizată deopotrivă pe seama turismului intern și internațional. Astfel, în cazul turismului intern, prin cheltuielile făcute de turiști pentru procurarea de bunuri și servicii specifice, este redată circulației o parte din veniturile obținute de aceștia; se realizează, în acest fel, o echilibrare a cererii solvabile cu oferta (producția), atenuându-se presiunile inflaționiste. Pe de altă parte, produsele turistice mai rafinate, mai complexe, presupun, din partea turiștilor, cheltuieli mai mari față de consumurile casnice; cu alte cuvinte, preluarea unei părți din veniturile populației sub forma cheltuielilor pentru turism nu înseamnă sporirea, în aceeași măsură, a consumului intern de resurse regenerabile. În privința turismului internațional, încasările valutare contribuie la atenuarea deficitului balanței de plăți, la consolidarea monedei naționale și a liberei convertibilități.

Ca activitate economico-socială, turismul înregistrează, la nivel mondial, evoluții spectaculoase, devenind o dimensiune inerentă a vieții societății contemporane. Ca fenomen social-economic și cultural, turismul depinde în evoluția sa de aproape toate domeniile de activitate ale societății, în același timp influențându-le în evoluția lor, denumindu-și criteriile, conceptele, formele și factorii în funcție de cele trei dimensiuni.

Turismul are capacitatea de a asigura o creștere economică importantă la nivelul regiunilor slab industrializate, dar cu importante resurse turistice naturale, devenind astfel un important factor de eliminare a dezechilibrelor dintre anumite zone/regiuni.

## **5. Impactul social al turismului**

Pe lângă consecințele economice, turismul are și o profundă semnificație socio-umană. El acționează, prin natura sa, atât asupra turiștilor în mod direct, cât și asupra populației din zonele vizitate. De asemenea, efectele turismului se răsfrâng și asupra calității mediului, a utilizării timpului liber și nu în ultimul rând asupra legăturilor dintre națiuni.

Turismul este, dincolo de toate, un element care favorizează comunicarea, schimbul de idei, de informații, stimulând lărgirea orizontului cultural cu efect asupra formării intelectuale.

Una dintre cele mai importante funcții ale turismului constă în rolul său reconfortant, în calitatea sa de a contribui la regenerarea capacității de muncă a populației, atât prin formele de odihnă, cât și prin formele de tratament balneo-medicale. Totodată, turismul reprezintă un mijloc de educație, de ridicare a nivelului de instruire, de cultură și civilizație a oamenilor.

Așadar, turismul contribuie nu doar la satisfacerea nevoilor materiale, ci și la satisfacerea nevoilor spirituale ale oamenilor. „Orice pas al unei călătorii devine o aventură a cunoașterii; la fiecare pas mori și învingi de bucurie, ineditul te face sa renaști, natura te reînălță pe socul fiecărei zile, martor la propriul miracol”.

România are o șansă foarte mare de dezvoltare deoarece aceasta dispune de bogate și variate resurse naturale și antropice. Valorificarea lor eficientă și în interesul economiei naționale reprezintă o șansă de dezvoltare a României.

Potențialul acestei ramuri este imens, dar prea puțin valorificat. Este ramura economică cu avantajul competitive internațional cel mai mare, cu toate acestea performanțele sale economice sunt modeste.

Pe plan economic turismul este un factor al progresului economic, cu largi și pozitive implicații asupra dezvoltării întregii societăți, acționând în direcția introducerii în circuitul economic (intern și internațional) a resurselor turistice, a patrimoniului cultural istoric, de mare atracție și a unora din realizările contemporane în domeniile construcțiilor și artei. Din punct de vedere economic, turismul prezintă numeroase avantaje față de alte domenii de activitate, și anume : valoarea adăugată în turism față de alte ramuri este superioară, datorită faptului că importul de materii prime, pentru acest domeniu este nesemnificativ; turismul nu este o ramură energo-intensivă: utilizează în mare parte, materii prime autohtone, practice inepuizabile: permite transferarea în valută a unor resurse materiale și umane, neexplorabile pe altă cale; turismul reprezintă o parte însemnată a consumului intern antrenând, direct sau indirect, importante cantități de produse industriale; asigură dezvoltarea echilibrată a tuturor zonelor țării, inclusive a celor considerate lipsite de ofertă turistică atractivă.

Turismul acționează ca un factor stimulator al sistemului economic global. Prin dezvoltarea turismului se obține un semnificativ spor de producție, aportul sau la PIB fiind proporțional cu nivelul de dezvoltare al fiecărei țări .

Turismul este considerat cea mai mare industrie la nivel mondial, care a generat venituri de peste 2 trilioane dolari și peste 98 milioane de locuri de muncă. Este o industrie care trebuie implicate în dezvoltarea durabilă datorită faptului că este o industrie consumatoare de resurse, una care este dependent de înzestrarea naturii și de patrimonial societății.

De peste 20 de ani, turismul a devenit o parte importantă din discursul dezvoltării durabile, lucru deloc surprinzător având în vedere amploarea expansiunii și implicațiile ecologice, sociale, culturale și economice ale acestei ramuri.

## **6. Turismul în Valea Jiului**

Valea Jiului nu înseamnă doar minerit și orașe în care trăiesc comunități cu o situație economică defavorizată. Zona din sudul județului Hunedoara este una dintre cele mai ofertante din punct de vedere turistic.

Valea Jiului este o zonă binecuvântată. Resursele de care dispune sunt nelimitate, iar turismul poate deveni un sector de excelență pentru dezvoltarea zonei.

Printre primele destinații de turism în Valea Jiului este Stațiunea Parâng, aflată la o înălțime de aproximativ 1800 metri, poate fi considerată o poartă spre înălțimi, cu peisaje de basm, atât vara, cât și iarna, devenind în ultimii ani din ce în ce mai cunoscută în rândul turiștilor, în special iubitorilor sporturilor de iarnă, datorită pârtiilor de care dispune.

Peștera Bolii este considerată una dintre cele mai spectaculoase atracții turistice din zona Văii Jiului. Se află la circa zece kilometri de Petroșani, la poalele cetății Bănița și ale Munților Retezatului și Sebeșului. Potrivit istoricilor, numele peșterii provine de la cel al familiei Bolia, nobilii care au deținut păduri și proprietăți în împrejurimile ei. Peștera are o lungime de aproape 500 de metri, iar în trecut putea fi străbătută călare. Peștera Bolii a fost folosită încă din perioada interbelică drept loc pentru concerte și reprezentații de dans, ca urmare a acusticii deosebite din interiorul ei. Acum, în caverna spațioasă au loc frecvent evenimente culturale.

Stațiunea Straja din Masivul Vâlcan a devenit în ultimii ani una dintre cele mai importante atracții turistice din vestul țării. Este vizitată în special iarna, de iubitorii de schi, iar pe timp de vară cei care ajung în Straja sunt invitați la excursii pe potecile de munte care pornesc din zona de agrement, aflată pe munte, la 10 kilometri de Lupeni. Există peste 200 de cabane și case de vacanță în Straja. În masivul Straja, unul din locurile de hotar din trecutul Transilvaniei, în Primul Război Mondial au murit peste 800 de soldați, o parte din ei fiind înmormântați în cimitirul eroilor din Lupeni. În memoria lor a fost ridicat, pe munte schitul Sfinților Constantin și Elena, devenit unul dintre obiectivele turistice importante din zonă.

Pasul Vulcan, o veche trecătoare din Carpați, situată la altitudinea de peste 1600 de metri, face legătura dintre Depresiunea Petroșani și Oltenia. Zona a fost în trecut, până la construcția șoselei prin Defileul Jiului, o importantă cale de acces a Țării Hațegului și a Transilvaniei spre nordul Olteniei.

Prin Pasul Vulcan a trecut Mihai Viteazul pentru a ajunge în Viena, în anul 1600, iar potrivit legendei, în locul numit Poiana lui Mihai, voievodului i-ar fi murit calul din cauza efortului. În prezent, Pasul Vulcan tinde să devină o stațiune turistică, care atrage prin frumusețea peisajelor montane. Zona este amintită și de scriitorul Jules Verne, în romanul său „Castelul din Carpați”.

Cheile Buții, una dintre porțile de intrare în Parcul Național Retezat, se află la circa 30 de kilometri de Petroșani, pe DN66A, în vecinătatea orașului Uricani. Cheile sunt un loc preferat de amatorii de excursii pe munte și de speologie, dar și de iubitorii unor sporturi mai puțin accesibile, cum este alpinismul. Din Cheile Buții excursioniștii au la dispoziție mai multe trasee montane marcate pe care pot intra în Retezat. Cele mai populare sunt Cheile Buții - Lacul Bucura, un traseu de 8 - 10 ore, Cheile Buții - Vârful Piatra Iorgovanului (peste 2.000 de metri), traseu de 7 - 9 ore și Cheile Buții - La fânețe, un traseu de circa 45 de minute. Vara traseele sunt mai accesibile, însă jandarmii montani le recomandă turiștilor ca înainte de a urca pe munte să poarte echipament adecvat. De asemenea, în zona cheilor există mai multe peșteri.

Cheile Jiețului reprezintă una din ariile protejate ale Văii Jiului, întinsă pe o suprafață de zece hectare, în zona orașului Petrița, pe râul Jieț. Din Cheile Jiețului turiștii pot porni pe numeroase trasee montane, unele foarte puțin umblate, în Masivul Parâng. Zona de munte este străbătută de drumul național DN 7A Petroșani - Voineasa care leagă județele Hunedoara de Vâlcea. Importanța acestei arii naturale protejate se datorează frumuseții peisajului cu versanți abrupti ai Parângului, cu chei înguste și stânci sălbatice. Zona Cheilor Jiețului este considerată una dintre puținele regiuni unde mai pot fi găsite peșteri neexplorate sau trasee montane pe care nu a ajuns încă piciorul omului.

Cea mai importantă mănăstire din zona Văii Jiului este Lainici, un așezământ al călugărilor aflat la 25 de kilometri de Petroșani, în Defileul Jiului. Biserica veche a mănăstirii Lainici a fost construită la începutul secolului al XIX-lea și este monument istoric. Se spune că într-o peșteră

din apropierea mănăstirii s-ar fi adăpostit Sfântul Cuviosul Nicodim de la Tismana, trimis în Țara Românească în secolul XIV, pentru a susține ortodoxia și pentru a da un suflu nou bisericii. În anii Primului Război Mondial, biserica a fost distrusă aproape complet de trupele germane, care au intrat chiar și cu caii în biserică, făcând focul în ea și profanând-o. Se spune că din Lainici au fost furate atunci toate obiectele de preț, inclusiv clopotele. Cele mai importate lucrări de restaurare a mănăstirii au avut loc după anul 1990, iar în prezent, Mănăstirea Lainici este una dintre cele mai vizitate așezări religioase din Valea Jiului.

Cei mai vechi locuitori ai Văii Jiului purtau numele de momârlani. Se spune despre ei că sunt urmașii dacilor în acest ținut de munte, în care urbanizarea a dus la alterarea tradițiilor seculare, păstrate însă cu sfințenie de comunitatea din ce în ce mai restrânsă din așezările rurale de munte.

Pe lista obiectivelor turistice care pot fi vizitate mai pot fi trecute multe puncte cheie: Cetatea Bănița, Muzeul Mineritului, Defileul Jiului, dar și multe alte obiective care se află în zonele din împrejurimile zonei la care se poate ajunge ușor, cum ar fi: Poiana narciselor (Sălașu de Sus), Cetatea Mălăiești, Cetatea Sarmizegetusa Regia, Cetatea Corvinilor, Cetatea Deva, I Gardini di Zoe, Rezervația de zimbrii din Hațeg, Biserica de piatră din Densuș (cea mai veche biserică de piatră din România), Fundătura Ponorului și multe alte locuri minunate care merită să fie vizitate.

## Concluzii

Creșterea fluxului turistic poate duce la o serie de consecințe economice pozitive pentru țările gazdă, în special asupra PIB-ului, ocuparea forței de muncă și comerțul exterior. Totodată, turismul este o sabie cu două tăișuri datorită faptului că este o industrie generatoare de venituri și un mod de dezvoltare a zonelor de destinație, dar poate fi și un segment extrem de costisitor pentru anumite comunități.

Turismul durabil reprezintă o abordare pozitivă cu intenția de a reduce tensiunile și fricțiunile create de complexitatea interacțiunilor dintre industria turistică, turiști, mediul natural și comunitățile locale ca și gazde ale turiștilor.

## Bibliografie:

1. Balaure V., Cătoiu I., Vegheș C., (2005), *Marketing turistic*, Editura Uranus, București
2. Barbu G., (1981), *Turismul în economia națională*, Editura Sport Turism, București
3. Ionescu I., (2000), *Turismul fenomen social-economic și cultural*, Editura Oscar Print, București
4. Minciu R., (2004), *Economia turismului*, Editura Uranus, București
5. Nedelea A., (2003), *Piața turistică*, Editura Economică, București
6. Nenciu D. S., (2009), *Strategii de marketing pentru dezvoltarea turismului românesc*, Editura EX PONTO, Constanța
7. Stăncioiu A. F., (2000), *Strategii de marketing în turism*, Editura Economică, București



## Finanțări ale Uniunii Europene în educație

**Autor: Șuvar Lăcrămioara**

**Coordonator: Prof. univ. dr. Țircă Diana-Mihaela**  
**Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu**

**Abstract:** „How do we create European identity and consciousness?” The most justified and timely answer is EDUCATION. Education for the tens of millions of European pupils and students in the EU who will become aware of what it means to be a European citizen, what the European Union means.

High-quality training and access to education are fundamental for the affirmation of Europe as a society of knowledge and as an actor of major importance on the stage of a globalized world economy. Education policy is established by each individual member state. The countries agree on common objectives and exchange best practices in the field. In addition, the Union finances numerous programs that allow its citizens to make the most of the possibilities of personal development and the economic potential of the EU - through study, training or volunteer activities in other countries. Many of these programs are accessible to students, teachers and educational institutions from other countries, especially those in the immediate vicinity of the EU or those that intend to join the Union.

### 1. Politici educaționale europene

Formarea de înaltă calitate și accesul la educație sunt fundamentale pentru afirmarea Europei ca societate a cunoașterii și ca actor de importanță majoră pe scena unei economii mondiale globalizate. Politică în materie de educație este stabilită de fiecare stat membru în parte. Totuși, țările convin asupra obiectivelor comune și fac schimb de bune practici în domeniu. În plus, Uniunea finanțează numeroase programe care le permit cetățenilor săi să valorifice cât mai bine posibilitățile de dezvoltare personală și potențialul economic al UE - prin studiu, formare sau activități de voluntariat în alte țări. Multe dintre aceste programe sunt accesibile studenților, profesorilor și instituțiilor de învățământ din alte țări, în special din cele aflate în imediata vecinătate a UE sau din cele care intenționează să adere la Uniune.

**PECE (Politica Europeană Comună a Educației)** presupune constituirea unui grup formal al Miniștrilor Educației din cele 27 de state membre și crearea mecanismelor prin care Comisia Europeană să poată iniția legislație, care în cele din urmă, să fie votată și aprobată de Parlamentul European și Consiliul Uniunii Europene. Consiliul Miniștrilor Educației de la nivelul Uniunii va trebui să aibă întâlniri regulate și să asigure o coordonare în ceea ce privește crearea unui barem comun de notare la nivel european, a unui curriculum cât mai asemănător, a unei structuri clare privind ciclurile școlare, dar și introducerea, de comun acord, a unor opționale sau materii obligatorii de europeanistică pentru elevi.

Politica Europeană Comună a Educației va trebui, de asemenea, să se asigure că tinerii studenți europeni vor avea șansa unui schimb de experiență universitară în alt stat decât cel de origine, lucru care poate fi asigurat prin extinderea proiectului Erasmus+. PECE nu trebuie să fie un mecanism de uniformizare a învățământului la nivel european, ci mai degrabă un mijloc de coordonare și facilitare a schimbului de experiență. Prin Consiliul Miniștrilor Educației, aceștia pot realiza, totodată, un schimb de bune practici educaționale. O politică comună în domeniul educației este esențială și va putea, în cele mai multe situații, să prevină noi crize eurosceptice, să creeze identitatea europeană, să asigure un beneficiu enorm pentru tinerii europeni.

### **EQF – Cadrul european al calificărilor**

UE promovează schimburi și cursuri pe tema integrării europene prin intermediul altor programe și acorduri de cooperare cu aproximativ 80 de țări din întreaga lume, de la Mongolia până la Mexic și de la Algeria până la Australia. Pe lângă facilitarea recunoașterii calificărilor prin intermediul documentelor Europass, UE urmărește și aplicarea unor măsuri de natură să permită compararea sistemelor naționale de învățământ. Aceasta nu înseamnă o uniformizare a sistemelor de educație, ci stabilirea unui cadru european al calificărilor (EQF) pentru învățarea de-a lungul vieții. Până în 2012, fiecare nouă calificare emisă în UE va face trimitere la unul din cele opt nivele de referință prevăzute de cadrul european al calificărilor. EQF este rezultatul eforturilor depuse în cadrul așa-numitului „proces de la Copenhaga”. Acesta reunește 32 de țări, inclusiv statele membre ale UE, care discută pe teme de educație și formare profesională. De asemenea, cele 32 de țări lucrează la introducerea unui sistem european de credite pentru educație și formare profesională, precum și a unei rețele europene de asigurare a calității acestui tip de formare. În ceea ce privește învățământul superior, UE colaborează cu alte 19 țări în cadrul „procesului de la Bologna”, pentru crearea unui spațiu european pentru învățământul superior. Acest proces promovează recunoașterea reciprocă a perioadelor de studiu, calificări comparabile și standarde de calitate uniforme. Politicile care se adresează tinerilor nu se limitează la educație.

„**Pactul european pentru tineret**” stabilește o serie de principii comune privind oportunitățile pentru tineri, recunoscând dreptul acestora de a beneficia de șanse egale în toate aspectele vieții sociale: educație și formare de înaltă calitate, servicii pentru căutarea unui loc de muncă, locuri de muncă adecvate competențelor lor, dreptul la prestații de securitate socială și dreptul la locuință.

Programul „**Tineret în acțiune**” promovează participarea activă a tinerilor la viața comunității și sprijină proiectele care cultivă sentimentul de cetățenie europeană. De exemplu, tinerii pot lucra ca voluntari în alte țări, prin intermediul Serviciului European de Voluntariat (SEE). În perioada 2007-2013, UE a alocat acestor activități fonduri în valoare de 900 milioane de euro. Cerințele noului secol au ridicat peste tot în lume întrebări precum: „până când” și „prin ce metode” învățăm? De la angajatori, autorități și până la fiecare individ în parte, răspunsul pare să fie unanim: învățarea permanentă nu mai e un lux, ci o condiție necesară pentru adaptarea la cerințele profesionale, sociale, economice și informaționale mereu în schimbare. În ultimii ani, educația pe tot parcursul vieții (life long learning) a devenit o prioritate a sistemelor de învățământ la nivel global. Chiar dacă rolul educației de bază, formale, rămâne esențial, învățarea permanentă, împreună cu educația nonformală, vin să personalizeze și să dezvolte aptitudini cât mai aproape de cerințele pieței și societății, pe de o parte, și priceperea și sufletul celui care învață, pe de altă parte.

**Programul de învățare pe tot parcursul vieții**-Comisia Europeană a reunit inițiativele privind educația sub această denumire. Acest program are patru subprograme și vizează opt materii relevante pentru educație și formare profesională: accesul la educație, competențe de bază, consilierea și orientarea profesională, educația antreprenorială, egalitatea de șanse, formare formatori, societate ICT, formarea continuă.

- **Comenius** (pentru învățământul preuniversitar). Comenius- este prima componentă a Programului de Învățare pe Tot Parcursul Vieții. Se adresează instituțiilor de învățământ preuniversitar de stat și private (de la grădinițe la școli postliceale) și tuturor celor care își desfășoară activitatea în acest sector: elevilor, tuturor categoriilor de personal didactic, precum și autorităților locale, asociațiilor de părinți sau ONG-urilor care activează în domeniul educațional. Comenius sprijină financiar realizarea de parteneriate școlare, proiecte de formare a personalului didactic, rețele de parteneriat școlar, precum și participarea la stagii de formare inițială și continuă pentru creșterea calității și consolidării dimensiunii europene în educație.

- **Erasmus+** este programul UE pentru educație, formare, tineret și sport. Bugetul său este estimat la 26,2 miliarde EUR. Această sumă reprezintă aproape dublul finanțării de care a beneficiat programul anterior (2014-2020). Programul pentru perioada 2021-2027 pune un accent puternic pe

incluziunea socială, pe tranziția verde și pe cea digitală și pe promovarea participării tinerilor la viața democratică. Sprijină prioritățile și activitățile definite în contextul Spațiului european al educației, în Planul de acțiune pentru educația digitală și în Agenda pentru competențe în Europa. În același timp, programul

- sprijină Pilonul european al drepturilor sociale
- pune în aplicare Strategia UE pentru tineret 2019-2027
- dezvoltă dimensiunea europeană în domeniul sportului.

De asemenea, Erasmus + oferă oportunități de mobilitate și cooperare în

- învățământul superior
- educația și formarea profesională
- educația școlară (inclusiv îngrijire și educația timpurie)
- educația pentru adulți
- sectorul tineretului
- și domeniul sportului.

- **Leonardo da Vinci** (pentru educație și formare profesională) Leonardo da Vinci- Programul Leonardo da Vinci vizează cooperarea transnațională în domeniul formării profesionale a forței de muncă. Scopul său este acela de a crește calitatea sistemelor și practicilor de formare profesională, de a asigura instrumente moderne și noi abordări în formarea profesională pe parcursul vieții.

-**Grundtvig** (vizează educația adulților) - și oferă persoanelor de orice vârstă oportunități de a studia oriunde în Europa. În anul 2000 Programul Socrates II a demarat subprogramul Grundtvig. Grundtvig- Programul Grundtvig își propune să ofere alternative educaționale și să îmbunătățească accesul celor care, indiferent de vârstă, doresc să dobândească noi competențe prin forme de educația adulților. Grundtvig vine în întâmpinarea nevoilor de predare/învățare ale adulților și se adresează instituțiilor sau organizațiilor care asigură sau facilitează educația acestora. Orice organizație din domeniul educației adulților, din sistemul formal, nonformal sau informal poate să participe la programul Grundtvig. Adultul, în sensul programului Grundtvig, este o persoană de peste 25 de ani, sau un tânăr sub aceasta vârstă, care nu mai este cuprins în sistemul formal de educație.

**Jean Monnet** -Începând cu perioada de finanțare 2007-2013, acest program transversal completează aceste patru subprograme, printre activitățile cheie ale acestuia numărându-se: cooperarea în domeniul politicii, limbile străine, tehnologiile informaționale și de comunicare, diseminarea și exploatarea eficientă a rezultatelor proiectelor. Jean Monnet este un alt program prin care executivul european încurajează predarea, reflecția și dezbaterile pe tema procesului de integrare europeană în cadrul instituțiilor de învățământ superior din lume, tot pentru perioada 2007-2013. Prioritatea centrală a Programului de Învățare pe tot Parcursul Vieții este să întărească contribuția adusă de educație și formarea profesională în atingerea obiectivului Lisabona de transformare a Uniunii Europene "în cea mai competitivă economie bazată pe cunoaștere din lume, capabilă de o creștere economică durabilă însoțită de o creștere cantitativă și calitativă a numărului locurilor de muncă și de o mai mare coeziune socială", potrivit unui document al Comisiei Europene.

Învățarea pe tot parcursul vieții ia diverse forme, ea desfășurându-se atât în interiorul, cât și în afara sistemelor tradiționale de educație și formare. Punctul forte al programelor de învățare permanentă este faptul că plasează responsabilitatea individului în centrul procesului de învățare. Lucru valabil și pentru educația nonformală, care se regăsește ca metodă de formare în cadrul unor activități ale programelor europene de învățare pe tot parcursul vieții. De altfel, cele trei concepte formal, informal și nonformal se completează reciproc în cadrul programelor de învățare continuă. Pe scurt, dacă educația formală, oficială, are loc într-o instituție de învățământ - școală, facultate etc, educația informală reprezintă influențele spontane sau neorganizate din mediu, familie, grup de prieteni, mass media, etc.

## **2. Finanțări acordate pentru educație**

România a beneficiat de-a lungul timpului de fonduri nerambursabile în urma cărora a crescut calitatea învățământului dar și dezvoltarea factorilor implicați. Fondurile nerambursabile reprezintă sume de bani acordate de către un finanțator (de regulă de către o entitate supranațională – un exemplu relevant fiind Uniunea Europeană (UE) – sau de către stat) prin care se urmărește atingerea unor obiective de interes (supra)național.

Comisia Europeană finanțează proiecte și organizații în urma unor cereri de propuneri. Programele și proiectele finanțate se desfășoară în domenii foarte diverse, inclusiv în domeniul educației. Finanțarea se acordă fie prin acțiuni centralizate, fie prin acțiuni descentralizate.

- acțiunile descentralizate sunt gestionate la nivel național, de către agențiile naționale din statele membre ale UE
- acțiunile centralizate sunt gestionate la nivel european, direct de către Comisia Europeană

Înainte de aderarea României la UE, programul PHARE a fost principalul instrument de sprijin pentru pregătirea aderării la UE. Din 1991 până în 1997, România a primit 777,6 milioane EUR în acest cadru. Principalele sectoare care au beneficiat de programe de ajutor PHARE, asistență tehnică și investiții au fost: activități de privatizare și restructurare, sprijin pentru întreprinderi mici și mijlocii, educație, transport, agricultură și sănătate, precum și construirea instituțiilor și investiții legate de adoptarea acquis-ului comunitar al UE (Termenul acquis comunitar desemnează totalitatea drepturilor și a obligațiilor comune care decurg din statutul de stat membru al Uniunii Europene. Incluzând, pe lângă tratate, și actele adoptate de către instituțiile UE, acquis-ul comunitar este în continuă evoluție).

- În cadrul programului Erasmus+, primele proiecte finanțate de UE în educația din România au început în anul universitar 1998/1999. În acest an, 1.250 de studenți români au putut pleca în străinătate pentru a studia într-o universitate dintr-o altă țară a UE. 27 de universități au primit fonduri Erasmus+ pentru aceste mobilități, cu o subvenție medie de 100.000 EUR.

- În cadrul politicii regionale, primul program național a fost Programul operațional regional 2007-2013. În domeniul educației, aceasta a cuprins investiții pentru reabilitarea și modernizarea școlilor, universităților și centrelor de formare profesională, inclusiv dezvoltarea infrastructurii și echipamentelor acestora. În afară de aceasta, a sprijinit îmbunătățirea cazării studenților.

Aceste măsuri au contribuit la asigurarea unui proces educațional în conformitate cu standardele europene și la creșterea participării elevilor și adulților la procesul de învățământ. Suma dedicată investițiilor în educație în acest program s-a ridicat la 355 miliarde.

Între 2014-2020: 1,7 miliarde de euro, prin trei programe

- În perioada de finanțare 2014-2020, fondurile UE alocate României pentru educație și formare profesională se ridică la 1,7 miliarde EUR. Printre acestea se numără 1,3 miliarde din Fondul social european (FSE), 360 milioane din Fondul european de dezvoltare regională (FEDR) și 60 de milioane din Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală (FEADR).

- În special în ceea ce privește investițiile FEDR, prioritatea este acordată domeniilor în care ratele de înscriere în învățământul preșcolar sunt scăzute, iar abandonul școlar este ridicat. De asemenea, sunt finanțate investiții în educație profesională și formare profesională și învățământ superior.

- În general, finanțarea este disponibilă pentru modernizarea infrastructurii existente, pentru construcția de clădiri și echipamente noi. Schema de finanțare a stârnit mult interes din partea autorităților administrației publice locale și centrale și a universităților publice.

- În cadrul programului operațional regional actual finanțat prin FEDR, 814 proiecte în domeniul educației, cu o valoare de 1,3 miliarde EUR, au fost depuse de solicitanți până în al treilea trimestru din 2018. Aceasta este echivalentă cu 369% din alocare, ceea ce arată cerere foarte mare.

- La sfârșitul anului 2018, în cadrul acestui program au fost contractate 24 de proiecte cu o sumă eligibilă de 139,59 milioane EUR și au fost deja declarate plăți de 38,69 milioane EUR.

- În perioada 2014 - 2018, fondurile UE alocate României pentru acțiuni descentralizate Erasmus +, gestionate de Agenția Națională Română, se ridică la 350 de milioane EUR. Aceasta a acoperit aproximativ 3.200 de proiecte.

- Investițiile FEDR în cadrul Programului operațional regional 2014-2020 se referă la învățământul primar, primar și secundar inferior.

- În domeniul Infrastructurii pentru educația și îngrijirea timpurie a copiilor, prioritatea este să ajute comunitățile cu rate de înscriere sub 85% pentru copiii cu vârsta cuprinsă între 4-6 ani, comunităților care nu au educație și îngrijire timpurie și copiilor cu vârste între 0-3 ani. De asemenea, se pune accentul pe unitățile care asigură, într-o abordare incluzivă, educarea copiilor din grupuri cu risc, precum familii sărace, copii romi și copii cu nevoi educaționale speciale.

- În domeniul Infrastructurii pentru învățământul primar și gimnazial, intervențiile au drept scop asigurarea unei educații de calitate pentru toți copiii și vor lua în considerare, cu prioritate, grupuri cu risc crescut de părăsire a școlii, precum: copii din familii cu un nivel socio-social scăzut, niveluri economice, studenți din zonele rurale, tineri romi și alte grupuri defavorizate sau subreprezentate.

- În domeniul infrastructurii pentru educație și formare profesională și învățare a adulților, creșterea duratei pregătirii la 3 ani și creșterea pregătirii practice au dus la o transformare a sistemului educațional care va necesita investiții continue. Investițiile în școlile de înaltă tehnologie și alte infrastructuri pentru formarea profesională vizează asigurarea unor facilități de înaltă calitate, în conformitate cu nevoile pieței muncii, prin construcția, reabilitarea, extinderea și dotarea acestor școli.

- Pentru atingerea obiectivelor priorităților noastre de investiții, se realizează următoarele tipuri de investiții:

În primul rând, construirea, modernizarea, extinderea și dotarea infrastructurii pentru educația timpurie, adică pepiniere și grădinițe, este susținută cu o alocare de 94,5 milioane EUR între 2014 și 2020. În al doilea rând, același tip de ajutor este disponibil pentru învățământul obligatoriu general, adică școlile din clasa I la VIII, cu o alocare de 96 de milioane EUR. În al treilea rând, sprijinirea infrastructurii pentru educația profesională și învățarea pe tot parcursul vieții, adică școlile tehnologice și profesionale, se va ridica la 31,5 milioane EUR. Mai mult decât atât, sprijinul pentru infrastructura universității se va ridica la 74,5 milioane EUR.

- Autoritățile educaționale și universitățile pot, de asemenea, să dezvolte parteneriate cu alte instituții care pot contribui la proiectele lor.

- În plus, sprijinul specific este acordat și prin Programul transnațional al Dunării (DTP). Nu este axat pe educație în general, dar unele proiecte DTP includ măsuri de formare și de competență, cum ar fi proiectul transnațional „Danube Transnational Programme”.

- În următoarea perioadă de finanțare 2021-2027, FEDR își va continua contribuția la îmbunătățirea accesului la educația incluzivă și de calitate și la învățarea de-a lungul vieții. Aceasta ar putea include investiții în infrastructură și / sau echipamente în educația timpurie, școli, educație profesională și formare profesională, precum și universități.

- Pentru Erasmus +, Comisia Europeană a propus dublarea fondurilor pentru perioada 2021-2027 pentru a ajunge la o sumă totală de 30 de miliarde de euro pentru toate statele membre. În contextul global marcat de nevoia de specializare în multe profesii, este necesară îmbunătățirea învățării pe tot parcursul vieții pentru adulți. Prin urmare, se va acorda sprijin centrelor de învățare pe tot parcursul vieții situate în colegiile tehnologice, precum și a infrastructurii pentru formarea profesională, inclusiv a centrelor pilot la nivel regional. Aceste centre ajută la dobândirea de cunoștințe avansate și procese moderne care facilitează integrarea profesională și socială a persoanelor în conformitate cu nevoile angajatorilor, în special în sectoarele economice competitive.

• Fondurile structurale oferă, de asemenea, sprijin pentru infrastructura pentru învățământul terțiar. Având în vedere rolul important pe care îl joacă universitățile pentru specializarea forței de muncă și activitățile de cercetare, investițiile în infrastructura lor contribuie la creșterea capacității lor de a anticipa nevoile pieței în ceea ce privește standardele și calitatea academică. Investițiile UE vor ajuta, de asemenea, la dezvoltarea de noi programe care să se concentreze pe abilitățile transversale ale elevilor, adică abilități care nu sunt legate în mod specific de un anumit loc de muncă și care pot fi utilizate în diverse setări de muncă.

### **3. Concluzii**

Finanțarea disponibilă în cadrul programelor europene a sporit cooperarea dintre regiunile învecinate din diferite state membre, dintre statele membre în cadrul UE, precum și dintre statele membre ale UE și țările din afara UE și a contribuit totodată la o gamă mai largă de efecte, în special în ceea ce privește diminuarea barierelor specifice din calea cooperării dintre diferite sectoare și o mai bună integrare economică, socială și de mediu, reprezentând, prin urmare, un exemplu proeminent de valoare adăugată a UE.

Un obiectiv de nivel înalt al programelor finanțate este acela de a ajuta țările europene să își modernizeze și să își îmbunătățească sistemele de educație și formare, consolidând rolul acestora de vectori esențiali pentru creșterea economică, ocuparea forței de muncă, competitivitate, inovare și coeziune socială.

Programul Erasmus+ este o marcă binecunoscută a UE, care se bucură de succes. Programul generează numeroase forme de valoare adăugată europeană, care depășesc cerințele legale. Erasmus+ joacă un rol esențial în construirea mobilității în scop educațional în străinătate și are un efect pozitiv asupra atitudinilor participanților față de UE. Țările nu ar putea obține astfel de rezultate acționând individual.

Conform comunicării Comisiei Europene, investițiile eficiente în educație și formare reprezintă un imperativ pentru Europa. Transformarea Uniunii Europene (UE) în cea mai competitivă și mai dinamică economie a cunoașterii din lume, necesită investiții și resurse pentru ca sistemele de educație și formare să-și atingă obiectivele strategice stabilite. Într-un context internațional foarte concurențial și dinamic, politica de investiții în educație și formare trebuie să ia în considerare noile exigențe ale societății cunoașterii necesare nu numai în domeniul cercetării-dezvoltării și al tehnologiei informației și comunicațiilor (TIC), ci și în sistemul educativ european.

### **Bibliografie:**

1. <https://education.ec.europa.eu>
2. <https://europa.eu/europass>
3. <https://www.academia.edu>
4. <https://commission.europa.eu>
5. <https://erasmus-plus.ec.europa.eu/ro/about-erasmus/>
6. [www.interreg-danube.eu/approved-projects/danube-skills](http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/danube-skills)
7. [https://www.academia.edu/43093697/Politici\\_educa%C8%9Bionale\\_europene](https://www.academia.edu/43093697/Politici_educa%C8%9Bionale_europene)
8. <https://www.dgcademy.com/>

## Discriminarea pe piața muncii

**Autor: Tărhat Elena-Mădălina**  
**Conf. univ. dr. Nițescu Alina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Discrimination means any difference, exclusion, restriction or preference based on the criteria provided by the legislation in force.*

*The criteria established by romanian legislation are: race, nationality, ethnicity, language, religion, social category, beliefs, sex, sexual orientation, age, disability, chronic non-contagious disease, HIV infection, belonging to a disadvantaged category, as well as any other criterion that has the purpose or effect of restricting, removing the recognition, use or exercise, under conditions of equality, of human rights and fundamental freedoms or rights recognized by law, in the political, economic, social and cultural fields or in any other fields of public life . Discrimination in general, and discrimination in the workplace in particular, refers to different treatment that disadvantages one person or group compared to another person or group in similar situations.*

*Harassment at the workplace is explained in the Labor Code, and following recent amendments, it is defined as any type of behavior that has the purpose or effect of harming the dignity of a person and indicates an intimidating, hostile, degrading, humiliating or offensive environment for them .*

*Discrimination by association was introduced and defined as any act or deed of discrimination committed against a person who is not part of a category vulnerable to discrimination, but is associated with it.*

### 1. Introducere

În general, discriminarea și, în special, cea de la locul de muncă se referă la un tratament diferit care defavorizează o persoană sau un grup, în comparație cu o altă persoană sau un grup, în situații similare. Fenomen prezent în relațiile de muncă, discriminarea este considerată de 51% dintre români ca fiind una din problemele actuale ale societății, după cum rezultă dintr-un studiu realizat pe marginea acestui subiect, de Consiliul Național pentru Combaterea Discriminării.

Egalitatea între cetățeni este garantată de Constituția României, care prevede drepturi egale pentru toți oamenii, fără deosebire de rasă, naționalitate, origine etnică, limbă, religie, sex, apartenență politică, avere sau origine socială. În plus, Constituția garantează egalitatea cetățenilor în fața legii și a autorităților publice, fără privilegii și fără discriminări.

Piața muncii este determinată de anumite tendințe de segmentare, definite prin caracteristici economice cum ar fi nivelul de calificare și meserii, sectorul de angajare (public sau privat, companie mare, mică), instituționale (reglementarea raporturilor de muncă, politici salariale, organizarea și funcționarea sindicatelor) și sociale ca nivelul de instruire și formare, climatul de protecție socială.

Prin urmare, segmentarea are loc atunci când piața forței de muncă este divizată sau structurată într-un mod care se reflectă în formele luate de relațiile de muncă sau de contract.

Această segmentare a pieței muncii este firească economiilor în dezvoltare și poartă un caracter dual, structurat în două sectoare – sectorul primar (central) al companiilor mari și sectorul secundar (periferic) al companiilor implicate în competiție, fiecare având caracteristici economice, funcționale și sociale diferite, cu consecințe specifice pentru angajați.

În ceea ce privește profilul de inegalități pe piața muncii, acesta se regăsește nu doar în ocupare, unde existența unor stereotipuri legate de vârstă, experiență sau gen, adânc înrădăcinate, definesc rolurile femeilor și bărbaților în câmpul muncii, dar și la etapa premergătoare de intrare pe piața muncii, când capitalul uman este expus diverselor forme de discriminare (după criteriu de vârstă, sex, dizabilitate, apartenență etnică, ș.a.) ceea ce reprezintă și un factor important care conduce la excluziune socială

Cadrul legal al discriminării este completat de Ordonanța de Guvern 137/2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare. În ceea ce privește raporturile de muncă, în Codul Muncii se regăsește principiul egalității de tratament față de toți salariații și se interzice orice discriminare directă sau indirectă față de salariat. În același document, se consideră discriminare față de un angajat orice acte și fapte de excludere, restricție sau preferință ori diferențiere, bazate pe criteriile de sex, vârstă, apartenență, rasă, culoare, opțiune politică, origine socială, handicap, care au ca scop sau efect neacordarea, restrângerea ori înlăturarea recunoașterii drepturilor prevăzute de legislația muncii. În plus, reprezintă discriminare indirectă orice acte și fapte întemeiate pe alte criterii de diferențiere a angajaților decât competența profesională.

În general, discriminarea și, în special, cea de la locul de muncă se referă la un tratament diferit care defavorizează o persoană sau un grup, în comparație cu o altă persoană sau un grup, în situații similare.

## 2. Forme de discriminare

Discriminarea la locul de muncă se manifestă sub diverse forme, începând cu interviul de angajare și terminând cu decizia de concediere. În relațiile dintre angajați, dintre aceștia și superiorii lor și în cele dintre angajați și angajatori, pe criterii de rasă, naționalitate, origine etnică, limbă, religie, sex, apartenență politică, avere sau origine socială sau pentru altele, discriminarea poate să apară:

- la stabilirea și schimbarea condițiilor de muncă;
- în momentul stabilirii salariului;
- la stabilirea sarcinilor de serviciu și a responsabilităților;
- atunci când se fac selecții pentru programe de formare și dezvoltare profesională;
- la promovare.

Se consideră discriminare orice comportament care constă în a cere sau ordona cuiva să practice o discriminare împotriva uneia sau mai multor persoane, pe oricare dintre criteriile prevăzute de lege.

Două forme particulare ale discriminării indirecte la muncă, definite mai recent, sunt cele de mobbing și bullying. Acestea sunt comportamente discriminatorii la adresa cuiva, repetate pe o perioadă mai lungă de timp.

**Mobbing**-ul presupune acțiuni de agresivitate psihologică la locul de muncă: ignorare completă, izolare, atacuri la persoană, umilire, ridiculizare, critici nefondate și altele. Acțiunile pot fi realizate de un șef, coleg sau mai mulți colegi pentru a determina victima să accepte condiții incorecte de lucru și salarizare sau să părăsească compania, în cazul în care concedierea nu se poate face cu motive întemeiate. Se întinde pe o perioadă de minim 6 luni și poate afecta starea psihică sau de sănătate a victimei, precum și cea socială.

Fenomenul de **bullying** constă în comportamentul abuziv din punct de vedere psihologic, verbal sau fizic, caracterizat prin dorința de a umili pe cineva, și realizat de un superior sau manager. Poate apărea din dorința superiorului de a-și consolida poziția și este un fenomen ce se poate întâmpla o singură dată sau în mod repetat.

Consecințele acestor fenomene asupra victimei pot fi multiple (scăderea eficacității, a performanței, a stimei de sine, anxietate și depresie, șomaj, scăderea reputației etc.). De aceea, dacă



simți că ești jignit, ignorat, amenințat, hărțuit sau primești sarcini periculoase sau care nu țin de competența ta, e bine să iei măsuri.

Discriminarea poate avea un impact negativ semnificativ asupra victimelor vizând starea socială și economică, bunăstarea și sănătatea. Experiențele privind actele de discriminare au dus la concluzia că acestea pot fi asociate la nivel individual, prin prisma efectelor, cu simptome legate de stres și depresie. Discriminarea nu are un efect amenințător doar asupra victimelor, ci și asupra întregii societăți în general, ducând la disfuncționalități economice, la denaturarea concurenței între firme și la subminarea coeziunii sociale. Oamenii care au experiența umilitoare a discriminării sunt afectați într-o multitudine de forme și, de regulă, nu doresc să abordeze aceste probleme în public. Chiar dacă pentru unele persoane discriminarea a devenit o experiență de zi cu zi, ele nu sunt dispuse să ia unele măsuri, cum ar fi de exemplu să depună plângeri la organismele statului. Faptul că victimele discriminării nu sunt dispuse să acționeze în justiție nu înseamnă că experiența lor nu le va afecta comportamentul. Un comportament tipic de răspuns la diferite forme de discriminare constă în adoptarea unei strategii de evitare prin care persoana în cauză încearcă, cu buna știință sau nu, să evite situațiile în care ar putea exista riscul de a fi discriminați.

### **3. Inegalități de gen pe piața muncii**

În 2020, femeile reprezentau 52,4% din populația totală a României, însă doar 45,5% din populația activă pe piața muncii. La capitolul participare pe piața muncii din IEG, România este antepenultima țară din UE și doar una dintre cele două în care nu s-a înregistrat niciun progres între 2013 și 2021 — cealaltă este Danemarca, care avea încă din 2013 una dintre cele mai reduse inegalități de gen la acest capitol. De cele mai multe ori persoanele inactive sunt dependente de veniturile membrilor familiilor lor, nu au șansa unei cariere profesionale și prestează muncă domestică neremunerată.

Femeile din România sunt în continuare mult mai expuse acestor riscuri decât bărbații. Această asimetrie are consecințe negative și asupra celorlalte dimensiuni ale inegalității de gen, contribuind la transformarea unei relații de inegalitate într-una de subordonare în cadrul gospodăriei. Aparent, situația nu a evoluat practic deloc în România de la începutul anilor 2010, însă această imagine este parțial înșelătoare.

În realitate, rata de activitate a crescut atât pentru femei, cât și pentru bărbați, ecartul de astăzi fiind însă similar cu cel de la începutul anilor 2010. Pe termen mai lung, remarcăm o scădere dramatică a ratelor de activitate pentru ambele sexe, de la peste 85% la începutul anilor 1990, până la sub 75% astăzi. Per ansamblu, rata de activitate a femeilor pare să fie mai puțin sensibilă la ciclurile economice decât cea a bărbaților, indiferent dacă vorbim de perioadele bune sau de cele proaste. În privința ultimilor ani, trebuie remarcat că rata de activitate a femeilor era în 2019 la același nivel ca în 2014, în ciuda unei evoluții foarte bune a economiei și a cererii de forță de muncă în această perioadă.

Trebuie avut în vedere că unele situații legate de relațiile de muncă nu pot fi considerate forme de discriminare. Astfel, preponderența femeilor sau a bărbaților în anumite domenii, preferința pentru personalul cu experiență (vârșnic) sau pentru flexibilitate (tineri), pentru forța bărbaților, respectiv pentru abilitatea către organizare și detalii a femeilor sunt pe deplin justificate și nu pot fi considerate discriminatorii, în raport cu o anumită meserie sau profesie.

Discriminarea pe criterii de vârstă este interzisă în România, iar vârsta nu poate să fie un criteriu de angajare sau concediere, atâta vreme cât competențele persoanei în cauză sunt pe măsura cerințelor postului. Dincolo de lege, discriminarea pe criterii de vârstă este o practică frecventă în România, cea mai bună dovadă în acest sens fiind stimulentele și avantajele pe care le primesc angajatorii pentru contractele de muncă încheiate cu persoane cu vârsta de peste 50 de ani.

Situațiile de acest gen care pot fi probate sunt contravenții și se sancționează cu amenzi de la 1.000 lei la 30.000 lei, iar persoana în cauză poate primi despăgubiri în urma unei decizii

judecătorești. Acțiunile în instanță, demarate de persoanele care se consideră discriminate, sunt scutite de taxa de timbru și beneficiază de termene rapide de judecată.

Discriminarea pe criterii de sex este o formă de marginalizare socială și creează prejudicii demnității umane.

Există două forme principale de discriminare a femeilor:

- segregarea profesională, prin care femeile au un acces mai scăzut la anumite posturi;
- discriminare prin nivelul de salarizare, când pentru prestarea unei munci similare cantitativ și calitativ, femeile primesc o plată diferențiată față de bărbați.

Cauzele principale sunt ideile preconcepute ale angajatorilor față de calitatea forței de muncă feminine și a productivității lor, în condițiile în care se ia în calcul faptul că activitatea acestora poate fi întreruptă de căsătorie ori de nașterea și îngrijirea copiilor. Specialiștii în domeniul combaterii discriminării consideră că întrebările referitoare la statutul social, la perspectivele legate de viața privată, la angajare, la promovarea în funcție sau în oricare alte situații, sunt ilegale.

Cunoașterea prevederilor legale în materie de drepturi ale angajaților și înțelegerea fenomenului general de discriminare reprezintă una dintre principalele căi prin care această lacună socială poate fi limitată. O altă soluție este reacția angajatului, pe căile legale, atunci când este victima discriminării în oricare dintre formele ei.

## Concluzii

În ciuda stereotipurilor negative, studii efectuate în mai multe țări evidențiază aceeași concluzie: se poate lucra, în mod eficient, la orice vârstă, condiția necesară fiind ca firmele să realizeze strategii care să prevină și să gestioneze îmbătrânirea salariaților și să vegheze să mențină o bună calitate a vieții la locul de muncă, adaptând organizarea ergonomică a muncii astfel încât să permită salariaților în vârstă să fie competitivi și sănătoși. Firmele care conștientizează acest aspect și iau măsuri în această direcție, vor avea de câștigat în viitor, pe fondul unei îmbătrâniri evidente a populației Globului.

## Bibliografie:

1. Chivu L., Poladian S., Ioan-Franc V. (coord.) (2018) *Convergența economică și monetară a României cu Uniunea Europeană – un demers necesar*, Centrul de Informare și Documentare Economică, București
2. Ciutacu C. (2001) *Piața muncii*, Editura Expert, București
3. Enache S. (2013) *Interdependența dintre piața muncii și șomaj în economia postcriză*, Revista de Economie Teoretică și Aplicată, nr. 8, p. 94, 97, disponibil la: <http://www.ectap.ro/interdependenta-dintre-piata-muncii-si-somaj-in-economia-postcrizade-sorina-enache/a894/> [Accesat la 16 Februarie 2022]
4. \*\*\*, *Femeile în afaceri*, Capital Market, 27 martie 2013, <http://capital.market.md/ro/content/femeile-%C3%AEn-afaceri>
5. [https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/md/Piata-muncii\\_RO.pdf](https://www.undp.org/sites/g/files/zskgke326/files/migration/md/Piata-muncii_RO.pdf)
6. <https://www.1asig.ro/ANOFM-Rata-somajului-a-fost-de-2-68-in-luna-ianuarie-2022-articol-3,102-67962.htm> [Accesat la 27 Februarie 2022]
7. <https://snaper.ro/2019/12/07/fenomenele-de-bullying-mobbing-sau-hartuirea-la-locul-de-munca/>

## Activitatea S.C. SUPERCOM S.A în contextul tranziției către economia circulară

**Autor: Vitez Alexandra**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Nițescu Alina  
Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The transition to the circular economy is an exceptional opportunity to transform the economy and make it more sustainable, contribute to climate goals and conserve the world's resources, create local jobs and generate competitive advantages for national economies in a world in deep change.*

*In order to achieve the objectives of the circular economy, an important role is played by the activity of efficient waste management, a field in which the SUPERCOM company has rich experience, being the market leader in this field. This contributes to increasing the selective collection, recycling and recovery of waste.*

### 1. Conceptul și beneficiile economiei circulare

Economia circulară este un model de producție și consum, care implică folosirea în comun, închirierea, reutilizarea, repararea, renovarea și reciclarea materialelor și produselor existente cât mai mult timp posibil. Astfel, se prelungește ciclul de viață al produselor. În practică, presupune reducerea la minimum a deșeurilor. Când un produs ajunge la sfârșitul ciclului său de viață, materialele din care este fabricat sunt păstrate în economie pe cât de mult posibil prin reciclare. Ele pot fi utilizate în producție încă o dată și încă o dată, creând și mai multă valoare adăugată.

Economia circulară înlocuiește abordarea liniară, bazată pe exploatarea resurselor, producție și consum nesustenabil cu o abordare circulară, sustenabilă și cu beneficii pentru capitalul economic, social și de mediu. În cele din urmă, sistemul la care se aspiră nu produce nici deșeuri, nici poluare, făcând să circule resursele, materialele și produsele la cea mai înaltă calitate în cadrul sistemului de producție și, dacă este posibil, reutilizând materialele în biosferă pentru a reface capitalul natural (biodiversitatea și ecosistemele) la sfârșitul ciclului de viață. În felul acesta se reduce utilizarea resurselor naturale și impactul negativ asupra mediului, contribuind în același timp la creșterea bunăstării umane. Economia circulară include și înlocuirea substanțelor chimice periculoase cu altele mai puțin periculoase. Pe scurt, conceptul se bazează pe următoarele trei principii fundamentale:

1. Eliminarea treptată a deșeurilor nerecuperabile și reducerea poluării.
2. Păstrarea produselor și materialelor la cea mai înaltă valoare de utilizare cât mai mult timp posibil.

3. Regenerarea sistemelor naturale (biodiversitate și ecosistem).

Dintre avantajele trecerii la o economie circulară, amintim:

- ✓ **Protecția mediului.** Refolosirea și reciclarea produselor va încetini epuizarea resurselor naturale, va reduce impactul asupra peisajelor și habitatelor naturale și va ajuta la limitarea pierderii biodiversității. Un alt beneficiu al economiei circulare este reducerea emisiilor totale anuale de gaze cu efect de seră. Conform Agenției Europene a Mediului, procesele industriale și consumul produselor sunt responsabile de 9,10% din emisiile de gaze cu efect de seră din UE, iar gestionarea deșeurilor pentru încă 3,32%. Crearea unor produse mai eficiente și mai durabile din start ar ajuta la reducerea consumului de energie și resurse, întrucât se estimează că peste 80% din impactul de mediu al unui produs este determinat în faza de proiectare. O trecere la produse mai fiabile care pot fi reutilizate, modernizate și

reparate va reduce cantitatea de deșeuri. Ambalajele sunt o problemă în creștere și, în medie, fiecare european generează aproape 180 kg de deșeuri provenind din ambalaje pe an. Se urmărește evitarea ambalajului excesiv și îmbunătățirea designului de ambalaj pentru a promova reutilizarea și reciclarea;

- ✓ **Reducerea dependenței de materii prime.** Populația lumii crește și, odată cu ea, crește și cererea de materii prime. Totuși, cantitatea disponibilă de materii prime esențiale este limitată. Cantitatea finită înseamnă și că unele țări din UE depind de alte țări pentru aprovizionarea cu materii prime. Conform Eurostat, UE importă circa jumătate din materiile prime pe care le consumă. Valoarea totală a comerțului (import plus export) de materii prime între UE și restul lumii aproape s-a triplat din 2002, iar exporturile cresc mai repede decât importurile. Totuși, UE importă în continuare mai mult decât exportă. În 2021 acest lucru a rezultat într-un deficit comercial de 35,5 miliarde EUR. Reciclarea materiilor prime scade și riscurile legate de aprovizionare, cum ar fi volatilitatea prețurilor, a disponibilității și dependența de importuri. Acest lucru este valabil în special pentru materiile prime esențiale, necesare producerii unor tehnologii foarte importante pentru atingerea obiectivelor climatice, cum sunt bateriile și motoarele electrice;
- ✓ **Crearea de locuri de muncă și economii pentru consumatori.** Tranziția spre o economie mai circulară poate crește competitivitatea, stimula inovația, încuraja creșterea economică și crearea de locuri de muncă (700.000 de locuri de muncă doar în UE până în 2030). Reproiectarea materialelor și produselor pentru utilizare circulară ar stimula, de asemenea, inovarea în diferite sectoare ale economiei. Consumatorii vor beneficia și ei de produse mai durabile și mai inovatoare, care le vor mări calitatea vieții și le vor aduce economii pe termen lung.



## 2. Gestionarea deșeurilor la nivel național

În contextul economiei circulare, gestionarea deșeurilor reprezintă doar partea finală a unui lanț de aprovizionare care alimentează piața materialelor secundare și industriile de reciclare. Prin urmare, este necesar să se pună în aplicare măsuri adecvate pentru a spori colectarea selectivă, reciclarea și valorificarea deșeurilor. În același timp, trebuie identificată piața materialelor secundare și trebuie sprijinită dezvoltarea acesteia. Este important să se analizeze funcționarea eficientă a pieței deșeurilor din România. Acest lucru va scoate la iveală obstacolele și deficiențele de reglementare care afectează funcționarea pieței deșeurilor, recomandând un set de soluții posibile.

În decembrie 2015, Comisia Europeană a prezentat un pachet de măsuri privind trecerea la economia circulară, precum și patru propuneri legislative pentru revizuirea Directivelor privind deșeurile, crescând țintele de refolosire / reciclare pe toate fluxurile.

Măsurile incluse în pachet acoperă întregul ciclu de viață al produselor, de la etapele de concepere și producție până la consum și o mai bună gestionare a deșeurilor atunci când produsele ajung la sfârșitul vieții lor utile.

Țintele de depozitare, refolosire și reciclare a deșeurilor, ce trebuie atinse până în 2030 sunt:

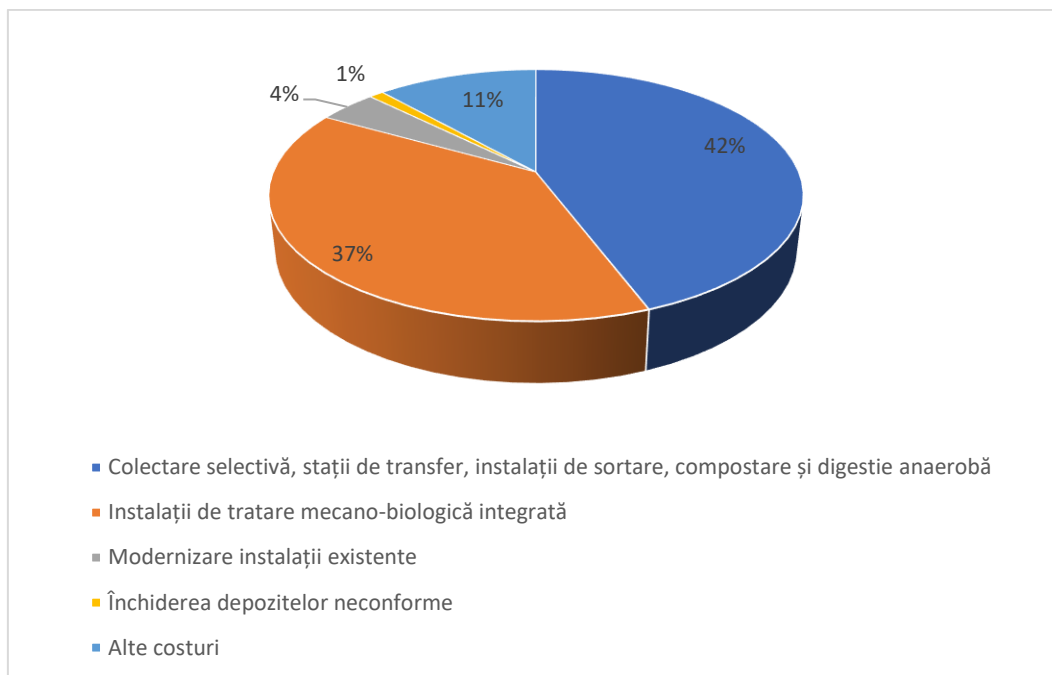
- Creșterea procentului de refolosire / reciclare din totalul deșeurilor municipale la 65%;
- Creșterea procentului de reciclare a deșeurilor din ambalaje la 75%;
- Deșeurile municipale depozitate reduse la maxim 10% din totalul deșeurilor.

Uniunea Europeană cere statelor membre să ia toate măsurile ca până în 2050 să se atingă obiectivul de zero deșeuri. România este obligată să se conformeze și de aceea Guvernul, prin Ministerul Mediului, a finalizat Planul Național de Gestionare a Deșeurilor, care conține și Programul Național de Prevenire a Deșeurilor. Scopul reglementării este, printre altele, de a permite continuarea investițiilor în instalații de ultimă generație, necesare asigurării unui management performant al deșeurilor la nivel național.

Planul național de gestionare a deșeurilor a stabilit următoarele obiective până în 2030:

- ✓ Tranziția treptată către un nou model de dezvoltare bazat pe utilizarea rațională și responsabilă a resurselor, cu introducerea unor elemente de economie circulară și elaborarea unei foi de parcurs;
- ✓ Reducerea risipei de alimente pe cap de locuitor la nivelul comerțului cu amănuntul și al consumului și reducerea pierderilor de alimente de-a lungul lanțurilor de producție și de aprovizionare, inclusiv a pierderilor post-recoltare;
- ✓ Reciclarea a 55% din deșeurile municipale până în 2025 și a 60% până în 2030;
- ✓ Reciclarea a 65% din deșeurile de ambalaje până în 2025 (plastic 50%; lemn 25%; metale feroase 70%, aluminiu 50%, sticlă 70%, hârtie și carton 75%) și 70% până în 2030 (plastic 55%, lemn 30%, metale feroase 80%, aluminiu 60%, sticlă 75%, hârtie și carton 85%);
- ✓ Colectarea separată a deșeurilor menajere periculoase până în 2022, a biodeșeurilor până în 2023 și a deșeurilor textile până în 2025;
- ✓ Instituirea unor sisteme obligatorii de responsabilitate extinsă a producătorilor (REP) pentru toate ambalajele până în 2024;
- ✓ Implementarea unor practici durabile de achiziții publice ecologice, în conformitate cu prioritățile naționale și cu politicile europene.

Valoarea totală a investițiilor incluse în Planul Național de Gestionare a Deșeurilor este de 2,373 miliarde de euro, alocate astfel:



**Figura nr. 1 Investiții ce vizează gestionarea deșeurilor**

Sursa: <https://mfe.gov.ro/wp-content/uploads/2022/06/425394145037e12265f6e5ba96cfb08a.pdf>

### 3. Importanța firmei FIRMEI SC SUPERCOM SA în gestionarea deșeurilor

Firma a fost înființată în București, în 1993, unde s-a ocupat de la început de colectarea deșeurilor nepericuloase, iar apoi, treptat, și-a extins activitatea în toată țara, furnizând la ora actuală și alte tipuri de servicii de gestionare a deșeurilor.



- În prezent, Supercom S.A. este:
- Lider în domeniul managementului deșeurilor;
  - O companie cu capital 100% românesc;
  - Prima companie românească ce deține o flotă 100% prietenoasă cu mediul;
  - Prima companie ce a definitivat platforma software pentru implementarea “Platește pentru cât arunci” (<https://platestecatrarunci.ro/despre-plateste-cat-arunci/>);
  - Compania deține o flotă de autospeciale dotată cu comunicare 3G-5G;
  - Prima companie din România ce realizează montajul la scară largă a sistemelor de cântărire pe autospeciale conform obiectivelor.

SUPERCOM ofera servicii complete pentru reciclarea deșeurilor, gestionarea deșeurilor specifice anumitor industrii, controlul calității și soluții de durabilitate pentru municipalități, companii private, organizații și persoane private.

Compania colaborează cu administrațiile locale pentru a efectua o analiză a operațiunilor curente, identificând oportunitățile de îmbunătățire a acestora, prin crearea unui plan care să se potrivească orașului sau localității respective. Supercom oferă soluții eficiente și ecologice pentru un oraș verde și inteligent.

Supercom susține companiile și organizațiile în scopul reducerii, reutilizării și reciclării prin intermediul serviciilor digitale personalizate. Strategia în ceea ce privește managementul deșeurilor este inteligentă și asumată având ca principal scop îndeplinirea obiectivelor de durabilitate și sustenabilitate a firmelor.

Realizările firmei obținute în timp, prin muncă și dedicare sunt atestate printr-o serie de certificări și premii. Acestea reprezintă dovada prestării unor servicii de calitate superioară, grija față de mediu, și nu în ultimul rând pentru oameni:

- ❖ Certificarea “Gold Member”, oferită de către ISWA – International Solid Waste Association
- ❖ Premiul Național Locul 1, acordat de către Camera de Comerț și Industriei a României
- ❖ Diplomă de excelență pentru întreaga activitate decernată în anul 2021

Dacă la început compania opera doar în municipiul București, în prezent firma se ocupă de gestionarea gunoaielor menajere în mod selectiv în 132 de municipii și orașe din România.



**Puncte de lucru**

Firma Supercom este pe deplin dedicată evoluției și provocărilor industriei de salubritate pentru a susține provocările unui mediu verde. Având o bogată experiență în domeniu compania este receptivă la noile tehnologii și își digitalizează tot mai mult serviciile pe care le oferă, astfel încât să creeze soluții responsabile și inovatoare.

Prin serviciile de colectare, stațiile de transfer, centrele de reciclare și depozitele de deșuri, compania se concentrează pe furnizarea de servicii și soluții de mediu eficiente și fiabile pentru a facilita reciclarea și eliminarea deșeurilor. Compania este dedicată conservării unei Planete Albastre, o lume mai curată, mai sigură și mai sănătoasă, unde oamenii prosperă nu doar pentru ziua de azi, ci și pentru generațiile viitoare. SUPERCOM are experiență în îndeplinirea cerințelor ridicate de sustenabilitate și se angajează să ofere soluții ecologice responsabile pentru a satisface

nevoile actuale și viitoare de reciclare pe piață a deșeurilor. Totodată, compania depune toate eforturile pentru a-și aduce aportul la crearea de orașe verzi.

Supercom se implică activ în susținerea comunităților locale prin programe de ecologizare dezvoltate cu ajutorul partenerilor, autorităților centrale și locale, ONG-urilor. Prin implementarea soluțiilor software pentru managementul deșeurilor pe care compania le dezvoltă se pot integra cu orice platforma pe care clienții companiei o utilizează.

Indiferent de dimensiunea orașului, companiei sau organizației compania oferă soluții inovatoare ce au un impact pozitiv asupra mediului, considerând că pentru a avea un impact pozitiv de durată, cu toții trebuie să schimbăm modul în care eliminăm deșeurile. Strategiile de gestionare a deșeurilor pot juca un rol esențial în a ajuta orașele să își îmbunătățească eficiența energetică și să devină mai durabile pe termen lung.

De altfel, compania face progrese considerabile în direcția economiei circulare prin asigurarea unei îmbunătățiri semnificative a gestionării deșeurilor municipale generate de gospodăria, o reducere importantă a generării de deșeuri și a depozitării deșeurilor la rampele de gunoi și o creștere substanțială a reutilizării, reparării și reciclării.

### **Bibliografie:**

1. Strategia Națională privind Economia circulară, August 2022
2. Planul Național de Gestionare a deșeurilor 2014-2020
3. [https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circulara-definitie-importanta-si-beneficii?&at\\_campaign=20234-Economy&at\\_medium=Google\\_Ads&at\\_platform=Search&at\\_creation=RSA&at\\_goal=TR\\_G&at\\_audience=economie%20circular%C4%83&at\\_topic=Circular\\_Economy&at\\_location=RO&gclid=CjwKCAjw9J2iBhBPEiwAErwpeVYrGaRmcqRUJE9sg7FzUUkwAuJLRYjcSVwNy0774yQ-Jg0fSzIIdxoCT3YQAvD\\_BwE](https://www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circulara-definitie-importanta-si-beneficii?&at_campaign=20234-Economy&at_medium=Google_Ads&at_platform=Search&at_creation=RSA&at_goal=TR_G&at_audience=economie%20circular%C4%83&at_topic=Circular_Economy&at_location=RO&gclid=CjwKCAjw9J2iBhBPEiwAErwpeVYrGaRmcqRUJE9sg7FzUUkwAuJLRYjcSVwNy0774yQ-Jg0fSzIIdxoCT3YQAvD_BwE)
4. <https://www.europarl.europa.eu/news/ro/press-room/20180411IPR01518/economia-circulara-mai-multa-reciclare-si-mai-putina-depozitare>
5. <https://lege5.ro/Gratuit/ha3tsnbtgi4a/ordonanta-de-urgenta-nr-92-2021-privind-regimul-deșeurilor>
6. <https://www.supercom.ro/>



***Secțiunea***  
***FINANȚE***

## Studiu privind piața asigurărilor de viață din România

**Autor: Bârsan Dumitrița Francesca**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Popescu Mirela**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The present paper aims to present the main aspects related to an important sector of the insurance market in Romania, namely life insurance. The main aspects discussed in the paper are related to insurance contracts, the main characteristics of the insurance market and life insurance based on statistics according to the Annual Reports of the Financial Supervisory Authority.*

### 1. Apariția asigurărilor de viață

Dezvoltarea societății este marcată de efortul și strădania oamenilor pentru propria lor propășire și pentru propria lor apărare în fața unor evenimente care le pot periclita existența și devenirea. Viața oamenilor nu este întotdeauna senină. Indiferent câtă grijă se acordă evitării problemelor sau protejării bunurilor niciodată, nimeni nu poate fi sigur de succes. Unele evenimente negative (calamități ale naturii, accidente, pierderea sau micșorarea capacității de muncă în urma unor boli sau a bătrâneții) implică traume psihice sau pierderi financiare semnificative.

Asigurarea de viață provine dintr-o nevoie absolută a fiecăruia, oferind protecția financiară a familiei, a dependenților sau a celor apropiați în cazul decesului persoanei asigurate, în paralel cu alte avantaje pe care asigurătorii le pot oferi - economisire, pensie, investiții și altele.<sup>1</sup>

Încă din antichitate, oamenii s-au preocupat de protejarea vieții, a sănătății și a bunurilor. „Cele mai vechi forme ale asigurărilor de viață sunt indemnizațiile de deces, acordate în vederea acoperirii cheltuielilor de înmormântare și asigurările de rentă viageră. Ambele au apărut în antichitate, fiind legate de asociații religioase”<sup>2</sup>.

Despre asigurarea de viață, așa cum este cunoscută în ziua de astăzi, nu se poate vorbi decât din secolul al XIX-lea.

Asigurarea de viață, în sensul modern al conceptului, nu a prosperat până când nu a fost acceptată ideea corporației capitaliste și până când nu au fost dezvoltate teoria probabilității și știința actuarială. Printre primele corporații private din domeniul asigurărilor de viață s-au numărat: the Globe în Marea Britanie (1803), the Pennsylvania Company for the Insurance on Lives and Granting Annuities în SUA (1812), Compagnie d'Assurance Generales sur la Vie în Franța (1819), Deutsche Lebensversicherungsgesellschaft în Germania (1828) s.a. În **Romania**, asigurarea de viață a apărut în secolul al XIV-lea, în Transilvania, ca protecție pe baze mutuale. Breslele de meseriași au fost inițiatoarele, ele constituind mai târziu și Institutul General de Pensii (1848).

### 2. Contractele de asigurare

La nivelul întregii piețe de asigurări, numărul de contracte de asigurare în vigoare la finalul anului 2022 a fost de aproximativ 15,5 milioane, în creștere față de anul precedent cu aproximativ 5%. Datele aferente anului 2021 nu includ contractele de asigurare ale societății City Insurance care încă mai rămân vigoare la finalul anului.

---

<sup>1</sup> Violeta Ciurel, *Asigurări și reasigurări: o perspectivă globală*, Editura All- Beck, București, 2011

<sup>2</sup> Paul Tănăsescu, Cosmin Șerbănescu, Roxana Ionescu, Mariana Popa, Laura Ellz Novac, *Asigurări comerciale moderne*, Editura C.H. Beck, București 2007, p. 2

Numărul de contracte de asigurare în vigoare la finalul anului 2022 pentru asigurările generale reprezintă circa 91% din numărul total de contracte.

Numărul de contracte în vigoare la finalul perioadei de referință pentru activitatea de asigurări generale a înregistrat o creștere cu circa 5,7% comparativ cu 2021, în timp ce numărul contractelor în vigoare pentru AV a scăzut cu aproximativ 3,4%.

**Tabel nr.1.**

**Evoluția numărului total de contracte de asigurare în vigoare aferente perioadei 2018 – 2022**

	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021*</b>	<b>2022</b>
AG	13.346.776	13.861.989	14.745.280	13.359.862	14.117.889
AV	1.646.808	1.618.694	1.474.971	1.450.565	1.401.617
<b>TOTAL</b>	<b>14.993.584</b>	<b>15.480.683</b>	<b>16.220.251</b>	<b>14.810.427</b>	<b>15.519.506</b>

\* datele nu cuprind contractele de asigurare subscribe de City Insurance care mai erau încă în vigoare la sfârșitul anului.

În ceea ce privește numărul de contracte de asigurare în vigoare la finalul ultimilor 5 ani, distinct pentru activitatea de asigurări generale și pentru cea desfășurată pe segmentul asigurărilor de viață, situația a fost următoarea:

**Tabel nr. 2.**

**Evoluția numărului de contracte de asigurare pentru asigurările generale în vigoare aferente perioadei 2018 – 2022**

<b>Clase de asigurare (AG)</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>A1</b>	1.007.124	1.056.749	907.469	634.135	791.626
<b>A2</b>	348.699	366.712	350.653	342.076	183.672
<b>A3</b>	1.029.898	1.026.146	1.031.752	1.027.212	955.514
<b>A4</b>	267	262	279	299	291
<b>A5</b>	114	111	133	170	189
<b>A6</b>	1.235	1.016	1.065	1.127	1.015
<b>A7</b>	5.622	5.360	5.486	5.384	4.764
<b>A8</b>	3.710.048	3.810.521	4.382.895	4.638.617	3.983.776
<b>A9</b>	163.748	172.352	181.367	198.152	215.847
<b>A10</b>	5.941.830	6.144.822	6.612.832	5.334.764	6.601.672
<b>A11</b>	177	192	218	351	372
<b>A12</b>	215	218	240	297	303
<b>A13</b>	664.969	693.753	764.002	778.789	880.196
<b>A14</b>	81	85	67	60	44
<b>A15</b>	51.418	73.791	90.504	52.342	61.603
<b>A16</b>	12.946	18.706	15.574	35.573	52.959
<b>A17</b>	2	5.983	30.316	41.586	44.861
<b>A18</b>	408.383	485.210	370.428	268.928	339.185
<b>TOTAL AG</b>	<b>13.346.776</b>	<b>13.861.989</b>	<b>14.745.280</b>	<b>13.359.862</b>	<b>14.117.889</b>
Modificare față de perioada precedentă		515.213	883.291	-1.385.418	758.027
Ritm de modificare		4%	6%	-9%	6%

(Sursa: Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro))

Tabel nr. 3.

Evoluția numărului de contracte de asigurare pentru asigurările de viață în vigoare aferente perioadei 2018 –2022

Clase de asigurare (AG)	2018	2019	2020	2021	2022
C1	1.486.795.597	1.417.601.050	1.440.499.053	1.660.436.407	1.747.748.971
C2	11.123	10.824	11.271	7.118	8.922
C3	505.515.736	674.633.376	596.348.126	744.507.616	625.503.755
C4	0	0	0	0	0
C5	0	0	0	0	0
C6	0	0	0	0	0
C7	0	0	0	0	0
A1	5.398.324	5.499.595	5.615.260	6.004.102	5.256.964
A2	104.734.513	158.270.341	176.823.125	199.313.852	269.098.570
TOTAL AV	2.102.455.293	22.256.015.186	2.219.296.835	2.610.269.095	2.647.617.18

(Sursa: Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro))

Numărul de contracte în vigoare la sfârșitul perioadei de raportare pentru activitatea de asigurări de viață a înregistrat o scădere, de circa 3%, în anul 2022 comparativ cu anul anterior. Evoluția cotelor de piață, calculate în funcție de numărul de contracte în vigoare la sfârșitul perioadei de raportare, pe clase de asigurări de viață și societăți se regăsește în tabelul următor.

### 3. Evoluția primelor brute subscrise din asigurări de viață

Volumul primelor brute subscrise pentru segmentul asigurărilor de viață s-a situat la un nivel de 2,65 miliarde lei, în ușoară creștere față de valoarea înregistrată în 2021 (2,61 miliarde lei). Dinamica pozitivă a fost susținută de creșterea cu circa 5% a subscrierilor pentru clasa C1 (Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare), respectiv cu 35% pentru clasa A2 (asigurări de sănătate). Avansul înregistrat de segmentul asigurărilor de viață a fost temperat de o scădere a valorii subscrierilor pentru clasa C3 (Asigurări de viață și anuități, legate de fonduri de investiții: -16%).

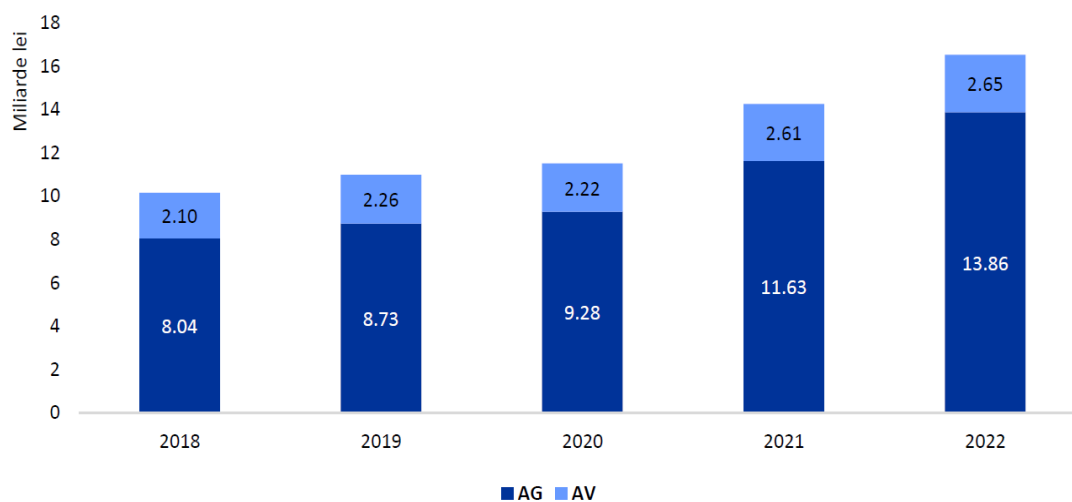
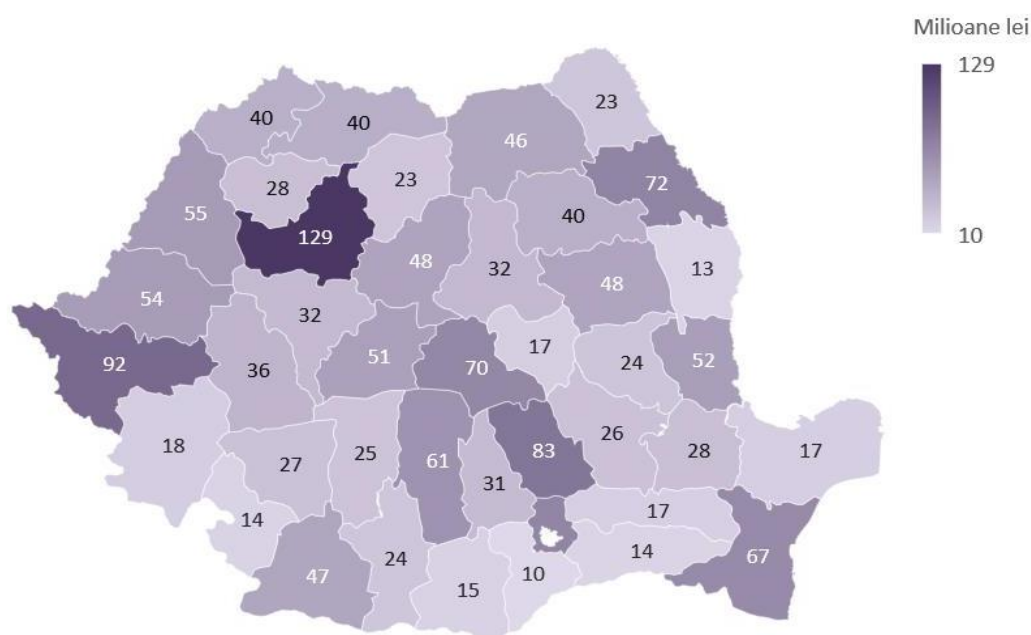


Figura nr. 1. Evoluția volumului de prime brute subscrise în perioada 2018 – 2022

(Sursa: Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro))



**Figura nr. 2. Distribuția PBS pentru asigurările de viață în județele din România (excl. București: 987 milioane lei)**

(Sursa: Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro))

De asemenea, s-a menținut și la finalul anului 2022 un grad mare de concentrare, astfel că 5 societăți au deținut o pondere de circa 81% din volumul total al primelor subscrise pe acest segment, cu subscrieri cumulate în valoare de circa 2,1 miliarde lei.

**Tabel nr. 4. Clasamentul societăților de asigurare în funcție de primele brute subscrise pentru asigurările de viață în 2019**

Nr. crt.	Societate	Cota de piață
1	NN ASIGURARI DE VIATA SA	36,64%
2	BCR ASIGURARI DE VIATA VIENNA INSURANCE GROUP S.A.	17,37%
3	ALLIANZ - TIRIAC ASIGURARI S.A.	10,38%
4	BRD ASIGURARI DE VIATA S.A.	8,79%
5	SIGNAL IDUNA ASIGURARE REASIGURARE S.A.	7,74%
<b>Total 1 - 5</b>		<b>80,92%</b>
6	UNIQA ASIGURARI DE VIATA SA	5,82%
7	GENERALI ROMANIA ASIGURARE REASIGURARE S.A.	4,29%
8	ASIROM VIENNA INSURANCE GROUP S.A.	3,63%
9	GROUPAMA ASIGURARI S.A.	2,17%
10	GRAWE ROMANIA ASIGURARE S.A.	1,94%
<b>Total 1-10</b>		<b>98,76%</b>
<b>Alte societăți</b>		<b>1,24%</b>
<b>TOTAL</b>		<b>100,00%</b>

(Sursa: Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro))

Din totalul primelor brute subscrise pentru asigurări de viață, cele mai mari ponderi le dețin clasele C1, Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare, și C3, Asigurări de viață și anuități, legate de fonduri de investiții, cumulând împreună circa 90% din totalul primelor brute subscrise pentru activitatea de asigurări de viață

Din analiza în dinamică se desprind următoarele concluzii:

- Clasa C1 - Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare, ce reprezintă circa 66% din totalul subscrisorilor pentru asigurări de viață, a înregistrat în anul 2022 o creștere cu aproximativ 5% față de aceeași perioadă a anului anterior;
- Clasa C3 - Asigurări de viață și anuități, legate de fonduri de investiții, ce reprezintă 24% din totalul subscrisorilor pentru asigurări de viață, a înregistrat o scădere cu 16% față de anul 2021.

În anul 2022, primele de asigurare distribuite de companiile de brokeraj pentru asigurări de viață, în cuantum de 410.975.016 lei, au înregistrat o creștere cu 16,97% față de perioada similară a anului anterior. Referitor la repartizarea acestor prime pe clase de asigurări, situația este următoarea:

- clasa C1 (Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare) în cuantum de 250.093.251 lei, respectiv 60,85% din totalul primelor distribuite pentru categoria asigurărilor de viață;
- clasa C3 (Asigurări de viață și anuități, care sunt legate de fonduri de investiții (unit-linked) în cuantum de 160.858.257 lei, respectiv 39,14% din totalul primelor distribuite pentru categoria asigurărilor de viață;
- clasa C2 (Asigurări de naștere și căsătorie) a reprezentat 0,01% din primele distribuite pentru categoria asigurărilor de viață.

Din punct de vedere al volumului primelor de asigurare distribuite pentru cele mai semnificative clase de asigurări de viață, situația aferentă anilor 2019-2022 se prezintă astfel:

**Tabel nr. 4.**

**Structura pe clase de asigurări de viață în perioada 2019 - 2022**

Clasa de asigurare de viață	Volum de prime distribuite (lei)				Dinamica 2022 / 2021
	31.12.2019	31.12.2020	31.12.2021	31.12.2022	
C1	206.423.054	232.827.926	246.184.679	250.093.251	+1,59%
C3	33.603.285	53.914.926	105.047.963	160.858.257	+53,13%

Sursa: Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro)

După cum se poate observa, în anul 2022 comparativ cu 2021, s-a înregistrat o creștere cu 53,13% a volumului primelor de asigurare distribuite de companiile de brokeraj pentru clasa C3, “Asigurări de viață și anuități, care sunt legate de fonduri de investiții (unit-linked)”, în timp ce pentru clasa C1, “Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare”, creșterea volumului primelor a fost nesemnificativă, cu doar 1,59%.

Analizând evoluția primelor brute subscrise pe clase de asigurări de viață, pe societăți, se constată că societățile de asigurare care au subscris cel mai mare volum al primelor pentru clasa C1, în anul 2022, au fost NN Asigurări de Viață, BCR Asigurări de Viață și Uniqa Asigurări de viață, cumulând un procent de 69%.

În ceea ce privește clasa C3, cel mai mare volum de prime brute subscrise a fost înregistrat de NN Asigurări de Viață, Allianz Țiriac Asigurări și BRD Asigurări de Viață, care au cumulată o cotă de piață de circa 92%.

Situația primelor 10 companii de brokeraj, la data de 31 decembrie 2022, în funcție de cota de piață deținută pe fiecare clasă de asigurări de viață este următoarea:

**Tabel nr. 5.**

<b>Clasa C1 Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare</b>		
<b>Nr. crt.</b>	<b>Denumire companie de brokeraj</b>	<b>Cota de piață</b>
1	AMSTERDAM BROKER DE ASIGURARE S.R.L.	57,42%
2	KUNDEN BROKER COMPANIE DE BROKERAJ S.R.L.	7,66%
3	MARSH - BROKER DE ASIGURARE-REASIGURARE S.R.L.	7,66%
4	AON ROMANIA BROKER DE ASIGURARE - REASIGURARE S.R.L	6,61%
5	DESTINE BROKER DE ASIGURARE-REASIGURARE S.R.L.	4,41%
6	WILLIS TOWERS WATSON ROMANIA-BROKER DE ASIGURARE REASIGURARE S.R.L.	2,54%
7	SAFE INVEST ROMANIA BROKER DE ASIGURARE S.R.L.	1,33%
8	MAI BROKER DE ASIGURARE S.R.L.	1,12%
9	SAFETY BROKER DE ASIGURARE S.A.	1,07%
10	OVB ALLFINANZ ROMANIA BROKER DE ASIGURARE S.R.L.	0,94%
	<b>Total 1-10</b>	<b>90,76%</b>

#### **4. Indemnizațiile brute, maturități și răscumpărări aferente asigurărilor de viață**

În anul 2022, valoarea indemnizațiilor brute, maturităților și răscumpărărilor plătite aferente asigurărilor de viață s-a situat la un nivel de 1.562.849.293 lei, înregistrând o creștere de aproximativ 27% față de anul anterior. Cumulat, sumele brute plătite (indemnizații, maturități și răscumpărări) de către primele 10 societăți de asigurări au reprezentat circa 99% din totalul sumelor brute plătite la nivelul segmentului de asigurări de viață.

În anul 2022, cele mai mari ponderi în indemnizațiile brute plătite, în sumă totală de 1.438.828.506 lei, au fost deținute de următoarele clase de asigurare:<sup>3</sup>

- Clasa C1, Asigurări de viață, anuități și asigurări de viață suplimentare, reprezintă circa 48% din totalul plăților efectuate și sunt în valoare de 746.587.341 lei;
- Clasa C3, Asigurări de viață și anuități, legate de fonduri de investiții, reprezintă aproximativ 44% din totalul de plăți efectuate, cu o valoare de 692.241.165 lei;

Plățile pentru celelalte clase au fost în cuantum de 124.020.787 lei și au reprezentat 8% din totalul plăților aferente asigurărilor de viață. Pentru clasele de asigurare C1 și C3, cel mai mare volum de indemnizații plătite a fost înregistrat de NN Asigurări de Viață.

#### **Concluzii**

Asigurarea are rolul de a acoperi consecințele financiare ale unor evenimente nedorite de către persoane sau organizații. Ea compensează financiar efectele unui eveniment nefavorabil și se poate deduce că asigurarea reprezintă o metodă de transfer al riscului, iar asiguratorii sunt aceia care își asum riscul. În aceeași ordine de idei evidențiem necesitatea formării unei piețe stabile autohtone, bazate pe tehnologii moderne de asigurare, care să protejeze interesele persoanelor fizice și juridice, precum și să devină o sursă importantă pentru consolidarea bugetelor familiale.

Rolul asigurărilor de viață este de a oferi un sprijin în cazul evenimentelor neplăcute, calamităților și riscurilor la care sunt supuși oamenii în viața de zi cu zi. Necesitatea încheierii unei asigurări de viață provine dintr-o nevoie absolută a fiecăruia, de a oferi protecția financiară a familiei, a dependenților sau a celor apropiați în cazul decesului, în paralel cu alte avantaje pe care asiguratorii le pot oferi: economisire, pensie, investiții.

<sup>3</sup> Raport anual Autoritatea de Supraveghere Financiară, [www.asfromania.ro](http://www.asfromania.ro)

**Bibliografie:**

1. Armeanu D., *Metode și tehnici de asigurare*, Editura Universității Româno-Britanice, București, 2008
2. Angelescu C. și colectivul, *Dicționar de economie*, Editura Economică, București, 2001.
3. Bistriceanu Ghe., *Sistemul asigurărilor și reasigurărilor din România*, Editura Universitară, București, 2010
4. Bărbulescu S., *Sistemul asigurărilor din România*, Editura Economică București, 2004
5. Ciumaș C., *Economia asigurărilor*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2006
6. Cistelecan L., *Tratat de asigurări comerciale*, Editura Academiei Române, București, 2013
7. Ciurel V., *Asigurări și reasigurări: proceduri și practici internaționale*, Editura All-Beck, București, 2000
8. Ciurel V., *Asigurări și reasigurări: o perspectivă globală*, Editura All-Beck, București, 2011
9. Dănulețiu D.C., Dănulețiu A.E., *Asigurări și reasigurări*, Tipografia Universității 1 Decembrie din Alba Iulia, Alba Iulia, 2014
10. Dobrin M., Tănăsescu P., *Teoria și practica asigurărilor*, Editura Economică, București, 2003
11. Hancu M., *Asigurări și reasigurări*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2008
12. Monea M., *Asigurări și reasigurări*, Editura Universitas, Petroșani, 2015
13. Șeulean V., Barna F., Chiș C., *Asigurări comerciale*, Editura Mirton, Timișoara, 2007
14. Tănăsescu P., Șerbănescu C., Ionescu R., Popa M., Novac E. L., *Asigurări comerciale moderne*, Editura C.H.Beck, București, 2007
15. [www.ghid-asigurari.ro](http://www.ghid-asigurari.ro)
16. [https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wpcontent/uploads/2021/06/rss\\_05\\_2021\\_A7ro.pdf](https://www.revistadestatistica.ro/supliment/wpcontent/uploads/2021/06/rss_05_2021_A7ro.pdf)
17. [https://asfromania.ro/ro/a/2345/2022---rapoarte 2022](https://asfromania.ro/ro/a/2345/2022---rapoarte%202022)



## Finanțarea sustenabilă în cadrul Grupului Financiar Banca Transilvania

**Autor: Bobora (Muntean) Ileana Maria**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** Transilvania Bank is among the first banks in Romania that, in partnership with international financial institutions, launched green credit programs both for retail customers and for companies, especially in the field of energy efficiency. Developing specific internal expertise, the bank has focused its lending policy on sustainable agriculture, technology, infrastructure, industry, education and health, areas that have been important growth drivers in the company's portfolio in recent years.*

### 1. Grupului Financiar Banca Transilvania – scurtă prezentare

Banca Transilvania (BT) și-a început activitatea ca instituție bancară în 1993, în baza licenței acordate de Banca Națională a României pentru desfășurarea de activități bancare. La 31 decembrie 2018, BT a devenit cea mai mare bancă din România și din Europa de Sud-Est din punct de vedere al activelor totale.

Anul 2008 marchează câteva momente importante pentru modelul de afaceri al societății, respectiv: Banca Transilvania se consolidează ca grup financiar (Grupul Financiar Banca Transilvania), are loc prima reinventare a BT și extinderea la nivel național, de la 40 la 500 de agenții.

Grupul Financiar Banca Transilvania este prezent astăzi în 3 țări, activitatea semnificativă fiind înregistrată în România cu peste 97% din totalul afacerilor. Celelalte două țări sunt Republica Moldova, unde oferă servicii bancare prin intermediul Victoriabank și de leasing financiar, precum și Italia (prin intermediul unei sucursale BT deschise la Roma).

Activitatea Băncii Transilvania este organizată pe patru linii principale de business, și anume: large-corporate, mid-corporate, IMM, micro și retail.

Misiunea BT, ca bancă privată având capital majoritar românesc, este de a sprijini mediul de afaceri și populația prin servicii și produse financiare inovatoare. Activitatea bancară și oferta de produse bancare se concentrează pe clienții retail și IMM, în timp ce alte servicii financiare sunt furnizate de subsidiarele BT (leasing, microfinanțare pentru companii mici și start-up-uri, credite și carduri de consum, administrare de fonduri de investiții, servicii de brokeraj etc.). Deservind milioane de clienți printr-o rețea de peste 500 de unități și multiple canale digitale, Banca Transilvania este principalul finanțator al economiei românești și rulează o treime din plățile efectuate de populația și companiile locale.

Banca Transilvania este prima instituție bancară din România care a fost listată la Bursa de Valori București. Câștigând încrederea investitorilor privați și instituționali, valoarea de piață a Băncii Transilvania a crescut, în medie, cu 49% pe an. De la listare până la finalul anului 2021, BT a strâns peste 6,3 miliarde lei de la bursă, oferind în ultimii zece ani o rentabilitate superioară, comparativ cu indicii locali și europeni (BET și Euro Stock XX Banks) și fiind una dintre cele două companii care a calificat România la statutul de piață emergentă. Fitch Ratings, una dintre cele mai importante agenții de rating din lume, a reconfirmat ratingul Băncii Transilvania în decembrie 2021: BB+ pentru finanțarea pe termen lung (IDR), cu perspectivă stabilă, și bb+ pentru ratingul de viabilitate (VR), acesta din urmă reflectând profilul financiar stabil al băncii, calitatea activelor, capitalizarea solidă și gradul de lichiditate adecvat.

Banca Transilvania este un brand local construit pe o poveste de succes. Recunoașterea vine și la nivel internațional, întrucât indicele global de branduri, The Banker's Banking 500, plasează BT ca brand triplu A pe poziția 302 în anul 2021, după o creștere constantă începând cu 2017, cu o valoare de brand de 460 milioane USD.

În octombrie 2021, Banca Transilvania a finalizat cea de-a treia achiziție din România, după Bancpost în 2018 și Volksbank în 2015, prin preluarea acțiunilor deținute de grupul polonez Getin Holding la Idea::Bank, Idea::Leasing și Idea::Broker de Asigurare.

În calitate de operator local, Banca Transilvania și-a concentrat strategia pe dezvoltarea economiei naționale și a comunităților. Incluțiunea financiară, sprijinirea micilor afaceri pentru a ajunge la niveluri standard bancabile și încurajarea mediului antreprenorial din România au reprezentat ADN-ul băncii încă de la începuturile sale.

Banca Transilvania este printre primele bănci din România care, în parteneriat cu instituții financiare internaționale, a lansat programe de credite verzi atât pentru clienții retail, cât și pentru companii, în special în domeniul eficienței energetice. Dezvoltând expertiză internă specifică, banca și-a concentrat politica de creditare pe agricultură sustenabilă, tehnologie, infrastructură, industrie, educație și sănătate, domenii care au reprezentat motoare importante de creștere în portofoliul companiei în ultimii ani.

## 2. Obiectivele Grupului BT privind finanțarea sustenabilă

Schimbările climatice și starea tot mai degradată a mediului natural reprezintă amenințări extrem de grave pentru populația întregii planete. Pentru a reduce efectele acestor fenomene, Uniunea Europeană a adoptat Pactul Verde European, un set amplu de măsuri care își propun să transforme economia europeană într-o economie modernă, competitivă și eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor. Obiectivele fundamentale ale acestui plan prevăd ca până în 2050, emisiile nete de gaze cu efect de seră să fie reduse până la zero, iar creșterea economică să fie disociată de utilizarea resurselor, fără a lăsa pe nimeni în urmă.

Politicile de finanțare sustenabilă joacă un rol extrem de important pentru atingerea obiectivelor europene în materie de climă și protecția mediului înconjurător. În vederea atingerii obiectivelor prevăzute de Pactul verde european, Comisia s-a angajat să mobilizeze cel puțin 1.000 de miliarde de euro sub formă de investiții durabile în cursul următorului deceniu.

Rolul de lider al sistemului bancar face din Banca Transilvania unul din actorii care trebuie să își aducă o contribuție esențială la sprijinirea economiei românești în acest proces de tranziție, prin identificarea și susținerea acestor investiții sustenabile. Astfel, în 2021 a fost revizuită *Strategia de dezvoltare durabilă a Grupului Financiar Banca Transilvania 2022-2024*, adoptată la începutul anului 2022.

Strategia definește pilonii principali care vor sta la baza activității în următorii ani și setează o serie de obiective, astfel:

- obiective pentru guvernanta corporativă de calitate și adoptarea celor mai bune practici în domeniu
- obiective pentru o performanță sustenabilă
- obiective pentru dezvoltarea angajaților
- obiective de reducere a impactului negativ asupra mediului

Măsurile pe care Grupul și le propune pentru următorii ani vizează printre altele:

- ◆ actualizarea în permanență a Politicii Sociale și de Mediu astfel încât să cuprindă standardele de performanță IFC/BERD în vigoare, precum și cele mai bune practici în analiza ESG și reglementările în vigoare;
- ◆ pregătirea și promovarea creditelor verzi și durabile pentru a susține investițiile companiilor și autorităților publice în cadrul Planului Național de Redresare și Reziliență (PNRR) și altor scheme de finanțare UE;

- ◆ lansarea anuală de campanii specifice pentru promovarea proiectelor sociale și verzi; prima campanie planificată pentru anul 2022 a fost dedicată sectorului energiei verzi;
- ◆ intensificarea focusului pe proiecte de eficiență energetică, agricultură inteligentă și adaptare, transport eficient și utilizare eficientă a apei;
- ◆ definitivarea și implementarea strategiei privind sursele de energie regenerabile;
- ◆ dezvoltarea unei platforme online dedicate pentru diseminarea informațiilor despre ESG/ dezvoltare durabilă, ca măsură a creșterii competențelor în domeniu;
- ◆ lansarea de produse dedicate și completarea gamei actuale de produse cu componente de finanțare verde, educație financiară și cu impact social pozitiv; aceste lansări vor fi promovate prin campanii de marketing responsabil;
- ◆ extinderea utilizării aplicației CAFI (Climate Assessment for Financial Institutions) pentru verificarea eligibilității finanțărilor pentru încadrare în categoria verde;
- ◆ continuarea parteneriatelor cu instituții financiare internaționale;
- ◆ dezvoltarea educației antreprenoriale și financiare prin evenimentele organizate de BT.

Începând cu aprilie 2021, banca aplică instrucțiunea privind finanțările cu impact redus asupra mediului (finanțări verzi sau speciale de mediu), în baza căreia se realizează încadrarea unei tranzacții în categoria verde din perspectiva obiectivului climatic (ex. atenuarea sau adaptarea la schimbările climatice, prevenirea și controlul poluării, protecția biodiversității etc).

Din perspectiva *destinației finanțărilor verzi*, au fost create **șapte categorii de încadrare a finanțărilor** respectiv:

- ❖ energie din surse regenerabilă (solar, vânt, biomasă/biogaz, hidro)
- ❖ eficiență energetică, (reducerea cu 15% față de media la nivel tehnologic pe țară)
- ❖ transport eficient, (vehicule electrice, hibrid)
- ❖ clădiri verzi
- ❖ eficiența consumului de apă
- ❖ adaptarea la schimbările climatice)
- ❖ celelalte tranzacții cu obiectiv climatic, urmează să fie încadrate în categoria finanțărilor speciale de mediu

În plus, pentru toate aceste tranzacții, se realizează în paralel cu stabilirea eligibilității din perspectiva obiectivului climatic, analiza băncii standard a impactului factorilor non-financiari (Environmental Social and Governance), atât asupra activității companiei, cât și asupra tranzacției propuse spre finanțare.

În ceea ce privește verificarea eligibilității finanțărilor pentru încadrare în categoria verde prin platforma CAFI, în anul 2021 s-au inserat detaliile a 66 de proiecte potențial eligibile, dintre care 56 de proiecte au fost catalogate drept „finanțări verzi”.

Tot în cursul anului 2021, au fost aduse modificări importante platformei, atât pentru a eficientiza procesul de utilizare, cât și pentru extinderea ariei proiectelor eligibile. Aplicația s-a îmbunătățit prin crearea unei biblioteci de documente, care a făcut posibilă stocarea atât a documentelor și certificatelor anexate tranzacțiilor, cât și a altor documente relevante (de exemplu, a formularelor de colectare a datelor).

### 3. Finanțări cu impact de mediu și social pozitiv

Finanțarea cu impact în cadrul companiei înseamnă și amprenta pozitivă a BT în finanțarea unor domenii cheie pentru dezvoltarea comunităților și a societății, fie că este vorba de sectoare specifice unde banca își concentrează atenția (cum ar fi sănătate, agricultură, educație), fie că activitatea sa de finanțare are dimensiune socială pronunțată. Mai specific, BT consideră prioritar să sprijine, prin oferirea accesului la finanțare, start-up-uri sau companii cu activitate mai redusă de 12 luni sau să încurajeze antreprenoriatul feminin din România.

În anul 2021 firmele care desfășoară activități de comerț cu amănuntul și cu ridicata au beneficiat de cel mai mare nivel de finanțare în cadrul creditelor acordate, ponderea la nivelul BT fiind de 29,30%, iar la nivel consolidat de 28,73%. Ambele ponderi reprezintă o creștere față de anul anterior. Alte domenii de activitate care au primit finanțare din partea Grupului BT au fost industria prelucrătoare, agricultura, construcțiile, serviciile de transport și depozitare etc. (Tabelul 1.).

**Tabelul 1. Structura creditelor și avansurilor acordate persoanelor juridice pe sectoare de activitate (%)**

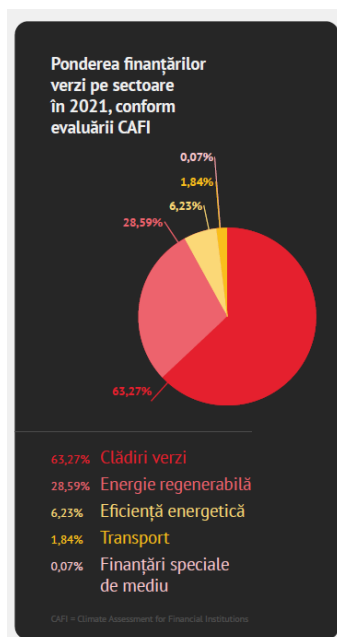
Credite și avansuri pe sectoare de activitate	Persoane juridice		la nivelul întregului Grup BT	
	2020	2021	2020	2021
● Agricultură, silvicultură și pescuit	9,66%	9,47%	9,29%	8,77%
● Industria extractivă	0,53%	0,46%	0,64%	0,55%
● Industria prelucrătoare	19,63%	18,15%	18,91%	17,16%
● Furnizarea energiei electrice, a gazelor naturale, a aburului și a aerului condiționat	1,80%	3,23%	1,62%	2,79%
● Aprovizionare cu apă	0,74%	0,66%	0,90%	0,85%
● Construcții	10,06%	7,91%	10,11%	8,47%
● Comerț cu amănuntul și comerț cu ridicata	26,83%	29,30%	26,71%	28,73%
● Servicii de transport și depozitare	9,12%	9,05%	10,01%	10,68%
● Servicii de cazare și restaurante	3,79%	3,34%	3,71%	3,30%
● Informare și comunicații	1,19%	1,10%	1,41%	1,40%
● Activități financiare și de asigurare	0,12%	0,75%	0,11%	0,65%
● Activități imobiliare	5,14%	5,93%	5,25%	5,65%
● Activități specializate, științifice și tehnice	2,81%	2,50%	2,98%	2,90%
● Servicii administrative și activități de sprijin	1,98%	1,51%	2,04%	1,74%
● Administrație publică și apărare, asigurări sociale obligatorii	0,00%	0,01%	0,00%	0,01%
● Educație	0,24%	0,11%	0,26%	0,20%
● Servicii privind sănătatea umană și servicii de asistență socială	4,75%	4,83%	4,37%	4,32%
● Arte, divertisment și activități recreative	1,17%	1,32%	1,13%	1,24%
● Alte servicii	0,44%	0,36%	0,56%	0,58%
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Sursa: Grupul financiar Banca Transilvania, Raport de sustenabilitate 2021, p. 82, <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/>

În anul 2021 au fost acordate credite verzi persoanelor juridice (Corporate și SME), conform evaluării CAFI, în valoare de 538 mil. lei pentru următoarele tipuri de destinații care aduc un beneficiu mediului:

- ❖ **construcții verzi** - 340,5 mil. lei
- ❖ **producția de energie electrică din resurse regenerabile** - 153,9 mil. lei
- ❖ **eficiența energetică** (credite pentru echipamente și utilaje care înlocuiesc altele și duc la o scădere de consum de energie cu minim 15%), în valoare de 33,5 mil. lei
- ❖ **transport** - 9,8 mil. lei
- ❖ **finanțări speciale de mediu** (cum ar fi tratarea apei reziduale etc.) - 400 mii. Lei

Se poate observa din Figura 1. că cea mai mare pondere a creditelor verzi s-a îndreptat către construcția de clădiri, urmată fiind de cea a creditelor destinate producției de energie electrică din resurse regenerabile.



**Figura 1. Ponderele finanțărilor verzi ale Grupului BT în anul 2021**

Sursa: Grupul financiar Banca Transilvania, Raport de sustenabilitate 2021, p. 83, <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/>

Analiza creditelor de investiții acordate în cursul anului 2021, de o valoare mai mare de 1 milion de lei, realizată de specialiștii Grupului a arătat că 1 din 4 au sprijinit proiecte de investiții în vederea eficientizării energetice. Astfel, 14% din valoarea acestor credite a finanțat achiziții de echipamente pentru eficientizarea energetică, 7% a fost direcționată către clădiri eficiente energetic, 6% către achiziții de teren agricol sau credite APIA, 4% către proiecte ce răspund unor nevoi sociale, 3% către achiziții de mașini eco-friendly sau cu norme superioare de poluare, 1% către alte business-uri cu impact redus asupra mediului prin utilizarea de tehnologii și echipamente îmbunătățite.

La 31 decembrie 2021, portofoliul de finanțări cu impact mai includeau și:

**Persoane juridice:**

- finanțări de proiecte imobiliare certificate BREEAM: 360 mil. lei
- credite acordate pentru optimizarea consumului de energie: 46 mil. lei
- finanțări acordare companiilor din domeniul reciclării deșeurilor: 71,5 mil. lei
- sau din domeniul tratării și eliminării deșeurilor: 20,3 mil. lei

**Persoane fizice:**

- credite acordate persoanelor fizice, în cadrul unui parteneriat cu BERD, pentru achiziția de proprietăți rezidențiale sau bunuri cu performanță energetică superioară: 144 mil. lei
- finanțări în valoare de 959 mil. lei sub egida produsului Creditul imobiliaripotecar verde
- leasing auto pentru vehicule de tip electric sau hibrid: 253 mil. lei

Creditarea și sprijinirea prin diverse forme de finanțare și servicii a activităților și proiectelor cu impact pozitiv asupra mediului reprezintă pentru BT parte integrantă a modelului său de afaceri și s-a concretizat în anul 2021 astfel:

**🌱 Agricultură și Agribusiness**

Și în anul 2021, Departamentul Agribusiness a deservit clienții persoane juridice care au activitate de producție vegetală, animală sau mixtă în mediul rural. Departamentul, care a împlinit 10 ani de activitate în octombrie 2021, susține atât activitatea de creditare, cât și acoperirea nevoilor clienților fermieri cu produse non-cash, tranzacționale.

Deoarece clienții vizați reprezintă persoane din mediul rural, cu mai puține cunoștințe economice, rolul Departamentului a fost să acorde consiliere clienților săi pentru dimensionarea

creditelor și investiții sustenabile. Activitatea a crescut, iar în 2021, în cadrul departamentului activa o echipă de 30 Relationship Manageri specializați, care au cunoștințe în domeniul agricol, posedă un vocabular adecvat acestui sector economic și cunosc foarte bine caracteristicile celor 21 de județe în care deservesc clienții.

Dintr-un portofoliu de aproximativ 32.139 clienți, similar cu anii anteriori, se poate remarca preponderența clienților din categoriile mai dezavantajate de a fi deservite de sistemul bancar (numărul clienților PFA, II și IF era de 20.190). Această categorie de clienți beneficiază de produse adaptate activității lor: capital de lucru pentru înființarea culturilor, investiții în tractoare și combine.

Federația Asociațiilor Apicole din România „ROMAPIS” a început implementarea în anul 2021 a două proiecte cu finanțare nerambursabilă, cofinanțat de BT, intitulat: „APISANA - laborator mobil de recoltare și conservare a probelor colectate pentru evaluarea toxicității culturilor agricole asupra albinelor melifere”, iar al doilea proiect: „AGROAPIS – Proiect pentru ridicarea valorii producției apicole prin folosirea culturilor agricole benefice albinelor și polenizatorilor în conformitate cu condițiile de agromediu”.

Proiectul APISANA este un proiect pilot prin care se urmărește determinarea științifică a tipurilor și nivelurilor de contaminanți cu efecte asupra albinelor din sistemul apicol român. De asemenea, proiectul va contribui la creșterea sustenabilității sectorului apicol și va dezvolta productivitatea procesului de creștere a fructelor și legumelor.

Ambele proiecte mai sus menționate fac parte din Măsura 16.1 Sprijin pentru înființarea și funcționarea grupurilor operaționale (GO), pentru dezvoltarea de proiecte pilot, noi produse în sectorul agricol. Banca Transilvania a susținut cofinanțarea acestora, în cadrul unei mișcări mai ample la nivelul federației și anume Inițiativa Cetățenească Europeană „Salvați albinele și fermierii”. Aceasta este pe cale să devină cea de-a șaptea Inițiativă Cetățenească Europeană de succes din Uniunea Europeană și cea de-a doua anti-pesticide, în scopul înverzirii Europei.

#### **Finanțări în domeniul educației**

Banca susține proiectele dezvoltate de companii care activează în domeniul educației și formării. În 2021, a acordat un total de 166 de credite în valoare de peste 18,76 milioane de lei acestor companii. La finalul anului, Banca avea în portofoliu 408 de credite pentru astfel de proiecte cu un sold de aproximativ 29,1 milioane de lei.

Totodată, Banca Transilvania este una dintre puținele bănci din România care au oferte special concepute pentru studenți și alte persoane interesate de învățământul superior, formare și abilitați, vizând dezvoltarea competențelor acestora și îmbunătățirea accesului la educație. Printre acestea se numără creditele Gaudeamus, ce oferă împrumuturi între 1.000 și 150.000 de euro, pentru finanțarea unor programe precum Work&Travel sau pentru finanțarea unor programe de studiu (plata taxei de școlarizare, cazare, masă, manuale etc.).

Tot în cadrul acestui domeniu, în anul 2021 Banca a acordat Școlii Gimnaziale „Ep. Dr. Alexandru Rusu” o linie de credit în valoare de 400.000 de lei, pe o perioadă de 24 luni, finanțare necesară pentru capital de lucru, în vederea achitării salariilor personalului didactic și nedidactic, a contribuțiilor față de bugetul statului, a utilităților, precum și a altor cheltuieli generate de activitatea didactică. În anul școlar 2021-2022 școala avea înscriși un număr de 204 copii, dintre care 91 preșcolari și 113 școlari. 75% din copiii înscriși la școală și 80% din copiii înscriși la grădiniță rămân la program prelungit.

#### **Finanțări în domeniul medical**

La nivelul anului 2021, BT a finanțat o serie de proiecte în sistemul medical care au avut în vedere înnoirea infrastructurii acestuia pe de o parte, iar pe de altă parte dotarea unităților cu aparatură și echipamente de ultimă generație. În acest sens se pot evidenția câteva exemple:

- **Centrul Medical Transilvania, Cluj-Napoca**

Proiectul a presupus finanțarea unui centru de cercetare și dezvoltare în diagnosticul și tratamentul accidentelor cerebral-vasculare, incluzând clădirea și dotarea cu echipamente medicale performante (RMN, angiograf), precum și 2 ambulanțe 4x4. Obiectivul proiectului este dezvoltarea

și modernizarea capacității și infrastructurii societății, realizabil prin înființarea unui centru de Cercetare-Dezvoltare în domeniul Sănătății privind una dintre cele mai răspândite cauze de morbiditate și mortalitate din România – accidentul vascular cerebral (AVC), cu departamente de cercetare specializate în care vor fi realizate studii privind urgențele neurovasculare.

- **Centrul de Diagnostic și Tratament Provita, București**

Banca a oferit finanțare pentru dotarea centrului cu un robot chirurgical Da Vinci Xi, cea mai performantă platformă chirurgicală creată pentru a depăși limitele chirurgiei clasice și laparoscopice. În arsenalul terapeutic de care dispune medicina contemporană, robotul Da Vinci Xi se situează, fără îndoială, pe primul loc. Medicul chirurg are posibilitatea să exploreze 3D structurile anatomice cu precizie milimetrică, realizând mișcări de 540 de grade controlate și sigure.

- **Medima Health**

Proiectul a presupus finanțarea unui centru de diagnostic radiologic și imagistic în domeniul oncologic - singurul din România care integrează producerea de radioizotop cu examinarea PET-CT în același site și posibilitatea de fuzionare a imaginilor PET-CT cu imagini RMN 3 TESLA, permițând o scanare precisă a oricărei regiuni anatomice. Centrul este amplasat în localitatea Sângeorgiu de Mureș, județul Mureș.

În același timp, *pentru clienții persoane fizice* care au nevoie de finanțare pentru a-și acoperi cheltuielile medicale, banca oferă prin Creditul Pacient bani pentru îngrijirea medicală, inclusiv tratamente cu medicamente pentru client sau rudele acestuia de gradul I și II - o sumă de până la 50.000 euro (sau echivalent lei) – pentru un credit garantat cu ipotecă imobiliară. Având o perioadă lungă de creditare – maxim 10 ani pentru credite fără garanție imobiliară și maxim 30 de ani pentru credite cu garanție imobiliară, creditul nu presupune comision de rambursare anticipată. La finalul anului 2021, în portofoliul băncii existau 104 credite de acest tip (17 acordate în 2021), cu un sold de 2,1 milioane de lei.

- **Finanțări cu impact pozitiv de mediu**

Începând cu anul 2017 Banca Transilvania a derulat un parteneriat cu Banca Europeană de Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) al cărui scop a fost acordarea de credite verzi persoanelor fizice, atât pentru achiziția de proprietăți rezidențiale cu performanță energetică superioară, cât și credit de nevoi personale pentru achiziția unor bunuri cu performanță energetică superioară (de exemplu, achiziția de electrocasnice mici sau mari din clasă energetică superioară).

Banca Transilvania a fost printre primele bănci care s-au alăturat acestui program (Romania – Green Economy Financing Facility „GEEF”), reușind să acorde credite în valoare de 40 milioane de euro în cadrul acestuia:

- ✓ 37,7 milioane de euro pentru achiziția de proprietăți rezidențiale
- ✓ 2,3 milioane de euro pentru credite de consum

Aceste finanțări au avut și reduceri comerciale în ceea ce privește dobânzile și comisioanele.

Din cele aproximativ 1.500 de împrumuturi acordate, la 31 decembrie 2021, mai erau în sold 1.061 credite, cu o valoare de de 144.400.736 lei.

Tot în urma unui parteneriat cu BERD, prin programul Roseff (România – SME Sustainable Energy Efficiency Financing Facility – „RoSEFF”) au fost acordate 172 de finanțări pentru optimizarea consumului de energie, totalizând aproximativ 129 milioane lei (perioada 2013-2019). La finalul anului 2021, în portofoliul Băncii mai erau 6 credite Roseff, cu sold echivalent în lei de 3.368.311 lei.

De asemenea, ca partener oficial al European Energy Efficiency Fund în România, Banca a acordat de la demararea colaborării, 161 de credite în valoare de 436 milioane lei, în scopul îmbunătățirii performanței energetice a obiectivelor finanțate sau implementării unor capacități de producție a energiei din surse regenerabile. La 31 decembrie 2021, existau în sold credite în valoare de aproximativ 42 milioane lei.

- **Finanțarea clădirilor certificate BREEAM**



Portofoliul de finanțări ale proiectelor realestate cu certificare BREEAM includ credite în sold în valoare de 358 milioane lei.

În domeniul clădirilor verzi, unul din proiectele finanțate de Bancă în 2021 a fost cel al companiei Paneracons I&I (credit verde conform CAFI). Astfel, începând cu anul 2021 turiștii sau oamenii de afaceri care vizitează Timișoara se pot caza într-o clădire certificată BREEAM, la Hotelul Mercure care a beneficiat de un upgrade substanțial. Clădirea a obținut această certificare în urma modificării întregului sistem de ventilație – răcire – încălzire, în totalitate automatizat, fiind primul hotel și chiar prima clădire din România, și al patrulea hotel din Europa cu acest sistem (se realizează monitorizarea permanentă a nivelului de dioxid de carbon, oxigen, substanțe chimice, presiune, iar reglarea și filtrarea fluxurilor de aer este de asemenea automatizată).

#### **Alte finanțări**

Printre multiplele activități care beneficiază de produsele și serviciile BT, se include și cele ale companiilor care activează în domeniul de colectare, reciclare și gestionare a deșeurilor. Astfel, la 31 decembrie 2021, Banca avea în sold 220 de credite în acest domeniu (Cod CAEN 3832 – Recuperarea materialelor reciclabile sortate), totalizând expuneri de mai mult de 71,49 milioane de lei. De asemenea, Banca mai are în portofoliu și credite în sold de 20,31 milioane de lei, pentru activități asociate tratării și eliminării deșeurilor nepericuloase și periculoase (Cod CAEN 3821 și 3822).

Totodată, Banca a acordat mai multe credite companiei Minet, cel mai important producător de textile neșesute din România. Pe lângă cele două credite acordate pentru extinderea capacității de producție, Banca a finanțat și un proiect al companiei implementat prin accesarea de fonduri norvegiene, cu intensitate grant 50% pentru cheltuieli eligibile din cadrul proiectului. Proiectul presupune dezvoltarea de textile noi neșesute prin introducerea unor soluții ecologice care utilizează deșeuri reciclate în procesul de producție. Finanțarea BT pentru implementarea proiectului va depăși 16 milioane de lei.

## **4. Finanțare sustenabilă prin subsidiarele BT**

### **❖ Victoriabank**

Finanțările acordate de Victoriabank sunt reglementate intern prin Politica de creditare a Persoanelor Juridice. Scopul Politicii este de a stabili un parteneriat pe termen lung cu comunitatea prin efectuarea unor investiții care să aducă beneficii atât companiei, cât și întregii comunități. Pentru bancă este important să identifice dacă există un risc față de mediul înconjurător în proiectele pe care le finanțează, deoarece riscurile ridicate pot duce la: întreruperea sau sistarea producției, scăderea volumului vânzărilor, iar în cazul în care produsul/ proiectul este considerat nociv - pot apărea costuri adiționale atât pentru client, cât și pentru bancă.

Fiind parte a grupului BT, Victoriabank aplică sistemul de management al riscului de mediu și social la nivelul întregului grup. Banca clasifică fiecare proiect în funcție de tipul și localizarea proiectului, complexitatea și mărimea proiectului, natura și gradul impactului inițial asupra mediului înconjurător. Respectarea legislației de mediu și social în vigoare, concomitent cu utilizarea unor practici de mediu și sociale adecvate, reprezintă factori importanți în demonstrarea unui management responsabil al afacerii. În acest sens, Banca continuă eforturile de integrare a evaluării riscului de mediu și social în procesele de analiză a riscului, în principal prin finanțarea strictă a activităților conforme cu legile și reglementările naționale de mediu, sănătate și siguranță.

În 2018, în bancă a luat naștere *Consiliul Verde*, care este un organ consultativ, permanent, independent și are ca scop monitorizarea, gestionarea și dezvoltarea politicilor în domeniul eficienței energetice, bio-agriculturii și ecologiei. Consiliul Verde este compus din membrii CA.

Banca finanțează clienții și din resursele BERD, astfel, există angajamente contractuale în ceea ce privește alinierea cu cerințele BERD, inclusiv cele legate de sustenabilitate. Totodată, pentru



aceste finanțări, conform angajamentelor contractuale și condițiilor de finanțare, sunt excluse de la creditare o serie de domenii de activitate.

În decembrie 2021, Victoriabank a semnat un nou acord de împrumut cu BERD în vederea accesării unei linii noi de creditare, prin intermediul programului EU4BUSINESS, în valoare de 5 milioane de euro. Aceste finanțări vor fi acordate în proporție de minim 70% pentru susținerea de proiecte verzi. Victoriabank creditează și din resurse proprii proiecte în scopul eficientizării energetice, dar, având în vedere că această categorie de credite nu este marcată încă în sistemele interne, momentan nu este disponibilă o statistică relevantă a acestora.

Obiectivele Victoriabank pentru viitor includ lansarea unui produs de finanțare a proiectelor sustenabile pentru clienții persoane juridice.

#### ❖ **BT Leasing**

Prin BT Leasing, Grupul susține soluții de mobilitate verde, oferind clienților posibilitatea de a-și achiziționa autoturisme electrice sau hibrid. Promovarea soluțiilor de finanțare verde reprezintă unul din obiectivele strategice ale companiei, de aceea s-au creat soluții avantajoase pentru clienți, atât persoane fizice, cât și persoane juridice.

**Tabelul 2. Creditele auto verzi acordate de BT Leasing**

Tip de client	Nr. total de împrumuturi la 31 dec. 2021		Valoare împrumuturi mii lei	
	auto electrice	auto hibride	electrice	hibrid
Clienți persoane fizice	27	93	4,547	13,185
Clienți Micro Business	123	681	23,146	117,832
Clienți IMM	36	201	10,161	45,334
Clienți Corporativi Medii	22	113	5,541	26,712
Clienți Corporativi Mari	1	15	1,856	4,481
<b>Total</b>	<b>209</b>	<b>1.103</b>	<b>45.251</b>	<b>207.544</b>

Sursa: Grupul financiar Banca Transilvania, Raport de sustenabilitate 2021, p. 91,  
<https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/>

În 2021, 1 din 4 autoturisme finanțate a fost 100% electric sau hibrid. Totodată, BT Leasing a finanțat primul autobuz electric românesc e-UpCity, produs la Baia Mare de partenerii săi de la ATP Trucks & Buses.

#### ❖ **BT Capital Partners**

În 2021, BT Capital Partners a oferit consultanță în vederea lansării pe piața AERO a companiei SMITEL, compania având ca linii de business energia regenerabilă, telecomunicații și automatizări.

Totodată, BT Capital Partners a fost intermediar în cadrul emisiunii de obligațiuni corelate cu obiective de sustenabilitate emise de Autonom, cu o valoare de 48.030.000 lei. Scopul proiectului a fost crearea un model de business autentic și sustenabil, având o strategie pentru reducerea impactului asupra mediului, dezvoltarea de proiecte diverse pentru educația copiilor și a angajaților, în linie cu principiile ESG și oferirea unor soluții de mobilitate sustenabile, în armonie cu mediul înconjurător, pentru clienții Autonom.

#### ❖ **BT Mic**

Prin modelul său de business, BT Mic generează în mod direct impact pozitiv, oferind acces la servicii și produse financiare afacerilor mici, cu orice formă de organizare: persoană fizică

autorizată, întreprindere individuală, liber profesioniști, producători agricoli individuali, asociații/fundații.

Începând cu trimestrul 1 al anului 2021, BT Mic finanțează educația, având un produs dedicat școlilor și grădinițelor private, scopul fiind acela de a facilita accesul la finanțare pentru o categorie care nu este în mod obișnuit finanțabilă și nici nu a fost prinsă în schemele de ajutor de stat din ultima perioadă. Inițiativa este susținută cu garanție de la FEI. Până la final de an 2021 au fost finanțate 120 de școli și grădinițe, lucru ce a contribuit la îmbunătățirea condițiilor de învățământ pentru aproximativ 7.400 de copii.

#### **Alte măsuri pentru susținerea antreprenorilor:**

◆ **Start Online** este singurul program de accelerare în online din piață a afacerilor mici prin care clienților li s-a oferit atât instruire cât și infrastructura necesară pentru a-și dezvolta afacerea în online. Au fost selectați 30 de antreprenori, care au acumulat cunoștințe în domenii precum situația actuală a pieței online din România, customer service și digital marketing. Din totalul participanților, la finalul programului au fost dezvoltate 10 magazine online. Partenerii strategici ai programului, care au asigurat serviciile necesare trecerii în online au fost MTH Digital, GoMag, TRUSTED, Hosterion, GPec și EFSE.

◆ **Și eu sunt client BT Mic**, inițiativă de susținere și promovare a afacerilor mici, a adus în prim plan, peste 120 de afaceri mici, promovate pe blogul BT Mic.

BT Mic sprijină și afacerile mici, conștientă fiind de faptul că ele reprezintă o forță importantă care contribuie la mișcarea continuă a motorului economiei românești. BT Mic își propune să completeze ecosistemul financiar al grupului BT, asigurând finanțare celor mai mici business-uri din piață, afaceri care în marea majoritate a cazurilor nu au acces la finanțare.

Astfel, BT Mic oferă atât finanțări pentru antreprenorii la început de drum (start-upuri după numai 3 luni de activitate), cât și finanțări pentru firme mici, cu o cifră de afaceri anuală de până la 1 milion de lei. Aceasta este limita maximă la nivel de guvernanta, pentru că în realitate, peste 80% din portofoliul este concentrat în business-uri cu o cifră de afaceri anuală de maxim 500.000 lei.

Prin BT Mic, se finanțează afaceri cu orice formă de organizare, dincolo de cea clasică de societate comercială, adică: persoană fizică autorizată, întreprindere individuală, liber profesioniști, producători agricoli individuali, asociații/fundații. Clientul BT Mic tipic este de regulă o afacere de familie, în care, de cele mai multe ori, se contopește unitatea familială cu unitatea economică.

**Tabelul 3. Finanțarea în cadrul BT Mic**

Finanțări BT Mic	31 dec. 2020	31 dec. 2021
Nr. clienți finanțați de la început până la data:	13.598	17.600
Nr. credite acordate de la început până la data:	17.705	23.460
Suma acordată de la început până la data:	932.000 mii lei	1.290.000 mii lei

Sursa: Grupul financiar Banca Transilvania, Raport de sustenabilitate 2021, p. 93, <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/>

Destinația împrumuturilor acordate de BT Mic este cât se poate de diversă: de la susținerea și dezvoltarea activității de zi cu zi, achiziționarea de marfă, plata furnizorilor la investiții în puncte de lucru și/sau deschiderea unor noi, achiziția de mașini, utilaje, echipamente.

BT Mic este considerată primul creditor pentru aproximativ 75% din portofoliul de clienți, demersul acesteia putând fi considerat și ca o componentă importantă de educație, pe care o asigură

la fiecare finanțare. Dintre antreprenorii finanțați până acum, aproximativ 20% au fost la început de drum atunci când au apelat la BT Mic, având mai puțin de 12 luni de activitate.

De aproximativ 3 ani, BT Mic oferă și credite cu garantare europeană, prin programul EaSi, perioadă în care s-au acordat peste 8.000 credite garantate.

Incluziunea și diversitatea contribuie la inovație și creștere economică, și de aceea, BT Mic susține și încurajează dezvoltarea antreprenoriatului feminin. La finalul anului 2021, BT Mic avea în sold aproximativ 6.400 de credite acordate clienților cu acționariat constituit din femei. Totodată, finanțarea primită de la IFC (parte din Banca Mondială) pentru creșterea accesului la finanțare a microcompaniilor și pentru facilitarea incluziunii financiare a femeilor cu spirit antreprenorial din România, a ajutat banca să ofere sprijin pentru 600 de companii deținute majoritar de femei.

## Concluzii

Prin toate acțiunile la nivelul Grupului Financiar BT, inclusiv în anul 2021, focusul a fost generarea unui impact pozitiv în economie și societate.

BT a continuat să contribuie la creșterea și consolidarea industriei bancare – pe de o parte, prin rezultate și inițiative, acces la servicii și produse pentru peste 3 milioane de clienți, iar pe de altă parte, printr-o nouă achiziție, Idea::Bank.

Un mediu financiar sustenabil include o gamă largă de principii de mediu, sociale și de guvernare care devin din ce în ce mai importante pentru investitori, clienți și colaboratori. Integrarea acestor principii în modelul operațional și în strategia de afaceri a Grupului BT este benefică performanței sale ca organizație, accentul pus pe sustenabilitate fiind o prioritate generală, inclusiv din partea acționarilor BT.

Principalii factori ai unei agende adecvate de sustenabilitate sunt preocupările cu privire la reducerea efectelor negative asupra mediului înconjurător, și a schimbărilor climatice. La fel de important, creditarea responsabilă înseamnă în fapt o misiune care excede sectorul economic prin implicarea activă a Grupului în educația și conștientizarea conceptului de sustenabilitate în rândul întreprinzătorilor și a întreprinderilor mici și mijlocii, precum și a populației în întregul ei.

## Bibliografie:

1. Banca Transilvania, *Politica BT de implicare socială și de mediu*, <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/guvernanta-corporativa/PRINCIPII%20DE%20GUVERNANTA%20CORPORATIVA/Politica-BT-de-implicare-sociala-si-de-mediu.pdf>
2. Grupul Financiar Banca Transilvania, *Raport de sustenabilitate 2021*, <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/>
3. <https://www.btmic.ro/>
4. <https://btleasing.ro/>
5. <https://btpensii.ro/>
6. <https://www.btassetmanagement.ro/>
7. <https://btcapitalpartners.ro/>
8. <https://www.btdirect.ro/>
9. <https://www.iccollect.ro/>
10. <https://www.victoriabank.md/>
11. <https://btleasing.md/>

## Finanțarea IMM-urilor și afacerilor mici în România

**Autor: Florea Maria Denisa**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Small and medium-sized enterprises play an essential role in the development of national economies, but their financing is often deficient, for reasons of informational asymmetry, high risks, insufficient guarantees, unfavourable regulations. Statistics show that managers give significant importance to SME financing opportunities, as well as the prevail of bank credit compared to other financing instruments.*

### 1. Introducere

Întreprinderile mici și mijlocii (IMM) dețin un rol esențial în dezvoltarea oricărei economii, atât în România cât și în restul lumii. Acestea generând într-o mare măsură o parte din PIB, atât în domeniul comerțului cât și în industrie sau servicii. Din categoria întreprinderilor mici și mijlocii, o întreprindere mică este formată dintr-o societate care are mai puțin de 50 de angajați și care are o cifră de afaceri anuală ce nu depășește 10.000.000 de EURO. Iar IMM-urile sunt alcătuite din mai puțin de 250 de angajați și cu o cifră de afaceri ce nu depășește 50.000.000 de EURO. IMM-urile se caracterizează prin inovare, flexibilitate, dinamism fiind capabile să se adapteze oricărei schimbări care apare în economie, să sesizeze rapid tendințele pieței și să fie inițiatori ai schimbării.

Activitatea oricărei afaceri este orientată spre maximizarea valorii pentru investitori și obținerea de profit. Atingerea acestor obiective nu este un lucru ușor, întreprinzătorii trebuie să aibă în vedere incertitudinea care este generată de mediul economic în care este o permanentă schimbare, activitatea economică având o evoluție fluctuantă în timp. Succesul afacerilor depinde în mare măsură de politica de finanțare care o adoptă. Necesitatea identificării surselor de finanțare care asigură profitul așteptat și maximizarea valorii societății este foarte importantă.

Perioada dintre anii 1997-2000 a fost caracterizată de o evoluție mai lentă a sectorului privat, însă în legătură cu transferurile de capital din sectorul de stat în cel privat a fost o evoluție mai accelerată. În anul 2000 ponderea în PIB a sectorului privat era cu aproximativ 10 puncte procentuale mai mare decât în 1997, doar în trei ani ponderea capitalului social integral privat crește de la 8% la aproximativ 42%. De aici rezultă că accentul a fost pus pe privatizarea de societăți cu contribuție mai mică la VAB. După anul 2000 însă nu au mai apărut așa salturi mari de la un an la altul în ceea ce privește sectorul privat în PIB. La sfârșitul anului 2006 capitalul social majoritar privat a ajuns până la 77%.

Începând cu anul 2020, când a debutat pandemia COVID-19, economia din mediul privat, cât și din cel de stat, a avut parte de un impact zdruncinător. Consecințele pandemiei resimțindu-se până și astăzi, atât la nivel național cât și internațional. Efectele devastatoare în mediul economic au fost asupra relațiilor contractuale, afacerile având întreruperi de activitate, de aprovizionare, întreprinderile ajungând până la faliment, la o lichidare permanentă de pe piață. Conform unui sondaj realizat de Economia Dezvoltării a Băncii Mondiale, Unitatea de Analiză a Întreprinderilor s-a ajuns la concluzia că cel puțin de 2% din întreprinderi și-au încetat activitatea permanent, majoritatea societăților fiind din domeniul de prestări servicii.

În prezent suntem într-o perioadă post-pandemică, unde totul pare că a revenit la normal, efectele pandemiei însă se fac resimțite deoarece pandemia nu a dispărut, doar că oamenii s-au învățat să trăiască cu ea.

Finanțarea întreprinderilor se poate realiza din surse proprii interne - autofinanțare sau capital propriu, externe – credite bancare la termen sau finanțări nerambursabile din fonduri europene. Luând în considerare cele spuse mai sus, un obiectiv al studiului meu, este cel de a prezenta câteva noțiuni introductive privind IMM-urile și afacerile mici (definiție, tendințe, modalități de finanțare). Iar în ceea ce urmează, un al doilea obiectiv al studiului, voi prezenta câteva studii privind sursele de finanțare ale întreprinderilor.

## **2. Finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii prin intermediul autofinanțării**

În momentul în care te hotărăști asupra unei afaceri, te gândești la ideea de afacere și la venitul de care ai nevoie pentru ca aceasta să devină realitate. Dacă te gândești la autofinanțare trebuie să iei în calcul atât avantajele cât și dezavantajele acestei surse de finanțare. Cea mai des întâlnită întrebare de start-up este „De unde fac eu rost de bani?” Într-un interviu luat lui Ovidiu Nicolaescu, președintele CNIPMMR, care a declarat la lansarea „Cartea Albă a IMM -urilor din România 2015”, ediția a XIII-a cum că „82% dintre firme se autofinanțează și deși se înregistrează o îmbunătățire ușoară față de anul trecut, când procentul era de peste 90%, situația este critică. 4 din 5 firme apelează la autofinanțare și toată lumea știe că autofinanțarea la nivelul IMM-urilor înseamnă în cel mai bun caz menținerea activității”. Potrivit unui articol postat în Ziarul Financiar, în anul 2017 s-a produs o cercetare pe un eșantion de 833 de întreprinzători de IMM -uri. Peste 70% dintre întreprinzători vor continua să se autofinanțeze, însă o parte din ei vor apela și la alte surse de finanțare, circa 21% .

În cele ce urmează, voi prezenta câteva avantaje ale autofinanțării:

- Profitul este doar al tău – dacă ești singurul investitor, ești și singurul care se bucură de profit.
- Tu deții controlul – dacă există și alți investitori este posibil ca aceștia să aibă propriile pretenții și așteptări asupra afacerii, de multe ori fiind diferite de planurile tale. Aceasta ne oferă o independență și o flexibilitate în luarea deciziilor.
- Certitudine – dacă tu ești singura sursă de venit atunci știi exact suma de bani pe care te poți baza, poți face mai repede primii pași în antreprenoriat, nu mai este nevoie să îi convingi și pe ceilalți că afacerea ta este mai bună și merită finanțată.
- Mai puțină birocrație – nu mai sunt necesare o mulțime de documente justificative pentru activele achiziționate, un dosar cu mai puține documente, eliminarea unor dobânzi.

Dacă există avantaje, există și unele dezavantaje, cum ar fi:

- Îți poate afecta viața personală – dacă afacerea are succes, îți vei îmbunătăți situația materială, însă dacă aceasta nu are succes ai putea fi dispus să pierzi tot ce ai strâns până în momentul respectiv.
- Dezvoltare lentă – acesta fiind un principal dezavantaj, acest lucru poate duce afacerea chiar și la faliment
- Pierzi unele oportunități - deoarece are o dezvoltare lentă te poate împiedica să profiți de unele oportunități apărute pe parcurs, cu care poate nu te vei mai întâlni în viață.

## **3. Finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii prin intermediul capitalului propriu**

Capitalurile proprii sunt unele dintre principalele clase de active. Capitalul propriu este o resursă financiară atrasă de proprietar, precum și cele constituite din profitul obținut. Reprezintă dreptul acționarilor asupra activelor, după ce s-au dedus toate datoriile. Se încadrează în categoria capitalurilor proprii următoarele elemente:

- Capitalul social – aportul proprietarilor la constituirea sau majorarea capitalului
- Primele de capital
- Rezervele de reevaluare, rezerve legale, alte rezerve
- Câștigurile sau pierderile din cedarea sau anularea instrumentelor de capital
- Acțiunile proprii

- Rezultatul raportat, profitul sau pierderea din perioadele precedente
- Rezultatul curent al exercițiului nedistribuit către proprietari

Capitalurile proprii se formează din contribuții interne și externe. Cele interne sunt resurse care se eliberează din autofinanțare, iar cele externe sunt aporturile proprietarilor, poate chiar aporturi ale statului, ale unei colectivități sau unor organisme specializate. Cele mai importante aporturi care contribuie la constituirea capitalului social sunt aporturi în numerar sau natură.

Creșterea capitalului social prin aporturi în numerar constituie un mijloc de finanțare a capitalului propriu, având ca un prim efect creșterea valorii nominale sau a numărului de acțiuni ale întreprinderii.

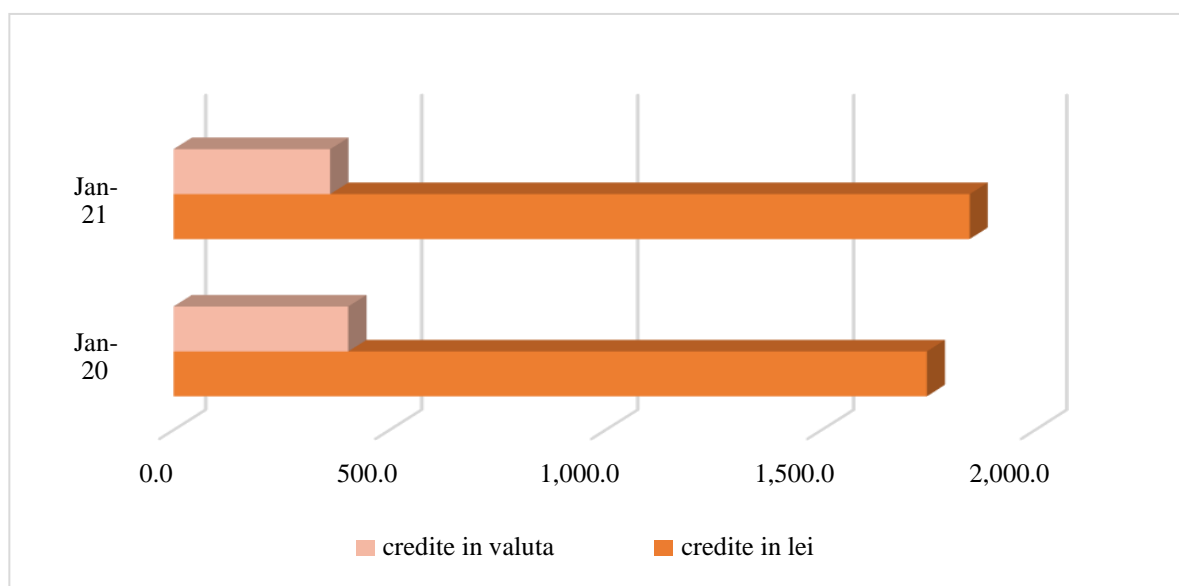
Avantaje pentru societate: atingerea obiectivelor legate de creșterea economică prin utilizarea unor surse de finanțare majorate; consolidarea capitalului propriu. Avantaje pentru acționari: obținerea unei rentabilități sperate funcție de politica de dividend promovată de către societate creșterea valorii de piață a acțiunilor ca efect al îmbunătățirii poziției pe piață a întreprinderii.

Însă cu ajutorul aporturilor în natură cresc imobilizările simultan cu capitalul propriu, fondul de rulment rămâne neschimbat. Fondul de rulment reprezintă un element fundamental pentru aprecierea structurii financiare a întreprinderii și ajută la măsurarea echilibrului financiar care este un rezultat dintre lichiditatea activelor și exigibilitatea resurselor.

#### 4. Finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii cu ajutorul creditelor bancare

Creditarea reprezintă activitatea de bază a băncilor, creditele deținând cea mai importantă pondere în ansamblul activelor băncii. Relația de creditare, din punct de vedere tehnic, poate lua naștere astfel: vânzarea de mărfuri și servicii pe credit, credit bancar și credit pe bază de înscrisuri financiare. Principalele tipuri de credite acordate companiilor sunt: creditele pe termen scurt (pe o durată de până la 12 luni), credite pe termen mediu și lung (termen mediu - pe o durată de 1-5 ani inclusiv, termen lung- pe o durată cuprinsă între 5-25 ani), linia de credit, creditele la termen cu scadență unică, credite la termen cu scadență multiplă, credite sindicalizate etc.

Creditele care sunt acordate sectorului de IMM-uri au un rol marginal în activitatea de creditare a băncilor, unele din ele acordând credite de start-up pentru întreprinderile noi, abia după anul 2000 s-au acceptat întreprinderi care au 5-6 luni de funcționare.

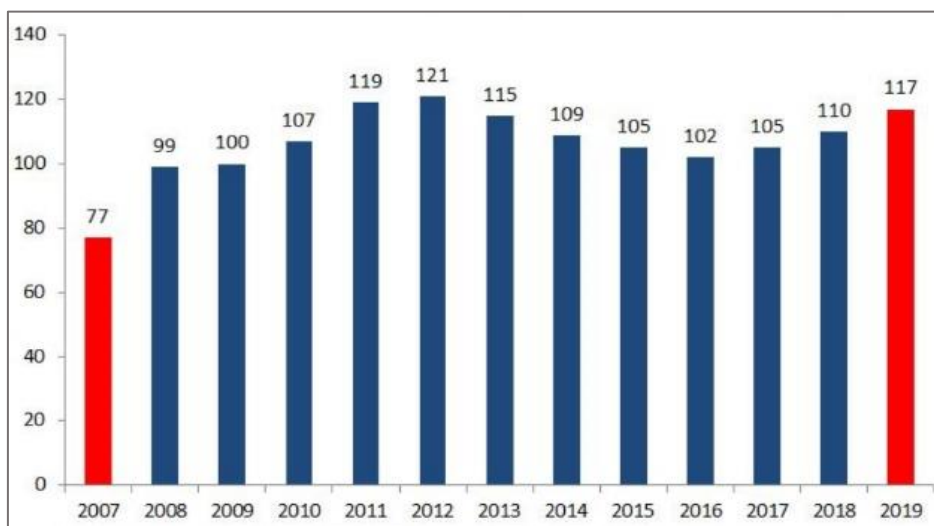


Sursa: <https://www.bnr.ro/Credite-si-depozite-in-profil-teritorial-3171-Mobile.aspx#peloc>

**Figura nr. 1. Evoluția creditelor în lei și în valută în perioada 2020-2021**

În baza studiul realizat asupra structurii în profil teritorial, județul Hunedoara, a creditelor și depozitelor agenților economici în perioada ianuarie 2020- ianuarie 2021, am constatat următoarele:

- Creditele în lei acordate agenților economici în anul 2021 înregistrează o creștere de 100,3 milioane lei față de anul 2020, astfel și numărul creditelor restante a crescut de la 37,8 milioane lei în 2020 la 43,2 milioane lei în anul 2021.
- Creditele în valută acordate agenților economici în anul 2021 au scăzut cu 41,7 milioane lei față de anul 2020, astfel creditele restante în anul 2021 au scăzut la 11,5 milioane lei, față de anul 2020 când erau 18 milioane lei.



Sursa: <https://www.fngcimm.ro/imm-invest-a-intrat-in-faza-a-patra-de-implementare-plata-ajutorului-de-stat>

## Figura nr. 2. Soldul creditelor acordate de tot sistemul bancar sectorului IMM

Banca Transilvania a dezvoltat o companie dedicată finanțării afacerilor mici care poartă numele de “BT Mic” sau BT Microfinanțare IFN. Se pot împrumuta până la 200.000 lei pentru afacereri mici în doar câteva zile. Modul de aplicare este foarte simplu, se poate aplica online doar accesând căsuța de chat din pagina web. Orice antreprenor poate aplica online pentru un credit BT Mic, prin chatbot-ul Raul. Avantajele obținute sunt: puține documente pentru analiză, finanțare rapidă - în 3-4 zile, restituirea creditului chiar și în 7 ani. Se ține cont și de eligibilitatea firmei, întreprinderea trebuie să aibă o activitate economică de cel puțin 3 luni, o cifră de afaceri anuală de până la un milion de lei, iar domeniul de activitate și forma de organizare nu contează. Creditul BT Mic se poate acorda SRL-urilor, PFA-ului, II (întreprinderi individuale), persoanelor cu profesii liberale (notari, avocați, etc) sau IF (întreprinderi ori asociații familiale).

În anul 2018 aproximativ 4.600 de micro-întreprinderi au primit finanțări de la BT Microfinanțare (credite pentru susținerea și dezvoltarea activității de zi cu zi, achiziționarea de marfă, plata furnizorilor, investiții în puncte de lucru și/sau deschiderea unor noi, achiziția de mașini/utilaje etc.), soldul creditelor la sfârșitul anului 2018 fiind de 327,2 milioane lei (2017: 159,8 milioane lei). Platforma rapidă de creditare s-a materializat într-un număr de peste 15.700 credite acordate cu o valoare de peste 1,9 miliarde lei. Pentru susținerea accesului la finanțare, un rol important l-a avut subsidiara de microfinanțare, BT Mic. 2018 a fost un an de creștere accentuată a acestui tip de finanțare oferită de către Grupul Financiar BT, microcompaniilor. În cei cinci ani de activitate, compania de microfinanțare a susținut peste 18.000 de microîntreprinderi, care au generat peste 20.000 de locuri de muncă.

În plus, există și programul IMM Invest, care este un program guvernamental facilitează accesul la finanțare a întreprinderilor mici și mijlocii și întreprinderilor mici cu capitalizare de piață

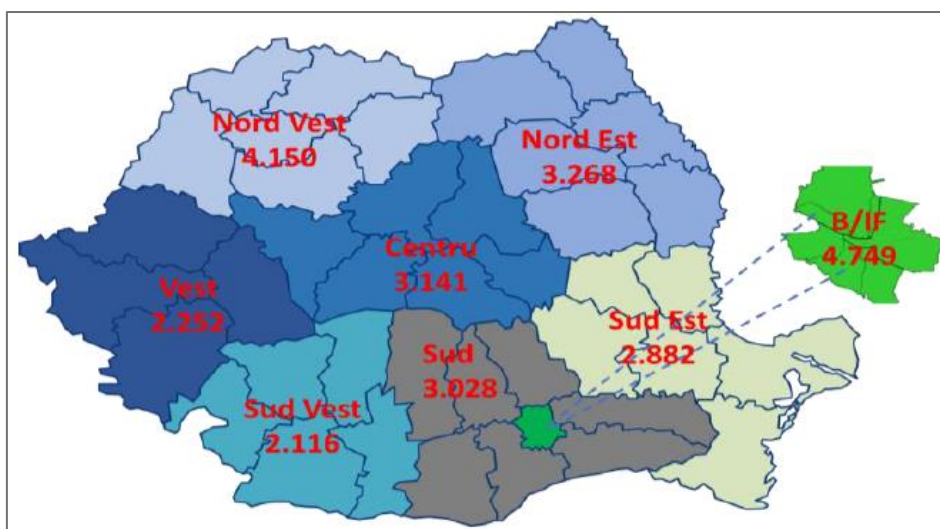


medie, inclusiv start-up-urilor, prin accesarea unuia sau a mai multor credite pentru realizarea de investiții sau credite/linii de credit pentru capital de lucru, inclusiv pentru refinanțarea altor credite de investiții sau cheltuieli destinate achiziției de părți sociale și acțiuni. Programul are ca obiectiv acordarea de facilități de garantare de către stat în mod transparent și nediscriminatoriu pentru creditele acordate întreprinderilor mici și mijlocii și întreprinderilor mici cu capitalizare de piață medie de către instituțiile de credit.

Câteva avantaje ale acestui program sunt: statul asigură până la 90% din valoarea creditului, nu plătești comision de rambursare, nu plătești comisioane aferente garanției FNGCMM pe perioada finanțării, beneficiezi de garanție maxim 72 luni pentru creditele de investiții iar pentru cele de capital de lucru 36 luni, ai subvenționată dobânda pe 8 luni de la prima utilizare, valoarea maximă a creditelor poate fi de 10 milioane lei, din care maxim 5 sunt pentru capital de lucru. După încheierea perioadei subvenționate, dobânda ta va fi: pentru capitalul de lucru - Robor 3M+2.5% pe an, pentru investiții - Robor 3M+2% pe an. Modul de aplicare este la fel de simplu, online pe site-ul IMM Invest, unde îți sunt prezentați pașii ce trebuie parcurși.

IMM Invest România este principalul program guvernamental lansat încă de la debutul pandemiei COVID 19, în data de 24 aprilie 2020, fiind dedicat întreprinderilor mici și mijlocii pentru a le asigura accesul la credite bancare cu garanții de stat și costuri de finanțare subvenționate. Bilanțul celor trei ani de implementare a IMM INVEST înregistrează circa 65.000 de garanții acordate, în valoare de peste 41 miliarde lei, care au susținut credite de peste 48 miliarde. În urma acestei injecții de capital în economie, peste un milion de locuri de muncă au fost salvate.

Impactul Programului IMM INVEST în economia României în anul 2020: a fost acordat un număr record de finanțări: 25.586; valoarea totală finanțată de către instituțiile bancare a depășit 15 miliarde lei; FNGCMM a avut 21 de bănci ca finanțatori – parteneri; din perspectiva veniturilor, 10% din totalul IMM-urilor și entităților asimilate au aderat la Program.

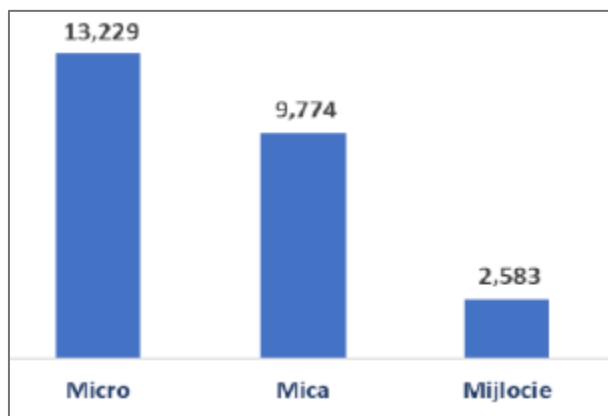


Sursa: FNGCMM, Raport de activitate al F.N.G.C.I.M.M. S.A. - IFN în anul 2021, [https://www.fngcimm.ro/attachment/MZJJZ\\_RAPORT%20Activitate%20FNGCMMla%2031.12.2021%20final.pdf](https://www.fngcimm.ro/attachment/MZJJZ_RAPORT%20Activitate%20FNGCMMla%2031.12.2021%20final.pdf)

### Figura nr. 3. Aportul Programului IMM Invest în regiunile de dezvoltare a țării în 2020

Domeniile în care activează cele mai multe IMM-uri finanțate în Programul IMM Invest în anul 2020 sunt, din punct de vedere al numărului de solicitări, Transporturile rutiere de mărfuri, iar din punct de vedere al valorilor finanțate de partenerii finanțatori, cu translatăre în valoarea absolută garantată de FNGCMM, Lucrările de construcții a clădirilor rezidențiale și nerezidențiale. Cele mai multe finanțări IMM Invest 2020 au fost utilizate pentru asigurarea continuității afacerilor (credite capital de lucru) și cei mai mulți beneficiari au fost microîntreprinderi.

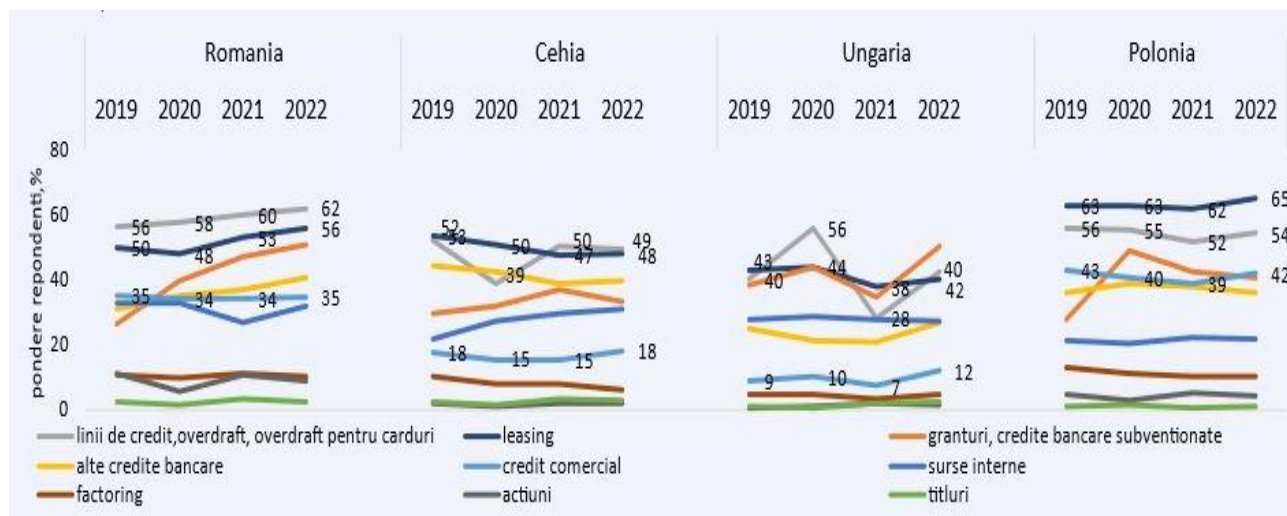




Sursa: FNGCMM, Raport de activitate al F.N.G.C.I.M.M. S.A. - IFN în anul 2021

**Figura nr. 4. Beneficiari de credite acordate prin IMM Invest în 2020**

Pe baza celui mai recent sondaj SAFE (Survey on the access to finance enterprises) realizat de Comisia Europeană în parteneriat cu Banca Centrală Europeană putem desprinde concluzia că cele mai relevante surse de finanțare pentru IMM-urile din România la nivelul anului 2022 au fost liniile de credit/ overdraft /overdraft de card la care au recurs 39% din firme. Același studiu evidențiază faptul că în anul 2022 față de 2021, IMM-urile au utilizat mai mult sursele interne, creditul comercial și leasing-ul. Creditul comercial este a treia cea mai răspândită sursă de finanțare în România, fiind utilizat de 20% și respectiv 18% din IMM-uri în anul 2022, respectiv 2021.



Sursa: <https://www.revistabiz.ro/analiza-alpha-bank-romania-tendinte-privind-accesul-imm-urilor-la-finantare-in-regiune/>

**Figura nr. 5. Cele mai relevante surse de finanțare pentru IMM-uri**

## 5. Finanțarea întreprinderilor mici și mijlocii cu ajutorul fondurilor europene

Fondurile europene ca și concept general, sunt instrumente de finanțare nerambursabile alocate Uniunii Europene, pentru a reduce unele decalaje de dezvoltare economică și socială. Acestea sunt gestionate de Comisia Europeană și de fiecare stat în parte. Pentru România principalele surse de finanțare sunt Fondurile Europene Structurale și de Investiții (fonduri ESI). Acestea cuprind: Fondul European de Dezvoltare Regională (FEDR); Fondul Social European (FSE); Fondul de

Coeziune (FC); Fondul European Agricol pentru Dezvoltare Rurală (FEADR); Fondul European pentru Pescuit și Afaceri Maritime (FEPAM).

În cadrul economiilor din Uniunea Europeană, cea mai mare pondere o deține sectorul de IMM-uri, ele contribuie la crearea de valoare adăugată și la crearea de locuri de muncă. Dar există și unele dificultăți în ceea ce privește obținerea de capital sau credite, mai ales la început.

Conform Comisiei Europene, programele de finanțare ale Uniunii Europene, 2021- 2027, sunt împărțite pe rubrici și clustere: Rubrica 1 – piața unică, inovare și digitalizare, Rubrica 2 – coeziune și valori, Rubrica 3 – resurse naturale și mediu, Rubrica 4 – migrațiune și gestionarea frontierelor Rubrica 5 – securitate și apărare, Rubrica 6 – vecinătate și întreaga lume. În prezent este foarte ușor să accesezi fonduri europene nerambursabile. Totul este la doar un click distanță pe internet. După câteva documentari despre fondurile europene am obținut informații cum că poți obține consultanță gratuită online, poți consulta ghidul despre accesarea fondurilor nerambursabile.

Un exemplu de proiect european este Instalarea Tinerilor Fermieri 2023-2027, derulat prin Agenția pentru Finanțarea Investițiilor Rurale AFIR, care aduce un sprijin nerambursabil de 70.000 € pentru agricultorii români cu vârsta maximă de 40 de ani. Plata se face în două tranșe, 75% la semnarea contractului, iar 25% după implementarea planului de afaceri.

Fermierii însă trebuie să respecte criteriile de eligibilitate privind dimensiunea firmei, planul de afaceri, forma de organizare. Câteva exemple de criterii sunt: acesta va figura în sistemul APIA, trebuie să te încadrezi în categoria microîntreprinderilor și întreprinderilor mici, durata maximă de implementare este de 3 ani.

Conform AFIR, numărul de fermieri care vor beneficia de acest sprijin este estimat până la 3.580 tineri până în anul 2027, iar suma alocată orientativ anual se împarte astfel: 2023: nu se menționează nicio sumă; 2024: 131.565.000,000 €; 2025: 54.524.945,000 €; 2026: 42.408.290,000 €; 2027: 18.263.718,00 €.

## 6. Concluzii

IMM-urile dețin un rol foarte important în economia țării, generând o mare parte din PIB. Activitatea lor fiind orientată spre maximizarea valorii și obținerea de profit. Finanțarea întreprinderilor se poate realiza din surse proprii interne precum autofinanțarea și capitalurile proprii, dar și externe, cum ar fi creditele bancare la termen și finanțările nerambursabile din fonduri europene. Pe lângă finanțarea internă prin capitaluri proprii, pentru orice entitate economică accesul la finanțare externă este vital pentru a asigura creștere și inovare. Sursele de finanțare externă ale afacerii sunt diverse și diferă în funcție de necesarul determinat în baza planului de afaceri: de la emisiunea de obligațiuni, la contractarea creditelor bancar, accesarea fondurilor structurale, finanțări obținute prin programe de promovare etc. Printre cele mai importante surse directe de finanțare externă pentru mediul privat provin din sfera bancară (creditul bancar, leasingul, scontarea, factoringul și forfetarea). În România, prioritățile sectorului bancar vizează menținerea rolului acestuia de principal finanțator al economiei, în general. Studiile arată că, în țara noastră, băncile asigură peste 80% din finanțarea economiei, în timp ce la nivel european, băncile reprezintă aproximativ 75-80% din întregul sistem financiar din UE, iar în SUA companiile se finanțează prin credit bancar în proporție de doar 15%.

### Bibliografie:

1. Dumitrescu D.I., Dumitrescu D.V. (2018) *Finanțarea alternativă a IMM-urilor în România*, Revista Română de Statistică - Supliment nr. 2, pp.59-73
2. Dura C., Isac C., Niță D., Drigă I., Monea M. (2018) *Managementul afacerilor*, Editura Universitas, Petroșani

3. Banca Națională a României, *Comportamentul financiar al populației și agenților economici în profil teritorial – ianuarie 2020, ianuarie 2021*
4. CNIPMMR (2022) *Carta Albă a IMM-urilor din România*
5. Comisia Europeană (2017) *Accesul întreprinderilor mici și mijlocii la finanțare*
6. FNGCIMM (2021) *Raport de activitate al F.N.G.C.I.M.M. S.A. - IFN în anul 2021*
7. <https://www.bancatransilvania.ro/companii/finantare/imm-invest/imm-invest>
8. <https://www.bnr.ro>
9. <https://www.btmic.ro>
10. <https://www.cnipmmr.ro>
11. <https://www.cnp.ro>
12. [https://www.commission.europa.eu/index\\_ro](https://www.commission.europa.eu/index_ro)
13. <https://www.fngcimm.ro>
14. <https://www.fond-euro.ro/rural-non-agricol/>
15. <https://www.mfe.gov.ro/intrebari-si-raspunsuri-despre-fonduri-europene/>
16. <https://www.onrc.ro/index.php/ro>
17. <https://www.revistabiz.ro>
18. <https://www.revistabiz.ro>
19. <https://www.startupcafe.ro>
20. <https://www.zf.ro>

## Modalități de finanțare a deficitului bugetar în România

**Autor: Foszto (Drăgoi) Irina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In Romania's current economic context, the budget deficit represents an important problem, which can affect the country's financial stability and economic development. In this sense, it is important to carefully analyze the ways of financing the budget deficit, so as to ensure its sustainable and efficient financing. In this paper, the various sources of financing the budget deficit in Romania are examined, the benefits and risks associated with each of these financing methods are analyzed, as well as their impact on the national economy. In addition, ways to combine these funding sources are explored to ensure a sustainable financing of the budget deficit in Romania. In conclusion, the paper provides an evaluation of the available options for financing the budget deficit in Romania, identifying the most effective and sustainable strategies in order to ensure a long-term financial stability of the national economy.*

### 1. Introducere

Deficitul bugetar a devenit un fenomen caracteristic contextului actual, care devenit cronic poate provoca creșterea ratei inflației, criza valutară, dificultăți la achitarea datoriilor externe și alte fenomene nedorite ce influențează negativ procesul de stabilizare macroeconomică și respectiv progresul economic. Activitatea economică a țării noastre se derulează potrivit unui mecanism economic, în care principala funcție este cea de conducere și reglare a proceselor economice. Un rol important în realizarea acestei funcții revine pieței concurențiale, pe care se reglează raportul de interese prin participarea entităților economice la formularea cererii și ofertei, la înfăptuirea lor și a echilibrului economic. În acest context, statul participă atât ca entitate economie, cât și ca autoritate publică, prin funcția acestuia de a crea și exercita cadrul legislativ. Statul influențează derularea proceselor economice prin pârghiile economico-financiare la care poate apela: pârghia fiscală, pârghia vamală, cea a cheltuielilor publice. Unul dintre cele mai importante instrumente care permit statului să desfășoare activități economice și reglare socială, este sistemul financiar al societății, a cărui verigă principală este bugetul de stat. Cu toate acestea, acest sistem se confruntă adesea cu probleme exprimate sub forma unui deficit bugetar. Printre **cauzele deficitului bugetar**, regăsim următoarele:

➤ *scăderea volumului activității economice*, fapt ce conduce la micșorarea veniturilor persoanelor fizice și juridice, drept urmare, are loc reducerea bazei impozabile și, în consecință, scăderea veniturilor bugetare;

➤ *creșterea cheltuielilor guvernamentale în scopul realizării unor programe sociale*, cum ar fi spre exemplu: cheltuieli cu șomajul, cu asistență pentru persoane cu nevoi speciale;

➤ *creșterea cheltuielilor publice asociate cu dezvoltarea infrastructurii și sectoarelor prioritare ale economiei*;

➤ *reducerii ratei impozitelor în vederea stimulării activității entităților economice*;

➤ *creșterea activității sectorului subteran al economiei*, unde entitățile încetează să mai plătească impozitele datorate statului. Economia subterană se deosebește de cea legală, prin faptul că entitățile care funcționează în cadrul acestei economii nu sunt înregistrate, deci nu plătesc impozite;

➤ *emisiunea monetară în exces nu justifică o creștere economică*.

În ceea ce privește sursele interne de finanțare, se observă că acestea pot avea un impact semnificativ asupra pieței financiare locale. De exemplu, emisiunile de obligațiuni pot avea un impact negativ asupra dobânzilor la nivelul pieței financiare interne, ceea ce poate afecta negativ investițiile și economia în general. În plus, impozitele suplimentare sau creșterea ratei de împrumut pot afecta negativ capacitatea de cumpărare a populației și a firmelor, iar acest lucru poate duce la scăderea activității economice. Sursele externe de finanțare sunt adesea mai costisitoare decât cele interne, din cauza dobânzilor și costurilor asociate cu aceste împrumuturi. În plus, aceste surse pot fi influențate de fluctuațiile economice globale și de politicile instituțiilor financiare internaționale.

România a încheiat anul 2022 cu un deficit bugetar de 81 miliarde lei, respectiv de 5,68% din Produsul Intern Brut. Dacă raportat la PIB deficitul s-a diminuat cu mai mult de 1%, de la 6,73% la 5,68%, în termeni nominali el s-a mărit puțin raportat la 2021, când deficitul a fost de 79,9 miliarde lei, conform datelor Ministerului finanțelor.

În concluzie, pentru a asigura o finanțare sustenabilă a deficitului bugetar în România, este important să se ia în considerare toate opțiunile disponibile și să se identifice strategiile cele mai eficiente și sustenabile. Acestea ar putea include o combinație de surse de finanțare interne și externe, împrumuturi la dobânzi competitive și măsuri fiscale eficiente, care să asigure o stabilitate financiară pe termen lung a economiei naționale.

## 2. Principalele surse și modalități de finanțare a deficitului bugetar în România

În România, deficitul bugetar poate fi finanțat prin mai multe surse, care includ atât **resurse de proveniență externă, cât și internă**, precum:

- ✓ împrumuturi de stat pe piața internă;
- ✓ împrumuturi de stat pe piața externă;
- ✓ susținere temporară din resursele contului general al Trezoreriei statului.

În ceea ce privește **pieța internă**, furnizorul de resurse pentru finanțarea deficitului bugetar este sectorul bancar și nebankar, unde populația împreună cu persoanele juridice bancare sau nebankare pun la dispoziția Trezoreriei statului următoarele **fonduri**:

↳ **în lei**, prin subscrierea la emisiunile de titluri de stat denominate în lei (certIFICATE de trezorerie în lei; obligațiuni de stat în lei) lansate de Ministerul Finanțelor cu scadențe diferite de la 3, 4, 6 luni și 1, 2 ani;

↳ **în valută**, prin subscrierea la emisiunile de titluri de stat denominate în valută (certIFICATE de trezorerie sau obligațiuni de stat în dolari, euro) lansate de Ministerul Finanțelor cu scadența pe 1 an, 1,5 ani.

Emisiunile de titluri de stat pot fi individualizate, astfel că regăsim emisiuni care se adresează numai populației sau numai persoanelor juridice bancare ori nebankare.

Referitor la **împrumuturile de stat pe piața externă** acestea pot fi reprezentate de:

- ✓ împrumuturile din echivalentul în lei al creditelor externe guvernamentale;
- ✓ obligațiunile de tezaur cu dobândă exprimate în valută.

Susținerea temporară din resursele contului general al Trezoreriei statului se realizează sub forma împrumuturilor din disponibilitățile existente temporar în contul curent general al Trezoreriei deschis la Banca Națională. Astfel, rata dobânzii pentru aceste împrumuturi se determină la nivelul ratei medii lunare a dobânzilor plătite de trezoreria statului la disponibilitățile și depozitele pe termen constituite din disponibilități păstrate în trezoreria statului.

Urmare a faptului că în economia românească la nivelul deciziilor guvernamentale nu s-au întreprins măsurile necesare pentru a se aplica o politică de stimulare a procesului investițional în scopul de relansare a dezvoltării economice, au condus la un consum agregat care a depășit în mod sistematic producția agregată. De-a lungul timpului, România a avut o politică fiscală prociclică care s-a bazat pe estimări nerealiste ale veniturilor și pe creșteri de cheltuieli publice care au condus la

acumularea unor dezechilibre macroeconomice semnificative manifestate prin deficit de cont curent și o rată a inflației ridicate.

Specificul acestor surse este prezentat în continuare:

↳ **Împrumuturi interne.** Guvernul poate obține împrumuturi de la instituțiile financiare locale prin emisiunea de titluri de stat sau obligațiuni. Acestea sunt instrumente financiare emise de stat, prin intermediul cărora se împrumută bani de la investitori, care la scadență primesc înapoi suma împrumutată plus dobânda. În cazul României, aceste împrumuturi sunt emise în lei și pot fi cumpărate de investitori instituționali sau de persoane fizice. Emisiunile de obligațiuni sunt una dintre cele mai frecvente metode prin care Guvernul poate obține finanțarea necesară pentru a acoperi deficitul bugetar.

↳ **Emisiuni de obligațiuni internaționale.** Guvernul poate emite obligațiuni pe piețele internaționale pentru a-și finanța cheltuielile. Aceste obligațiuni sunt vândute investitorilor străini și pot fi denumite în euro, dolari sau alte monede. Această opțiune poate fi mai costisitoare decât împrumuturile interne, dar poate fi utilă în situații în care piața locală este deja saturată sau când dobânzile pe piața internă sunt prea mari.

↳ **Împrumuturi de la instituții financiare internaționale.** România poate obține împrumuturi de la instituții financiare internaționale, cum ar fi Fondul Monetar Internațional (FMI), Banca Mondială sau Banca Europeană de Investiții (BEI). Aceste instituții pot oferi împrumuturi la dobânzi mai mici decât cele de pe piața internă, dar, în general, impun condiții stricte în ceea ce privește politica fiscală și monetară a țării.

↳ **Impozite.** Guvernul poate crește veniturile prin majorarea taxelor și impozitelor, cum ar fi impozitul pe venit, TVA sau impozitul pe profit. Acestea pot fi surse importante de finanțare a deficitului bugetar. Cu toate acestea, mărirea taxelor poate avea un impact negativ asupra economiei, prin reducerea consumului și a investițiilor.

↳ **Vânzarea de active sau privatizarea.** Guvernul poate să vândă active sau să privatizeze companii de stat pentru a obține venituri suplimentare. De exemplu, vânzarea unei companii de stat sau a unei părți din aceasta poate fi o sursă importantă de venituri pentru guvern. În cazul în care activele sunt valoroase și sunt vândute la prețuri bune, această opțiune poate fi o sursă de finanțare eficientă și poate ajuta la reducerea deficitului bugetar.

↳ **Reducerea cheltuielilor.** Guvernul poate reduce cheltuielile pentru a echilibra bugetul și a reduce deficitul bugetar. Această opțiune poate include reduceri ale cheltuielilor publice, cum ar fi investițiile în infrastructură sau programe sociale, reduceri ale salariilor sau pensiilor, înghețarea posturilor în administrația publică sau reducerea subvențiilor. Această abordare poate fi însă dificilă din punct de vedere politic, deoarece poate afecta serviciile publice și poate genera nemulțumire socială.

↳ **Finanțare prin creșterea datoriei publice.** Guvernul poate finanța deficitul bugetar prin creșterea datoriei publice. Acest lucru poate fi realizat prin împrumuturi interne și externe sau prin emisiunea de obligațiuni. Cu toate acestea, creșterea datoriei publice poate avea efecte negative pe termen lung asupra economiei, cum ar fi creșterea costurilor de finanțare, creșterea inflației sau reducerea ratingului de credit al țării.

Urmare a faptului că în economia românească la nivelul deciziilor guvernamentale nu s-au întreprins măsurile necesare pentru a se aplica o politică de stimulare a procesului investițional în scopul de relansare a dezvoltării economice, au condus la un consum agregat care a depășit în mod sistematic producția agregată. De-a lungul timpului, România a avut o politică fiscală prociclică care s-a bazat pe estimări nerealiste ale veniturilor și pe creșteri de cheltuieli publice care au condus la acumularea unor dezechilibre macroeconomice semnificative manifestate prin deficit de cont curent și o rată a inflației ridicate.

În concluzie, există mai multe modalități prin care Guvernul României poate finanța deficitul bugetar. Fiecare metodă are avantajele și dezavantajele sale, iar alegerea depinde de circumstanțele

economice și politice ale momentului. De asemenea, este important ca Guvernul să mențină un echilibru între finanțarea cheltuielilor și menținerea stabilității economice pe termen lung.

### 3. Specificul și efectele finanțării nemonetare a deficitului bugetar

Finanțarea nemonetară a deficitului bugetar se referă la modalitățile prin care Guvernul poate finanța cheltuielile publice fără a recurge la emisiunea de bani noi sau la creșterea datoriei publice. Această abordare poate fi utilă în situațiile în care emisiunea de monedă sau creșterea datoriei publice ar putea avea consecințe negative asupra economiei, cum ar fi creșterea inflației sau scăderea ratingului de credit al țării.

Una dintre sursele principale de finanțare nemonetară a deficitului bugetar este **vânzarea de active publice**. Guvernul poate vinde proprietăți, terenuri sau companii de stat pentru a obține venituri suplimentare și pentru a finanța cheltuielile publice. În plus, privatizarea poate contribui la îmbunătățirea eficienței economice și la reducerea costurilor guvernamentale.

O altă modalitate de finanțare nemonetară a deficitului bugetar este **atragera de fonduri europene**. România este eligibilă pentru o serie de programe de finanțare din partea Uniunii Europene, cum ar fi Fondul European de Dezvoltare Regională sau Fondul Social European. Guvernul poate solicita aceste fonduri pentru a finanța proiecte de infrastructură, educație sau sănătate. În plus, Guvernul poate utiliza instrumente fiscale pentru a obține venituri suplimentare. Acestea pot include creșterea taxelor sau impozitelor sau eliminarea unor scutiri fiscale. Cu toate acestea, această abordare poate avea efecte negative asupra economiei și poate afecta competitivitatea și investițiile.

Finanțarea nemonetară a deficitului bugetar poate fi o alternativă la emisiunea de bani noi sau la creșterea datoriei publice. Vânzarea de active publice, atragerea de fonduri europene și utilizarea instrumentelor fiscale pot fi surse eficiente de finanțare a cheltuielilor publice. Cu toate acestea, este important ca Guvernul să evalueze cu atenție impactul economic și social al acestor măsuri și să mențină un echilibru între finanțarea cheltuielilor și menținerea stabilității economice.

Finanțarea nemonetară a deficitului bugetar poate avea efecte pozitive și negative asupra economiei. Printre **efectele pozitive**, regăsim:

- ✓ *stimularea investițiilor*, prin împrumuturile publice, Guvernul poate atrage capital în economie și îl poate direcționa către proiecte de investiții, ceea ce poate stimula creșterea economică pe termen lung.

- ✓ *reducerea inflației*, finanțarea nemonetară a deficitului bugetar poate fi utilizată pentru a evita finanțarea monetară, care poate duce la inflație. În cazul finanțării nemonetare, Guvernul poate împrumuta bani de la bănci sau alte instituții financiare, ceea ce reduce presiunea asupra băncii centrale de a imprima mai mulți bani.

- ✓ *stabilitatea financiară*, împrumuturile de stat pot oferi un element de stabilitate financiară într-un context de incertitudine economică, deoarece acestea sunt, în general, considerate a fi mai sigure decât alte investiții, cum ar fi acțiunile sau obligațiunile corporative.

Printre **efectele negative** se pot aminti:

- *creșterea datoriei publice*, finanțarea nemonetară poate duce la creșterea datoriei publice, în special dacă aceasta este utilizată pentru cheltuieli de consum sau alte cheltuieli curente. Aceasta poate duce la o dependență mai mare de împrumuturi și la o creștere a costurilor de rambursare a datoriei.

- *creșterea costurilor de împrumut*, în cazul în care Guvernul împrumută sume mari de bani de la bănci și alte instituții financiare, acestea pot solicita dobânzi mai mari, ceea ce poate crește costurile de rambursare a împrumuturilor.

- *reducerea investițiilor private*, atunci când Guvernul concurează cu investitorii privați pentru resursele financiare, acest lucru poate duce la o reducere a investițiilor private și la o reducere a investițiilor în economie.

În general, finanțarea nemonetară a deficitului bugetar poate fi benefică pentru economie în anumite circumstanțe, dar poate duce și la efecte negative în alte situații. Este important ca Guvernul să ia în considerare impactul așteptat asupra economiei și să ia măsurile necesare pentru a minimiza riscurile și a maximiza beneficiile.

#### 4. Împrumutul public, generalități, structură și caracteristici

Împrumutul public este o modalitate importantă de finanțare a deficitului bugetar în România. Acesta constă în împrumutarea de bani de către Guvern de la instituții financiare sau investitori, cu promisiunea de a rambursa suma împrumutată și de a plăti dobânzi. În România, împrumuturile publice sunt emise de către Ministerul Finanțelor Publice, prin intermediul așa-numitelor titluri de stat. Împrumuturile publice pot fi de scurtă, medie sau lungă durată, în funcție de termenul de rambursare și de perioada de plăți a dobânzii. Acestea pot fi emise în lei sau în valută, în funcție de nevoile Guvernului și de condițiile pieței financiare.

Împrumutul public are *avantajul* că poate fi o sursă rapidă și relativ ieftină de finanțare a deficitului bugetar. De asemenea, împrumuturile publice sunt considerate investiții sigure și lichide, ceea ce le face atractive pentru investitori. Acestea pot fi utilizate și pentru a finanța proiecte de investiții de lungă durată, cum ar fi construcția de autostrăzi sau de spitale. Cu toate acestea, împrumuturile publice pot avea și *dezavantaje*. Plata dobânzilor și a ratelor împrumutului poate pune o presiune semnificativă asupra bugetului de stat și poate reduce sumele disponibile pentru alte cheltuieli publice. În plus, în condițiile în care dobânzile la împrumuturile publice sunt ridicate, acestea pot afecta negativ investițiile private, reducând astfel creșterea economică.

Împrumutul public reprezintă o modalitate importantă de finanțare a deficitului bugetar în România. Aceasta poate fi o sursă rapidă și relativ ieftină de finanțare a cheltuielilor publice, dar trebuie utilizată cu atenție și în mod responsabil pentru a menține stabilitatea economică și financiară a țării.

Împrumuturile de stat pot fi clasificate în funcție de mai multe **criterii**. *În funcție de durata împrumutului*, acestea pot fi împărțite în:

- ✓ *împrumuturi pe termen scurt*, ce au o durată de rambursare de până la un an și sunt emise pentru a acoperi nevoile de finanțare temporare ale Guvernului;
- ✓ *împrumuturi pe termen mediu*, care au o durată de rambursare între unul și zece ani și sunt emise pentru a finanța cheltuielile de capital ale Guvernului;
- ✓ *împrumuturi pe termen lung*, ce au o durată de rambursare mai mare de zece ani și sunt emise pentru a finanța proiecte de investiții mari și de lungă durată.

**În funcție de sursa de finanțare**, împrumuturile de stat pot fi:

- ✓ *împrumuturi interne*, care sunt emise și achiziționate de investitorii din țară și sunt, în general, denominate în moneda națională;
- ✓ *împrumuturi externe*, ce sunt emise și achiziționate de investitori străini și sunt, în general, denominate în monede străine, cum ar fi euro sau dolari americani.

**În funcție de rata dobânzii**, împrumuturile de stat pot fi structurate în:

- ✓ *împrumuturi cu dobândă fixă* ce au o rată de dobândă fixă pe toată durata împrumutului și, prin urmare, oferă predictibilitate investitorilor;
- ✓ *împrumuturi cu dobândă variabilă*, care au o rată de dobândă care se schimbă în funcție de condițiile pieței și care sunt mai puțin predictibile.

**În funcție de garanții**, împrumuturile de stat pot fi:

- ✓ *împrumuturi garantate*, sunt împrumuturi care sunt garantate de un activ, cum ar fi un imobil sau o companie de stat.
- ✓ *împrumuturi ne-garantate*, sunt împrumuturi care nu sunt garantate de un activ și ca atare sunt mai riscante pentru investitori.



Clasificarea împrumuturilor de stat este importantă pentru investitori, deoarece aceasta le oferă o mai bună înțelegere a riscurilor și beneficiilor asociate cu investiția într-un anumit tip de împrumut de stat.

Dintre **caracteristicile împrumutului public**, se pot menționa:

↳ **Durata de împrumut.** Împrumuturile publice pot fi de scurtă, medie sau lungă durată, în funcție de termenul de rambursare și de perioada de plăți a dobânzii. De obicei, împrumuturile publice pe termen mai lung au dobânzi mai mari.

↳ **Rata dobânzii.** Aceasta poate fi fixă sau variabilă. În general, rata dobânzii este mai mare pentru împrumuturile publice pe termen mai lung și pentru cele în valută străină.

↳ **Sursa de împrumut.** Guvernul poate emite împrumuturi publice pe piețele financiare interne sau externe. În general, împrumuturile în valută străină sunt emise pe piețele financiare externe.

↳ **Destinația împrumutului.** Împrumuturile publice pot fi utilizate pentru a finanța cheltuielile curente sau de capital ale Guvernului, precum și pentru a refinanța împrumuturi anterioare. De asemenea, împrumuturile publice pot fi utilizate pentru a finanța proiecte de investiții de lungă durată, cum ar fi construcția de autostrăzi sau de spitale.

Destinația împrumutului public poate fi determinată de politicile și prioritățile Guvernului. În general, împrumuturile publice sunt utilizate pentru a finanța cheltuielile publice și pentru a asigura că Guvernul are resursele necesare pentru a îndeplini funcțiile sale, cum ar fi furnizarea de servicii publice sau acoperirea cheltuielilor cu salariile funcționarilor publici. De asemenea, împrumuturile publice pot fi utilizate pentru a finanța investiții în infrastructură sau pentru a susține proiecte de dezvoltare economică.

În general, împrumuturile publice reprezintă o sursă importantă de finanțare pentru Guvernul României. Acestea permit Guvernului să obțină fonduri rapide și necesare pentru a finanța cheltuielile publice, dar în același timp pot pune o presiune semnificativă asupra bugetului de stat prin plata dobânzilor și a principalului împrumutului. Prin urmare, Guvernul trebuie să fie atent la gestionarea finanțelor publice și la alegerea modalităților de finanțare a deficitului bugetar.

## 5. Strategia de finanțare a deficitului bugetar în perioada 2023-2025

Obiectivele majore ale politicii fiscal bugetare au în vedere continuarea redresării economice, consolidarea fiscală, susținerea investițiilor, o datorie publică sustenabilă, o politică fiscală ținută pe reducerea deficitului bugetar, dar și construcția unor finanțe publice sănătoase ce vor contribui la reziliența economică și îndepărtarea vulnerabilităților din economie. Oportunitatea banilor europeni din cadrul financiar 2021-2027 și PNRR care se bazează pe ținte și jaloane concrete capătă o nouă dimensiune, pe fondul mizei ridicate privind atât redresarea economică, cât și posibilitatea unor efecte benefice procesului de consolidare fiscală.

În aceste condiții dezvoltarea vizionară și durabilă devine o provocare, iar finanțarea responsabilă joacă un rol cheie în reconcilierea dezvoltării solide cu valorile de mediu, etice și sociale. În acest context, al marilor provocări cu care se confruntă omenirea, al efortului comun pentru o Europă puternică și sănătoasă, România stabilește următoarele **obiective** ale construcției bugetare pentru pe anul 2023:

↳ **Crearea unei politici fiscale predictibile pentru susținerea și adaptarea mediului de afaceri la provocările ridicate de crizele actuale, simplificarea fiscalității**, concretizate în:

✓ asigurarea stabilității macroeconomice, a investițiilor publice cu efecte de multiplicare și menținerea unei datorii guvernamentale la un nivel sustenabil vor permite reîntrarea României în grupul țărilor cu finanțe publice „sănătoase” până la sfârșitul anului 2024. Implementarea măsurilor cuprinse în Programul de guvernare 2021-2024, pe măsură ce spațiul fiscal-bugetar va permite, precum și a celor din Planul Național de Redresare și Reziliență;

- ✓ continuarea perfecționării legislației pentru a corespunde criteriilor de armonizare cu legislația comunitară;
- ✓ îmbunătățirea și simplificarea legislației fiscale, ca urmare a dialogului cu mediul de afaceri;
- ✓ implementarea unui sistem obligatoriu de facturare electronică.

↳ **Dezvoltarea și diversificarea instrumentelor de management ale datoriei publice pentru menținerea datoriei publice la un nivel sustenabil**, se referă la faptul că:

✓ Ministerul Finanțelor va continua să mențină o abordare flexibilă și transparentă în realizarea procesului de finanțare, reacționând cu promptitudine la modificările contextului de piață și la comportamentul investitorilor. Având în vedere nivelul prognozat al deficitelor bugetare pentru perioada 2022 – 2025, dar și cel al prognozelor curente a indicatorilor macroeconomici, se estimează că ponderea datoriei guvernamentale brute se va situa sub 49,8% din PIB la finalul orizontului de prognoză și nu va depăși 42% din PIB în perioada analizată.

↳ **Crearea și consolidarea unor finanțe publice sănătoase, prin reforme în domeniul muncii, pensiilor, asistenței sociale cu țintire pe grupurile vulnerabile**, va avea în vedere:

✓ *finanțarea unor măsuri active economice* pentru sprijinirea grupurilor celor mai vulnerabile, reforme în domeniul muncii, al pensiilor, al sprijinirii IMM al căror lanț de aprovizionare a fost puternic afectat de agresiunea rusă împotriva Ucrainei;

✓ *consolidarea bugetării pe programe pe bază de indicatori de rezultat la toate nivelurile administrației publice centrale și locale* care să permită transparența deplină a cheltuielilor publice, îmbunătățirea clarității și coerenței procesului de bugetare;

✓ *întărirea guvernantei corporative la companiile de stat* în vederea îmbunătățirii performanței acestora, prin utilizarea celor mai bune practici la nivel european.

Particularitățile perioadei 2022-2023 își au expresia în evoluțiile destul de volatile de la nivelul Uniunii Europene, noile priorități ale bugetelor publice ca urmare a crizei sanitare și tensiunilor geopolitice, provocările ce stau în fața economiei românești ca urmare a unor vulnerabilități structurale încă existente, dar și unele oportunități ale apartenenței la marea familie europeană, au influențat și finanțarea bugetară pe anul 2023.

## 6. Concluzii

Problematika finanțării deficitului bugetar, a găsirii unei modalități optime de finanțare, face obiectul numeroaselor studii, în condițiile în care este știut faptul că datoria publică reprezintă o povară, iar finanțarea deficitelor are o serie de implicații asupra ratei dobânzii și creșterii economice. Analiza impactului deficitului bugetar asupra economiei urmărește, în principal, efectele exercitate asupra unor variabile, precum rata dobânzii, investiții, economii, curs de schimb, producția națională, respective creșterea economică pe termen lung.

În opinia noastră, pentru reducerea deficitului bugetar în vederea echilibrării structurale a sistemului bugetar este necesară menținerea componentei dinamice a veniturilor publice concomitent cu creșterea treptată a componentei dinamice a cheltuielilor publice, fapt ce va permite implicarea mai activă a statului în realizarea unor programe pentru crearea unei baze productive, în diferite ramuri ale economiei naționale, cât și realizarea reformelor în cadrul sistemului bugetar.

În concluzie, finanțarea deficitului bugetar reprezintă o provocare importantă pentru guvernele din întreaga lume, inclusiv pentru Guvernul României. În contextul economic actual, caracterizat de incertitudine și volatilitate, împrumuturile publice și alte forme de finanțare nemonetară reprezintă opțiuni importante pentru Guvernul României în încercarea de a asigura resursele necesare pentru finanțarea cheltuielilor publice și a deficitului bugetar. Este important ca Guvernul României să ia în considerare toate aceste aspecte și să ia deciziile potrivite în ceea ce privește structura și dimensiunea împrumuturilor. Cu toate acestea, finanțarea nemonetară a deficitului bugetar poate avea și efecte negative asupra economiei, cum ar fi creșterea datoriei

publice și creșterea costurilor de împrumut. Prin stimularea creșterii economice, accesarea fondurilor europene și accelerarea ritmului de absorbție al acestora, măsuri ferme de combatere a risipei în utilizarea banului public, asigurarea eforturilor de menținere a sustenabilității finanțelor publice, va menține deficitul bugetar raportat la P.I.B. sub valoarea prevăzută de Tratatul de la Maastricht. Este important în acest sens, ca Guvernul să ia măsurile necesare pentru a minimiza riscurile și a maximiza beneficiile finanțării nemonetare a deficitului bugetar. În general, este important ca Guvernul României să ia deciziile de finanțare într-un mod responsabil și să ia în considerare toate opțiunile disponibile pentru a asigura o finanțare adecvată a cheltuielilor publice și a deficitului bugetar, în același timp, asigurând stabilitatea financiară a țării.

### **Bibliografie:**

1. Bărbulescu A., Bereș C. (2020), *Deficitul bugetar și opțiunile de finanțare a cheltuielilor publice în contextul actual*. Revista de Cercetare și Intervenție Socială, 70, 87-100
2. Bostan I. (2021), *Dezideratul justului echilibru bugetar*, Editura C.H. Beck, București
3. Ciurea M. (2022), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitas, Petroșani
4. Dumitru I., Dobrotă N. (2020), *Impactul finanțării deficitului bugetar asupra sustenabilității fiscale a României*. Management & Marketing, 15(1), 45-60
5. Năstase G. (2021), *Buget și trezorerie publică*, Ediția a VIII-a revizută și adăugită, Editura ProUniversitară, București
6. Sandu D. (2020), *Finanțarea deficitului bugetar prin intermediul emisiunilor de obligațiuni de stat. O abordare teoretică și practică*. Analele Universității din Craiova, Seria Economie, 2(48), 95-103
7. Șerban M., Paraschiv D. (2019), *Finanțarea deficitului bugetar prin emisiunea de titluri de stat*. Revista de Economie Mondială, 11(3), 143-157
8. Tănase G., Dedu V. (2018), *Finanțarea deficitului bugetar prin împrumuturi externe în România*. Revista de Studii Financiare, 6(1), 73-88
9. Văcărel I., Anghelache G., Bistriceanu Gh.D., Moșteanu T., Bercea F., Ungureanu A. M. (2011), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitară, București, 2011.
10. Guvernul României (2022), *Strategia fiscal- bugetară pentru perioada 2023 – 2025*, Disponibilă la: <https://mfinante.gov.ro/static/10/Mfp/buget/sitebuget/SFB2023-2025.pdf>, [Accesat la 26 aprilie 2022]

## O scurtă istorie a monedei metalice

**Autor: Foszto (Drăgoi) Irina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Money does not always have value, whether it is represented by a seashell, a metal coin, a piece of paper, or a string of code extracted electronically by a computer. With global wealth estimated to be around \$463.6 trillion at the end of 2022, the value of money depends on the importance people place on it as a medium of exchange, unit of measure and store of wealth.*

*Money allows people to indirectly exchange goods and services. It helps communicate the price of goods and gives individuals a way to store their wealth. It is valuable as a unit of account - a socially accepted standard by which things are priced and payment accepted. However, both the use and form of money have evolved throughout history.*

### 1. Introducere

Monedele au reprezentat o parte importantă a umanității de când oamenii au început să se stabilească în orașe și să facă comerț între ei. Inițial, a existat un sistem de troc. Dar, în jurul secolului al V-lea sau al VI-lea î.Hr., monedele au fost introduse ca metodă de plată, totuși, prima zonă în care se folosește o monedă este încă în discuție.

Bartering-ul însemna că o persoană trebuia să schimbe un articol sau serviciu pentru a obține ceea ce își dorea. Din păcate, acest lucru nu funcționa întotdeauna, deoarece dacă persoana nu avea nimic din ceea ce își dorea cealaltă persoană, atunci nu putea face comerț cu ea. Potrivit lui Adam Smith, părintele economiei moderne, această „dublă coincidență a dorințelor” a sistemului de troc s-a adâncit pe măsură ce oamenii au început să se specializeze în anumite meserii. Datorită acestei specializări, oamenii au devenit dependenți de alții pentru a produce și a oferi ceea ce alții nu puteau.

Pe lângă această problemă, sistemul de troc a făcut dificilă măsurarea valorii a ceea ce se tranzacționa. De asemenea, era mai greu să se păstreze bogăția atunci când bunurile tranzacționate puteau fi epuizate prin consum în câteva zile.

Pentru a ocoli aceste probleme, societățile au creat monede metalice și bani ca mijloc de schimb. Astăzi, încă folosim acest sistem în societățile moderne. Cu toate acestea, monedele metalice și banii sunt văzute și ca obiecte de colecție și ca mijloace de investiție.

### 2. Monedele ca date istorice

Fiind fabricate în majoritatea epocilor din metal prețios sau, alternativ, având o valoare simbolică substanțială, monedele au fost întotdeauna prețuite, adesea teaurizate și, prin urmare, frecvent îngropate pentru siguranță. Conținutul unor astfel de bănci de economii a fost dezgropat în toate epocile, astfel încât monedele civilizațiilor trecute continuă să se găsească în număr mare. Studiate alături de dovezi literare sau arheologice, ele oferă o gamă largă de informații care sunt deosebit de valoroase pentru cronologie și istoria economică.

Monedele pot reflecta bogăția și puterea orașelor și statelor, iar studiul distribuției lor poate ajuta la definirea întinderii fizice a stăpânirii teritoriale sau la ilustrarea legăturilor comerciale majore. Astfel, popularitatea din cele mai vechi timpuri a monedelor ateniene din Levant și a argintului corintian în Magna Grecia (sudul Italiei) fac dovada legăturilor comerciale stabilite între aceste zone geografice. Descoperirile de aur imperial roman timpuriu în India coroborează referirea istoricului

roman Pliniu cel Bătrân referitoare la folosirea aurului roman pentru a plăti pentru luxurile indiene și din Est. De asemenea, descoperiri uriașe de monede arabe de argint în Scandinavia arată amploarea comerțului, în special cererea de blănuri de către califii ‘Abbasid și conducătorii samanizi ai Iranului.

Un rezultat al contactelor comerciale atât de răspândite este că anumite valute au dobândit o preeminență internațională specială. În cele mai vechi timpuri, cele din Atena, Corint și din perioada domniei lui Filip al II-lea al Macedoniei erau foarte populare. Moneda uniformă a fiului lui Filip, Alexandru cel Mare, a fost bătută de monetării împrăștiate pe scară largă în vastul său imperiu și a fost universal acceptată.

În epoca medievală, dinarii de aur (un termen derivat din denarul roman) ai primilor califi și ducații de aur ai Florenței și Veneției au jucat un rol similar - la fel ca și dolarii de argint ai Mexicului, moneda Mariei Tereza a Austriei și aurul suveranilor Marii Britanii în vremurile moderne.

Mai mult decât atât, studiul deprecierei și devalorizării monedelor poate explica dificultățile financiare naționale din trecut. De exemplu, antoniniani romani din secolul al III-lea (monede introduse de împăratul roman Caracalla, având inițial o valoare de doi denari), puternic depreciați, își spun povestea la fel de clar ca și deprecierea monedei de hârtie a Germaniei în și după 1919.

Nu mai puțin valoroasă decât dovezile economice oferite de un studiu comparativ al monedelor este importanța lor pur documentară. Alături de medalii, ele prezintă o serie inegalabilă de portrete istorice din secolul al IV-lea î.Hr. până în zilele noastre, multe dintre ele altfel necunoscute, precum regii greco-bactrieni sau anumiți uzurpatori din timpul Imperiului Roman. Monedele grecești reprezintă o contribuție deosebit de notabilă la istoria artei, afișând nu numai frumusețea și puterea multor tradiții artistice, ci și (cum ar fi monedele romane) asemănările în miniatură ale numeroaselor lucrări de sculptură și arhitectură la scară largă acum pierdute. Moneda imperială a Romei, în afară de portrete, este importantă mai ales pentru detaliul remarcabil al conținutului său cronologic și politic; și din monedele grecești și romane se pot afla multe despre mitologie și religie. Influențele creștine active în Europa medievală pot fi măsurate în mod similar din monedele medievale.

Principalele metale din care erau făcute monedele antice au fost electronul, aurul, argintul, cuprul, alama și bronzul - toate acestea mai mult sau mai puțin rezistente la degradare. Utilizarea lor la început a fost în general dictată de disponibilitate. Cele mai vechi monede din Asia Mică erau din electrum, un aliaj natural, spălat din râurile lidiene (electrul a fost mai târziu produs artificial). Aurul a devenit principalul metal monetar al Asiei de sud-vest în ansamblu, fiind derivat din surse scitice, pontice și bactriane. Orașele-stat din Grecia continentală au preferat argintul pe care l-au furnizat minele adiacente, iar minele din Italia au condus la alegerea bronzului pentru cea mai veche monedă a Romei.

Odată cu dezvoltarea economiilor interne și a comerțului exterior, aurul, argintul și cuprul sau bronzul au ajuns să fie folosite deopotrivă; Filip al II-lea al Macedoniei a popularizat aurul în Grecia, dar a devenit primordial doar în imperiile bizantin și arab și în marile schimburi comerciale ale republicilor italiene din secolul al XIII-lea. Cu toate acestea, argintul a fost aproape întotdeauna puternic utilizat în moneda romană și a fost principalul metal monetar în Europa din secolul al VIII-lea până în secolul al XIII-lea. Bronzul sau cuprul au fost folosite pentru prima dată pentru mici schimburi în Grecia de la sfârșitul secolului al V-lea î.Hr. și în sistemele romane și bizantine, de asemenea; vasta monedă a Chinei a constat din metale comune până în timpurile moderne.

Metalele de mai sus au stat la baza bazei majorității monedelor până la începutul secolului al XX-lea, când aprecierea valorii aurului și argintului și nevoia de economisire au condus la producția generală de monede de hârtie pentru unitățile de valoare mai mari. Piese metalice de valoare mai mică exprimate în termeni de nichel (folosit, în mod excepțional, în Bactria în secolul al II-lea î.Hr.), cupronicil, bronz și, în perioadele de stres postbelic, aluminiul și bronzul aluminiu completează monedele din metale prețioase în unele țări. Plumbul, care se poate degrada cu ușurință, a fost rareori folosit pentru monedă, cu excepția Andhras (locuitori ai Deccanului în India antică), în Galia pre-romană și în monedele mai recente ale statelor Malay. Fierul, folosit ocazional în antichitate – de

exemplu, în Sparta – a reapărut în monedele germane din Primul Război Mondial. Zincul a fost folosit de Roma ca și constituent al monedelor fine de alamă și ca element în aliajul câtorva monede chinezești din perioada secolelor XV-XVII. De asemenea, metalele comune au furnizat materialul pentru unele monede celtice din Galia și Marea Britanie în ultimul secol î.Hr. În timpul crizelor, monedele au fost produse din piele, pânză, hârtie și alte materiale.

### **3. Originile monedelor**

Atât în Orient, cât și în Occident, monedele propriu-zise au fost precedate de monede mai primitive, nemonetare sau semi-monetare, care au supraviețuit în epoca istorică a monedelor adevărate și ar fi putut deriva inițial din trocul de vite, unelte și altele asemenea. Cea mai veche monedă a Chinei din secolul al VIII-lea î.Hr. a constat din sape miniaturale și cârlige (instrumente de tăiat), cu inscripții care indică autoritatea. Micii celți de bronz (unelte preistorice asemănătoare cu daltele) și inelele de bronz găsite frecvent în tezaurele din Europa de Vest au jucat probabil un rol monetar. Chiar și în vremurile moderne au fost cunoscute astfel de mijloace de schimb, cum ar fi moneda cârlig.

Metalul a avut întotdeauna o mare popularitate ca instrument de schimb, fiind durabil, divizibil și portabil; iar originile monedei adevărate se află acolo. Egiptul antic, care folosea lingouri de aur cu greutate stabilită din mileniul al IV-lea î.Hr., a dezvoltat în cele din urmă o monedă de inele de aur (dar nu a adoptat utilizarea monedelor în comerțul exterior până la sfârșitul secolului al IV-lea d.Hr.). În Orientul Mijlociu, inelele de aur au servit mult timp pentru dublul scop de podoabă și monedă, completate de lingouri de aur și argint din care puteau fi tăiate segmente. Alegerea metalului a fost, ca de obicei, determinată de disponibilitate.

În jurul Mării Egee, lingourile grele de cupru au fost folosite ca monedă de schimb cu câteva secole înainte de inventarea monedei adevărate. Aceste lingouri, cunoscute sub numele de talente, erau inițial o unitate cu greutatea de aproximativ 55 până la 60 de lire sterline (mai mult de 25 kg); talentele au fost folosite ulterior ca măsură a valorii. Descoperirea unei bare de fier cu o mână (drahmă) de tije fracționate din fier (obeloi) dedicată utilizării în Heraeum (un templu al zeiței Hera) la Argos, poate ca parte a reformelor de greutate și măsuri ale regelui Pheidon din Argos în Secolul al VII-lea î.Hr., arată că o astfel de monedă continuă până în vremuri istorice. Mănunchiuri similare de tije au fost găsite și în altă parte și sunt dovada dorinței de a subdiviza o unitate greoaie în fracții mai mici pentru utilizare normală.

La celălalt capăt al scalei, se afla, în cele din urmă, dorința de a exprima valoarea unui talent de cupru sau fier în termeni de aur sau argint; iar Homer, care vorbește despre lighere metalice, trepiede și topoare ca și cadouri și premii într-un mod care le arată ca un standard recunoscut de bogăție, vorbește, de asemenea, despre talentul aurului (adică, valoarea unui talent greu din metale comune exprimată într-un mic pelet de aur). În Italia bulgări aspri de bronz (aes rude) au format o monedă din timpuri străvechi, fiind succedate de bare de greutate regulată; iar înregistrarea lui Iulius Caesar cu privire la folosirea antică britanică a barelor de fier ca monedă (în urma raidurilor sale în Marea Britanie în 55 și 54 î.Hr.) este încă confirmată de descoperiri frecvente.

Astfel de monede „grele”, caracteristice în principal țărilor europene, arată folosirea metalelor din care ar fi făcute în mod normal uneltele. Impactul asupra acestui sistem al aurului din Răsărit, și mai târziu al argintului Greciei, a produs nevoia de a evalua astfel de metale în aur și argint, iar acest lucru a dus la nevoia de a controla și garanta cantitatea de aur și argint atât de folosite pentru a evita cântărirea constantă. Odată ce aurul (și apoi argintul) a câștigat acceptarea ca expresii convenabile mici dar de valoare relativ mare, cu un semn vizibil de garanție, stadiul monedei adevărate, așa cum a apărut pentru prima dată în Asia Mică și India, fusese atins. Cu toate acestea, nu toate ținuturile au adoptat monedă adevărată: marginile cele mai de est ale lumii grecești nu au făcut acest lucru, iar Cartagina și Etruria au rămas fără monedă până în secolul al V-lea d.Hr.

#### 4. Istoria monedelor antice și medievale

##### ❖ Primele monede găsite în lume



Conform istoriei occidentale, primele monede găsite au fost în Turcia actuală. Aceasta era cunoscută în antichitate drept Regatul Lidian. Aceste monede, datate în jurul anului 700 î.Hr. nu au necesitat crearea lor cu ajutorul unor tehnici complicate. Monedele erau o combinație naturală de aur și argint, cunoscută sub numele de electrum. Pentru a face monedele să iasă în evidență față de orice alt mineral, lidienii au sculptat desene într-o parte a monedei. Cealaltă parte a fost marcată cu liniuțe, acesta fiind poate un alt mijloc de a face moneda să iasă în evidență. Se speculează că monedele au fost cântărite pentru a li se determina valoarea. Acest lucru are sens, deoarece a fost dificil să se creeze un design consistent pentru toate monedele. În plus, monedele aveau diferite forme și dimensiuni, fiind deci folosite în starea în care au fost găsite.

##### ❖ Monede antice chinezești



Cam în aceeași perioadă cu lidienii, China antică crea și primele monede cunoscute. Cu toate acestea, înainte de aceste monede, în timpul dinastiei Shang erau folosite cochilii de melci de mare cunoscute sub numele de cauri. În cele din urmă, bucăți de aur au fost folosite cu litere ale orașelor chinezești pe ele. După aceasta, cuțitele din diferite metale au fost folosite ca monedă. Abia în jurul anului 220 î.Hr., monedele au devenit populare în toată țara. Majoritatea acestor monede chineze au un fel de gaură pătrată sau rotundă. Acest lucru a fost adăugat în mod deliberat, astfel încât monedele să poată fi legate pe o sfoară pentru un transport mai ușor.

##### ❖ Romanii



Începând cu anul 27 î.Hr., romanii au dezvoltat un sistem în care valoarea monedei era dată de ceea ce era scris pe monedă în loc de cât cântărea ea. Acesta a fost un pas către ceea ce numim



bani fiat. Acest lucru este ceea ce a permis romanilor să-și devalorizeze ulterior moneda prin scăderea cantităților de metale prețioase din fiecare monedă. Acest lucru devalorizează fiecare monedă, deoarece moneda va spune întotdeauna că valorează 5 dolari, de exemplu, dacă această valoare este inscripționată pe ea. Dar, dacă moneda trece de la o compoziție de 90% aur la una de 25% aur, atunci se pierde valoarea cu fiecare monedă. Romanii foloseau cupru, bronz, argint și aur pentru monedele lor. La început, romanii aveau următoarele denominațiuni:

- 400 de monede de cupru = 100 de monede de bronz = 25 de monede de argint = 1 monedă de aur (1/40 lb. de aur, apoi 1/50 lb. de aur) (27 î.Hr. - 212 d.Hr.)
- 1000 de metal inferior = 40 de monede de bronz = 10 monede de argint = 1 monedă de aur (1/60 lb. de aur) (294 - 312 d.Hr.)
- 180 de monede de bronz = 24 de monede de argint = 1 monedă de aur (1/72 lb. de aur) (312 d.Hr. - în continuare)

## 5. Istoria monedelor era industrială

### ▪ Monede ciocanate



În antichitate, până în anul 1550 d.Hr., procesul de creare a monedelor presupunea lovirea unei piese de metal între două matrițe. Acest proces, cunoscut sub denumirea de „monedare ciocanată”, a fost un proces lent care necesita uneori 2 persoane, unul pentru a bate cu ciocanul și unul pentru a ține matrițele pe loc. În cele din urmă, foi de metal cu diametrul corect au fost folosite pentru a crea mai multe monede simultan. Acesta a fost folosit pentru a satisface cererea în creștere de monede utilizate în tranzacțiile comerciale. Din păcate, acest proces a creat câteva probleme. Încercarea de a crea mai multe monede simultan a făcut ca monedele să fie mai generice. Acest lucru a dus la falsificarea mai ușoară a monedelor. Acest lucru se datorează faptului că niciuna dintre monede nu avea diametrul exact pe care trebuia să aibă. În plus, monedele nu erau perfect rotunde. Acest lucru a permis ca marginile monedelor să fie tăiate din metale prețioase. De aceea a fost nevoie de o altă metodă. Cu toate acestea, abia în perioada renașterii și în epoca industrială tehnologia a fost disponibilă pentru a inventa o metodă mai bună.

### ▪ Monede turnate





Turnarea monedelor este procesul de turnare a metalului topit într-o matriță prefabricată. Acest proces a fost o alternativă la crearea de monede în antichitate. A fost folosit mai ales în Asia. Această metodă a fost mai benefică decât „metoda cu ciocanul”, deoarece dintr-o matriță puteau fi create până la o duzină de monede, spre deosebire de doar una pe lovitură. În plus, au fost produse monede mai curate și mai rafinate care au împiedicat monedele frauduloase și îndepărtarea așchiilor de metale prețioase din monede.

- **Monede măcinate**



În timpul Revoluției Industriale, „monedele măcinate” au devenit uzuale. Cunoscut și sub numele de monedă lovită de mașină, acest proces înseamnă pur și simplu crearea de monede folosind o mașină. În timpul revoluției industriale, a fost creat motorul cu abur Watt. Acest motor cu abur a fost folosit în toate întreprinderile de producție, indiferent de sectorul de activitate. Pe măsură ce tot mai mulți oameni mergeau să lucreze în fabrici, nevoia de mai multe monede a devenit mult mai mare. Acesta este momentul în care un investitor cunoscut sub numele de Matthew Boulton a folosit motorul cu abur pentru a alimenta o mașină de fabricare a monedelor. În cele din urmă, acest lucru a dus la un contract de batere a monedelor pentru Compania Indiei de Est și la un alt contract pentru furnizarea de mașini la Monetăria Regală Britanică.

## 6. Monedele în lumea modernă

- **Colecționarea monedelor**



De-a lungul timpului, oamenii au fost atrași de alura strălucitoare și deosebită a monedelor. În epoca modernă, există mai mulți oameni care colecționează monede pur și simplu pentru că le plac. Există diverse monede care comemorează evenimente speciale, persoane sau organizații. Când sunt lansate știri despre aceste monede, există mulți oameni care se pun la rând pentru a se asigura că își pot obține bucata de istorie. Indiferent de bugetul unei persoane, există ceva disponibil pentru toți cei care doresc să înceapă o colecție de monede. Fie că este vorba de un set anual sau de o monedă de aur rară, există o multitudine de opțiuni disponibile pentru colecționarul modern.

➤ **Monedele ca investiție**



Astăzi, oamenii văd monedele ca mai mult decât un simplu mijloc de a face afaceri sau ca ceva de colectat. Pe măsură ce acțiunile au devenit din ce în ce mai populare în ultimii 150 de ani, conceptul de a investi în monede a urmat trendul. Oamenii pot obține monede fie pentru valoarea lor numismatică, fie pentru conținutul lor de metale prețioase. Câștigurile pe care le poate obține un individ din perspectiva conținutului de metale prețioase ale monedelor sunt evidente. Prețurile de piață ale aurului, argintului și altor metale pot fi măsurate în raport cu ceea ce s-ar obține de la o anumită monedă. Celălalt aspect, investiția numismatică, este puțin mai complicat. Există diverși factori de care trebuie să luați în considerare atunci când se investește într-o astfel de monedă. Aspecte precum moneda, data, gradul, designul, baterea și gradul de simpatie generală a monedei pot afecta valoarea.

➤ **Conținutul de metal al monedelor de azi**



Multe dintre monedele folosite în societatea modernă de astăzi conțin puțin argint sau aur. Un bun exemplu în acest sens este jumătatea de dolar Kennedy folosit în Statele Unite. A fost creat pentru prima dată în 1964 ca un tribut după asasinarea președintelui Kennedy. Moneda era compusă din 90% argint și 10% cupru. În anul următor, conținutul de argint a fost redus la aproximativ 40% argint. În cele din urmă, tot argintul a fost scos din jumătatea de dolar în 1971. Acesta este doar un exemplu a ceea ce s-a întâmplat cu mai multe monede din SUA de-a lungul anilor. Guvernul și-a dat seama că conținutul de metale prețioase a devenit mai valoros decât valoarea nominală a monedei înscrisă pe fața acesteia. Acesta este motivul pentru care conținutul monedelor americane s-a schimbat de-a lungul anilor.

## **Concluzii**

Utilizarea pieselor din metal turnat ca mijloc de schimb este foarte veche și probabil dezvoltată din utilizarea în comerț a lingourilor obișnuite de bronz și a altor metale care posedau o valoare intrinsecă. Până la dezvoltarea cambiilor în Europa medievală și a monedei de hârtie în China medievală, monedele de metal erau singurul astfel de intermediar în cadrul schimbului. În ciuda utilizării lor diminuate în majoritatea tranzacțiilor comerciale, monedele sunt încă indispensabile economiilor moderne; de fapt, importanța lor crește ca urmare a utilizării pe scară largă a mașinilor care funcționează cu monede.

**Bibliografie:**

1. <https://certifiedcoinconsultants.com/pages/the-history-of-coins>
2. <https://www.britannica.com/topic/coin/Origins-of-coins>
3. <https://www.worldhistory.org/coinage/>
4. <https://www.heritagecoins.co.uk/history-of-coins>
5. <https://www.amnh.org/exhibitions/gold/gold-standard/coins-of-ancient-empires>
6. <https://www.hellenic.org.au/post/follow-the-money-trail-a-history-of-coins>

## Tratamentul fiscal al unei agenții de turism

**Autor: Ghițun Andreea Denisa**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Monea Alin**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This essay is about the tax treatment for a travel agency. It is presented some theoretical notions about the travel agency, the tax treatment, the tax regimes, the tax base, the accounting and fiscal records of the operations.*

### 1. Cum este definită agenția de turism în legislația fiscală?

Agenția de turism este firma care intermediază, oferă informații sau se angajează să furnizeze servicii de călătorie către persoane care călătoresc individual sau în grup. Serviciile de călătorie cuprind elemente diverse, printre care:

- \* cazarea la hotel, case de oaspeți, cămine, locuințe de vacanță și alte spații destinate cazării;
- \* transportul aerian, terestru sau maritim;
- \* transfer la și de la aeroport;
- \* excursii organizate;
- \* servicii de divertisment;
- \* servicii de catering;
- \* închirieri auto;
- \* diverse alte servicii turistice.

Aceste servicii pot fi furnizate de agențiile de turism fie în nume propriu, fie în calitate de agent.

### 2. Ce este serviciul unic?

Serviciul unic este format din pachetul de bunuri și prestări de servicii oferit în beneficiul direct al călătorului de către agenția de turism care acționează în nume propriu.

De serviciul unic pot beneficia atât turiștii, cât și diverse alte persoane care călătoresc în afara localității lor de reședință, altfel spus calatorul poate fi:

- persoana impozabila;
- persoana juridica neimpozabila;
- orice alta persoana neimpozabila.

Astfel, în categoria călătorilor se pot încadra și salariații unei firme care sunt delegați în interes de serviciu sau administratorii care se deplasează în scop de afaceri.

### 3. Care sunt regimurile de taxare aplicabile de către o agenție de turism?

O agenție de turism poate utiliza doua regimuri de taxare a serviciilor prestate:

- \* regimul normal

Acest regim impune aplicarea cotei TVA utilizate de furnizorul de servicii la refacturarea fiecărui element al serviciului unic la care s-a adăugat și marja profitului agenției de turism.

- \* regimul special

Acest regim impune aplicarea cotei standard TVA doar la marja de profit a agenției de turism.

În situația în care agenția de turism este stabilită sau are un sediu fix în România, se consideră că serviciul unic oferit călătorului are locul prestării în România, caz în care operațiunea se taxează în România cu cota standard TVA de 19%.

Pentru această regulă generală avem și o excepție conform căreia serviciul unic prestat de agenția de turism nu este impozabil în situația în care pachetul de bunuri și prestări de servicii este oferit călătorului în afara Comunității. Acest serviciu efectuat de agenția de turism se consideră o intermediere pentru care nu se mai poate aplica regimul special, ci regimul normal de taxare prin considerarea operațiunii ca fiind neimpozabilă în România.

Dacă pachetul de bunuri și prestări de servicii este oferit aceluiași călător atât în afara Comunității, cât și în interiorul acesteia, se supune taxării doar marja profitului aferent serviciului unic oferit pe teritoriul unui stat terț.

Orice agenție de turism poate opta fie pentru aplicarea regimului normal, fie pentru aplicarea regimului special de taxare. Aplicarea regimului special este obligatorie în următoarele două situații:

\* călătorul este o persoană fizică;

\* serviciile oferite cuprind elemente pentru care locul operațiunii se consideră a fi în afara României.

Nu se aplică regimul special în situația în care agențiile de turism au calitatea de intermediar și achită prestatorilor, în numele și în contul clientului, contravaloarea serviciilor oferite pe care ulterior le decontează acestuia.

#### **4. Baza de impozitare a serviciului unic este marja de profit?**

Agenția de turism nu colectează TVA la întreaga sumă datorată de turist, ci doar la profitul brut obținut din prestarea de servicii.

Baza de impozitare a serviciului unic este marja de profit care revine agenției de turism. Aceasta marjă este reprezentată de diferența dintre:

\* suma totală plătită de călător exclusiv taxa aferentă;

\* costurile agenției de turism formate din contravaloarea livrărilor de bunuri și a prestărilor de servicii efectuate de alte persoane impozabile în beneficiul direct al turistului.

Suma totală plătită de călător cuprinde următoarele elemente:

- contravaloarea serviciului unic, inclusiv subvențiile legate direct de acest serviciu;

- impozitele și taxele;

- cheltuielile accesorii (comisioane și cheltuieli de asigurare).

Costurile agenției de turism cuprind contravaloarea livrărilor de bunuri și prestărilor de servicii efectuate pentru călător, inclusiv TVA facturată de furnizori și prestatori.

Deoarece taxa este aplicabilă doar marjei de profit ca bază de impozitare, se consideră că agenția de turism aplică un regim special de taxare pentru serviciul unic oferit călătorului.

În costurile pachetului de servicii care se iau în calcul pentru determinarea marjei profitului nu intră cheltuielile generale ale agenției de turism. Aceste cheltuieli se suportă de către agenția de turism din marja profitului realizat.

Care este regimul de deducere aplicat de agenția de turism?

Regimul de deducere se aplică în funcție de destinația bunurilor livrate de furnizori și a serviciilor prestate de prestatori.

Astfel:

\* agenția de turism nu are dreptul să deducă TVA înscrisă în facturile emise de furnizori pentru livrările de bunuri și prestările de servicii efectuate direct către turist și oferite de agenție sub forma unui serviciu unic. Acest fapt este reglementat la alin. (6) din cadrul art. 1521: fără să contravină prevederilor art. 145 alin. (2), agenția de turism nu are dreptul la deducerea sau rambursarea taxei facturate de persoanele impozabile pentru livrările de bunuri și prestările de servicii în beneficiul direct al călătorului și utilizate de agenția de turism pentru furnizarea serviciului unic;

\* agenția de turism are dreptul să deducă TVA înscrisă în facturile furnizorilor emise pentru livrările de bunuri și prestările de servicii efectuate pentru desfășurarea activității sale generale.

### **5. Cum se emite o factură pentru serviciul unic oferit călătorului?**

Deoarece pentru serviciul unic se aplică regimul special, agențiile de turism nu au dreptul să înscrie în mod distinct, în factura emisă către călător, nici marja profitului realizat, dar nici suma TVA aferentă acestei marje. Aceasta este o obligație reglementată la alin. (9) din cadrul art. 1521 Agențiile de turism nu au dreptul să înscrie taxa în mod distinct în facturi sau în alte documente legale care se transmit călătorului, pentru serviciile unice cărora li se aplică regimul special, în acest caz înscriindu-se distinct în documente mențiunea TVA inclusă.

Factura se emite la valoarea integrală a serviciului unic, inclusiv taxa aferentă marjei profitului și poartă obligatoriu mențiunea TVA inclusă.

Pe factura emisă se înscrie de asemenea mențiunea regim special conform articolului 1521 din Codul fiscal sau regim special conform art. 306 din Directiva 112.

### **6. Evidența contabilă a operațiunilor**

Având în vedere faptul că unei agenții de turism îi este permis să efectueze atât operațiuni supuse regimului normal de taxare, cât și operațiuni supuse regimului special, aceasta are obligația să organizeze evidențe contabile pe conturi analitice distincte pentru fiecare tip de operațiune în parte.

Aceste evidențe analitice trebuie să corespundă cu evidențele fiscale organizate. Înainte de facturarea contravalorii serviciului unic către client, agenția de turism trebuie mai întâi să determine marja profitului serviciului respectiv.

Pentru aceste calcule este obligatorie colectarea tuturor costurilor și repartizarea acestora pe fiecare comandă primită de la călător. Această evidență poate fi asimilată unei contabilități de gestiune organizate pe baza situațiilor tehnico-operative proprii din care să rezulte în mod distinct fiecare element de cost.

### **7. Evidența fiscală a operațiunilor**

Atât exercitarea diferențiată a dreptului de deducere a TVA înscrisă în facturile furnizorilor și ale prestatorilor, cât și modul de facturare a serviciului unic impune agenției de turism organizarea unei evidențe fiscale speciale, mult mai complexe decât cea a unei firme cu alt profil de activitate economică.

Aceste evidențe sunt necesare pentru stabilirea corectă a taxei datorate bugetului de stat determinate prin diferența dintre TVA colectată și TVA pentru care s-a exercitat dreptul de deducere. Deci,

#### **- referitor la TVA colectată:**

Pentru suma TVA colectată aferentă serviciilor unice efectuate într-o perioadă fiscală, agenția de turism are obligația să întocmească jurnale de vânzări separate pentru facturile emise prin aplicarea regimului special de taxare. În aceste jurnale de vânzări se evidențiază doar totalul facturii emise format din marja profitului și TVA aferentă.

Baza de impozitare a TVA și valoarea taxei colectate se stabilește pe bază de calcule efectuate separat pentru fiecare serviciu unic prestat către fiecare client. Datele preluate din jurnalul de vânzări sunt evidențiate ca atare în decontul de TVA la rândul 7. În modelul orientativ de jurnal pentru vânzări prezentat în legislația privind organizarea evidenței în scopul taxei pe valoarea adăugată, conform art. 156 din Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal, există coloana 11 în care se poate înscrie valoarea totală a facturilor emise prin aplicarea regimului special în care este inclusă și valoarea TVA. Această coloană poate fi completată numai dacă programul informatic al agenției permite preluarea în jurnalul

de vânzări a facturii emise la valoarea totală formată din valoarea facturilor primite de la furnizori, marja profitului agenției de turism și TVA colectată aferentă marjei.

Totuși, de bază pentru raportarea TVA colectate prin decontul de TVA rămâne jurnalul de vânzări întocmit separat doar pentru aplicarea regimului special.

În concluzie, pentru facturile emise de agențiile de turism care aplica regimul special, sunt necesare două jurnale de vânzări:

- ✓ un jurnal destinat evidențierii facturilor emise în regim special din care se preiau doar baza de impozitare și TVA colectată;
- ✓ un jurnal destinat evidențierii tuturor facturilor emise de agenția de turism care aplică atât regimul special, cât și regimul normal de taxare.

În acest jurnal, facturile emise în regim special se înscriu la valoarea totală.

Nu se colectează TVA pentru sumele încasate în avans deoarece nu există elementele necesare pentru determinarea bazei de impozitare, respectiv a marjei profitului.

**- referitor la TVA deductibilă:**

Deși nu poate să își exercite dreptul de deducere a TVA înscrise în facturile furnizorilor pentru livrările de bunuri și prestările de servicii în cadrul serviciului unic dintr-o anumită perioadă fiscală, totuși, agenția de turism este obligată să evidențieze aceste documente într-un jurnal de cumpărări separat.

Sumele înscrise în acest jurnal nu se preiau în decontul de TVA, acestea fiind utilizate doar pentru colectarea costurilor pe fiecare comandă în parte.

Pentru achiziția de bunuri și servicii destinate activității generale, agenția de turism organizează un jurnal de cumpărări separat în care înscriu toate facturile cu TVA pentru care și-a exercitat dreptul de deducere. În decontul de TVA se preiau doar totalurile înscrise în acest jurnal.

## **8. Exercițarea de către călător a dreptului de deducere a TVA**

Pentru TVA inclusă în factura emisă prin aplicarea regimului special, călătorul persoana impozabilă în scopuri de TVA nu își poate exercita dreptul de deducere a TVA deoarece suma taxei nu este înscrisă pe factură în mod distinct de către agenția de turism. Mențiunea înscrisă pe factură: *TVA inclusă* nu îndreptățește calatorul să își exercite dreptul de deducere a TVA prin aplicarea cotei recalculate de 19/119 asupra totalului sumei facturate de către agenția de turism.

### **Raportarea fiscală a facturilor emise prin aplicarea regimului special**

Astfel de facturi emise de agențiile de turism nu se raportează prin formularul cod 394 Declarație informativă privind livrările/prestările și achizițiile efectuate pe teritoriul național de persoanele înregistrate în scopuri de TVA, nici de către agențiile de turism și nici de beneficiarii acestora înregistrați în scopuri de TVA.

## **Bibliografie:**

1. Brabete V. (2013) *Contabilitatea activităților de comerț, turism și alimentație publică*, Editura Universitaria, Craiova
2. Talpos I. (2022) *Fiscalitate teoretică și practică*, Universitatea de Vest, Timișoara
3. Legea 227/2015 privind Codul Fiscal
4. [www.anaf.ro](http://www.anaf.ro)

## Banca Transilvania, liderul pieței bancare în România

**Autori: Hribal Larisa, Obraz-Medrea Radu-Andrei**  
**Coordonator: Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** Banca Transilvania (BT) is the largest bank in Romania. The bank was founded in 1993, in Cluj-Napoca, by a group of local businessmen, with 79% Romanian capital and 21% foreign. As a local bank, it has always had the ability to act quickly and to constantly optimize the model bold and cautious, optimistic and innovative businessmen. Today it is the largest financier of the Romanian economy, with over 20 years of experience on the capital market. Since the BT story started, the bank reinvested in Romania, in responsible growth and sustainable almost all the profit obtained and thus managed to support the economy, companies, entrepreneurs and ambitions of Romanians.

### 1. Prezentarea generală a Băncii Transilvania

Banca Transilvania (BT) este o instituție bancară cu capital integral privat, cu sediul la Cluj-Napoca în România. Banca fost înființată în luna decembrie a anului 1993, la Cluj-Napoca, de 46 de antreprenori cu un capital de 2 milioane de dolari, din care 79% roman și 21% străin. Funcționează în baza Legii 33/1991 privind activitatea bancară. A devenit prima instituție bancară din România, care a fost cotate la Bursa de Valori București, ceea ce a însemnat recunoașterea valorii sale pe piața și a transparenței acțiunilor băncii. În august 2007, BT ocupa locul cinci în topul băncilor românești în funcție de active cu 3,14 mld. euro, și poziția a patra în ceea ce privește numărul de filiale. În 2007, Banca Transilvania a înființat prima sucursală în afara României, la Nicosia în Cipru. Potrivit președintelui Consiliului de Administrație al băncii, Horia Ciorcila, Banca Transilvania are în vedere intrarea pe piața Republicii Moldova ca una dintre variantele de extindere pentru continuarea creșterii după 2008. Ideea intrării în Moldova a fost susținută și de Roberto Marzanati, vicepreședinte al Consiliului de Administrație și reprezentant al BERD ca acționar principal al băncii. În Republica Moldova funcționează o filială a Băncii Comerciale Române (BCR Chisinau), Alpha Bank România este un puternic acționar al Victoriabank, Raiffeisen Bank România are o reprezentanță acolo, iar managementul Mobiasbanca, subsidiara locală a grupului Societe Generale, este asigurat de reprezentanță română a grupului, BRD. Totodată Petromservice s-a interesat de achiziționarea unei bănci în Republica Moldova.

Valoarea pe bursă a Băncii Transilvania se îndrepta în 2007 spre pragul de 2 miliarde Euro, dar, în urma corecțiilor drastice care au urmat pe piețele financiare, banca a ajuns la o capitalizare bursieră sub 300 milioane de euro, în aprilie 2009.

În decembrie 2009, Bank of Cyprus a achiziționat un pachet de 9,7% din titlurile Băncii Transilvania prin mai multe tranzacții realizate pe Bursa de Valori București, în valoare totală de 58 milioane de Euro.

Banca Transilvania a înregistrat în primul trimestru al anului 2014, un profit brut de 123,5 milioane de lei, cu o creștere de aproape 23% față de aceeași perioadă a anului precedent.

Banca Transilvania este prezentă în toate centrele economice importante din România, detinând peste 480 sucursale și agenții. Creșterea numărului de unități a avut un ritm foarte accentuat mai ales în ultimii trei ani, când au fost deschise aproximativ 400 de entități operaționale. Întreaga rețea teritorială înseamnă pentru banca o importantă carte de vizită și, bineînțeles, dovada angajamentului său. Banca Transilvania beneficiază de un sistem informatic performant, centralizat,



care ofera clientilor, ca principal avantaj, posibilitatea accesarii contului curent din oricare unitate din tara.

Banca Transilvania are acum si trei sub-brand-uri: BT Café™, BT Golf Cup si Academia BT. Dintre acestea, proiectul care s-a bucurat de cel mai mare succes este BT Café™, prima cafenea bancara din Romania. Banca detine patru astfel de locatii – in Bucuresti, Constanta, Timisoara si in Cluj-Napoca.

## 2. Descrierea produselor și serviciilor oferite de către Banca Transilvania

Banca Transilvania S.A. efectuează operațiuni și activități specifice societăților bancare, în țară și străinătate, în contul clienților săi, persoane fizice sau juridice, în numele unor instituții sau în colaborare cu acestea, prevăzute în codul CAEN la poziția 6512 – Alte activități intermediere respectiv, intermediere monetare ale altor instituții monetare, altele decât Banca Națională (activități bancare) astfel:

- atragere de depozite si de alte fonduri rambursabile;
  - contractare de credite, incluzând printre altele: credite de consum, credite ipotecare, finanțarea tranzacțiilor comerciale, operațiuni de factoring, scontare, forfetare;
  - servicii de transfer monetar;
  - emitere și administrare de mijloace de plată, cum ar fi: cărți de credit, cekuri de călătorie și altele asemenea, inclusiv emitere de monedă electronică;
  - emitere de garanții și asumare de angajamente;
  - tranzacționare în cont propriu sau în contul clienților, în condițiile legii, cu: instrumente ale pieței monetare, cum sunt: cekuri, cambii, bilete la ordin, certificate de depozit;
  - valută;
  - contracte futures;
  - instrumente având la bază cursul de schimb și rata dobânzii (futures pe cursul de schimb, futures pe rata dobânzii, forward pe cursul de schimb, forward rate agreements, swap pe deviz, swap pe rata dobânzii);
  - valori mobiliare și alte instrumente financiare (titluri de stat, obligatiuni);
  - intermediere pe piața interbancară;
  - păstrare în custodie și administrare de valori mobiliare și alte instrumente financiare;
  - prestare de servicii privind furnizarea de date și referințe în domeniul creditării;
  - închiriere de casete de siguranță.
  - depozitarea activelor fondurilor de investiții și societăților de investiții;
  - distribuirea de titluri de participare la fonduri de investiții și acțiuni ale societăților de investiții;
  - acționarea ca operator al arhivei electronice de garanții reale mobiliare;
  - operațiuni cu metale și pietre prețioase și obiecte confecționate din acestea, participarea la capitalul social al unor entitati;
  - administrare de portofolii ale clienților și consultanță legată de aceasta;
  - acordare de consultanta cu privire la structura capitalului, strategia de afaceri si alte aspecte legate de aceasta;
  - consultanta cu privire la fuziuni si/sau achizitii de societati comerciale;
- Principalele servicii oferite clienților sunt:*
- gama larga de depozite (flexibil cu dobanda fixa, variabila si bonificata, revolving);
  - certificate de depozit cu discount;
  - cekuri de calatorie;
  - banca de decontare, depozitar si agent custode pentru valori mobiliare tranzactionate pe Rasdaq;
  - banca de decontare pentru tranzactiile efectuate pe Bursa de Valori;

- tranzacții internaționale, scrisori de garanție;
- consultanța financiară.

### 3. Date financiare ale Băncii Transilvania

Rezultatele financiare preliminare la 31 decembrie 2021:

- BT a finanțat companii cu 13,1 miliarde lei și persoane fizice cu 8,3 miliarde lei;
- Cu aproape 240.000 de credite acordate anul trecut, banca a ajuns la peste 1 milion de credite în sold;
- Banca Transilvania are peste 2,7 milioane de clienți unici digitalizați, ceea ce reprezintă 75% din clienții active;
- Tranzacțiile cu cardul au crescut cu 35% în 2021, iar banca a atins recordul de 1,2 miliarde de tranzacții cu cardul;
- Solvabilitatea BT fără profitul aferent este de 22,62%, iar cu profit inclus este de 24,46%;

Banca Transilvania a încheiat anul 2021 cu cifre peste media pieței în ceea ce privește creditarea, cât și volumele operaționale. De asemenea, a rămas partener principal în programele guvernamentale și europene. BT are capitalizare robustă, 72% capital românesc și aproape 39.000 de investitori direcți persoane fizice.



Figura nr. 1. Evoluția acțiunilor la Banca Transilvania pe durata unui an

Sursa: [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro)

În 2021, în pofida unui climat impredictibil, noi, la BT, ne-am menținut optimismul și angajamentul ferm de a contribui la relansarea economiei românești, iar azi ne bucurăm că cifrele ne confirm așteptările. A fost un an în care am finanțat populația și companiile, am crescut volumul operațiunilor derulate prin bancă și am creat valoare pentru acționari. De asemenea, prin achiziția Idea Bank am contribuit la consolidarea sistemului bancar. Vom continua să investim în oameni, produse și tehnologie, întărind poziția noastră pe piață atât prin creștere organică responsabilă, cât și prin eventuale achiziții”, afirmă Horia Ciorcilă, Președintele Consiliului de Administrație, Banca Transilvania.

Activele Grupului Financiar BT au ajuns la finalul anului trecut la 132,5 miliarde lei. Creditele au crescut până la 50,2 miliarde lei, iar depozitele au ajuns la 108 miliarde lei, din care 71,89 miliarde lei sunt ale clienților persoane fizice, iar 36,13 miliarde lei, ale persoanelor juridice. Profitul net

consolidat al Grupului Financiar BT este de 2.045,77 milioane lei, din care cel al băncii, de 1.782,70 milioane lei. Profitul operațional al băncii a crescut la 2.257,20 milioane lei.



**Figura nr. 2. Evoluția acțiunilor la Banca Transilvania pe durata a 5 ani**

Sursa: [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro)

Eficiența operațională, care reprezintă raportul cost/venit, s-a păstrat la nivelul confortabil de 48,1% datorită bunei gestionări a costurilor și eficientizării prin digitalizarea proceselor.

BT a finanțat consistent populația și companiile:

- Peste 14.000 de români și-au cumpărat locuința cu ajutorul BT, suma acordată fiind de peste 3,7 miliarde lei. Soldul creditelor ipotecare/imobiliare este de 15,5 miliarde lei.
- Peste 100.000 de credite de consum, de aproximativ 4 miliarde lei, au fost acordate anul trecut. Soldul acestor credite a ajuns la 11,4 miliarde lei.
- Banca a acordat aproximativ 15.000 de împrumuturi noi, în valoare de 3,7 miliarde lei, pentru peste 18.000 de clienți IMM&Micro. Portofoliul creditelor IMM (conform definiției europene a IMM-urilor) a ajuns la 19,2 miliarde lei.
- Banca Transilvania a continuat să fie un partener principal în programele guvernamentale și în cele din fonduri europene: prin IMM Invest și Agro IMM Invest, BT a acordat anul trecut peste 4.000 de finanțări de peste 2,6 miliarde lei.
- Divizia Pentru Medici și-a dublat volumul de credite acordate față de 2020 (1,2 miliarde lei plasamente), iar finanțările din domeniul agriculturii, prin APIA, au depășit 500 milioane de lei.

BT are peste 2,7 milioane de clienți unici digitalizați, 75% din clienții activi. Banca Transilvania este lider de piață în domeniul cardurilor, cu 4,7 milioane de carduri în portofoliu, din care peste 560.000 carduri de credit. Cu peste 100.000 de carduri noi, a fost cel mai bun an privind cardurile de credit. Tranzacțiile efectuate cu cardul au crescut cu 35% în 2021 față de 2020. Banca a ajuns la peste 2,1 milioane de carduri unice în wallet-urile BT Pay, Apple Pay, Google Pay, Fitbit Pay și Garmin Pay. Numărul plăților cu telefonul s-a dublat în 2021 față de 2020, ajungând la 68 milioane. Peste 1 milion de retrageri de numerar au fost realizate cu telefonul, prin BT Pay, de la bancomatele Băncii Transilvania.

Alte informații financiare:

Rata expunerilor neperformante este de 2,71% la 31 decembrie 2021, iar gradul de acoperire cu provizioane totale a expunerilor neperformante este de 166%, conform indicatorului EBA. Solvabilitatea BT fără profitul aferent anului 2021 este de 22,62%, iar cu profit inclus este de 24,46%.

#### 4. Concluzii

Banca Transilvania este azi una dintre cele mai importante institutii financiar – bancare din Romania, aflata in top 10 si una dintre cele mai atractive companii listate la Bursa de Valori Bucuresti. O prioritate a activitatii sale este perfectionarea continua a serviciilor si a angajatilor, asa incat calitatea sa fie cea care face diferenta.

Cu o cota de piata de 4%, Banca Transilvania este un jucator activ pe piata, devenind, datorita accelerarii implementarii strategiei de crestere, o banca recunoscuta la nivel national. In plus, Banca Transilvania inseamna un grup financiar puternic, Grupul Financiar BANCA TRANSILVANIA, care ofera pietei servicii integrate – banking, asigurari, administarea investitiilor, finantarea consumatorilor, leasing si tranzactii mobiliare si prin intermediul subsidiarelor sale: BT Asigurari, BT Asset Management S.A.I. S.A., BT Direct, BT Leasing, BT Securities. In toate actiunile sale.

Banca Transilvania are suportul Bancii Europene pentru Reconstructie si Dezvoltare (BERD), care este actionarul sau semnificativ.

#### Bibliografie:

1. Dobre Alexandru Cristian (2022) *The role of managerial finance in organizations*, Annals of the University of Petroșani, Economics, Disponibil la: [https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/2022/10\).%20Dobre\\_2.pdf](https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/2022/10).%20Dobre_2.pdf) [Accesat la 28 Aprilie 2023]
2. <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/rezultate-financiare/2021/Rezultate-financiare-preliminare-31.12.2021/Nota-privind-informatiile-financiare.pdf> [Accesat la 27 Februarie 2023]
3. <https://www.bancatransilvania.ro/files/app/media/relatii-investitori/rezultate-financiare/2021/Rezultate-financiare-preliminare-31.12.2021/Comunicat-de-presa-rezultate-financiare.pdf> [Accesat la 01 Mai 2023]
4. [https://ro.wikipedia.org/wiki/Banca\\_Transilvania](https://ro.wikipedia.org/wiki/Banca_Transilvania) [Accesat la 28 Aprilie 2023]
5. <https://www.expertulbanilor.ro/banca-transilvania/> [Accesat la 29 Aprilie 2023]
6. [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro) [Accesat la 25 Martie 2023]

## Influența sectorului financiar-bancar asupra creșterii economice

**Autor: Ilie Dana Adela**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Slusariuc Gabriela  
Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *It is known that lending activity is an important factor of economic growth. If the banks do not lend, the effect of multiplying the circuit of money in the economy is not triggered. Lending fuels economic growth, allowing businesses to invest more than the amount they have available, the population to purchase houses and goods without saving their entire cost in advance, and governments to manage their appropriate budget policy and invest in infrastructure projects, necessary to support the economy.*

*An urgent loan replaces the amount of money needed to pay current bills or for urgent purchases. Thus, liquid funds are allowed to be made available for investments or current activities.*

### 1. Creșterea și dezvoltarea economică

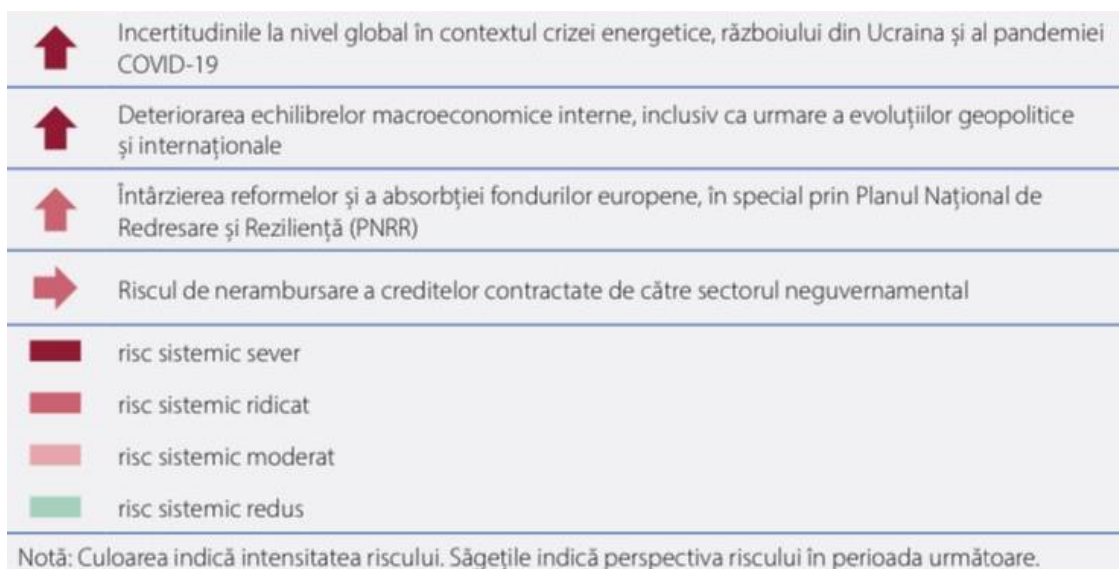
Influența sectorului financiar asupra creșterii economice este larg dezbătută în literatura economică de peste o sută de ani. Sistemul bancar este cel care previne asimetria informației dintre creditori și debitori, reduce costurile de tranzacție, monitorizează managerii și asigură alocarea resurselor financiare într-un mediu economic inerent incert. În același timp, în absența unui cadru instituțional adecvat sau/și într-un anumit context economic, sistemul bancar poate dezvolta la rândul său un comportament oportunist manifestat prin hazard moral și selecție adversă, ceea ce se concretizează în credite neperformante și alocarea inefficientă a resurselor.

Creșterea economică exprimă acele modificări care au loc într-un anumit interval de timp și într-un anumit spațiu în sporirea dimensiunilor rezultatelor macroeconomice în stransa legatură cu factorii lor determinanți.

Creșterea economică este o creștere vizibilă în producția de bunuri și servicii în comparație cu o perioadă din trecut. Se poate măsura în termeni nominali sau reali, măsurarea creșterii economice e mai simplă dacă ne raportăm la Produsul Național Brut sau Produsul Intern Brut. Creșterile economice sunt de dorit și apar în mod natural când economiile naționale sunt pe un trend ascendent și bunurile și serviciile se produc și se vând într-un ritm susținut.

#### 1.1. Rolul stabilității financiare în România

În contextul evenimentelor de pe plan internațional, evaluările privind riscurile sistemice au fost înăsprite pentru anumite categorii, în timp ce perspectivele pentru perioada următoare sunt mixte. Au fost identificate două riscuri sistemice de nivel sever: incertitudinile la nivel global în contextul crizei energetice, războiului din Ucraina și al pandemiei COVID-19 și deteriorarea echilibrului macroeconomic interne, inclusiv ca urmare a evoluțiilor geopolitice și internaționale, primul migrând din categoria de risc sistemic ridicat. Celelalte două riscuri sistemice identificate, cel privind întârzierea reformelor și a absorbției fondurilor europene, în special prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR) și riscul de nerambursare a creditelor contractate de către sectorul neguvernamental se mențin la un nivel ridicat, cu perspective de creștere în cazul primului risc și, respectiv, de menținere pentru cel de-al doilea.



**Figura nr. 1 Harta riscurilor la adresa stabilității financiare din România**

Sursa: BNR, iunie 2022, disponibil online pe <https://www.bnr.ro/Stabilitate-financiara---Rolul-BNR-3114.aspx>

## 1.2. Sectorul bancar

Sectorul bancar românesc se menține într-o poziție prudențială și financiară similară sau mai bună comparativ cu valorile europene, evoluțiile care au caracterizat anul 2021 și primul trimestru al anului curent fiind, de regulă, favorabile. Efectele generate de conflictul militar dintre Rusia și Ucraina asupra sectorului bancar sunt limitate în prezent, pe fondul unor expuneri directe reduse față de cele două țări, însă efectele indirecte ce se pot acumula pe o perioadă mai lungă de timp pot fi însemnate, dar au un nivel ridicat de incertitudine. Rata solvabilității s-a menținut ridicată până la finalul anului 2021 (23,3 la sută), iar indicatorii de lichiditate se situează la niveluri confortabile (cu valori ale indicatorilor LCR de 212 la sută și ale NSFR de 174 la sută, martie 2022). În primul trimestru al anului 2022, rata fondurilor proprii totale s-a diminuat cu circa 2 puncte procentuale, în principal ca urmare a marcării la piață a pierderilor aferente instrumentelor financiare măsurate la valoarea justă ca urmare a deplasării ascendente a curbei randamentelor în lei și euro.

Principalele provocări la adresa sectorului bancar se referă la: (i) o posibilă intensificare a riscului de credit în contextul unor șocuri negative asupra economiei, dar și al creșterii ratelor de dobândă, (ii) o posibilă materializare a riscului de rată a dobânzii, pe fondul deținerilor importante de instrumente de datorie cu venit fix (cu precădere titluri de stat) și al nepotrivirii dintre durata activelor și pasivelor sensibile la rata dobânzii, și (iii) posibila amplificare a riscului cibernetic la adresa instituțiilor financiare, inclusiv ca urmare a conflictului de la granițe, existând o monitorizare atentă a acestui tip de incidente atât la nivel național, cât și european. Analiza unor scenarii referitoare la apelul la moratorii (până la un nivel al ratei de accesare de 15 la sută specifică moratoriilor COVID-19 conform OUG nr. 37/2020) relevă că sectorul bancar românesc ar fi în continuare caracterizat de un nivel adecvat al indicatorilor de lichiditate în cazul materializării acestor scenarii, dar ar putea apărea provocări pe benzi de scadență și pe monede. Impactul noilor moratorii asupra indicatorilor de calitate a activelor și de solvabilitate a instituțiilor de credit va fi influențat semnificativ de tratamentul contabil ce va fi aplicat împrumuturilor care beneficiază de noi moratorii. Totodată, actualul context de creștere a ratelor de dobândă, coroborat cu efectul capitalizării dobânzilor aferente creditelor cu moratorii, este de natură să conducă la creșterea cuantumului ratelor datorate de debitori în viitor, aspect care va cântări în decizia debitorilor de a apela la noul moratoriu.



Conexiunea sectorului bancar cu sectorul public se menține importantă. Ponderea creanțelor asupra sectorului guvernamental în activele agregate a crescut considerabil de la debutul pandemiei (22,9 la sută, martie 2022), fiind cea mai ridicată din UE. În cadrul acestora, dominante sunt titlurile de stat emise de administrația centrală (20,1 la sută din active în martie 2022, în scădere de la finalul anului 2021). Legătura directă semnificativă este întărită și de expunerile indirecte, având în vedere garanțiile de stat acordate prin intermediul programului „Prima casă”/„Noua casă”, dar și prin programele implementate în contextul pandemiei COVID-19 („IMM Invest”, „Agro IMM Invest”, „IMM Leasing”).

Tabel nr.1

**Indicatori de risc ai sectorului bancar**

Indicatori de risc	Intervale de prudență stabilite de ABE	România*										Media UE
		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	mar. 2021	mar. 2022	dec. 2021	
<b>Solvabilitate</b>												
Rata fondurilor proprii de nivel 1	>15% [12%-15%] <12%	16,72	17,55	17,95	18,64	20,05	23,22	20,86	22,72	19,00	17,0	
Rata fondurilor proprii de nivel 1 de bază	>14% [11%-14%] <11%	16,72	17,55	17,95	18,64	19,95	23,12	20,76	22,62	18,91	15,7	
Rata fondurilor proprii totale		19,16	19,68	19,97	20,71	22,00	25,14	23,32	24,62	21,37	19,6	
<b>Riscul de credit și calitatea activelor</b>												
Rata creditelor neperformante	<3% [3%-8%] >8%	13,51	9,62	6,41	4,96	4,09	3,83	3,35	3,94	3,31	2,0	
Gradul de acoperire cu provizioane a creditelor neperformante	>55% [40%-55%] <40%	57,72	56,34	57,68	58,51	60,75	63,31	66,10	63,76	67,22	44,5	
Rata creditelor și avansurilor cu măsuri de restructurare	<1,5% [1,5%-4%] >4%	8,43	6,36	4,80	3,26	2,49	2,40	2,60	2,82	2,62	2,0	
<b>Profitabilitate</b>												
ROE	>10% [6%-10%] <6%	11,89	10,10	11,80	13,77	11,06	8,26	12,28	11,61	11,62	7,3	
Cost/Venit	<50% [50%-60%] >60%	58,46	53,19	55,30	53,81	55,32	54,57	54,74	58,50	60,26	63,3	
<b>Finanțare și lichiditate</b>												
Credite/depozite pentru populație și societăți nefinanciare	<100% [100%-150%] >150%	78,18	74,34	73,21	71,89	69,48	63,61	63,96	64,13	66,51	108,6	

\*) sunt cuprinse numai băncile persoane juridice române, conform metodologiei ABE

cel mai bine  
intermediar  
cel mai rău

Sursa: BNR, iunie 2022, disponibil online pe <https://www.bnr.ro/Stabilitate-financiara---Rolul-BNR-3114.aspx>

**2. Contextul economic și financiar intern și internațional**

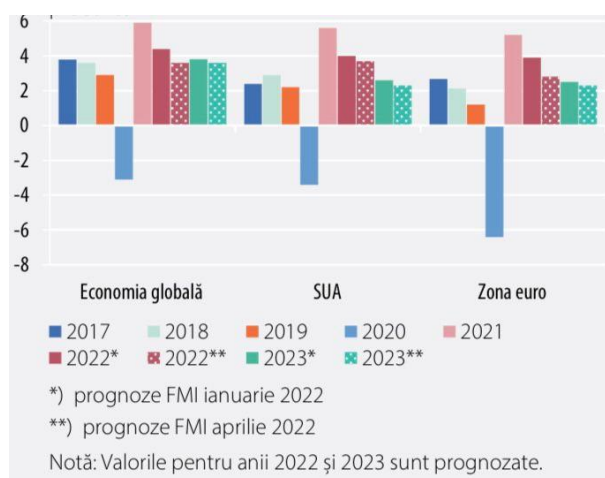
Riscurile la nivel global sunt evaluate în creștere după declanșarea războiului din Ucraina, așteptările privind evoluțiile economice s-au diminuat semnificativ față de estimările anterioare, iar presiunile inflaționiste s-au amplificat. Gradul de incertitudine și nivelul restricțiilor asociate pandemiei COVID-19 sunt în scădere, însă posibile blocaje la nivelul comerțului global pot reapărea

în contextul sancțiunilor impuse Rusiei și diminuării capacității de transport a Ucrainei, în condițiile în care aceste state ocupă un loc important în exportul global de cereale și materii prime, inclusiv de gaze naturale și petrol în cazul Rusiei.

Riscurile pentru economia românească sunt în primul rând legate de spațiul fiscal limitat, în condițiile necesității adoptării de măsuri pentru susținerea categoriilor vulnerabile, ale așteptărilor în scădere privind creșterea economică, ale înăsprii condițiilor de finanțare a datoriei publice și ale presiunilor asupra capacității de returnare a datoriei publice și private, toate acestea acționând în direcția majorării deficitului public. De asemenea, alte elemente de influență sunt presiunile inflaționiste și creșterea prețurilor la energie și materii prime cu consecințe directe asupra profitabilității companiilor nefinanciare.

### Evoluții economice și financiare internaționale

Pe fondul încetirii revenirii economice la nivel internațional spre finalul anului 2021, al presiunilor inflaționiste în creștere, dar și al declanșării războiului în Ucraina, așteptările privind evoluția economiei globale s-au diminuat semnificativ față de evaluările anterioare. În contextul unor prețuri deja ridicate la energie și materii prime, inclusiv pe fondul revenirii consumului după relaxarea măsurilor destinate limitării răspândirii COVID-19, estimările FMI3 privind creșterea economică la nivel global de la declanșarea războiului au fost ajustate în scădere față de estimările din ianuarie pentru anii 2022 și 2023, cu 0,8 puncte procentuale și respectiv 0,2 puncte procentuale, până la 3,6 la sută. Totodată, un scenariu OCDE4 întrevide o scădere a creșterii economice globale cu puțin peste 1 punct procentual și o creștere a ratei inflației cu aproximativ 2,5 puncte procentuale față de scenariul de bază, pentru o perioadă de un an de la începerea războiului.



**Figura 2. Estimări privind evoluțiile economiei globale**

Sursa : FMI- World Economic Outlook Update, ianuarie 2022; World Economic Outlook, aprilie 2022; <https://www.imf.org/en/Publications/WEO/Issues/2022/04/19/world-economic-outlook-april-2022>

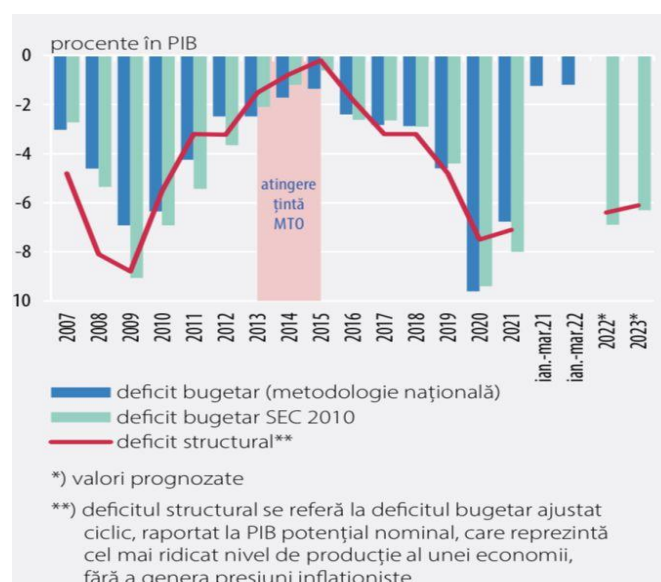
Cu toate acestea, impactul războiului și cel al sancțiunilor impuse Rusiei sunt supuse unui grad ridicat de incertitudine și sunt posibile să se manifeste cu o amplitudine diferită la nivel regional. De altfel, cele mai afectate de noua situație la nivel global sunt țările europene emergente și în curs de dezvoltare, pentru care este prognozată o scădere economică de 2,9 la sută în anul 2022. Pentru zona euro, proiecțiile de creștere economică pentru perioada 2022-2023 s-au ajustat în mod similar, la 2,8 la sută în anul 2022 și respectiv 2,3 la sută în anul 2023 (Grafic 1.1). Rata inflației, care a atins deja maximele ultimelor decenii în multe economii, este prognozată în creștere pentru anul 2022 (la 5,7 la sută pentru economiile dezvoltate și 8,7 la sută pentru cele emergente și în curs de dezvoltare).



Banca Mondială estimează o scădere economică în Rusia de 11,2 la sută în anul 2022, iar pentru Ucraina de 45 la sută. Ratingul de țară pentru Rusia a fost retrogradat în ultima categorie înainte de default<sup>6</sup>. Gradul de incertitudine legat de evoluția pandemiei COVID-19 a coborât la cel mai scăzut nivel de la începutul acesteia<sup>7</sup> (5,1, față de un maxim de 20,1 atins la T3 2020), provocările menținându-se pe fondul diferențelor legate de accesul la vaccinuri,

### 3. Sectorul public

Revenirea economică din anul anterior, precum și reducerea presiunii asupra sistemului medical, urmată de eliminarea completă a restricțiilor asociate pandemiei COVID-19 la începutul lunii martie 2022, au contribuit la diminuarea presiunilor asupra bugetului public. Cu toate acestea, România se menține pe primul loc în regiune după nivelul deficitului bugetar. Anul 2021 s-a încheiat cu un deficit bugetar de 6,8 la sută din PIB, în scădere de la 9,61 la sută din PIB la finalul anului anterior (Grafic 1.9). În primul trimestru din anul 2022, nivelul deficitului s-a situat la 1,19 la sută din PIB (față de 1,24 la sută în aceeași perioadă a anului trecut).



**Figura 3. Deficitul bugetar și deficitul structural**

Sursa MF, Comisia Europeană, iunie 2022, <https://mfinante.gov.ro/mfp-bugetul>

### 4. Concluzii

Relația dintre creșterea economică și dezvoltare este fracturată în România de o economie reală cu:

- Performanțe sub aspirațiile cetățenilor privind nivelul de trai
- Indisciplină financiară accentuată a firmelor
- Manifestări frecvente de evaziune fiscală și corupție, fenomene care se regăsesc atât la firme, cât și în execuția bugetului general consolidat
- Disparități accentuate ale veniturilor și economisirii populației, concretizate într-o puternică polarizare socială
- Evoluțiile nefavorabile de mai sus s-au produs în condițiile acțiunii slabe a statului
  - s-a promovat, în mod eronat, ideea generală a unui stat minimal în România
  - necesitatea obiectivă, în economia de piață, a reducerii substanțiale a rolului statului ca acționar și gestionar al societăților comerciale cu capital public;

– dar, totodată, statul trebuie și să se manifeste prin instituții puternice, care să elaboreze strategii economico-sociale și politici sectoriale eficiente și  
– să emită reguli și norme adecvate, asigurând aplicarea lor fermă, pentru a susține dezvoltarea economico-socială echilibrată a țării și să asigure încrederea cetățenilor în economia de piață și democrație.

**Bibliografie:**

1. Ahir, H., Bloom, N. și Furceri, D., „World Uncertainty Index”, Stanford mimeo, 2018.
2. Banca Mondială – Europe and Central Asia Economic Update: War in the Region, primăvara 2022.
3. Banca Centrală Europeană, Convergence Report, iunie 2022
4. BCHD (Bank Creditor Hierachy Directive) – Directiva (UE) 2017/2399 a Parlamentului European și a Consiliului de modificare a Directivei 2014/59/UE în ceea ce privește rangul instrumentelor de datorie negarantate în ierarhia creanțelor în caz de insolvență.
5. Bennedsen, M., Larsen, B., Schmutte I., Scur, D. – „Preserving Job Matches during the COVID-19 Pandemic: Firm-level Evidence on the Role of Government Aid”, Covid Economics: Vetted and Real-Time Papers 27, 2020. 90 Casado, M. G., Glennon, B., Lane, J., McQuown,
6. European Parliament – „EU-Russia trade in agri-food products”, At a Glance, 2022
7. FMI, World Economic Outlook Update, 19 aprilie 2022
8. INS, Investițiile nete realizate în economia națională în anul 2021, din punct de vedere al volumului
9. <https://www.cnsmro.ro/politica-macroprudentiala/lista-recomandarilor-2020/>
10. <https://blogs.worldbank.org/voices/new-globalfood-crisis-building>

## Studiu comparativ privind asigurările de sănătate și accidente

**Autor: Ilieș Cosmina Luminița**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Popescu Mirela**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In everyday life, each of us faces with a number of unforeseen problems. All problems including illness, personal injury and death lead to financial difficulties. In this context, personal insurance is offered to customers to solve or rather prevent them. The present paper aims to present a comparative overview of medical insurance products. Medical insurance covers hospitalizations and overseas medical treatments, as well as trip reimbursements if you have to go home early.*

### 1. Introducere

Între asigurarea de viață și celelalte asigurări de persoane, deși înrudite prin obiectul asigurării, există totuși o serie de deosebiri. Ele se deosebesc prin riscurile sau complexe de riscuri asigurate și mai ales prin mecanismul asigurării și tehnicile de asigurare.

Deși sunt tot asigurări de persoane, asigurările de sănătate și accidente fac parte din asigurările non-viață deoarece principalele riscuri acoperite nu se referă la riscul de deces ci la riscuri ce creează suferințe fizice sau de altă natură.

### 2. Caracterizarea generală a asigurărilor de sănătate și accidente

În cadrul acestora sunt incluse:

- asigurarea medicală (de sănătate);
- asigurarea de accidente;
- asigurarea de călătorie.

**Asigurarea medicală**<sup>1</sup>: - este o formă de asigurare destinată acoperirii totale sau parțiale a costurilor de spitalizare, dacă spitalizarea depășește un anumit număr de zile consecutive (de obicei 3 sau 5), a costurilor unui tratament medical ca rezultat al unei boli sau vătămări corporale în perioada asigurată sau pur și simplu acoperirea pentru boală sau compensarea veniturilor pe perioada de boală.

Riscul de deces nu este asigurat.

Primele de asigurare sunt diferite pentru bărbați și pentru femei. Ca și în alte tipuri de contracte de asigurare de sănătate se stabilește o perioadă de așteptare, numai după expirarea căreia acoperirea devine efectivă, aceasta poate fi de 3-6 luni.

Costurile acoperite pot fi: de spitalizare; de convalescență; de tratament la domiciliu după externare; indemnizație pentru maternitate; consultații la un medic generalist; consultații, diagnostic și/sau alte taxe la specialiști; intervenții chirurgicale; servicii private de ambulanță; costuri de repatriere; închirierea unui scaun cu roțile, etc.

---

<sup>1</sup> Tănăsescu Paul, Șerbănescu Cosmin, Ionescu Roxana, Popa Mariana, Novac Elly Laura, *Asigurări comerciale moderne*, Editura C.H.Beck, București, 2007

**Asigurarea de accidente**<sup>2</sup>: - este un tip de asigurare de persoane diferit de cele de viață practicate. Ea poate fi impusă prin lege pentru anumite categorii de accidente, prin politica de protejare și angajaților unei firme a cărei activitate presupune riscuri semnificative ( construcții, industrie, minerit, etc) sau chiar prin condiționarea acestor asigurări de către sindicate.

Ele sunt diferite de asigurările de viață și de aceea se încadrează în categoria asigurărilor de persoane, altele decât cele de viață.

Deosebiri majore dintre cele două categorii sunt:

- asigurarea de accidente acoperă ( ca risc principal) diverse riscuri de accidente și nu riscul de deces
- se încheie pe termene mai scurte( de obicei un an, dar și pe perioade mai mici) nefiind asigurare pe termen lung.
- sumele asigurate se plătesc asiguratului proporțional cu gradul de invaliditate ( conform condițiilor de asigurare) spre deosebire de asigurarea de viață la care sumele se plătesc beneficiarului în caz de deces al persoanei asigurate;
- asigurările de accident sunt mai simple, în timp ce asigurările de viață pot oferi produse mai complexe care, alături de protecția oferită în cazul producerii riscului asigurat, combină și elementul de economisire sau investire, de care asiguratul beneficiază la expirarea contractului în caz de supraviețuire. De cele mai multe ori, companiile din domeniile ale căror activități presupun riscuri oferă angajaților asigurarea de accidente.

### 3. Asigurări de sănătate și accidente practicate pe piața asigurărilor – studiu comparativ

În categoria *asigurărilor de sănătate*, compania Uniqa Asigurări S.A. oferă două produse principale:

- *asigurarea de sănătate simplă cu primă de asigurare accesibilă – Sănătate & Valoare OPTIM*;
- asigurarea complexă de sănătate **Sănătate & Valoare PREMIUM**;

#### 3.1. Asigurarea de sănătate simplă cu primă de asigurare accesibilă – Sănătate & Valoare OPTIM

Acest produs de asigurare, este o asigurare de sănătate simplă, cu indemnizație fixă ca și despăgubire și cu o primă de asigurare accesibilă. Prin polița de asigurare se acoperă evenimente (oriunde în lume) precum<sup>3</sup>:

- spitalizare,
- intervenții chirurgicale;
- fracturi;
- naștere

Asiguratul poate avea vârsta cuprinsă între 0 și 60 de ani. Asigurarea se încheie pentru 1 an și se poate reînnoi anual până la împlinirea vârstei de 65 de ani.

Perioada de așteptare reprezintă intervalul de timp dintre data intrării în vigoare a poliței și data de la care asiguratul poate beneficia de acoperire pentru serviciile medicale specificate în contractul de asigurare, astfel:

- Perioada generală de așteptare este de 3 luni calendaristice consecutive;
- În cazul accidentelor nu există perioada de așteptare;

---

<sup>2</sup> Tănăsescu Paul, Șerbănescu Cosmin, Ionescu Roxana, Popa Mariana, Novac Elly Laura, *Asigurări comerciale moderne*, Editura C.H.Beck, București, 2007; Șeulean Victoria, Barna Flavia, Chiș Codruța, *Asigurări comerciale*, Editura Mirton, Timișoara, 2007

<sup>3</sup><https://www.uniqa.ro/persoane-fizice/viata-si-sanatate/asigurarea-de-sanatate-optim>

- Perioada specială de așteptare în cazul nașterilor, avorturilor, controalelor medicale în timpul sarcinii și tulburărilor legate de sarcină și consecințele acestora este de 9 luni.

Plata primei anuale se poate face integral sau în rate egale, cu frecvență semestrială sau trimestrială, în Euro sau în lei .

**Produsul Sanatate&Valoare Optim** este disponibil în două pachetele de riscuri și cheltuieli:

- **Sanatate&Valoare Optim BASIC**
- **Sanatate&Valoare Optim PLUS**

Cheltuieli acoperite	Valoarea indemnizației	BASIC	PLUS
<b>Spitalizare</b>	35 euro/zi de spitalizare în cazul unei boli		
	70 euro/zi de spitalizare în caz de accident		
	35 euro/ zi de spitalizare pentru naștere dar nu mai puțin de echivalentul a 6 zile chiar pentru spitalizări mai scurte	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Fracturi</b>	750 euro	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Intervenții chirurgicale</b>	750 euro pentru intervenții chirurgicale din Clasa 1		
	1200 euro pentru intervenții chirurgicale din Clasa 2		<b>X</b>
	1950 euro pentru intervenții chirurgicale din Clasa 3		<b>X</b>

Clasele de intervenții chirurgicale Uniqa sunt următoarele:

Clasa 1: Operație de apendicită, operație de hernie inghinală, operație de colecist, operație de sept nazal, etc.

Clasa 2: Excizia totală a tiroidei, evacuare hematom epidural, rezecție parțială colon, operație de disc intervertebral endomicroscopica, etc.

Clasa 3: Operație de șold cu proteza totală, transplant de inimă, rezecție segmentară a plămânului, excizia vezicii urinare, etc

#### **Asigurarea complexă de sănătate Sănătate & Valoare PREMIUM**

UNIQA Asigurări a dezvoltat un produs de asigurare de sănătate de top, pentru ca fiecare asigurat și familia să aibă acces la servicii medicale de calitate din Europa și din întreaga lume.

Asigurarea complexă Sanatate&Valoare PREMIUM acoperă integral o gamă extinsă de servicii medicale, care pot fi efectuate în spitale și policlinici din Europa sau întreaga lume.

Acest tip de poliță prezintă o serie de avantaje și anume<sup>4</sup>:

- asiguratul are posibilitatea de a alege orice furnizor de servicii medicale, fără a fi restricționat la o anumită rețea de parteneri;

- compania poate ajuta asiguratul cu programări pentru internare în spitale renumite din străinătate;

- pentru a fi acceptat în asigurare nu este necesar un control medical prealabil;

- afecțiunile preexistente ar putea fi acoperite prin asigurare în condiții speciale.

Asiguratul poate avea vârsta cuprinsă între 0 și 60 de ani. Asigurarea se încheie pentru 1 an și se poate reînnoi anual până la împlinirea vârstei de 65 de ani.

Perioada de așteptare reprezintă intervalul de timp dintre data intrării în vigoare a poliței și data de la care asiguratul poate beneficia de acoperire pentru serviciile medicale specificate în contractul de asigurare, astfel:

- Perioada generală de așteptare este de 3 luni calendaristice consecutive;

- În cazul accidentelor nu există perioada de așteptare;

- Perioada specială de așteptare în cazul nașterilor, avorturilor, controalelor medicale în timpul sarcinii și tulburărilor legate de sarcină și consecințele acestora este de 9 luni.

<sup>4</sup> <https://www.uniqa.ro/persoane-fizice/viata-si-sanatate/asigurarea-de-sanatate-premium>

• Perioada specială de așteptare pentru tratamente stomatologice este de 8 luni, cu excepția urgențelor.

Plata primei anuale se poate face integral sau în rate egale, cu frecvență semestrială sau trimestrială, în Euro sau în lei.

Asigurarea Sănătate&Valoare PREMIUM oferă servicii medicale de top în Europa sau în întreaga lume în caz de boală, accident, sarcină și naștere.

În funcție de nevoile fiecărei persoane și de bugetul fiecărei familii poate fi achiziționat unul dintre cele 3 pachete disponibile:

- Sănătate & Valoare PREMIUM EUROPA;
- Sănătate & Valoare PREMIUM VIP EUROPA;
- Sănătate & Valoare PREMIUM VIP WORLDWIDE

	EUROPA	VIP EUROPA	VIP WORLDWIDE
<b>Suma asigurată</b>	<b>2.113.000 euro</b>	<b>2.113.000 euro</b>	<b>2.642.000 euro</b>
<b>Acoperirea geografică</b>	Europa*	Europa*	Întreaga lume
<b>Cheltuieli acoperite</b>			
<b>Spitalizare</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Spitalizare de zi</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Transport</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Repatriere</b>	<b>X</b>	<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Tratament ambulatoriu</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Tratament stomatologic</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Naștere la domiciliu</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Recuperare</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Cura balneară</b>		<b>X</b>	<b>X</b>
<b>Costuri de salvare</b>		<b>X</b>	<b>X</b>

\*Lista țărilor din Europa în care se poate efectua tratamentul necesar în caz de boală, accident, sarcină sau naștere sunt :Albania, Andorra, Austria, Belarus, Belgia, Bosnia-Herțegovina, Bulgaria, Cipru, Croația, Republica Cehă, Danemarca, Elveția, Estonia, Finlanda, Franța, Germania, Grecia, Italia, Irlanda, Islanda, Letonia, Liechtenstein, Lituania, Luxemburg, Macedonia, Malta, Moldova, Monaco, Muntenegru, Norvegia, Olanda, Polonia, Portugalia, România, Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord, Rusia, San Marino, Serbia, Slovacia, Slovenia, Spania, Suedia, Turcia, Ucraina, Ungaria.

### 3.2. Sănătatea ta – BCR

Acest produs reprezintă o **asigurare privată pentru sănătate** și reprezintă o opțiune eficientă pentru a beneficia de servicii medicale în sistem privat și pentru protecția în orice moment a sănătății

**Asigurarea privată pentru sănătate** reprezintă o opțiune eficientă pentru a beneficia de servicii medicale în sistem privat și pentru a-ți proteja în orice moment sănătatea.

Este un pachet care oferă accesul la servicii medicale de calitate, la cele mai avansate metode și proceduri de diagnosticare și tratament efectuate în clinici și spitale private MedLife și ale partenerilor/subcontractanților săi.

Astfel, la un preț accesibil, în funcție de pachetul de beneficii ales, asigurarea privată de sănătate oferă:

- servicii medicale efectuate în scop profilactic, pentru depistarea precoce a unor boli sau a factorilor de risc pentru anumite boli;
- servicii medicale efectuate în scop curativ, în caz de îmbolnăvire (boală) neașteptată și imprevizibilă care amenință sănătatea și/sau viața sau în caz de accident;
- indemnizație pentru spitalizare în spitalele MedLife
- indemnizație pentru intervenție chirurgicală efectuată în spitalele MedLife

**Caracteristici** <sup>5</sup>

<b>Asigurat</b>	pachetele SmartMed, EsentialMed, BasicMed - orice persoană cu vârsta între 18-75 ani; pachetul SeniorMed - orice persoană cu vârsta între 60-75 ani; pachetul JuniorMed - orice copil cu vârsta 0-18 ani .
<b>Durata asigurării</b>	1 an, cu posibilitatea reînnoirii.
<b>Plata primelor de asigurare</b>	Anual, semestrial, trimestrial sau lunar.
<b>Ce oferă asigurarea</b>	Serviciile medicale: - consultatii de medicina generala si de specialitate, analize de laborator, de biochimie si hematologie, imagistica, radiologie; o gama larga de servicii efectuate in cabinet; indemnizatii pentru spitalizare si interventii chirurgicale.
<b>Pachete de servicii medicale disponibile</b>	BasicMed, EsentialMed, SmartMed (pachete cu servicii medicale adaptate fiecarui buget); SeniorMed (pachet destinat si adaptat nevoilor pensionarilor); JuniorMed (pachet dedicat nevoilor medicale ale copiilor).

Asigurarea poate fi încheiată pentru persoane cu vârsta cuprinsă între 0 și maximum 75 ani. La expirarea contractului de asigurare, vârsta asiguratului nu poate depăși 76 ani.

Pentru pachetul JuniorMed vârsta asiguratului este între 0 și 17 ani. Pentru pachetul SeniorMed vârsta de intrare în asigurare este între 60 și 75 ani.

Pentru copilul cu vârsta între 0 și 17 ani se poate încheia pachetul JuniorMed condiționat de încheierea unei asigurări SmartMed sau EsentialMed pentru unul din părinți.

Nu sunt necesare analize medicale înainte de achiziția acestui produs. Pentru asigurarea de sanatate nu exista evaluare medicala, orice persoana putand sa o acceseze, indiferent de starea de sanatate.

Prima de asigurare se plătește anual, semestrial, trimestrial, sau lunar. Primele de asigurare se plătesc anticipat la scadențele menționate în polița de asigurare. Pentru plata primelor asiguratul beneficiază de o perioadă de grație de 15 zile. După aceasta perioadă contractul este reziliat de drept.

Durata asigurării este 1 an cu posibilitate de prelungire.

Serviciile medicale pot fi accesate după data de 01 a lunii ulterioare celei în care se emite și semnează polița de asigurare de sănătate, dar nu mai devreme de 20 de zile calendaristice de la data semnării poliței. După expirarea perioadei de așteptare, accesarea serviciilor medicale incluse în pachetul de beneficii ales se face exclusiv prin programare la call-center accesând numărul de telefon indicat, disponibil de luni până duminică între orele 07 – 22 sau direct la recepțiile clinicilor incluse în rețeaua agreată. Accesarea serviciilor medicale se va realiza doar în baza cardului de asigurare și a documentului de identitate.

**Beneficiile principale** sunt următoarele<sup>6</sup>:

- Nu conteaza starea ta de sanatate pentru a accesa aceasta asigurare;
- Existența unei rețele naționale de peste 160 de clinici și cabinete medicale private;
- Administrare optima a actului medical;
- Decontarea serviciilor medicale de care beneficiază asiguratul se face direct între BCR Asigurari de Viata VIG și furnizorul de servicii medicale;
- Prin intermediul aplicatiei pentru smartphone și tablete cu sistem de operare IOS Apple sau Android asiguratul are acces oricând și oriunde la informații despre asigurarea de sanatate și rețeaua medicala;

<sup>5</sup> www.bcrasigviata.ro

<sup>6</sup> www.bcrasigviata.ro

- Pentru clientii loiali BCR care incaseaza salariul sau pensia in contul curent BCR pretul pachetului este redus cu 10%;
- Daca la achizitionare asiguratul alege optiunea de plata anuala, beneficiază de o reducere suplimentara de 5% din pretul pachetului ales;
- Garantia sigurantei si calitatii actului medical;
- Confortul de a beneficia de servicii medicale in mediul privat, bine organizat, oricand la dispozitia asiguratului;

### 3.3. Asigurarea de accidente INTEGRITATE & ÎNCREDERE – propusă de societatea UNIQA

*Asigurarea de accidente Integritate & Încredere* oferă acoperiri diversificate în conformitate cu protecția aleasă corespunzătoare pachetelor de asigurare oferite, astfel.

- pachetul SIGUR;
- pachetul PLUS;
- pachetul AVANTAJ.

<b>Asigurarea de accidente a familiei</b>		
<b>SIGUR</b>	<b>PLUS</b>	<b>AVANTAJ</b>
- deces; - invaliditate	- deces; - invaliditate extinsă cu progresie 200%; - spitalizare, - convalescență post-spitalizate; - aparat gipsat.	- deces; - invaliditate extinsă cu progresie 300%; - spitalizare, - convalescență post-spitalizate; - aparat gipsat; - intervenții chirurgicale, - cheltuieli suplimentare.
<b>Asigurarea de accidente de grup</b>		
<b>SIGUR</b>	<b>PLUS</b>	<b>AVANTAJ</b>
- deces; - invaliditate	- deces; - invaliditate extinsă cu progresie 200%; - spitalizare, - incapacitate temporară de muncă	- deces; - invaliditate extinsă cu progresie 200%; - spitalizare, - incapacitate temporară de muncă; - intervenții chirurgicale, - cheltuieli suplimentare.

Polița se poate încheia pe o perioadă de un an sau pe perioade mai scurte de un an dar nu mai puțin de 1 lună. Polița se poate încheia și pe perioade mai mari de un an.

Avantajele acestor tipuri de produse sunt următoarele:

- acoperire 24 ore din 24;
- valabilitate în întreaga lume;
- pachete complete de riscuri în directă relație cu prețul plătit,
- posibilitatea plății în rate a primei de asigurare ;
- reducere acordată la plata integrală a primei de asigurare;
- asigurare pe termen lung.

### 3.4. Asigurarea de accidente– propusă de societatea BCR Asigurări de Viață

**Asigurarea de Accidente BCR** - este concepută special pentru protecția persoanelor în cazul unor evenimente neprevăzute: *deces, invaliditate parțială și permanentă, spitalizare sau intervenție chirurgicală, ca urmare a unui accident sau accident rutier.*



Asigurarea poate fi încheiată pentru persoane cu vârsta cuprinsă între 18 și maximum 74 ani impliniți.

Beneficiarii acestei asigurări sunt:

- În caz de deces: beneficiarii indicați de către asigurat în polița de asigurare;
- În caz de invaliditate, spitalizare sau intervenții chirurgicale: persoana, în calitate de

Asigurat

Asigurarea intră în vigoare și implicit protecția începând cu data de 01 a lunii următoare, cu condiția ca plata primei de asigurare să fi fost efectuată.

Această asigurare este atractivă deoarece are un preț accesibil, și oferă protecție în orice moment al vieții, iar familiei asiguratului siguranța financiară necesară în cazul în care se produce decesul său.

Indiferent de pachetul ales, beneficiile oferite sunt mai mari decât prima de asigurare plătită.

Nu sunt necesare analize medicale înainte de achiziționarea acestui produs. Pentru Asigurarea de Accidente nu există evaluare medicală, orice persoană putând să o acceseze, indiferent de starea de sănătate.

Prima de asigurare se plătește anual, la încheierea poliței.

Durata asigurării este 1 an.

Asiguratul/Beneficiarul are la dispoziție maxim 15 zile de la data producerii evenimentului asigurat să notifice asiguratorul și să trimită documentele necesare, care atestă apariția acestuia. Documentele necesare sunt cele menționate în condițiile specifice de asigurare.

#### Caracteristici<sup>7</sup>:

<b>Asigurat</b>	Orice persoană fizică cu vârsta cuprinsă între 18 și 74 ani impliniți	
<b>Durata asigurării</b>	1 an	
<b>Evenimente asigurate:</b>	Accident Accident rutier	
<b>Acoperiri</b>	Deces Invaliditate parțială și permanentă Spitalizare Intervenții chirurgicale	
<b>Teritorialitate</b>	Accident rutier: România Accident: oriunde în lume	
<b>Sume asigurate în caz de:</b>	<b>Acoperire de Bază</b>	<b>Acoperire Completă</b>
• Deces din accident / accident rutier	50.000 RON	100.000 RON
• Invaliditate parțială și permanentă din accident / accident rutier	5.000 RON	10.000 RON
• Spitalizare din accident / accident rutier	5.000 RON	10.000 RON
• Intervenție chirurgicală din accident / accident rutier	50 RON/zi	100 RON/zi
<b>Prima de asigurare anuală</b>	50 RON (accident rutier)	100 RON (accident rutier)
	75 RON (accident)	150 RON (accident)
<b>Frecvența de plată a primelor de asigurare</b>	Plata se face integral la încheierea asigurării	
<b>Procedura evenimentului asigurat</b>	BCR Asigurări de Viață VIG va plăti beneficiul asigurării în baza notificării tale sau a familiei și a documentelor doveditoare ale producerii evenimentului asigurat.	

<sup>7</sup> www.bcrasigviata.ro

<b>Avantaje și beneficii</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Costuri reduse comparativ cu valoarea beneficiilor acordate;</li><li>➤ Protecție în caz de deces, invaliditate parțială și permanentă, spitalizare sau intervenție chirurgicală ca urmare a unui accident rutier/accident;</li><li>➤ Siguranța financiară și liniștea familiei tale în cazul producerii evenimentelor nefericite de tipul celor de mai sus</li></ul>
------------------------------	--

## Concluzii

Societățile de asigurări, practică o mare varietate de asigurări de sănătate și accidente, particularizând o serie de produse, astfel încât acestea să fie cât mai atractive pentru asigurați.

În acest sens în cadrul lucrării am încercat să surprind particularitățile asigurărilor de sănătate, accidente și călătorie în metodologia societăților de asigurare UNIQA Asigurări și BCR Asigurări de Viață.

Ambele societăți propun și promovează produse de asigurare complexe care oferă protecție asiguraților pentru cazuri de invaliditate parțială și permanentă; spitalizare; intervenție chirurgicale, accidente diverse, și riscuri care în general afectează integritatea corporală și sănătatea persoanelor.

## Bibliografie:

1. Bistriceanu Ghe., *Sistemul asigurărilor și reasigurărilor din România*, Editura Universitară, București, 2010
2. Bărbulescu S., *Sistemul asigurărilor din România*, Editura Economică București, 2004
3. Ciumaș C., *Economia asigurărilor*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca, 2006
4. Cistelecan L., *Tratat de asigurări comerciale*, Editura Academiei Române, București, 2013
5. Ciurel V., *Asigurări și reasigurări: o perspectivă globală*, Editura All-Beck, București, 2011
6. Dănulețiu D.C., Dănulețiu A.E., *Asigurări și reasigurări*, Tipografia Universității 1 Decembrie din Alba Iulia, Alba Iulia, 2014
7. Dobrin M., Tănăsescu P., *Teoria și practica asigurărilor*, Editura Economică, București, 2003
8. Hancu M., *Asigurări și reasigurări*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2008
9. Monea M., *Asigurări și reasigurări*, Editura Universitas, Petroșani, 2015
10. Șeulean V., Barna F., Chiș C., *Asigurări comerciale*, Editura Mirton, Timișoara, 2007
11. Tănăsescu P., Șerbănescu C., Ionescu R., Popa M., Novac E. L., *Asigurări comerciale moderne*, Editura C.H.Beck, București, 2007
12. \*\*\* - Legea nr. 32/2000 privind activitatea și supravegherea intermediarilor în asigurări și reasigurări, actualizată în luna octombrie 2016.
13. \*\*\* - Noul Cod civil, art. 2199 Dispoziții comune. Noțiuni privind contractul de asigurare;
14. \*\*\* - Rapoarte anuale ale Autorității de Supraveghere Financiară (ASF);
15. \*\*\* - Rapoarte anuale financiare întocmite de UNIQA ASIGURĂRI S.A.;
16. \*\*\* - Rapoarte anuale financiare întocmite de BCR Asigurări de Viață.;
17. \*\*\* - <https://asfromania.ro>
18. \*\*\* - <https://www.uniqa.ro>
19. \*\*\* - <https://bcrasigurarideviata.ro>

## Tradeville S.A. – deschizătoare de drumuri în dezvoltarea platformelor de tranzacționare pe piața de capital în România

**Autor: Korozsi Kinga Izabella**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** Tradeville is one of the most important investment brokers available to Romanian investors, operating under the regulation and supervision of the Romanian Financial Supervisory Authority. In Romania, the Tradeville company was a trailblazer, making available to investors an online trading platform called Startrade. It has been perfected over time and now customers can opt for Web or Desktop platforms as well as mobile platform and smartphone apps.

### 1. Prezentarea societății și activității S.S.I.F Tradeville S.A.

Societatea de servicii de investiții financiare Tradeville S.A. este o societate pe acțiuni administrată în sistem unitar, persoană juridică română, cu un capital social (subscris și integral vărsat) de 470.000 lei, având sediul în București.

Tradeville (fosta S.S.I.F. Vanguard S.A.) a fost autorizată ca societate de servicii de investiții financiare prin Decizia nr. 2225/15.07.2003 emisă de Comisia Națională a Valorilor Mobiliare (C.N.V.M.), și înregistrată în Registrul A.S.F. din data de 17.05.2006. CNVM, prin Decizia nr. 375/11.03.2009, a autorizat modificarea autorizației de funcționare a societății S.S.I.F. Vanguard S.A., ca urmare schimbării denumirii societății în S.S.I.F. Tradeville S.A.

Tradeville detine calitatea de participant autorizat și market maker al ETF BET Patria – Tradeville, fond tranzacționat la Bursa de Valori București (BVB) și administrat de SAI Patria Asset Management S.A. Totodată, Tradeville acționează ca market maker pe SMTIntl, sistem multilateral de tranzacționare al BVB.

Tradeville prestează servicii și activități de investiții în legătură cu următoarele **tipuri de instrumente financiare**:

► **Valori mobiliare** (acțiuni, obligațiuni emise de organisme publice sau private, drepturi de preferință, drepturi de alocare, produse structurate și orice alte instrumente financiare calificate de A.S.F. ca valori mobiliare) care sunt admise la tranzacționare pe o piață reglementată, sistem multilateral de tranzacționare (SMT) sau în afara acestora, din țară sau străinătate;

► **Titluri de participare la organisme de plasament colectiv**;

► **alte instrumente financiare** calificate ca atare conform legislației europene.

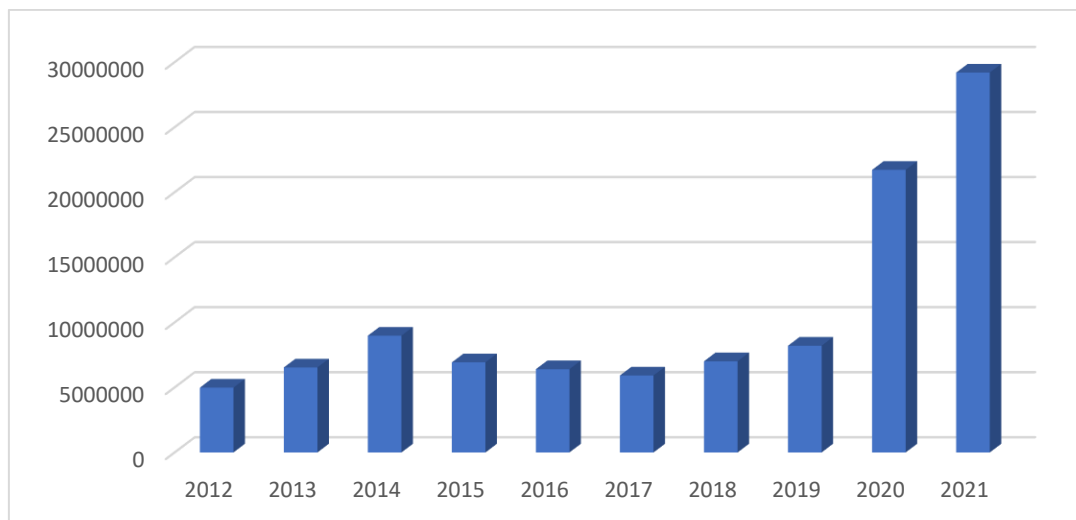
Datele disponibile pe pagina de website a Tradeville S.A. prezintă evoluția indicatorilor financiari ai societății în perioada 2012-2021 (Tabelul 1.).

**Tabelul 1. Situațiile financiare ale S.S.I.F. Tradeville S.A. în perioada 2012-2021**

RON	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Venituri din activitatea curentă	4.980.555	6.529.464	8.971.675	6.925.459	6.394.468	5.911.076	7.004.211	8.201.233	21.719.020	29.192.378
Rezultat operational	(1.816.402)	(605.299)	584.707	(2.190.626)	227.188	(869.957)	(1.091.081)	(132.882)	8.189.391	10.859.507
Rezultat financiar	(111.530)	615.982	574.515	590.820	374.148	513.290	1.527.391	2.904.880	2.166.300	2.858.438
Total venituri	9.352.097	9.172.517	11.087.372	9.756.833	10.520.039	9.022.911	10.637.319	14.479.074	32.871.280	36.459.661
Profit net	(1.927.932)	10.683	1.159.222	(1.615.631)	605.281	(359.285)	370.102	2.266.400	8.800.092	11.774.722
Cap social	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000	470.000
Rezerve	8.723.832	6.795.899	6.795.899	6.795.899	6.795.899	6.795.899	6.795.899	7.674.310	7.227.979	7.862.945

Sursa: S.S.I.F. Tradeville S.A., <https://tradeville.ro/despre-tradeville/info-legale>

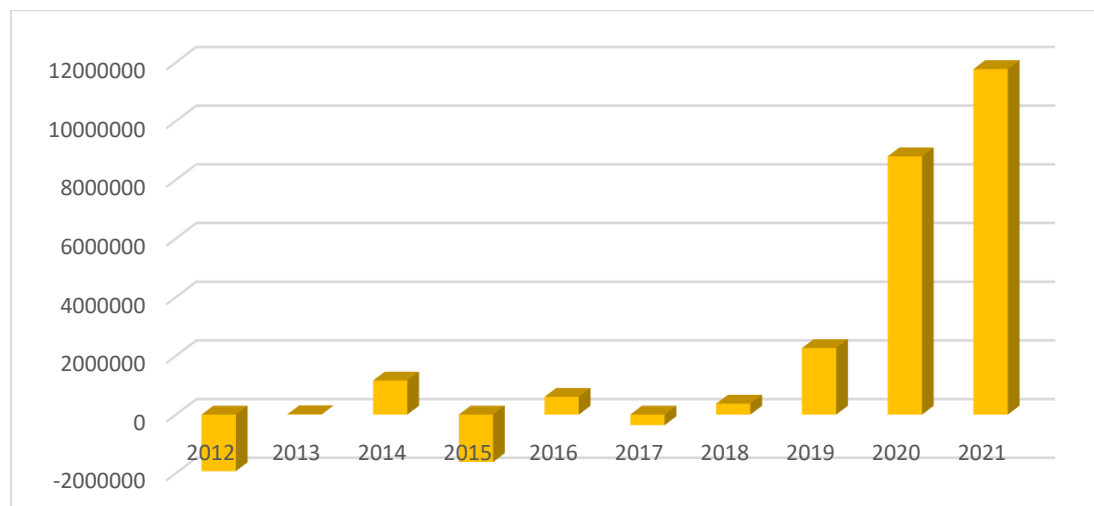
Veniturile societății obținute din activitatea curentă, ceea ce înseamnă valoarea totală a comisioanelor de tranzacționare percepute și încasate (Tabelul 1., Figura 1.) au avut o evoluție fluctuantă în intervalul 2012-2021. Se remarcă punctul de maxim al veniturilor obținute în perioada 2012-2019 ca fiind anul 2014, când încasările au fost cu 770442 lei mai mari decât în 2019.



**Figura 1.1. Evoluția venitului din activitate curentă la Tradeville S.A. în perioada 2012-2021 (lei)**

*Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor din Tabelul 1.*

Situația se schimbă în anul 2020 când valoarea indicatorului analizat este de 2,64 ori mai mare decât în anul precedent. Creșterea semnificativă continuă și în următorul an, iar activitatea societății este răsplătită cu o serie de premii precum cele primite în 2020: *Premiul pentru Participantul anului 2019 pe segmentul de retail, Premiul pentru inovație în industria de brokeraj în 2019, Premiul pentru Cel mai activ intermediar pe piața primară a pieței AeRO a BVB în 2019* sau cel primit în 2021: *Premiul pentru Intermediarul companiilor antreprenoriale pe piața AeRO în 2021.*



**Figura 2. Evoluția profitului net / pierderii nete la Tradeville S.A. în perioada 2012-2021 (lei)**

*Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor din Tabelul 1.1.*

În ceea ce privește rezultatul financiar (Tabelul 1., Figura 2.) societatea a înregistrat în activitatea sa atât profit cât și pierderi. În intervalul analizat pierderile nete au fost la nivelul anilor

2012, 2015 și 2017, iar în 2013 chiar dacă s-a înregistrat profit, acesta a avut o valoare scăzută. Profitul net începe să aibă un trend crescător începând cu anul 2018, remarcându-se o creștere spectaculoasă în 2020 față de anul anterior. Activitatea din ultimul an al perioadei analizate îi aduce societății cel mai mare profit net, acesta fiind de 31,81 ori mai mare decât cel obținut cu numai 4 ani în urmă.

Locul ocupat în prezent de Tradeville S.A. în rândul intermediarilor pe piața de capital din România este evidențiat de statistica Bursei de Valori București (Tabelul 1.2.). Astfel, în luna decembrie 2022 societatea se poziționează pe locul 6 în topul primilor 10 intermediari la BVB cu o valoare tranzacționată de 183.729.304,25 lei. Dar, raportat la întregul an 2022, Tradeville S.A. a intermediat 9,17% din totalul valorii tranzacționate la BVB pe toate segmentele de piață, ocupând astfel un important loc patru în cadrul societăților de servicii financiare.

**Tabelul 1.2. Top intermediari pe toate segmentele bursei în funcție de valoarea tranzacționată în luna decembrie 2022**

Poziție (lună)	Poziție (an)	Denumire intermediar	Valoare tranzacționată (lună) - lei -	% din total valoare (lună)	Valoare tranzacționată (an) - lei -	% din total valoare (an)
1	1	SWISS CAPITAL S.A.	1.476.723.139,46	34,94	7.707.294.537,43	28,13
2	2	BANCA COMERCIALA ROMANA	893.806.432,57	21,15	4.522.335.634,69	16,50
3	7	CONCORDE SECURITIES LTD	674.589.779,48	15,96	932.240.850,29	3,40
4	5	WOOD & COMPANY FINANCIAL SERVICES, A.S. PRAGA	238.432.208,38	5,64	1.939.782.410,90	7,08
5	3	BT CAPITAL PARTNERS	217.551.067,72	5,15	3.013.064.267,52	11,00
6	4	TRADEVILLE	183.729.304,25	4,35	2.513.843.598,50	9,17
7	6	SSIF BRK FINANCIAL GROUP S.A.	120.909.616,04	2,86	1.901.392.776,51	6,94
8	12	ESTINVEST	95.525.694,70	2,26	552.506.749,08	2,02
9	8	RAIFFEISEN BANK INTERNATIONAL	69.010.274,55	1,63	902.873.728,63	3,29
10	11	IFB FINWEST	62.145.332,05	1,47	584.247.966,23	2,13

Sursa: <https://m.bvb.ro/Intermediaries/ListOfIntermediaries/TopOfIntermediaries>

## 2. Platforme de tranzacționare dezvoltate de Tradeville S.A.

Lider în aplicarea inovațiilor tehnologice pe piața de capital, Tradeville a dezvoltat încă din 1999 prima platforma de tranzacționare online din Romania, Startrade. În prezent, clienții pot opta pentru platformele Web sau Desktop fiecare venind cu o serie de beneficii specifice. Platforma mobilă și aplicațiile pentru smartphone (iPhone și Android) sunt ideale pentru investitorii care au nevoie sa fie conectați în orice moment indiferent de locul unde se află. Startrade 2.0 este platforma de tranzacționare online realizată de Tradeville și reunește într-un singur loc toate informațiile de care un client are nevoie pentru a tranzacționa.

## 2.1. Platforma Portal

Portal este cea mai noua platforma de tranzacționare dezvoltată de TradeVille, care permite un acces facil și intuitiv la absolut toate informațiile relevante. Este soluția cea mai potrivită pentru o privire rapidă asupra portofoliului și a ultimelor știri apărute. De asemenea, este platforma cea mai potrivită pentru investitorii începători. Beneficiile importante ale platformei de care se bucură clienții sunt:

### ❖ *Simplă și intuitivă*



Foto 1. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/portal>

Platforma este împărțită în 2 secțiuni Trading și MyAccount pentru a putea ca investitorii să poată găsi ușor informațiile de care au nevoie. Aceasta conține:

- *Sumarul contului* – unde se pot vedea rapid informații esențiale despre cont precum Evaluarea totală, P&L, Cash-ul disponibil și multe altele – toate în timp real.
- *Structura portofoliului* – care permite identificarea rapidă a acestuia în funcție de lichiditate, sectoare, tipul instrumentelor și profitabilitate.
- *Alte elementele esențiale organizate eficient*, precum:
  - pagina de Trading cu toate informațiile necesare pentru o tranzacționare rapidă și o monitorizare eficientă a portofoliului;
  - pozițiile deschise, ordinele în așteptare, activitatea recentă, știri și alerte, mesaje și multe altele.

### ❖ *Tranzacționează rapid*



Foto 2. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/portal>

Există opțiunea de tranzacționare disponibilă pe fiecare simbol. Clienții pot vizualiza informații importante despre companie și dividendele acesteia, despre datele financiare ale acesteia, precum și adâncimea pieței înainte de a lua orice decizie.

### ❖ Secțiunea My Account

Aceasta grupează toate informațiile importante referitoare la contul clientului. Aici se poate efectua rapid un transfer de bani, se poate citi o notificare sau se poate vedea cum a performat contul în perioada aleasă.

Tot aici clienții pot folosi modulul Rapoarte pentru a descărca informațiile de care au nevoie, pot vedea Profitul Marcat sau pot să-și actualizeze datele.

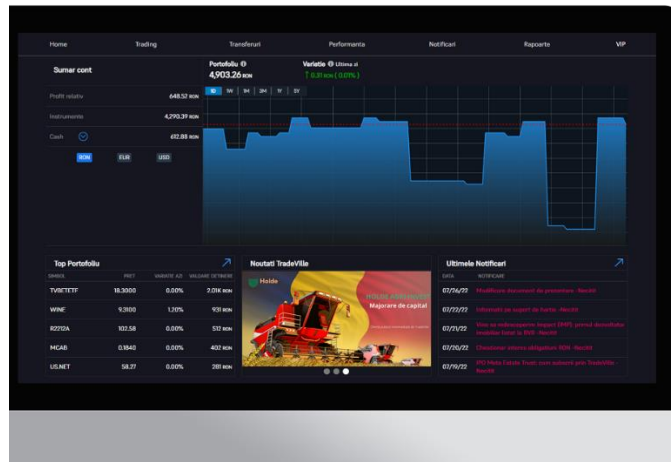


Foto 3. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/portal>

## 2.2. Interfața MyTradeville

Este cea mai complexă platformă de tranzacționare oferită de către TradeVille. Accentul este pus în special pe funcționalități și pe customizare. Platforma este extrem de configurabilă, astfel încât fiecare client TradeVille poate să își configureze un layout potrivit cu nevoile avute. Este platforma cea mai potrivită pentru investitorii experimentați.

Printre configurațiile standard de care clienții se pot bucura sunt și cele din Foto 4.-6.

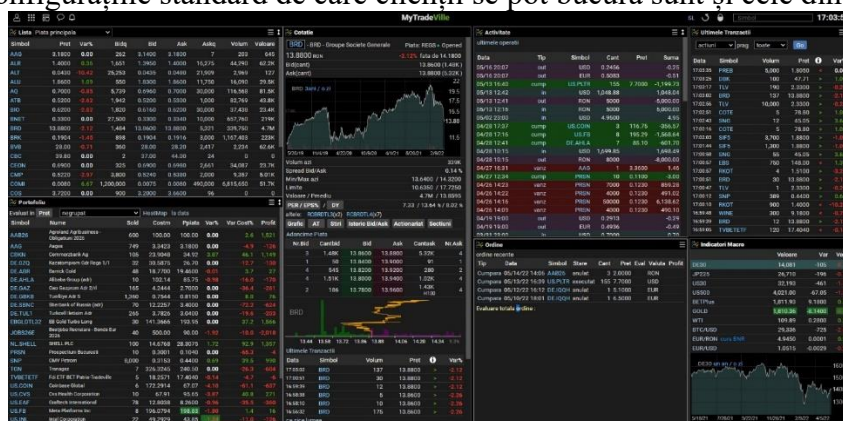


Foto 4. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/mytv>



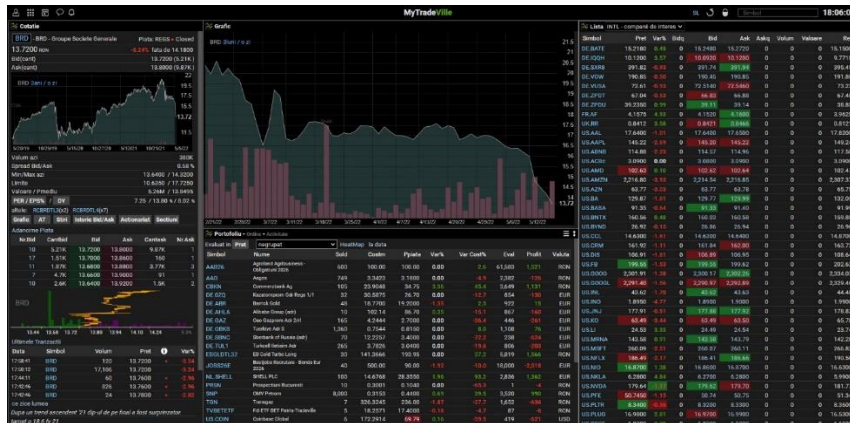


Foto 5. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/mytv>



Foto 6. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/mytv>

### 2.3. Aplicația mobilă Tradeville

Aplicația mobilă Tradeville (disponibilă atât pe Android, cât și pe iOS) oferă acces la contul de tranzacționare de oriunde. În aplicația mobilă sunt prezente două interfețe separate. Una dintre acestea este simplistă, în care sunt sumarizate cele mai importante informații, și cu un accent pus pe partea grafică. Însă, pentru investitorii experimentați există și o variantă extinsă, în care există mai multe funcționalități și facilități, astfel:

❖ **Portofoliu** - după efectuarea unei tranzacții, se poate urmări evoluția acestuia în pagina de portofoliu.

- Acces în timp real la deținerile din portofoliu, profitul relativ și cash-ul disponibil
- Coloane customizabile în funcție de preferințe
- Toate tranzacțiile și compoziția portofoliului în aceeași pagină
- Prin apăsarea graficului se pot vizualiza mai multe detalii

❖ **Simbol** - toate informațiile importante sunt pe simbolul ales.

- Posibilitatea de a da ordine din aceeași fereastră
- Adăugarea rapidă a simbolului într-o listă preferată
- Setarea unei alerte
- Indicatori, adâncimea pieței, informații despre companie
- Grafic pe mai multe perioade



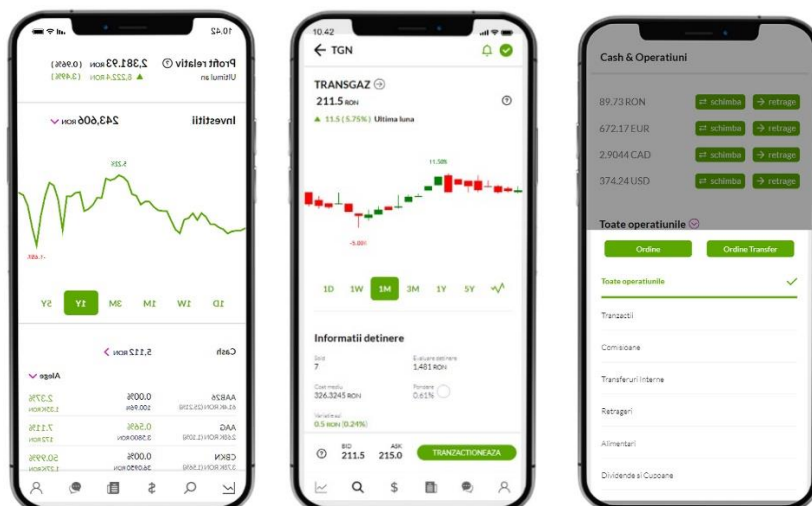


Foto 7. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/startrade3>

❖ **Cash & Operațiuni** - activitatea contului este într-o secțiune dedicată, împărțită pe categorii.

- Modificare / anulare ordine în așteptare
- Detalii despre fiecare activitate a contului
- Transfer de bani între conturile Tradeville sau către contul bancar al clientului

❖ **Căutări și sugestii** - aplicația ajută clienții să urmărească ușor instrumentele preferate sau cele predefinite

- Este creată o secțiune de liste predefinite
- Există recomandări făcute de analiști și mari investitori
- Se pot crea liste personale și informații personalizabile despre simbolurile afișate

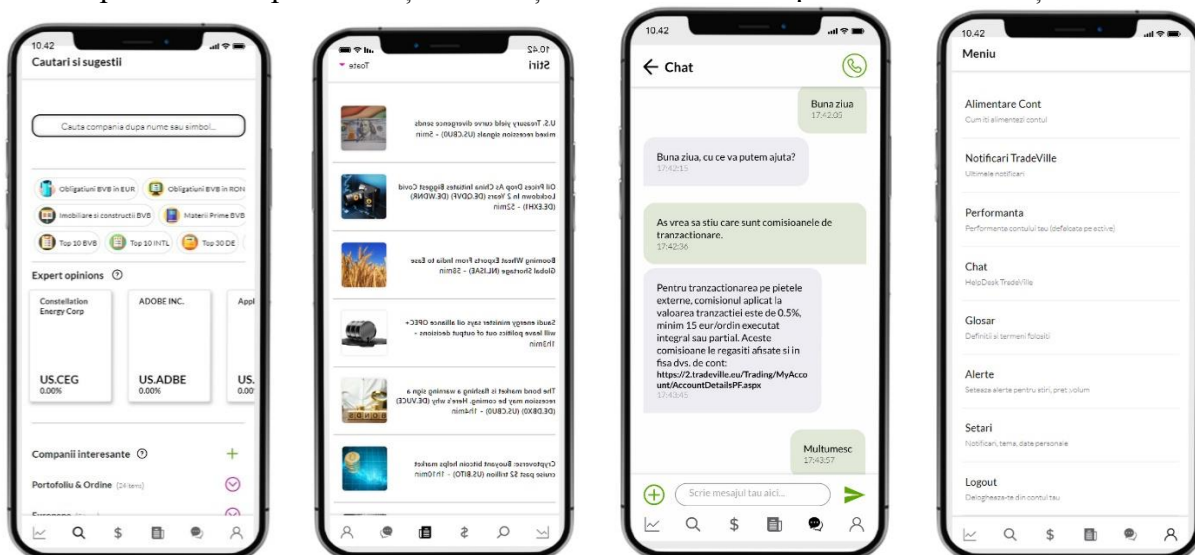


Foto 8. Sursa: <https://tradeville.ro/platforme/startrade3>

❖ **Știri** - pagina conține ultimele noutăți și informații despre companiile listate. Acestea se pot filtra în funcție de preferințe.

❖ **Live Help** – acesta este serviciul de Mesagerie integrat în platformă.

- Chat în timp real cu departamentul Helpdesk (în timpul programului de lucru);
- Posibilitatea de a încărca fișiere sau de a suna.

❖ **Setări** – aceasta cuprinde:

- Informații despre cum se poate alimenta contul

- Performanța contului într-o anumită perioadă și cum evoluează acesta de la o perioadă la alta.
- Glosar cu explicații din platformă
- Setări: schimbare temă, activare opțiunea de a primi o notificare când are loc o tranzacție sau se primesc bani

## Concluzii

În România societatea Tradeville a fost o deschizătoare de drumuri, punând la dispoziția investitorilor o platformă de tranzacționare online numită Startrade. Aceasta a fost perfecționată în timp, iar în prezent clienții pot opta pentru platformele Web sau Desktop precum și pentru platforma mobilă și aplicațiile pentru smartphone.

Astfel, atuurile Tradeville ca societate de servicii de investiții financiare pe piața de capital din România se pot rezuma la:

- Experiența de peste 25 de ani în intermedierea tranzacțiilor financiare.
- Intermediar de top la BVB.
- Platforma de tranzacționare care oferă o multitudine de informații importante pentru clienți înainte de a investi într-un anumit instrument financiar.
- Serviciul de relații cu clienții în limba română care este prompt și poate răspunde la orice întrebare adresată de clienți.

De asemenea, există și aspecte care pe viitor ar putea fi îmbunătățite, precum: platforma Startrade este considerată de investitorii începători ca nefiind foarte intuitivă datorită multitudinii de ferestre care se deschid la apăsarea unui link.

## Bibliografie:

1. Bursa de Valori București (BVB), *Produse structurate*, disponibil la: <https://www.bvb.ro/info/BVB-pliant-produse-structurate-web.pdf>
2. S.S.I.F. Tradeville S.A., *Document de prezentare a S.S.I.F. Tradeville S.A.*, disponibil la: [https://tradeville.ro/Documents/home/Document\\_prezentare.pdf](https://tradeville.ro/Documents/home/Document_prezentare.pdf)
3. B.V.B., <https://m.bvb.ro/Intermediaries/ListOfIntermediaries/TopOfIntermediaries>
4. S.S.I.F. Tradeville S.A., <https://tradeville.ro/despre-tradeville/info-legale>
5. S.S.I.F. Tradeville S.A., <https://tradeville.ro/platforme/>
6. <https://admiralmarkets.com/ro/education/articles/forex-basics/instrumente-financiare>
7. <https://ovidiutarcu.ro/2020/12/18/recenzie-tradeville/>

## Studiu privind structura cheltuielilor publice în România și țările UE

**Autor: Macaru Ana-Maria**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Public expenditure takes the form of payments made by the state, from resources mobilized in various ways, for the purchase of goods or the provision of services required to achieve various state policy objectives (general public services, social and cultural actions, maintenance of the army, internal public order, social security, economic actions, etc.). The allocation of these resources by purpose is very important and takes account of the priorities of the State, which sometimes change very rapidly.*

### 1. Introducere

Pentru implementarea practică a deciziilor și funcțiilor sale, statul ocazional costuri financiare cunoscute sub numele de cheltuieli publice.

Cheltuielile publice exprimă relații economico-sociale în formă bănească ce se manifestă între stat, pe de o parte, și persoane fizice și juridice, pe de altă parte, cu ocazia repartizării și utilizării resurselor financiare ale statului în scopul îndeplinirii funcțiilor acestuia.

Cheltuielile publice totale se obțin prin însumarea cheltuielilor diferitelor categorii de administrații publice. Ele înglobează:

- ★ cheltuielile publice efectuate din fondurile constituite la nivelul bugetelor administrațiilor publice centrale (bugetul de stat; bugetul asigurărilor sociale de stat; bugetul fondurilor speciale: bugetul asigurărilor sociale de sănătate, bugetul fondului pentru ajutorul de șomaj);
- ★ cheltuielile publice efectuate din fondurile constituite la nivelul bugetelor administrațiilor publice locale;
- ★ cheltuieli publice efectuate din intrări anuale de împrumuturi externe;
- ★ cheltuieli publice efectuate din fonduri externe nerambursabile.

### 2. Clasificarea funcțională a cheltuielilor publice

Clasificarea funcțională reflectă obiectivele politicii financiare a statului și folosește drept criteriu domeniile, ramurile, sectoarele de activitate spre care sunt dirijate resursele financiare publice sau alte destinații ale cheltuielilor legate de efectuarea unor transferuri între diferitele niveluri ale administrației publice. Acest criteriu este important pentru repartizarea resurselor financiare publice pe domenii de activitate și obiective care definesc nevoile publice și reprezintă scopul principal urmărit la examinarea și aprobarea prevederilor bugetare de către Parlament.

Principalele tipuri de cheltuieli prevăzute în clasificarea funcțională:

- servicii publice generale: autorități publice și acțiuni externe; cercetare fundamentală și cercetare-dezvoltare; alte servicii publice generale; dobânzi; transferuri cu caracter general între diferite niveluri ale administrației;
- apărare, ordine publică și siguranță națională: apărare; ordine publică și siguranță națională;
- cheltuieli social-culturale: învățământ;
- sănătate; cultură, recreere și religie; asigurări și asistență socială;

- servicii de dezvoltare publică, locuințe, mediu și ape: locuințe, servicii și dezvoltare publică; protecția mediului.

**Cheltuielile publice pentru acțiuni social-culturale** vizează realizarea de servicii în mod gratuit, cu plată redusă sau sub forma de transferuri bănești, alocații bugetare, pensii, ajutoare și alte indemnizații, beneficiarii acestor prestații fiind anumite categorii sau grupuri, sau chiar întreaga populație. Cheltuielile pentru acțiuni social-culturale îndeplinesc un important rol economic și social, deoarece pe seama resurselor alocate de stat se asigură: educația și instrucția copiilor și a tinerilor, ridicarea calificării profesionale, asistența medicală a indivizilor, se influențează evoluția demografică, se asigură un sistem de protecție socială, ridicarea nivelului cultural și de civilizație a membrilor societății. În același timp, rolul lor economic se manifestă și prin influența asupra cererii de beneficiari de consum, stimulând astfel sporirea producției.

**Cheltuielile publice pentru învățământ.** Politica în domeniul învățământului este una dintre cele mai importante componente ale politicii de guvernare și de dezvoltare pe termen mai lung, deoarece reprezintă elementul central pentru progresul societății. Ea se realizează în concordanță cu caracteristicile vieții economico - sociale, nivelul de instruire existent și cel spre care se tinde etc. Cheltuielile publice pentru învățământ vizează învățământul preșcolar, învățământul primar, învățământul secundar (gimnazial, liceal, profesional), învățământul superior.

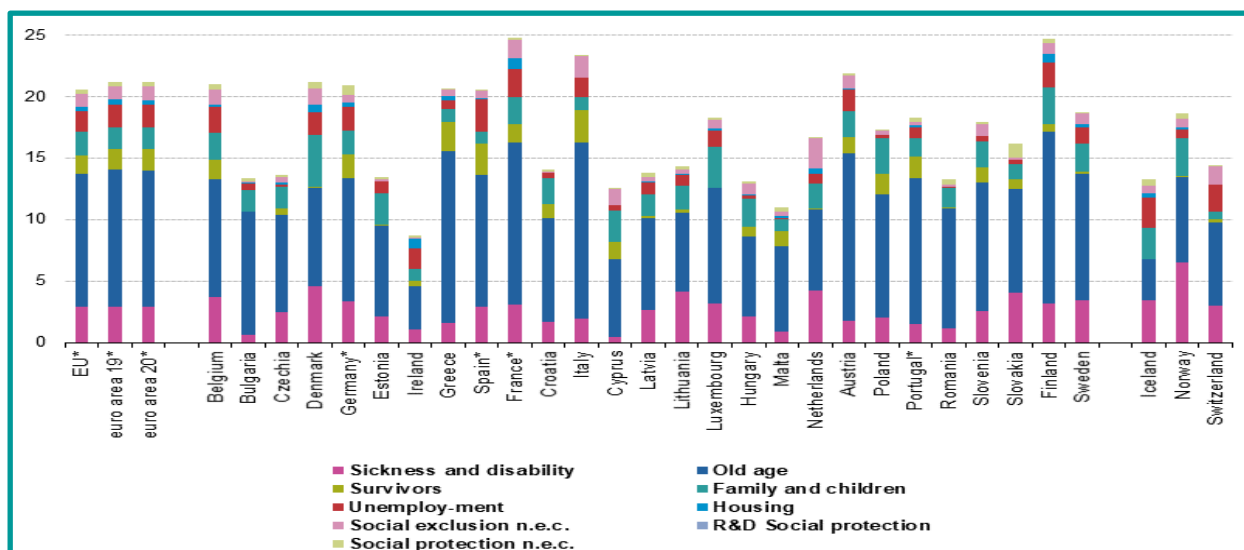
**Cheltuielile publice pentru sănătate.** Ocrotirea sănătății este o problemă de mare importanță pentru orice țară, având un profund caracter social. Instituțiile specializate (publice sau private) în acest domeniu sunt: spitalele, dispensarele, policlinicile, cabinetele medicale, farmaciile etc. Cheltuielile pentru sănătate sunt dirijate atât pentru întreținerea și funcționarea instituțiilor de sănătate, cât și pentru acțiunile de prevenire a îmbolnăvirilor (ex. vaccinări), evitarea accidentelor, educație sanitară; subvenționarea unei cote din costul medicamentelor pentru salariați sau unele categorii ale populației (pensionari, copii etc.).

**Cheltuielile publice pentru cultură, culte, recreere, sport, tineret.** Alocările în domeniul culturii, artelor, activităților sportive și de tineret reprezintă o latură distinctă a politicii sociale a statului, pentru că, prin mijloacele specifice folosite, aceste activități au menirea de a completa demersurile generale de perfecționare calitativă a factorului uman, de a favoriza îmbogățirea nivelului cultural și educativ al cetățenilor.

Instituțiile culturale, artistice, sportive și de tineret oferă o varietate de bunuri și servicii de o natură specială. Forma lor de proprietate le diferențiază în așezăminte publice, de importanță națională sau locală (biblioteci, muzee, orchestre, teatre) și private, pentru că aparțin unor persoane fizice și/sau juridice particulare.

**Cheltuielile publice pentru securitate socială.** Cheltuielile social - culturale destinate securității sociale cuprind resursele financiare destinate acordării de ajutoare, alocații, pensii, indemnizații etc. unor persoane salariate sau nesalariate. Cea mai importantă componentă a acestor cheltuieli o reprezintă asigurările sociale. Asigurările sociale constituie acea parte a relațiilor economico-sociale în formă bănească cu ajutorul căreia, în procesul repartiției PIB, se formează, se repartizează, se gestionează și se utilizează fondurile bănești, necesare ocrotirii obligatorii a salariaților, cooperatori, asociaților, agricultorilor, pensionarilor și a fanilor lor în cazuri de incapacitate temporară sau permanentă de muncă. Prin asigurările sociale se iau măsurile corespunzătoare pentru prevenirea îmbolnăvirilor, refacerea sănătății precum și pentru asigurarea existenței acelor care și-au pierdut capacitatea de muncă din cauza bolii, accidentelor, a atingerii unei anumite limite de vârstă și a celor care nu au susținători legali. Prin instituirea sistemului public național de asigurări sociale s-a creat un cadru unitar de aplicare a legislației în domeniu, se economisesc resurse materiale și umane, se creează flexibilitate în redistribuirea resurselor disponibile, se întărește controlul privind constituirea și utilizarea resurselor și calitatea prestațiilor.

În figura nr. 1 este prezentată ponderea cheltuielilor publice pentru protecție socială în PIB în țările UE. România ocupă cam ultimile poziții cu 13,4% din PIB, media pentru țările din UE fiind 20,5% iar în frunte este Franța cu 24,8%, dublu față de România.



Sursa: Eurostat

**Figura nr. 1. Ponderea cheltuielilor publice cu protecția socială în PIB în anul 2021**

**Cheltuielile pentru servicii publice generale, ordine publică, siguranță națională și apărare.** Serviciile publice generale satisfac necesități publice cu caracter indivizibil, costul lor fiind suportat de întreaga societate, în principal pe seama resurselor bugetare. Instituțiile prin care se asigură serviciile publice generale, ordinea publică, apărarea și siguranța națională sunt: organele puterii și administrației publice: instituția prezidențială, organele puterii legislative centrale și locale, organele puterii judecătorești, organele executive centrale și locale (guvern, ministere, prefecturi, primării); organele de ordine publică, siguranță și apărare națională: poliția, jandarmeria, securitatea națională, servicii de informații, servicii de pază și protecție. În România, această categorie de cheltuieli este înscrisă în bugetul de stat în două poziții distincte: cheltuieli cu autoritățile publice; cheltuieli cu ordinea publică și siguranța națională. Cheltuielile pentru apărare sunt cheltuieli neproductive, care consumă definitiv o parte din PIB, fiind finanțate din bugetele guvernamentale ale statelor, iar uneori și din resurse financiare provenite de la grupări sau alianțe militare și credite externe. Cheltuielile pentru apărare îmbracă două forme: cheltuieli directe, care cuprind cheltuielile cu întreținerea forțelor armate; cheltuieli indirecte, legate de lichidarea urmărilor războaielor sau de pregătirea unor viitoare acțiuni armate .

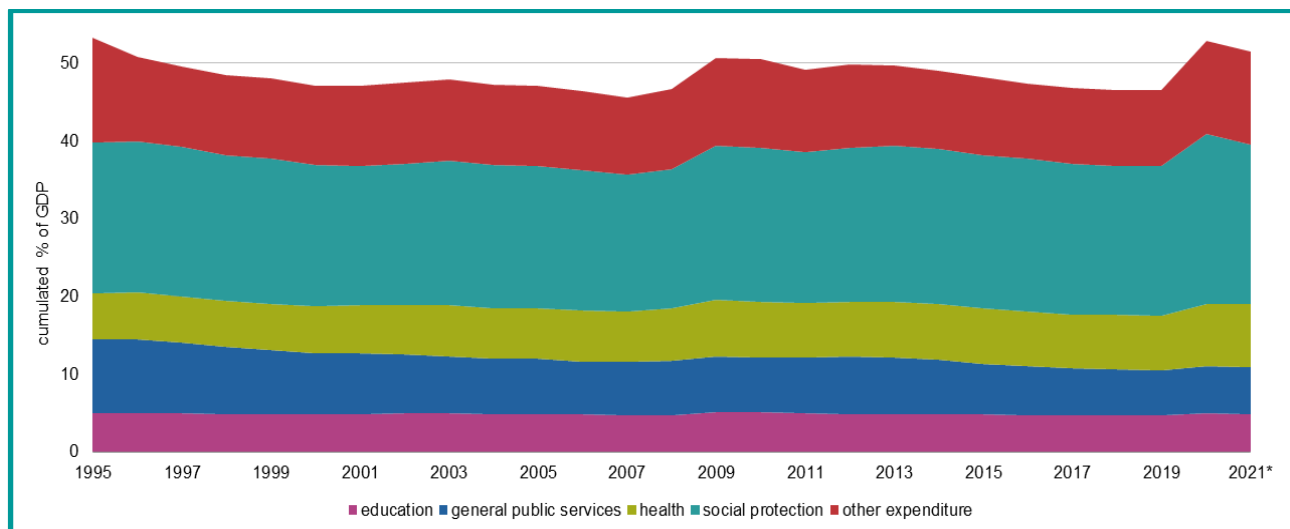
**Cheltuielile publice pentru obiective și acțiuni economice.** Reflectă funcția statului de reglare a proceselor economice și sunt destinate finanțării regiilor autonome, societăților comerciale, fermierilor și altor mici întreprinzători sau vizează acțiuni sau obiective importante pentru fiecare țară.

## 2. Evoluția cheltuielilor publice la nivelul UE

Pe baza cifrelor agregate de statistica europeană, furnizate de baza de date Eurostat, putem studia evoluția cheltuielilor publice la nivelul statelor membre UE în perioada 1995-2021. În perioada 1995-2007 asistăm la o tendință de scădere a valorilor înregistrate de indicatorul ponderea cheltuielilor publice în PIB, de la 53,2%, valoare înregistrată în anul 1995, la 45,6% în anul 2007. Această diminuare s-a datorat în primul rând alocării mai reduse de fonduri pentru acoperirea cheltuielilor cu serviciile publice generale și pentru cheltuielile cu protecția socială.

În primii trei ani ai crizei financiare, respectiv 2007-2009, datorită scăderii PIB, asistăm la o tendință ascendentă a cheltuielilor publice determinate ca pondere în PIB (50,7 % din PIB în anul 2009). După intervalul 2011-2013, când valorile rămân relativ constante, urmează perioada 2014-2018 marcată de un trend descendent, astfel încât ponderea cheltuielilor publice în PIB scade până la

46,5% în anul 2018. Această scădere treptată a fost în general determinată de măsurile de consolidare fiscală, reînnoire a creșterii economice și reacții anticiclice ale cheltuielilor guvernamentale (figura nr. 2).



Sursa: Eurostat

**Figura nr. 2. Evoluția ponderii cheltuielilor publice totale în PIB la nivelul UE, 1995-2021**

În anii 2020-2021, datorită pandemiei de COVID-19 și a măsurilor guvernamentale de atenuare a impactului său economic și social, observăm reluarea tendinței crescătoare care se datorează, în principal, creșterii alocărilor pentru protecția socială a șomerilor la 297 miliarde EUR în anul 2020 (o creștere de +117 miliarde EUR comparativ cu anul anterior), respectiv pentru susținerea acțiunilor economice.

Analizând structura cheltuielilor publice la nivelul Uniunii Europene în perioada 1995-2021, putem constata faptul că nu toate categoriile de cheltuieli au avut o evoluție similară. Dacă pentru cheltuielile publice cu protecția socială și cu sănătatea remarcăm, în general, un trend crescător, nu același lucru putem afirma despre evoluția cheltuielilor publice cu apărarea națională și cu serviciile publice generale la care tendința este descrescătoare în perioadă considerată. Astfel, protecția socială care a reprezentat și reprezintă cel mai important domeniu al cheltuielilor publice, înregistrează o pondere din ce în ce mai mare în totalul cheltuielilor publice, astfel încât de la 36,6% - cât reprezenta în anul 1995, valoarea crește semnificativ până la 41,7% în anul 2016, cifrându-se în anul 2021 la 39,9% din totalul cheltuielilor publice (tabelul nr. 1).

Un alt domeniu important este reprezentat de sănătate, unde putem vorbi, de asemenea, de un trend ascendent al cheltuielilor publice, creșterile fiind semnificative de la an la an, atât în mărimi relative, cât și în mărimi absolute (11,1% din total în anul 1995, 14% din total în anul 2005, 15,8% din total în anul 2021). În mărimi absolute, în perioada 2019-2021, cheltuielile publice pentru sănătate au crescut de la 979 miliarde EUR, cât reprezentau în anul 2019, la 1075 miliarde EUR în anul 2020 (o creștere de +97 miliarde EUR), respectiv la 1179 miliarde EUR (o creștere de +103 miliarde EUR).

Dacă avem în vedere cheltuielile publice pentru educație, în perioada 1995-2003 putem vorbi de un trend crescător (de la 9,2% din total în anul 1995, la 10,4% din total în anul 2003), urmat de o tendință descendentă în perioada următoare până în anul 2012 (9,8% din total), pentru ca apoi să asistăm la o reluare a trendului ascendent pentru această categorie de cheltuieli (10,1% din total în anul 2019). Ultimii doi ani din perioada analizată, 2020 și 2021, se caracterizează prin diminuarea ponderii cheltuielilor publice pentru educație în totalul cheltuielilor publice (9,4%).

**Tabelul nr. 1. Evoluția cheltuielilor publice pe categorii în perioada 1995-2021, UE**



(% în PIB și % în total)

% of GDP	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
general public services	9.5	9.6	9.1	8.6	8.2	7.9	7.8	7.6	7.3	7.2	7.1	6.8	6.8	7.0	7.2	7.1	7.2	7.4	7.2	7.0	6.6	6.3	6.1	6.0	5.8	6.1	6.0
defence	1.6	1.6	1.6	1.5	1.5	1.4	1.4	1.4	1.4	1.3	1.3	1.3	1.3	1.3	1.4	1.3	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
public order and safety	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.6	1.6	1.7	1.8	1.8	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.8	1.7
economic affairs	7.2	4.9	4.5	4.6	4.5	4.6	4.6	4.6	4.5	4.5	4.5	4.5	4.3	4.6	5.1	5.5	4.8	5.0	4.7	4.6	4.6	4.3	4.4	4.4	4.4	6.1	6.3
environmental protection	0.8	0.8	0.7	0.7	0.7	0.7	0.7	0.8	0.8	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.8
housing and community amenities	1.1	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9	0.8	0.8	0.8	0.8	0.9	0.8	0.7	0.7	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.6	0.6	0.6
health	5.9	6.0	5.9	5.9	5.9	6.1	6.2	6.4	6.5	6.5	6.6	6.6	6.5	6.7	7.3	7.2	7.1	7.1	7.1	7.1	7.1	7.0	6.9	6.9	7.0	8.0	8.1
recreation, culture and religion	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2
education	4.9	5.0	4.9	4.9	4.9	4.8	4.8	4.9	5.0	4.8	4.8	4.8	4.7	4.7	5.1	5.0	4.9	4.9	4.9	4.9	4.8	4.7	4.7	4.7	4.7	5.0	4.8
social protection	19.4	19.5	19.2	18.8	18.8	18.0	18.0	18.1	18.6	18.3	18.3	18.0	17.6	17.9	19.8	19.7	19.4	19.8	20.0	19.9	19.7	19.7	19.4	19.2	19.3	21.9	20.5
total	53.2	50.8	49.5	48.5	48.0	47.1	47.1	47.4	47.8	47.1	47.0	46.4	45.6	46.7	50.7	50.5	49.2	49.8	49.6	49.0	48.1	47.4	46.7	46.5	46.6	52.8	51.5
% of total expenditure	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021*
general public services	17.9	18.8	18.5	17.8	17.0	16.8	16.5	16.0	15.4	15.2	15.0	14.7	15.0	15.0	14.3	14.0	14.7	14.8	14.6	14.3	13.7	13.3	13.0	12.8	12.4	11.5	11.7
defence	3.1	3.2	3.2	3.1	3.0	2.9	2.9	2.9	2.9	2.8	2.8	2.8	2.7	2.7	2.7	2.6	2.6	2.5	2.5	2.4	2.4	2.6	2.6	2.6	2.6	2.5	2.5
public order and safety	3.0	3.2	3.3	3.4	3.4	3.4	3.4	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.5	3.5	3.5	3.4	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.4	3.4
economic affairs	13.6	9.6	9.1	9.5	9.5	9.8	9.7	9.6	9.5	9.6	9.6	9.8	9.5	9.8	10.0	10.9	9.7	10.0	9.5	9.4	9.6	9.0	9.3	9.5	9.5	11.6	12.3
environmental protection	1.5	1.5	1.4	1.4	1.5	1.5	1.6	1.6	1.6	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.7	1.6	1.6	1.7	1.7	1.6	1.6
housing and community amenities	2.1	1.7	1.7	1.8	1.8	1.9	1.8	1.9	1.9	1.8	1.7	1.7	1.8	1.7	1.8	1.6	1.5	1.4	1.3	1.3	1.3	1.2	1.1	1.2	1.2	1.2	1.2
health	11.1	11.8	11.9	12.2	12.4	12.9	13.2	13.4	13.6	13.8	14.0	14.2	14.3	14.3	14.3	14.2	14.4	14.2	14.4	14.6	14.7	14.8	14.8	14.9	15.0	15.1	15.8
recreation, culture and religion	2.0	2.1	2.1	2.2	2.3	2.3	2.4	2.5	2.4	2.5	2.5	2.5	2.6	2.6	2.5	2.5	2.5	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.4	2.5	2.5	2.3	2.3
education	9.2	9.8	9.9	10.0	10.1	10.1	10.3	10.4	10.4	10.3	10.3	10.3	10.3	10.2	10.0	10.0	10.0	9.8	9.9	9.9	9.9	9.9	10.0	10.0	10.1	9.4	9.4
social protection	36.6	38.3	38.8	38.7	39.1	38.3	38.1	38.2	38.8	38.9	38.9	38.8	38.7	38.4	39.1	39.1	39.5	39.7	40.4	40.6	40.9	41.7	41.6	41.2	41.4	41.4	39.9

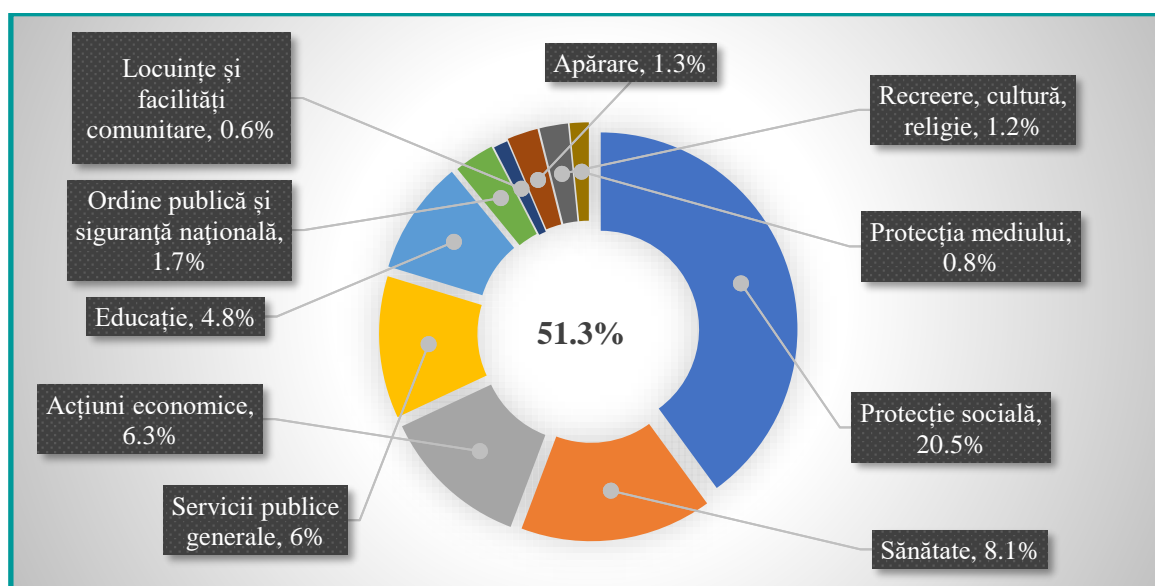
Sursa: Eurostat

Dacă ne referim la domeniile apărare națională, locuințe și facilități comunitare sau servicii publice generale este evidentă tendința de diminuare a fondurilor alocate pentru aceste domenii. Astfel, cheltuielile publice pentru apărare au înregistrat un trend permanent descrescător, de la 1,6% din total cheltuieli, cât reprezentau la nivelul anului 1995, la valori de 1,2-1,3% în perioada 2013-2021. Un trend descendent și mai evident se înregistrează în domeniul serviciilor publice generale, unde asistăm la diminuarea semnificativă a ponderii acestei categorii de cheltuieli din total de la 17,9%, cât reprezenta în anul 1995, la 11,7% la nivelul anului 2021.

Analizând evoluția cheltuielilor publice în perioada pandemică, putem afirma faptul că datorită unor măsuri guvernamentale adoptate pentru atenuarea efectelor pandemiei, cheltuielile publice totale la nivelul UE au crescut semnificativ în anul 2020 față de anul precedent, reprezentând 52,8% din PIB. Aceasta s-a datorat în egală măsură scăderii PIB, precum și creșterii cheltuielilor publice totale. Analizând structura cheltuielilor publice, în anul 2020 cheltuielile publice la nivelul UE au înregistrat un trend ascendent pentru toate categoriile majore, dar au fost finanțate într-o pondere semnificativă următoarele categorii de cheltuieli publice: protecția socială, acțiuni economice, sănătate.

În anul 2021, cheltuielile publice totale din UE au fost de 51,3% din PIB, o creștere semnificativă față de anul 2019, când s-au situat la 46,6% din PIB, dar o scădere față de anul 2020, când au fost de 52,8% din PIB. În anul 2021, ponderea cheltuielilor publice în PIB a fost încă influențată de pandemia COVID-19 și de măsurile guvernamentale de atenuare a efectelor acesteia. Scăderea indicatorului față de anul precedent (52,8%) a fost în principal determinată de creșterea PIB, în timp ce creșterea cheltuielilor totale a fost mai redusă (7475 miliarde EUR în anul 2021, comparativ cu 7111 miliarde EUR în anul precedent, adică o creștere de 364 miliarde EUR, reprezentând 5,1%).

Pe baza celor mai recente date disponibile, putem constata faptul că, la nivelul UE, în anul 2021 cele mai ridicate ponderi ale cheltuielilor publice în PIB s-au înregistrat în țări precum Franța (59,0%), Grecia (57,4%), Austria (56,0%), Finlanda (55,6%), Belgia (55,5%) și Italia (55,3%), iar cele mai scăzute în Irlanda (24,8%), Lituania (37,5%), România (39,8%) și Bulgaria (40,6%). Dintre țările AELS (Asociația Europeană a Liberului Schimb), Elveția a înregistrat cel mai scăzut nivel (36,5%).



Sursa: Eurostat

**Figura nr. 3. Ponderea cheltuielilor publice în PIB în 2021, UE (% în PIB)**

Analizând structura cheltuielilor publice la nivelul UE, putem observa faptul că în anul 2021 cea mai mare parte a cheltuielilor s-a alocat pentru protecție socială (39,9%) și sănătate (15,8%), ceea ce înseamnă 20,5%, respectiv 8,1% din PIB. Tot în anul 2021, celelalte categorii de cheltuieli publice s-au cifrat la următoarele valori:

- acțiuni economice - 12,3% din cheltuielile publice totale, respectiv 6,3% din PIB;
- servicii publice generale - 11,7% din cheltuielile totale, respectiv 6,0% din PIB;
- educație - 9,4% din cheltuielile totale, respectiv 4,8% din PIB;
- ordine publică și siguranță publică - 3,4% din cheltuielile totale, respectiv 1,7% din PIB;
- apărare - 2,5% din cheltuielile totale, respectiv 1,3% din PIB;
- recreere, cultură, religie - 2,3% din cheltuielile totale, respectiv 1,2% din PIB;
- protecția mediului - 1,6% din cheltuielile totale, respectiv 0,8% din PIB;
- locuințe și facilități comunitare - 1,2% din cheltuielile totale, respectiv 0,6% din PIB.

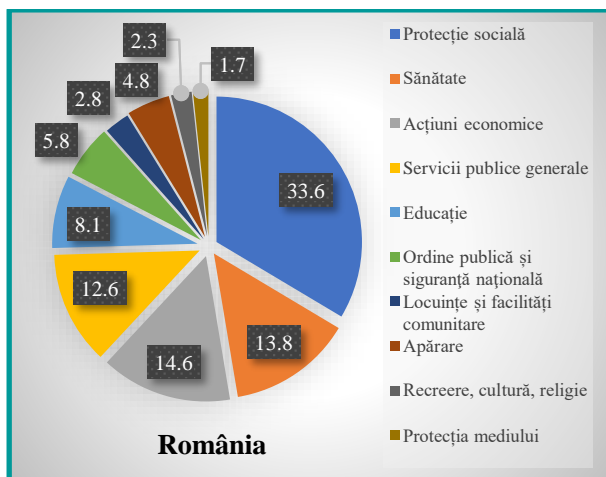
Concluzii similare se desprind și din analiza cheltuielilor publice în mărimi absolute, constatând faptul că cele mai importante creșteri s-au înregistrat la sănătate (+103 miliarde EUR), acțiuni economice (+96 miliarde EUR) și protecție socială (+41 miliarde EUR).

### 3. Structura cheltuielilor publice în România

Analizând structura cheltuielilor publice la nivelul țării noastre, putem remarca faptul că România alocă mai puține fonduri pentru domenii cum ar fi protecția socială, educația și sănătatea comparativ cu media europeană, în timp ce în alte domenii (servicii publice generale, apărare, ordinea publică și siguranța națională) cheltuielile publice sunt mai mari cu circa un punct procentual față de media europeană (figura nr. 4, 5).

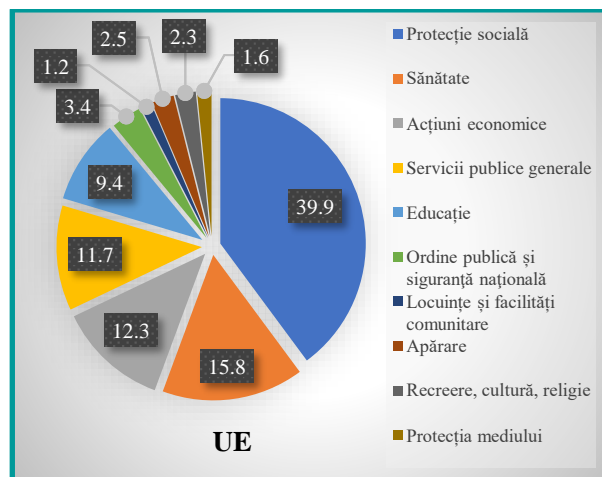
Analizând structura cheltuielilor publice din România și la nivelul Uniunii Europene în anul 2021, putem observa faptul că protecția socială a reprezentat cel mai important domeniu al cheltuielilor publice pentru toate statele membre ale Uniunii Europene, inclusiv România, chiar dacă statul român a alocat pentru protecția socială doar 33,6% din totalul cheltuielilor publice, în vreme ce media europeană se situa la valoarea de 39,9%.





Sursa: Eurostat

Figura nr. 4. Structura cheltuielilor publice în 2021, România (% în total)

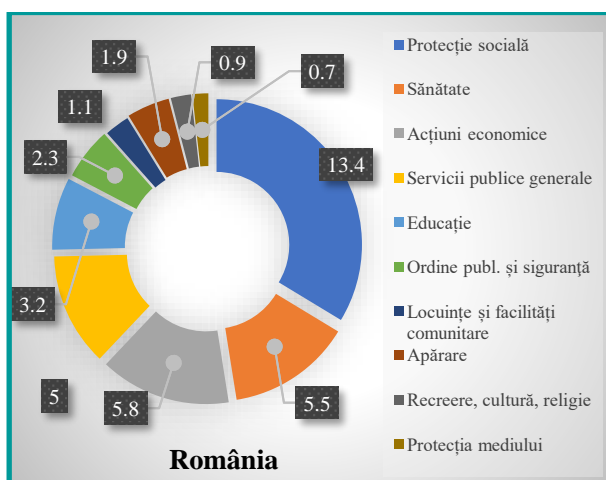


Sursa: Eurostat

Figura nr. 5. Structura cheltuielilor publice în 2021, UE (% în total)

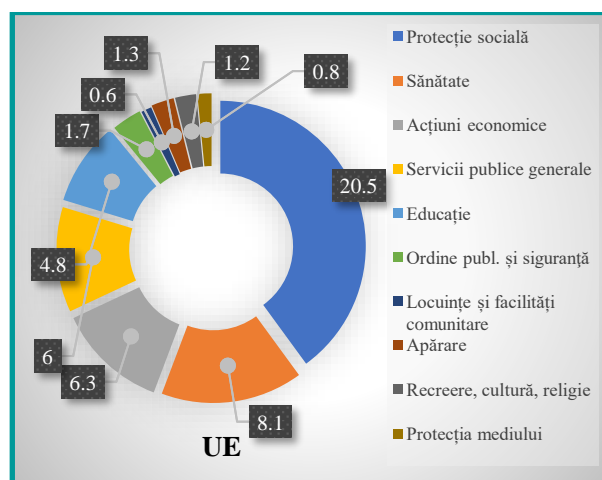
A doua cea mai importantă zonă bugetată la nivelul anului 2021 a fost sănătatea, cu toate că cu o pondere de doar 5,5% din PIB pentru sănătate ne-am situat la mare distanță de media europeană de 8,1% din PIB (figura nr. 6, 7). Următoarele domenii importante sunt reprezentate de afacerile economice (13,8%), serviciile publice generale (12,6%) și educație (8,1%), domenii pentru care valorile înregistrate pentru țara noastră sunt mai aproape de media europeană.

Datele furnizate de baza de date Eurostat arată că România alocă pentru apărare un buget care reprezintă 4,8% din totalul cheltuielilor, în timp ce media europeană se situează la 2,5%. Alte arii în care România alocă mai mult decât valoarea mediei europene (ca pondere în totalul cheltuielilor) sunt ordinea publică și siguranța națională (5,8% față de media UE de 3,4%), locuințe și facilități comunitare (2,8% față de media UE de 1,2%) și protecția mediului (1,7% față de media UE de 1,6%).



Sursa: Eurostat

Figura nr. 6. Structura cheltuielilor publice în 2021, România (% în PIB)



Sursa: Eurostat

Figura nr. 7. Structura cheltuielilor publice în 2021, UE (% în PIB)

#### 4. Concluzii

Întrebuințarea unor fonduri bănești, făcută de stat prin autoritățile sau instituțiile sale publice ori prin unitățile administrativ-teritoriale și în interes public este ceea ce definește cheltuielile publice. Dimensionarea cheltuielilor publice totale și repartizarea acestora pe destinații și beneficiari rezultă direct din necesitatea satisfacerii nevoilor publice, prezentându-se din acest punct de vedere mai întâi ca o chestiune politică de maximă importanță și apoi ca o chestiune economică, de colectare a resurselor bănești necesare pentru acoperirea lor. Este extrem de importantă capacitatea statului de a stabili prioritățile în cadrul bugetului, de a distribui resursele pe baza priorității statului și de a redirectiona resursele de la prioritățile cele vechi la cele noi sau de la activități mai puțin productive la cele cu productivitate mai mare. România este aproape de indicatorii țărilor europene cu micile excepții de prioritate necesare.

### **Bibliografie:**

1. Dascălu E.D., Savu C.S. (2016) *Finanțe publice – Studii de caz*, Editura Fundației România de Măine, București, Editura Fundației România de Măine, București
2. Florescu D. (2013) *Finanțe publice*, Editura Universitară, București
3. Marinescu R.T. (2021) *Finanțe publice: modele de analiză și studii de caz*, Editura Economică, Ediția a II-a, București
4. Stoica C., Marinoiu A.M., Penu D., Busu C. (2015) *Finanțe publice. Eficiența actului de guvernare prin finanțe publice*, Ediția a IV-a, Editura Pro Universitaria, București
5. Văcărel I., coord. (2007) *Finanțe publice*, Editura Didactică și Pedagogică, Ediția a VI-a, București
6. Ministerul Finanțelor, *Raport privind situația macroeconomică pe anul 2022*
7. Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/infographs/cofog/#>
8. Eurostat, [https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/gov\\_10a\\_exp/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/gov_10a_exp/default/table?lang=en)
9. Eurostat, [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Government\\_expenditure\\_by\\_function\\_%E2%80%93\\_COFOG](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Government_expenditure_by_function_%E2%80%93_COFOG)
10. Eurostat, <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20230228-1>

## Repere ale activității investiționale a SIF Banat-Crișana S.A.

**Autor: Mirci Daniela Loredana**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Financial Investment Company Banat-Crișana S.A is a Romanian legal entity, established as a joint-stock company in November 1996, as the successor of Fondul Proprietății Private I Banat-Crișana established in 1992, and is one of the five financial investment companies in Romania listed at the Bucharest Stock Exchange.*

*Today the company's investment policy is focused on obtaining medium and long-term value increases of managed assets and adequate risk management.*

### 1. Prezentarea societății de investiții SIF Banat-Crișana S.A.

Societatea de Investiții Financiare Banat-Crișana S.A. („SIF Banat-Crișana”) **este constituită ca societate pe acțiuni** din noiembrie 1996 în conformitate cu prevederile Legii nr. 31/1990 privind societățile, fiind persoană juridică română cu capital integral privat, cu o durată de funcționare de 99 de ani, fiind înregistrată la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul Arad sub numărul J02/1898/1992, având Codul unic de înregistrare 2761040.

SIF Banat-Crișana **este constituită ca societate de investiții autoadministrată** și este autorizată de Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF) în calitate Administrator de Fonduri de Investiții Alternative (AFIA), în conformitate cu Legea nr. 74/2015 prin Autorizația numărul 78/09.03.2018, fiind înregistrată în Registrul public ASF cu numărul AFIAA PJR07.1AFIAA/020007 din 09.03.2018.

În conformitate cu prevederile Legii nr. 243/2019 privind reglementarea fondurilor de investiții alternative, SIF Banat-Crișana se califică ca *Fond de Investiții Alternative de tip închis, diversificat, destinat investitorilor de retail (FIAIR), autoadministrat.*

SIF Banat-Crișana **este listată la Bursa de Valori București** din data de 1 noiembrie 1999, acțiunile fiind tranzacționate pe piața reglementată - categoria Premium sub simbolul SIF1 (ISIN: ROSIFAACNOR2).

**Domeniul principal de activitate** al SIF Banat-Crișana este, conform clasificării activităților din economia națională, intermediari financiare cu excepția activităților de asigurări și ale fondurilor de pensii, iar obiectul principal de activitate: alte intermediari financiare n.c.a. (cod CAEN 6499).

În calitatea sa de Administrator de Fonduri de Investiții Alternative **activitățile principale pe care le desfășoară**, în conformitate cu prevederile din Actul Constitutiv și cu legislația AFIA, sunt:

- a) administrarea portofoliului;
- b) administrarea riscurilor;
- c) alte activități desfășurate în cadrul administrării colective a unui fond de investiții, permise de legislația în vigoare, precum:
  - administrarea entității: servicii juridice și de contabilitate a societății, cereri de informare din parte investitorilor, evaluarea activelor, returnări de taxe, controlul respectării legislației aplicabile, ținerea registrului deținătorilor de titluri de participare, distribuția veniturilor, emisiuni și răscumpărări de titluri de participare, decontarea de contracte, inclusiv emiterea de certificate, ținerea evidențelor.
  - distribuire;
  - activități legate de activele F.I.A.: servicii necesare pentru îndeplinirea atribuțiilor de administrare ale AFIA, administrarea infrastructurilor, administrarea bunurilor imobiliare,

consultanță acordată entităților cu privire la structura capitalului, strategia industrială și aspectele conexe acestora, consultanță și servicii privind fuziunile și achizițiile de entități, precum și alte servicii legate de administrarea F.I.A. și a societăților și a altor active în care a investit.

**Strategia investițională** a SIF Banat-Crișana pe termen lung urmărește maximizarea performanțelor portofoliului în vederea creșterii valorii activelor administrate și a veniturilor din investiții.

**Obiectivul financiar** este fructificarea unui randament agregat al portofoliului generat din câștig de dividend și câștig de capital.

SIF Banat-Crișana are ca **obiectiv investițional** administrarea eficientă a unui portofoliu diversificat de active de calitate, în măsură să asigure un flux constant de venituri, conservarea și creșterea pe termen mediu-lung a capitalului, în scopul creșterii valorii pentru acționari și obținerea unor randamente cât mai ridicate ale capitalului investit.

SIF Banat-Crișana administrează un portofoliu complex, instrumentele financiare în care investește cu precădere sunt acțiuni, instrumente cu venit fix și unități de fond. Toate participațiile semnificative sunt structurate funcție de portofoliile relevante de instrumente financiare și riscurile acestora, în 3 **clase de instrumente** astfel:

- *instrumente de capitaluri*: acțiuni cotate, acțiuni necotate;
- *instrumente de datorie*: obligațiuni guvernamentale, obligațiuni municipale, obligațiuni corporative, depozite bancare (plasamente), unități de fond emise de FIA;
- *instrumente derivate* cu scopul reducerii / acoperirii / administrării riscului.

Alocările strategice pe clase de active și în interiorul fiecărei clase se bazează pe evaluări ale atractivității individuale a oportunităților de investiții, în condițiile mediului macroeconomic și de piață existente la momentul respectiv.

Investițiile se efectuează pe o perioadă determinată de timp, în condițiile de prudențialitate reglementate, sub o monitorizare și un control adecvat al riscurilor, în vederea asigurării unui echilibru constant între risc și profitul așteptat. Procesul de luare a deciziilor investiționale este formalizat prin proceduri interne și nivele de competențe aprobate de Consiliul de Administrație al societății.

Societatea aplică o strategie de ieșire adaptată specificului fiecărei investiții în parte, definită pe baza: strategiei aplicate; obiectivelor investiționale; condițiilor (declanșatorii ale) tranzacției de ieșire.

Executarea diferitelor strategii de ieșire este adaptată și corelată cu o serie de factori interni și externi, cum ar fi: perspectivele economice generale; evoluția piețelor financiare; lichiditatea titlurilor listate și volumele de tranzacționare zilnice; regionalitatea afacerilor mici; bariere de acces (interes), în funcție de structura acționariatului; necesarul de lichidități al SIF Banat-Crișana.

#### **Direcții de acțiune în administrarea portofoliului:**

- constituirea unui portofoliu divers de active capabile să atingă randamente țintă la nivelul de risc asumat;
- creșterea calității portofoliului, ca bază a aprecierii valorii acestuia și a capacității de generare constantă de venituri;
- gestionarea și dezvoltarea portofoliului astfel încât să se adapteze profilului global de risc;
- dezvoltarea domeniilor specifice de expertiză care constituie baza operațiunilor
- îmbunătățirea practicilor de guvernanta corporativă.

## **2. Structura acționariatului și performanța acțiunilor SIF Banat-Crișana**

La finalul anului 2022, SIF Banat-Crișana avea 5.741.874 acționari, conform datelor raportate de Depozitarul Central S.A. București, societatea care ține registrul acționarilor Societății. Cea mai mare pondere în numărul total de acționari, de 39,7% o au persoanele fizice române (Tabelul 1.).

În ceea ce privește numărul de acțiuni deținute, dintr-un total de 507.510.056 acțiuni emise până la sfârșitul anului 2022, ponderea cea mai mare, de 59,4842% o dețin persoanele juridice.

SIF Banat-Crișana deține 7.912.307 acțiuni proprii, dobândite în cadrul ofertei publice de cumpărare derulate în perioada 29 septembrie – 12 octombrie 2021 derulată în baza programelor de răscumpărare aprobate de AGEA din 27 aprilie 2020 și 2 noiembrie 2020.

**Tabelul 1. Structura acționariatului SIF Banat-Crișana la data de 31.12.2022**

	Număr acționari	Dețineri
<b>TOTAL</b>	<b>5.741.874</b>	<b>100%</b>
Persoane fizice române	5.739.622	39,70%
Persoane fizice nerezidente	2.113	0,33%
Persoane juridice române	113	38,69%
SIF Banat-Crișana	1	1,54%
Persoane juridice nerezidente	25	19,74%

Sursa: <https://www.sif1.ro/ro/despre-sif-banat-crisana/informatii-cheie/structura-actionariatului/>

În momentul de față, capitalul social al SIF Banat-Crișana are valoarea de 51.542.236,3 lei fiind divizat în 515.422.363 acțiuni (507.510.056 fiind în circulație) cu valoarea nominală de 0,1 lei și este rezultat din subscrierile directe efectuate la capitalul social al SIF (Tabelul 2.), prin transformarea în acțiuni a sumelor cuvenite ca dividende în baza legii nr. 55/1995 și prin efectul legii 133/1996.

**Tabelul 2. Caracteristicile acțiunilor emise de SIF Banat-Crișana**

Număr total de acțiuni emise (30 septembrie 2022)	<b>515.422.363</b>
Număr de acțiuni în circulație (30 septembrie 2022)	<b>507.510.056</b>
Valoare nominală	<b>0,1000 lei /acțiune</b>
Tipul acțiunilor	<b>comune, ordinare, nominative, dematerializate, indivizibile</b>
Piața de tranzacționare	<b>Piața reglementată la vedere a Bursei de Valori București (BVB), categoria Premium</b>
Simbol BVB	<b>SIF1</b>
Identificator internațional	<b>Bloomberg BBGID: BBG000BMN388</b>
Cod ISIN	<b>ROSIFAACNOR2</b>
Indici care conțin acțiunea SIF1	<b>Indicii BVB: BET-FI, BET-BK, BET-XT, BET-XT-TR și BET-XT-TRN</b>

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 10, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

Indicii BVB care conțin SIF1 sunt:

**BET-FI** este primul indice sectorial al BVB și reflectă tendința de ansamblu a prețurilor fondurilor de investiții financiare (SIF-urile și Fondul Proprietatea) tranzacționate pe piața reglementată BVB. Variația indicelui BET-FI în trimestrul III 2022: -5,78% iar în anul 2022: -9,54%. Pondere SIF1 în BET-FI: 18,29% (septembrie 2022).

**BET-BK** este un indice de prețuri ponderat cu capitalizarea free-float-ului celor mai lichide societăți listate pe piața reglementată a BVB, ce poate fi folosit ca benchmark de către administratorii de fonduri, dar și de alți investitori instituționali, metodologia de calcul reflectând cerințele legale și limitele de investiții ale fondurilor. Variația indicelui BET-BK trimestrul III 2022: -11,06% iar în anul 2022: -20,59%. Pondere SIF1 în BET-BK: 2,54% (septembrie 2022).

**BET-XT** este un indice blue-chip și reflectă evoluția prețurilor celor mai lichide 25 de companii tranzacționate în segmentul de piață reglementată, inclusiv SIF-urile, ponderea maximă a

unui simbol în indice fiind de 15%. Variația indicelui BET-XT în trimestrul III 2022: -12,57% iar în anul 2022: -17,46%. Pondere SIF1 în BET-XT: 2,57% (septembrie 2022).

**BET-XT-TR** este varianta de tip total return a indicelui BET-XT, reflectând atât evoluția prețurilor companiilor componente, cât și dividendele oferite de acestea. Variația indicelui BET-XT-TR în trimestrul III 2022: -10,30% iar în anul 2022: -9,87%. Pondere SIF1 în BET-XT-TR: 2,83% (septembrie 2022).

**BET-XT-TRN** este varianta de tip net total return a indicelui BET-XT. Indicele BET-XT-TRN reflectă atât evoluția prețurilor companiilor componente cât și a reinvestirii dividendelor nete oferite de acestea. Variația indicelui BET-XT-TRN în trimestrul III 2022: -10,42% iar în anul 2022: -10,29%. Pondere SIF1 în BET-XT-TRN: 2,83% (septembrie 2022).

Așa cum am precizat anterior, acțiunile emise de SIF Banat Crișana sunt tranzacționate la Bursa de Valori București din noiembrie 1999. Toate acțiunile sunt ordinare, au fost subscrise și sunt plătite integral. Toate acțiunile au același drept de vot și au o valoare nominală de 0,1 lei/ acțiune. Numărul de acțiuni autorizate a fi emise este egal cu cel al acțiunilor emise.

Evoluția prețului de tranzacționare a acțiunilor SIF Banat Crișana din momentul listării la bursă și până la data de 17.02.2023 poate fi observată în Figura 1. Se remarcă punctul de maxim al prețului acțiunilor în data de 23 iulie 2007 când acesta a fost de 4,20 lei, dar și un minim istoric al acestuia de doar 0,38 lei în 23 februarie 2009.



**Figura 1. Istoricul tranzacționării acțiunilor SIF Banat-Crișana (1 noiembrie 1999 – 17 februarie 2023)**

Sursa: <https://www.sif1.ro/ro/informatii-pentru-investitori/actiunea-sif1/date-bursiere/>

Cel mai mare preț de tranzacționare din ultimii ani a fost de 3,04 lei în 29 ianuarie 2018, după care se înregistrează valori fluctuante determinate de evenimentele care s-au succedat de la debutul pandemiei cu COVID-19 și până acum și care și-au pus amprenta asupra evoluției pieței de capital. Astfel, prețul acțiunilor SIF Banat Crișana la finalul anului 2020 a fost cu 0,53 lei mai mic decât cel de la sfârșitul anului 2019, determinând desigur și o scădere a capitalizării bursiere de 19,73%. În 2021 are loc o redresare, chiar dacă nu la nivelul anului 2019, urmată în 2022 de o nouă scădere a cotației acțiunilor societății (Tabelul 3.).

Cele mai recente analize realizate de SIF Banat Crișana și incluse în *Raportul trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022*, arată că în perioada ianuarie – septembrie 2022, titlul societății s-a tranzacționat la BVB în cadrul a 189 de ședințe de tranzacționare.

Prețul acțiunilor a scăzut cu 2,39%, de la un curs de 2,51 lei (prețul de închidere în 3 ianuarie 2022, prima ședință de tranzacționare a anului), la 2,45 lei (prețul de închidere în 30 septembrie). Prețul maxim atins a fost de 2,56 lei în ședința de tranzacționare din data de 4 ianuarie, minimul înregistrându-se în ședința de tranzacționare din 4 martie, când prețul SIF1 a scăzut la 2,1000 lei pe

acțiuni (preț de închidere), plaja de tranzacționare între maximum și minimum perioadei fiind de 21% (luând în calcul valorile înregistrate la închiderea ședințelor de tranzacționare). (Figura 2.)

**Tabelul 3. Principalii indicatori ai acțiunilor SIF Banat-Crișana**

	2017	2018	2019	2020	2021	T3 2022
<b>Preț (lei, la închiderea ședinței)</b>						
<b>minim</b>	1,8520	1,9800	1,9550	1,8450	2,1700	2,1000
<b>maxim</b>	2,8200	3,0600	2,8800	2,9900	2,8300	2,5600
<b>final de perioadă</b>	2,7700	2,0400	2,7300	2,2000	2,5400	2,4500
<b>Profit net per acțiune (lei)</b>	0,134	0,149	0,309	0,179	0,754	0,0143
<b>Preț / Profit net per acțiune</b>	20,7	13,7	8,9	12,29	3,36	171,33
<b>VAN per acțiune (lei)</b>	5,0111	4,3067	5,2959	5,6051	6,7170	5,8902
<b>Dividend (lei/acțiune)</b>	-	-	-	-	-	0,06
<b>Capitalizare bursieră* (mil. lei)</b>	1.440,40	1.055,62	1.412,67	1.133,93	1.309,17	1.262,78

\* la prețul de închidere din ultima ședință de tranzacționare a perioadei

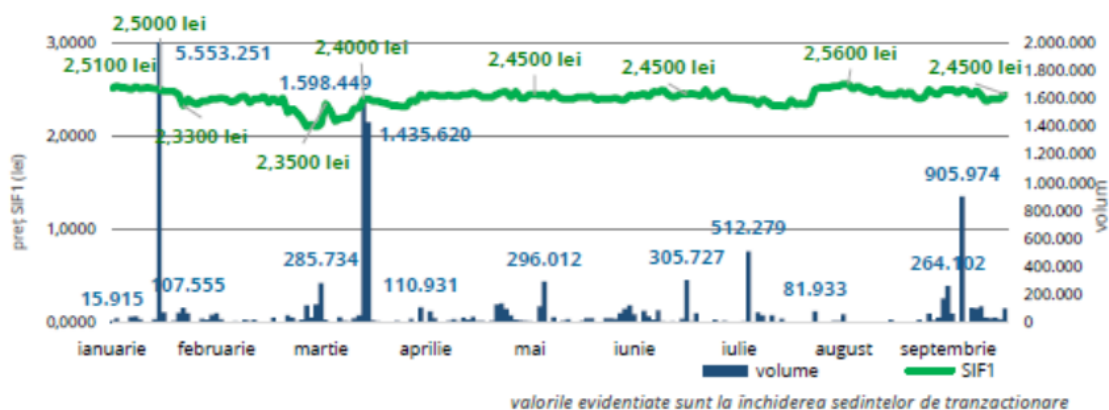
Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 11, disponibil la:

<https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

Volumul maxim zilnic de acțiuni tranzacționate pe piața principală Regular (REGS) a fost de 5.553.251, înregistrat în 17 ianuarie 2022.

Lichiditatea titlului SIF1 a scăzut față de perioada similară a anului precedent, tranzacționându-se în total 16.646.148 de acțiuni, reprezentând 3,23% din totalul acțiunilor emise. În 166 din cele 189 de ședințe volumul de acțiuni transferat a fost sub 100.000 de unități. Valoarea totală a acțiunilor tranzacționate pe piața principală Regular a fost de 40.592.630 lei.

Capitalizarea bursieră a titlului SIF1 a fost de 1.262,78 milioane lei în 30 septembrie 2022, calculată la prețul de închidere, pentru total acțiuni emise.



**Figura 2. Prețul acțiunilor SIF1 și volumul tranzacționat în ianuarie-septembrie 2022**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 11, disponibil la:

<https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

La data de 17.02.2023, prețul de tranzacționare al acțiunilor societății a fost de 2,42 lei, cu o variație față de cel din ziua precedentă de -0,41% (Tabelul 4.). În această zi au fost tranzacționate 354 de acțiuni într-un număr de 12 tranzacții.



**Tabelul 4. Informații bursiere privind acțiunile SIF Banat-Crișana la ședința de tranzacționare din data de 17.02.2023**

Preț curent:	2,4200 (lei)	Variație:	-0,0100 (lei) -0,41 (%)
Preț deschidere	2,4300 (lei)	Volum:	354 (acțiuni)
Preț minim:	2,4200 (lei)	Capitalizare:	1328215228,56 (lei)
Preț maxim:	2,4600 (lei)	Stare:	Închis

Sursa: <https://www.sif1.ro/ro/informatii-pentru-investitori/actiunea-sif1/date-bursiere/>

Dinamica tranzacționării acțiunilor societății pe piața reglementată a BVB pe o perioadă scurtă de timp, de numai câteva zile (Tabelul 5.) relevă variația permanentă atât a prețului de tranzacționare, dar și a numărului de tranzacții efectuate zilnic, precum și a numărului acțiunilor tranzacționate. Astfel, în intervalul 7.02.2023-17.02.2023 cel mai mare număr de tranzacții s-a realizat în data de 15.02, iar cel mai mare număr de acțiuni tranzacționate, respectiv 24.256 a fost în data de 9.02. Valoarea acțiunilor s-a ridicat în acea zi la 58.245,98 lei, la un preț nemodificat față de ziua precedentă de 2,43 lei per acțiune.

**Tabelul 5. Tranzacționarea acțiunilor SIF Banat-Crișana în perioada 7.02.2023-17.02.2023**

Data	Piata	Tranzactii	Volum	Valoare	Pret deschidere	Pret minim	Pret maxim	Pret mediu	Pret inchidere	Var. (%)
17.02.2023	REGS	12	354	866,37	2,4600	2,4200	2,4600	2,4500	2,4200	-0,4100
16.02.2023	REGS	21	10.151	24.712,24	2,4200	2,4200	2,4500	2,4300	2,4300	-0,8200
15.02.2023	REGS	35	17.137	41.825,92	2,4400	2,4100	2,4700	2,4400	2,4500	0,4100
14.02.2023	REGS	18	9.103	21.912,96	2,4100	2,4000	2,4400	2,4100	2,4400	1,2400
13.02.2023	REGS	24	12.015	29.192,45	2,4300	2,4100	2,4500	2,4300	2,4100	-1,2300
10.02.2023	REGS	3	3.656	8.885,08	2,4300	2,4300	2,4400	2,4300	2,4400	0,4100
09.02.2023	REGS	24	24.256	58.245,98	2,4300	2,3900	2,4300	2,4000	2,4300	0,0000
08.02.2023	REGS	18	9.739	23.403,81	2,4000	2,4000	2,4300	2,4000	2,4300	0,0000
07.02.2023	REGS	16	14.138	34.144,86	2,4300	2,4000	2,4300	2,4200	2,4300	0,4100

Sursa: <https://bvb.ro/FinancialInstruments/Details/FinancialInstrumentsDetails.aspx?s=SIF1>

### 3. Activitatea investițională a SIF Banat-Crișana

#### 3.1. Evoluția activului net

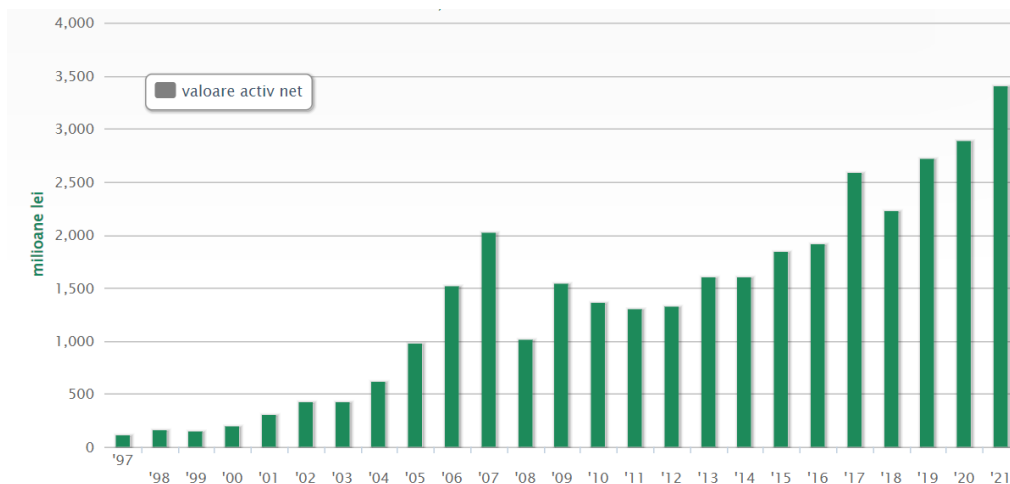
SIF Banat-Crișana, în calitate de *Fond de investiții alternative destinat investitorilor de retail* (F.I.A.I.R.) începând cu data de 1 iulie 2021, calculează valoarea activului net în conformitate cu prevederile *Legii nr. 243/2019 privind reglementarea fondurilor de investiții alternative și pentru modificarea și completarea unor acte normative și ale Regulamentului ASF nr. 7/2020 privind autorizarea și funcționarea fondurilor de investiții alternative* cu modificările și completările ulterioare.

Potrivit Regulamentului ASF nr. 7/2020, valoarea activului net al unui F.I.A.I.R. înființat ca societate de investiții se determină ca diferență între valoarea totală a activelor și valoarea însumată a datoriilor și a veniturilor înregistrate în avans. În calculul valorii însumate a datoriilor sunt incluse atât datoriile curente, cât și cele necurente (incluzând impozitului pe profit amânat), precum și provizioanele constituite.

Pentru primii 11 ani de activitate, valoarea activului net a SIF Banat-Crișana a avut o evoluție ascendentă, ajungând în anul 2007 la 2025 milioane lei (Figura 3.). Dar, prăbușirea susținută și abruptă a majorității piețelor de capital din lume și implicit a BVB, datorată crizei economice mondiale a dus la scăderea VAN a societății în anul 2008, portofoliul de titluri listate deținut de societate înregistrând depreciere de valoare și lichiditate comparabile cu deprecierea generală a



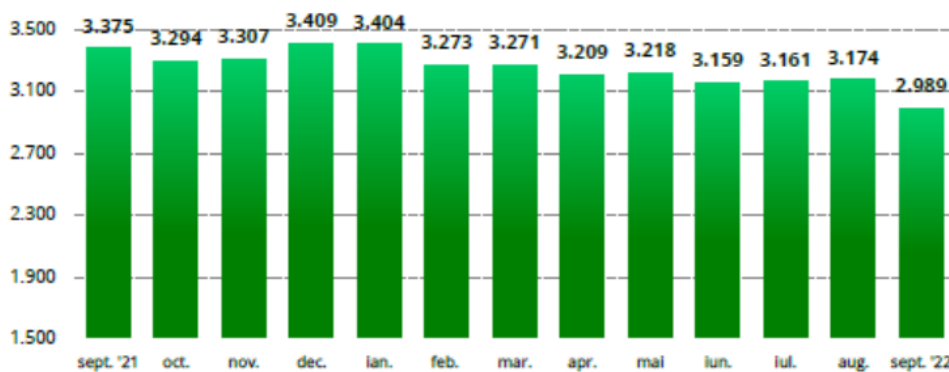
indicilor bursieri. În următorii ani activul net prezintă fluctuații, dar nivelul acestuia din 2007 ajunge să fie depășit abia în anul 2017. Urmează o nouă scădere în anul 2018, după care în ultima parte a intervalului are loc o creștere susținută a activului, acesta ajungând în 2021 la cea mai mare nivel, respectiv 3409 milioane lei.



**Figura 3. Evoluția anuală a valorii activului net al SIF Banat-Crișana în perioada 1997-2022 (milioane lei)**

Sursa: <https://www.sif1.ro/ro/investitii/activul-net/>

Calculul VAN și VUAN se efectuează de către SIF Banat-Crișana cu o frecvență lunară, valorile fiind certificate de către banca depozitară Banca Comercială Română (BCR).



**Figura 4. Evoluția lunară a valorii activului net al SIF Banat-Crișana în perioada septembrie 2021 – septembrie 2022 (milioane lei)**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 5, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

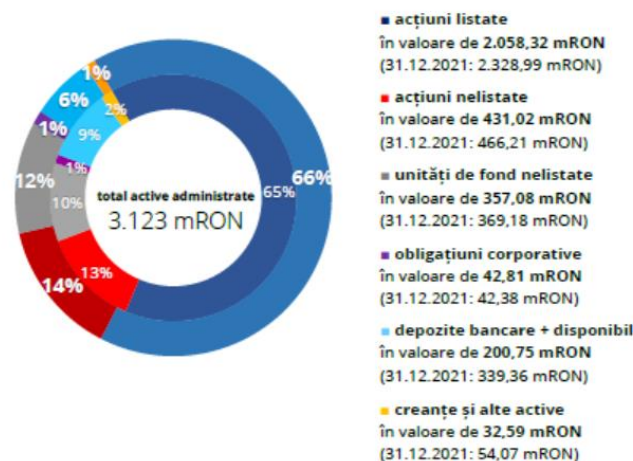
Valoarea activului net VAN al SIF Banat-Crișana a fost de 2.989,34 milioane lei la 30 septembrie 2022, cu 5,66% sub valoarea de 3.158,63 milioane lei înregistrată la 30 iunie 2022 și cu 12,92% sub valoarea de 3.375,48 milioane lei calculată la 30 septembrie 2021 (Figura 4.). Valoarea activului net pe acțiuni (VUAN) a fost de 5,8902 lei la 30 septembrie 2022 (30 iunie 2022: 6,2238 lei).

### 3.2. Structura portofoliului investițional

Limitele și restricțiile investiționale incidente operațiunilor derulate de SIF Banat-Crișana respectă dispozițiile legale aplicabile, instituite prin Legea nr. 243/2019 privind reglementarea

fondurilor de investiții alternative, având în vedere că în conformitate cu prevederile acestei legi SIF Banat-Crișana se clasifică ca Fond de Investiții Alternative de tip închis, diversificat, destinat investitorilor de retail (FIAIR).

Valoarea totală a activelor administrate de SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022, potrivit ultimei raportări a societății este de 3.123 milioane lei, cu 15,27% sub valoarea la 31 decembrie 2021, deprecierea fiind determinată de scăderea cotațiilor bursiere ale principalelor dețineri din portofoliu.



**Figura 5. Ponderea principalelor categorii de active administrate de SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 7, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

Valoarea portofoliului de acțiuni (deținut în companii listate și nelistate) reprezenta 80% din totalul activelor administrate de SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022, cifrându-se la 2.489,34 milioane lei (Figura 5.). La 30 septembrie 2022, SIF Banat-Crișana deținea *participații majoritare* - peste 50% din capitalul social al emitentului – în 13 companii (Figura 6.), cu o valoare însumată de 1.031,24 milioane lei, reprezentând 41% din valoarea portofoliului de acțiuni (34,5% din VAN).



**Figura 6. Structura portofoliului de acțiuni pe sectoare de activitate a SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 7, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

Societatea deține acțiuni în societăți care operează în diferite sectoare de activitate (Figura 6.). Așa cum se poate observa din tabelul 2.1., la 30 septembrie 2022 societatea deținea preponderent

acțiuni în societăți care activează în domeniul financiar-bancar și asigurări, cu o pondere de 45,9% din total portofoliu, în scădere ușoară față de ponderea de 49,9% înregistrată la 31 decembrie 2021.

În cadrul societăților din industria prelucrătoare, SIF Banat-Crișana deține acțiuni în valoare de 656,87 milioane lei, având o pondere de 26,4% în totalul portofoliului său, dar și aceasta în ușoară scădere față de ponderea de la finalul anului 2021. Este de remarcat creșterea ponderii (16% versus 13,8%) a ponderii acțiunilor deținute la societățile care au ca domeniu de activitate serviciile financiare aplicabile domeniului imobiliar.

Înclinația societății spre diversificarea portofoliului este susținută și de participațiile deținute în alte domenii de activitate precum cel hotelier și de restaurație, industria extractivă, comerț, transport și depozitare etc.

**Tabelul 6. Valoarea și structura portofoliului de acțiuni deținut de SIF Banat-Crișana pe sectoare de activitate**

	30 septembrie 2022 (lei)	%	31 decembrie 2021 (lei)	%
Intermedieri financiare si asigurari	1.140.150.996	45,9%	1.409.857.853	49,9%
Industria prelucratoare	656.875.590	26,4%	796.836.286	28,2%
Hoteluri si restaurante	129.499.880	5,2%	97.642.827	3,5%
Comert cu ridicata si cu amanuntul, repararea autovehiculelor	39.066.175	1,6%	39.048.278	1,4%
Productia si furnizarea de energie, gaze, apa	0	0,0%	27.214.550	1,0%
Industria extractiva	81.871.904	3,3%	17.897.034	0,6%
Alte activitati	332.010	0,0%	1.174.734	0,0%
Servicii financiare aplicabile domeniului imobiliar	398.152.984	16,0%	390.087.877	13,8%
Constructii	605.080	0,0%	606.059	0,0%
Transport si depozitare	34.973.734	1,4%	44.560.504	1,6%
Inchirieri bunuri imobiliare	2.572.921	0,1%	2.319.072	0,1%
Agricultura, silvicultura si pescuit	167.535	0,0%	151.713	0,0%
<b>TOTAL</b>	<b>2.484.268.808</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.827.396.787</b>	<b>100,0%</b>

Sursa: SIF Banat-Crișana S.A., Situații Financiare individuale interimare simplificate la 30 septembrie 2022, p. 15, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/situatii-financiare-T3-2022.pdf>

Scăderea valorii totale a portofoliului administrat față de sfârșitul anului precedent se datorează evoluțiilor descendente ale piețelor de capital în primele 9 luni ale anului, cu influență nefavorabilă asupra prețurilor de piață ale activelor financiare listate, aflate în portofoliul Societății.



**Figura 7. Structura portofoliului de acțiuni pe categorii de dețineri a SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 7, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

SIF Banat-Crișana deține acțiuni la 93 de emitenți. În cazul a 48 de emitenți societatea deține între 5 și 33% dintre acțiunile acestora, iar în cazul a 29 de emitenți deține acțiuni sub 5% din numărul emis de aceștia dar cu o valoare totală de 934,72 milioane lei (Figura 7.).



**Figura 8. Structura portofoliului de acțiuni în funcție de lichiditate a SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 9, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

De asemenea, SIF Banat-Crișana deține, în proporție de 83% din portofoliul său acțiuni la 32 de societăți listate la bursă în valoare de 2058,32 milioane lei la 30 septembrie 2022 (Figura 8.).



**Figura 9. Structura portofoliului de acțiuni în funcție de expunerea geografică a SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022**

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 9, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

Acțiunile deținute pe piețele externe, respectiv Austria și Cipru, reprezintă doar 18% din totalul portofoliului ca număr de emitenți și 20% ca valoare a acțiunilor, ponderea covârșitoare având-o emitenții de pe piața de capital din România (Figura 9.).

**Tabelul 7. Top 10 societăți din portofoliul SIF Banat-Crișana la 30 septembrie 2022**

	Emitent (simbol bursier)	Domeniu de activitate	Deținere	Valoare* [lei]	% din VAN
1	Banca Transilvania (TLV)	financiar-bancar	4,78%	564.516.429	18,88%
2	SIF Imobiliare Plc (SIFI)	imobiliare	99,99%	345.788.703	11,57%
3	SIF1 IMGB	imobiliare	99,92%	209.731.386	7,02%
4	Biofarm (BIO)	ind. farmaceutică	36,75%	204.946.668	6,86%
5	SIF Muntenia (SIF4)	financiar	17,93%	170.906.244	5,72%
6	BRD Groupe Société Générale (BRD)	financiar-bancar	1,95%	151.132.017	5,06%
7	Vrancart (VNC)	ind. celulozei și hârtiei	75,50%	139.472.026	4,67%
8	Erste Group Bank AG (EBS)	financiar-bancar	0,23%	112.045.360	3,75%
9	OMV Petrom (SNP)	energie-utilități	0,35%	81.871.904	2,74%
10	SAI Muntenia Invest	financiar (AFIA)	99,98%	78.694.262	2,63%
<b>TOTAL</b>				<b>2.059.104.999</b>	<b>68,88%</b>

Sursa: SIF Banat-Crișana, Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022, p. 9, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>

Pe prima poziție în topul primelor zece societăți la care SIF Banat-Crișana deține acțiuni, în funcție de valoarea acestora se situează Banca Transilvania cu o pondere de 18,88% din VAN la 30 septembrie 2022 (Tabelul 7.). Tot din sectorul financiar bancar observăm prezența BRD Groupe Société Générale și a Erste Group Bank AG, iar din cel financiar a SIF Muntenia și a SAI Muntenia Invest. Din domeniul imobiliar SIF Imobiliare Plc și SIF1 IMGB au împreună o pondere de 18,59% din valoarea activului net al societății.

De asemenea, la data de 30 septembrie 2022 și 31 decembrie 2021 societatea deține unități de fond la Fondurile Închise de Investiții Active Plus, Optim Invest, Certinvest Acțiuni, Star Value și Romania Strategy Fund. Societatea este expusă riscului de preț prin prisma plasamentelor efectuate cu grad diferit de risc de către aceste Fonduri de Investiții, valoarea justă a investițiilor în aceste active fiind la 30 septembrie 2022 de 357.081.224 lei (31 decembrie 2021: 369.180.263 lei).

## Concluzii

După adoptarea Legii 243/2019 privind reglementarea fondurilor de investiții alternative care a eliminat pragul de deținere de 5%, societățile de investiții financiare din România au intrat într-o nouă etapă a existenței lor, iar SIF Banat-Crișana nu a făcut excepție. Astfel, valorificarea mai bună a activelor deținute a avut implicații pozitive asupra prețului propriilor acțiuni.

Specialiștii sunt de părere că valoarea activului net este indicatorul standard folosit pentru evaluarea societăților de investiții financiare și baza pentru deciziile de investiții. Ponderea mare a companiilor listate la bursă din portofoliul SIF Banat-Crișana îi conferă un grad mare de atractivitate în rândul investitorilor, dar nu este singurul. Societatea deține în activ pachete de acțiuni la societăți din diverse domenii de activitate, precum cel bancar, financiar, hotelier etc.

De altfel, analizele de piață bazate pe datele oferite de BVB și ASF baza situațiilor raportate de SIF Banat-Crișana, plasează societatea pe primul loc în rândul celor cinci societăți de investiții financiare din România după valoarea activului net.

## Bibliografie:

1. SIF Banat-Crișana (2021) *Regulile SIF Banat-Crișana*, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/download-documente//FIAIR/REGULILE%20FONDULUI.pdf>
2. SIF Banat-Crișana, *Raport trimestrial întocmit la 30 septembrie 2022*, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/Raport-T3-2022.pdf>
3. SIF Banat-Crișana S.A., *Situații Financiare individuale interimare simplificate la 30 septembrie 2022*, disponibil la: <https://www.sif1.ro/wp-content/raportare-financiara/2022/T3-2022/situatii-financiare-T3-2022.pdf>
4. SIF Banat-Crișana, *Raport annual pentru exercițiul financiar 2008*, disponibil la: <https://www.sif1.ro/ro/informatii-pentru-investitori/>
5. <https://www.sif1.ro/ro/despre-sif-banat-crisana/>
6. <https://www.sif1.ro/ro/investitii/>
7. <https://bvb.ro/FinancialInstruments/Details/FinancialInstrumentsDetails.aspx?s=SIF1>
8. <https://www.goldring.ro/societate-de-investitii-financiare%E2%80%AF-sif/>
9. <https://www.financialmarket.ro/terms/societate-de-investitii-financiare-sif/>
10. <https://www.bursa.ro/sif-urile-intr-o-noua-etapa-a-existentei-60935838>



## Studiul privind armonizarea fiscală în țările membre UE

**Autor: Recean Gabriela**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Monea Alin**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** Tax harmonization in the EU represents a complex process that involves improving cohesion and economic competitiveness between member states. Its main goal is to reduce the differences between tax systems in the EU, so that they become more compatible and can function better together.

Tax harmonization in the EU can bring significant benefits, such as improving the business environment and reducing administrative costs for companies operating in multiple member states. However, there are challenges in achieving consensus among all member states and finding a balance between the interests of different countries.

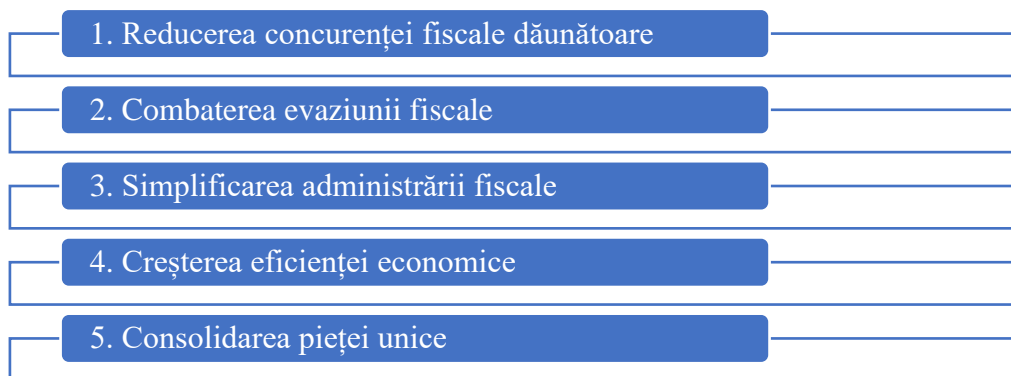
In this study, I aim to analyze mainly the harmonization of indirect taxes, in which the EU coordinates and harmonizes legislation and to elucidate the arguments for and against tax harmonization.

### 1. Noțiuni generale privind armonizarea fiscală

#### 1.1. Delimitări conceptuale privind armonizarea fiscală și necesitatea acesteia

Armonizarea fiscală este în general înțeleasă ca un proces de ajustare a sistemelor fiscale ale diferitelor jurisdicții în urmărirea unui obiectiv comun de politică. În contextul Actului Unic European, armonizarea fiscală implică înlăturarea denaturărilor fiscale care afectează mișcările mărfurilor și factorilor pentru a realiza o alocare mai eficientă a resurselor în cadrul unei piețe integrate.

**Necesitatea armonizării fiscale** reprezintă o condiție esențială în vederea asigurării celor patru libertăți fundamentale: libera circulație a bunurilor, persoanelor, capitalurilor și serviciilor în spațial comunitar. De asemenea, armonizarea fiscală este necesară pentru:



Sursa: Realizat de autor

**Figura nr. 1.1. Necesitatea armonizării fiscal în UE**

În contextul politicii generale a UE, politica fiscală este considerată a fi esențială, pentru toate statele Uniunii Europene. Într-o comunicare din 23 mai 2001 intitulată „Politica fiscală în Uniunea Europeană – Priorități pentru anii următori”, comisia și-a reiterat convingerea că nu este necesară o

armonizare globală a sistemelor fiscale ale statelor membre. Cu condiția să respecte normele UE, statele membre sunt libere să aleagă sistemele fiscale pe care le consideră cele mai adecvate și în funcție de preferințele lor. În plus, orice propunere de acțiune a UE în domeniul fiscal trebuie să țină cont de principiile subsidiarității și proporționalității.

Ar trebui să existe o acțiune la nivelul UE numai în cazul în care acțiunile statelor membre individuale nu ar putea oferi o soluție eficace. De fapt, multe probleme fiscale necesită pur și simplu o mai bună coordonare a politicilor naționale.

Astfel, păstrarea suveranității statale în politica fiscală a făcut ca procesul armonizării fiscale să se desfășoare destul de lent, progresele fiind modeste și limitate doar la anumite impozite, precum cele indirecte: TVA și accize.

## 1.2. Politici UE privind gestionarea impozitelor directe

Politica fiscală în cadrul Uniunii Europene constă din două componente: **impozitarea directă**, care rămâne de competența exclusivă a statelor membre, și **impozitarea indirectă**, care influențează libera circulație a mărfurilor și libera prestare a serviciilor pe piața unică.

În ceea ce privește impozitarea directă, UE a stabilit însă standarde armonizate privind impozitarea companiilor și a persoanelor fizice, iar statele membre au luat măsuri comune pentru a preveni evaziunea fiscală și dubla impozitare. În domeniul impozitelor directe, armonizarea fiscală a fost cu mult mai restrânsă comparativ cu armonizarea impozitelor indirecte, urmărindu-se în principal:

- neafectarea liberei concurențe pe piață;
- minimizarea posibilităților de evaziune și evitarea dublei impunerii, pe baza acordurilor bilaterale între statele membre;
- evitarea efectelor negative ale concurenței între statele membre, în special evitarea transferului bazei fiscale prin fenomenul de migrație a afacerilor aflate în căutarea regimului fiscal cel mai favorabil.

Realizarea obiectivelor propuse în sfera armonizării impozitelor directe, a fost stânjenită de două obstacole care s-au amplificat reciproc: pe de o parte regula unanimității, care presupune ca toate statele membre ale UE trebuie să fie de acord cu o decizie comunitară în materie de impozitare (baze sau cote de impozitare), și pe de altă parte datorită absenței unei convergențe de vederi asupra limitelor acestui demers (structura bazei de impozitare sau limite maxime sau minime ale cotelor de impozitare).

Dominiul impozitării directe nu este reglementat direct de legislația europeană. Cu toate acestea, o serie de directive și jurisprudența Curții de Justiție a Uniunii Europene (CJUE) stabilesc standarde armonizate pentru impozitarea întreprinderilor și a persoanelor fizice. În plus, au fost luate măsuri pentru prevenirea evaziunii fiscale și a dublei impunerii.

## 1.3. Politici UE privind armonizarea impozitelor indirecte

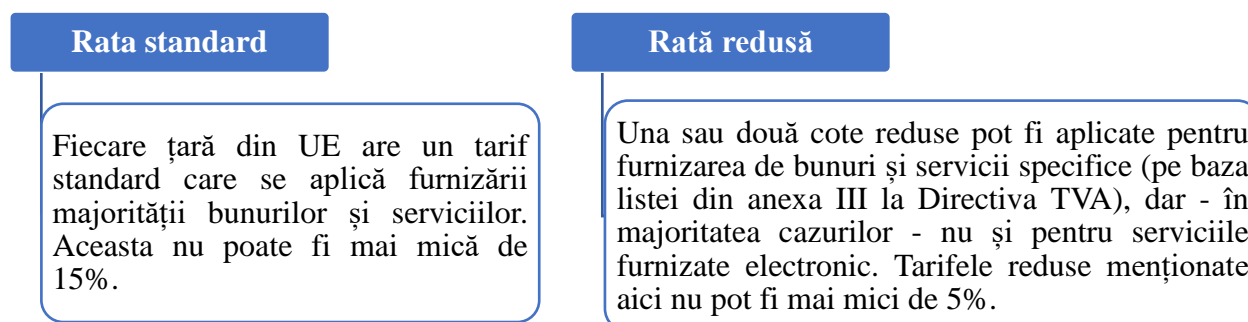
În domeniul impozitării indirecte, UE coordonează și armonizează legislația privind taxa pe valoarea adăugată (TVA) și accizele. Se evită astfel distorsionarea concurenței pe piața internă ca urmare a unor variații ale ratelor de impozitare indirectă și a unor sisteme care le-ar oferi firmelor dintr-o anumită țară un avantaj inechitabil față de altele.

Impozitele indirecte includ taxa pe valoarea adăugată (TVA) și accizele la alcool, tutun și energie. Sistemul comun de TVA se aplică în general bunurilor și serviciilor care sunt cumpărate și vândute pentru utilizare sau consum în UE. Activitățile legislative ale UE vizează coordonarea și armonizarea legislației în materie de TVA și armonizarea taxelor la alcool, tutun și energie cu scopul de a asigura buna funcționare a pieței interne.

## 2. Analiza armonizării fiscale pe categorii de impozite în Uniunea Europeană

### 2.1. Armonizarea TVA-ului

Deși TVA se percepe în întreaga UE, fiecare țară membră este responsabilă pentru stabilirea propriilor rate.



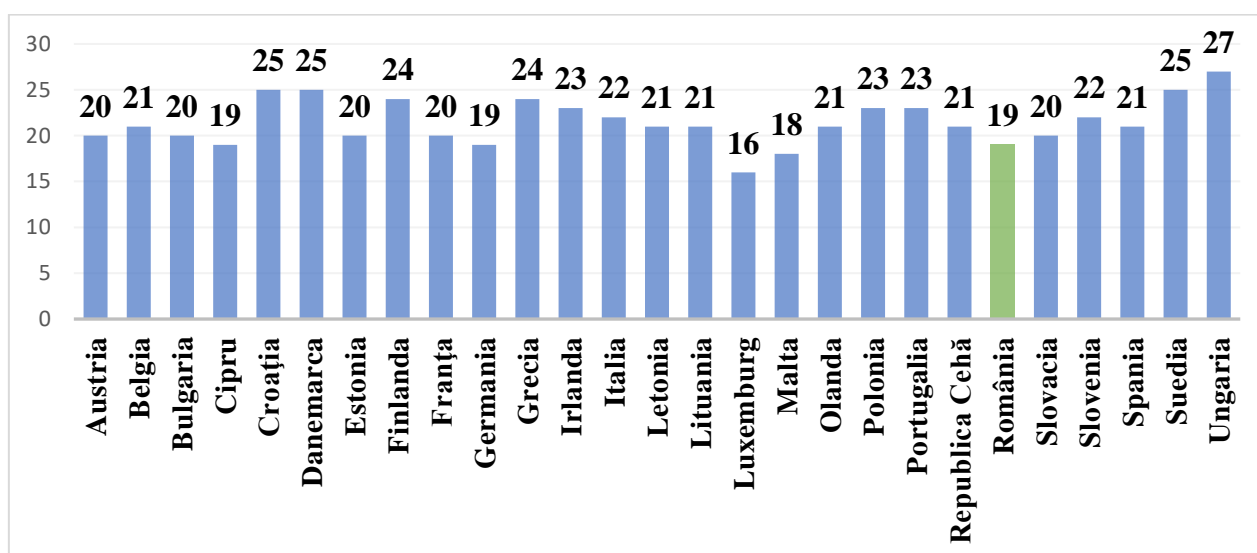
Sursa: Reguli și Rate de TVA, [https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm)

Figura nr. 2.1. Rata standard și rata redusă TVA

**Tarife speciale.** Unele țări din UE au permisiunea de a aplica cote speciale de TVA pentru anumite livrări. Aceste tarife speciale se aplică țărilor UE care le aplicau la 1 ianuarie 1991.

Țările UE cu cele mai înalte cote standard de TVA sunt Ungaria (27%), Croația, Danemarca și Suedia (toate la 25%). Luxemburg percepe cea mai mică cotă standard de TVA la 16%, urmată de Malta (18%), Cipru, Germania și România (toate la 19%).

**Cota medie standard de TVA a UE este de 21%**, cu șase puncte procentuale mai mare decât cota minimă standard de TVA impusă de reglementările UE.



Sursa: Uniunea Europeană, „VAT rules and rates”, [https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index\\_en.htm#shortcut-5](https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm#shortcut-5)

Figura nr. 2.2. Cota TVA standard în UE (%)

Taxa pe valoarea adăugată (TVA), este o sursă importantă de venituri pentru multe țări din Uniunea Europeană. Din păcate, este, de asemenea, unul dintre cele mai vulnerabile fluxuri de

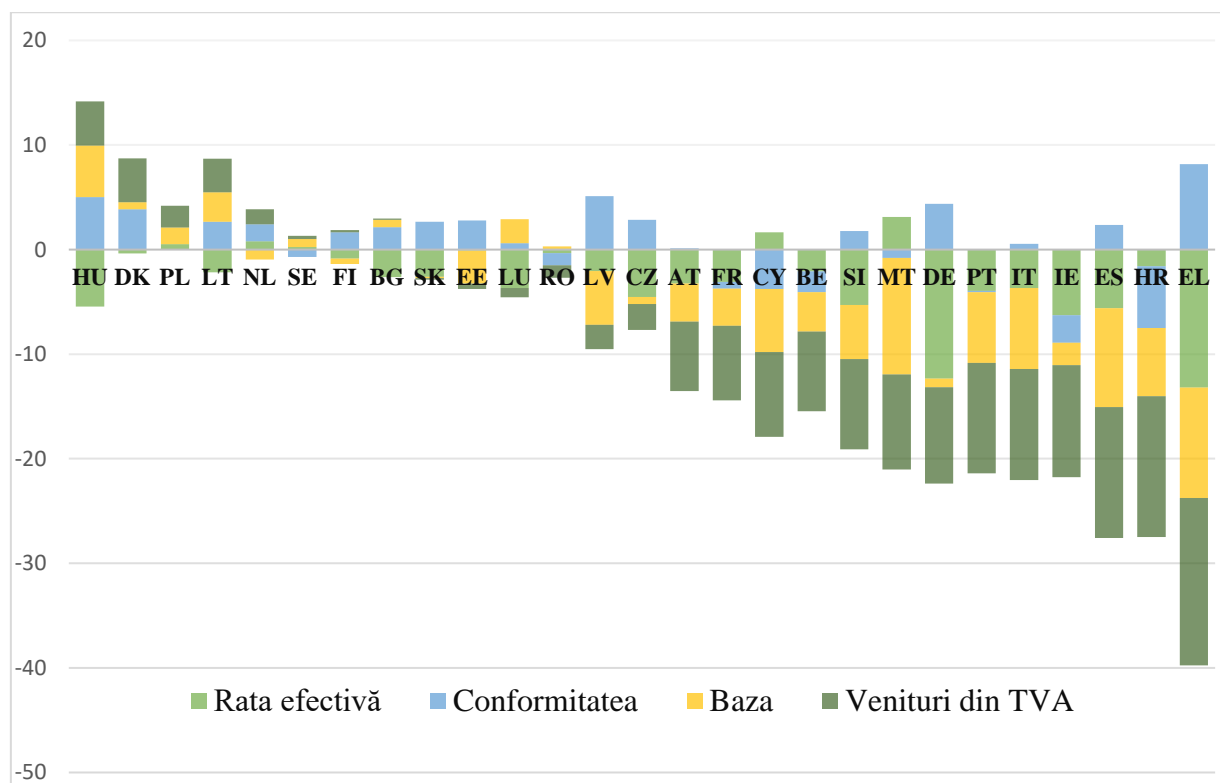


venituri pentru evaziune fiscală și fraudă. Decalajul TVA, care este diferența dintre suma totală a TVA datorată (denumită și VTTL) și suma colectată efectiv, este un indicator al acestei probleme.

Cel mai adesea, decalajul este exprimat în termeni absoluți (1) sau în raport cu indicatorul de referință, adică în raport cu VTTL (2):

$$\text{Decalajul TVA} = \text{VTTL} - \text{suma TVA efectivă} \quad (1)$$

$$\text{Decalajul TVA} = \frac{\text{VTTL} - \text{suma TVA efectivă}}{\text{VTTL}} \quad (2)$$



Sursa: Raportul privind decalajul de TVA în anul 2022, Center for Social and Economic Research, 2022

**Figura nr. 2.3. Modificarea componentelor reale ale veniturilor din TVA (în %, 2020 față de 2019)**

Cel mai recent raport al Comisiei Europene privind decalajul TVA în 2022 arată că decalajul total al TVA-ului în UE a scăzut cu peste 31 de miliarde EUR, până la 93 de miliarde EUR în 2020.

Veniturile din TVA ale UE au scăzut, de asemenea, cu 6,9%. Spre comparație, în 2019, decalajul TVA la nivelul UE s-a ridicat la 134 de miliarde EUR. În general, diferența medie de TVA în UE este de 10%. La nivel de țară, România a avut cel mai mare decalaj de conformitate cu TVA în 2020, cu 35,7% din veniturile din TVA lipsă, urmată de Malta (24,1%) și Italia (20,8%). Cele mai mici decalaje au fost observate în Finlanda (1,3%), Estonia (1,8%) și Suedia (2,0%).

Decalajul TVA diferă de la o țară la alta și este influențat de o serie de factori, cum ar fi sistemele fiscale naționale, nivelul de conformare fiscală, corupția și fraudă fiscală, precum și evoluțiile economice și comerciale.

## 2.2. Armonizarea accizelor

Există o diferență importantă între momentul în care un produs devine supus accizei și momentul în care această taxă trebuie plătită. Majoritatea produselor accizabile devin supuse accizelor de îndată ce sunt produse sau importate în UE. Această taxă poate fi suspendată, adică nu trebuie plătită până când produsul nu este eliberat pentru consum.

Dacă produsele accizabile sunt distruse sau pierdute din motive imprevizibile sau dezastre naturale înainte de a fi eliberate pentru consum, nu trebuie plătite accize.

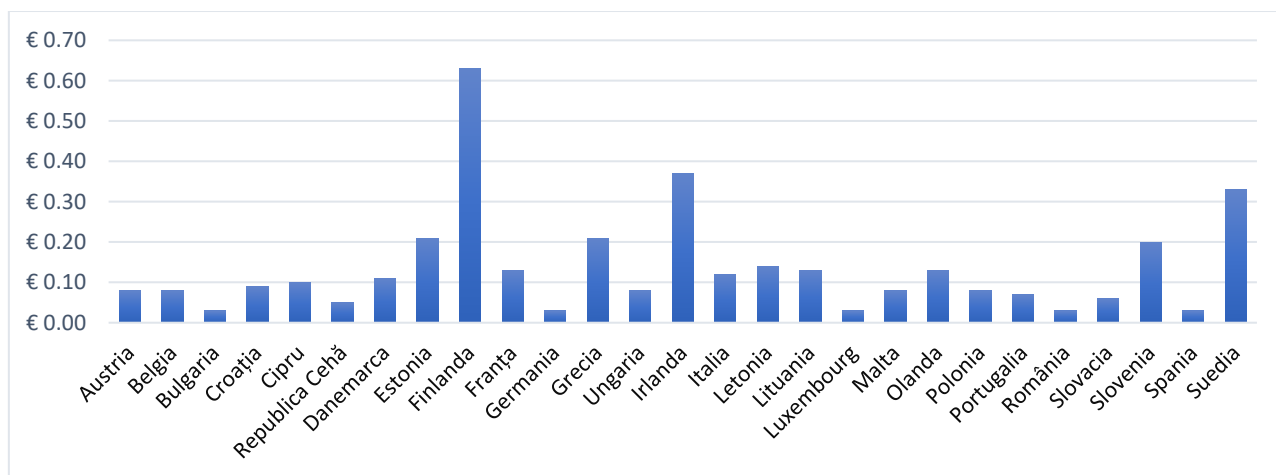
**Regulile UE privind accizele acoperă următoarele produse:** alcool/bauturi alcoolice, produse energetice și electricitate și produsele din tutun.

Legislația UE stabilește doar *tarife minime armonizate*. Aceasta înseamnă că țările UE sunt libere să aplice rate ale accizelor peste aceste minime, în funcție de propriile nevoi naționale.

### 2.2.1. Alcool/bauturi alcoolice

Rata accizelor pentru băuturile alcoolice variază în mod semnificativ între țările membre ale Uniunii Europene și poate fi influențată de mai mulți factori, cum ar fi politica fiscală națională, nivelul de consum al băuturilor alcoolice și considerente legate de sănătate publică. În general, țările cu o cultură a consumului de alcool mai redusă sau cu politici de sănătate publică mai stricte au tendința de a avea accize mai mari la băuturile alcoolice.

Potrivit datelor publicate de Comisia Europeană în 2021, câteva țări au niveluri relativ ridicate de accize la băuturile alcoolice. În 2021, accizele pentru bere în Finlanda erau de 0,33 euro pe litru de alcool și cele pentru vin erau de 0,94 euro pe litru de alcool. Tot în același an, accizele pentru bere în Irlanda erau de 0,55 euro pe litru de alcool și cele pentru vin erau de 3,19 euro pe litru de alcool. În 2021, accizele pentru bere în Suedia erau de 0,78 euro pe litru de alcool și cele pentru vin erau de 3,68 euro pe litru de alcool.



Sursa: <https://taxfoundation.org/beer-taxes-in-europe-2022>

Figura nr. 2.4. Rata accizelor pentru 330ml de bere în țările UE (EUR)

Potrivit datelor din figura de mai jos, observăm că și în anul 2022, trendul țărilor cu cele mai mici și cele mai mari rate la accizele pentru bere rămâne neschimbat. În general, țările cu o cultură a consumului de alcool mai ridicată sau cu politici de sănătate publică mai relaxate au tendința de a avea accize mai mici la băuturile alcoolice.

Țările care au niveluri relativ reduse de accize la băuturile alcoolice sunt Bulgaria, România și Ungaria. Aceste date sunt valabile pentru anumite categorii de băuturi alcoolice și că ratele exacte ale accizelor pot varia în funcție de mai mulți factori, cum ar fi conținutul de alcool, volumul și tipul de băutură.

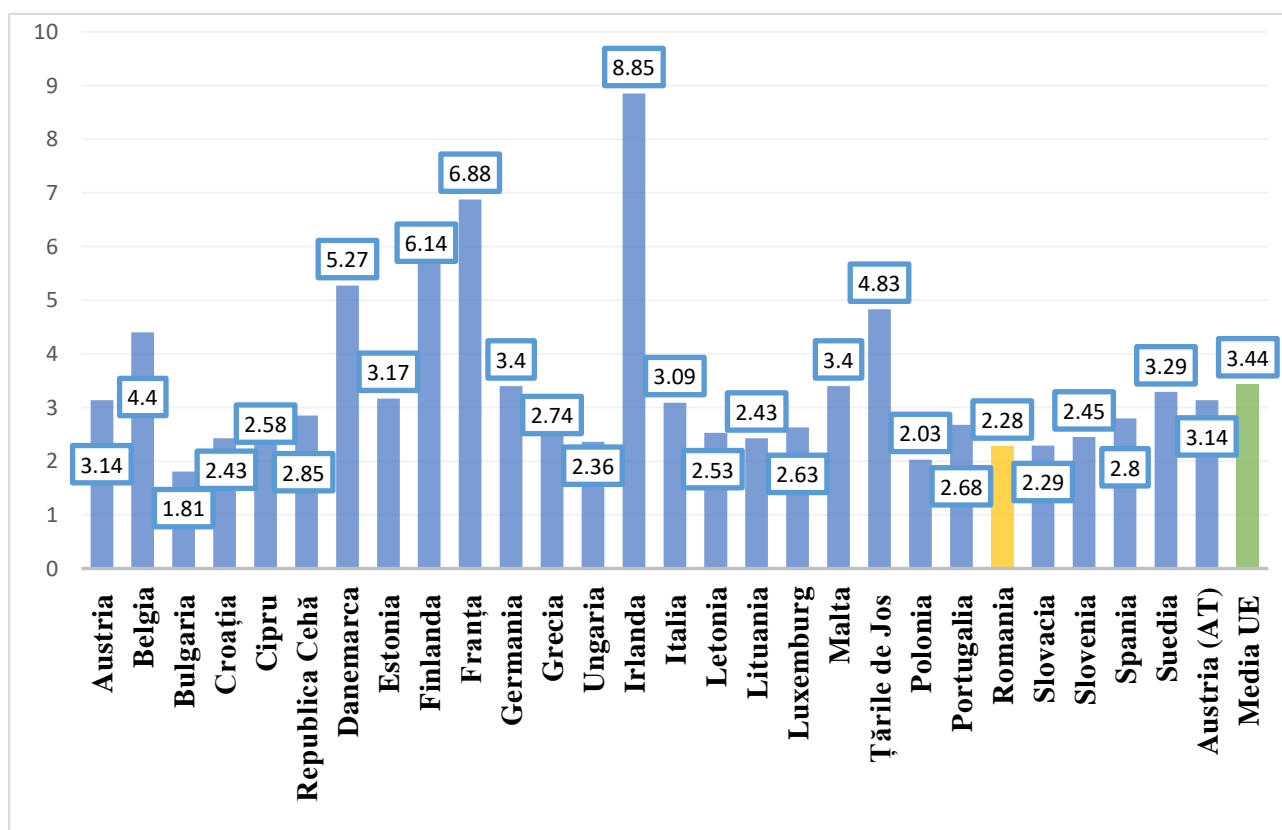
### 2.2.2. Produse energetice și electricitate

Potrivit datelor publicate de Comisia Europeană, în 2021, țările UE cu cele mai mari cote de accize pentru benzina și motorina sunt, în general, cele cu niveluri ridicate de impozitare în general, cum ar fi țările nordice: Olanda, Danemarca și Suedia. Țările care au o producție ridicată de energie electrică din surse regenerabile sau nucleare pot avea accize mai mici decât cele care depind în mare măsură de sursele de energie fosilă. De exemplu, în anul 2021, Belgia a avut una dintre cele mai mari cote de accize pentru electricitate, de 0,051 euro pe kilowatt-oră, în timp ce Lituania și Letonia au avut cele mai mici cote de accize, de 0,001 euro pe kilowatt-oră. Pentru gazul natural, cotele de accize sunt de obicei mai mici decât cele pentru benzină sau motorină, deoarece acesta este considerat a fi o sursă mai curată de energie decât combustibilii fosili.

Potrivit datelor publicate de Comisia Europeană, țările UE cu cele mai mici cote de accize pentru benzina și motorina sunt, în general, cele cu niveluri mai scăzute de impozitare în general, cum ar fi: Bulgaria, Ungaria și România.

### 2.2.3. Produse din tutun

După cum arată figura 2.3., majoritatea țărilor UE percep la țigări accize mult mai mari decât cele impuse legal:



Sursa: Prelucrat de autor pe baza datelor extrase din <https://taxfoundation.org/cigarette-tax-europe-2022/>

Figuranr. 2.5. Taxa de acciz pe un pachet de 20 de țigări în țările UE

Irlanda și Franța percep cele mai mari accize la țigări din UE, la 8,85 EUR și, respectiv, 6,88 EUR per pachet de 20 de țigări. Aceasta se compară cu media UE de 3,44 EUR. Bulgaria (1,81 EUR) și Polonia (2,03 EUR) percep cele mai mici accize.

Pe lângă accize, toate țările UE percep o taxă pe valoarea adăugată (TVA) țigărilor. Luând în considerare atât accizele, cât și TVA-ul, ponderea medie a taxelor plătite pentru un pachet de 20 de țigări variază de la 69,5% în Luxemburg la 96,1% în Danemarca (din prețul mediu ponderat de vânzare cu amănuntul).

### **Concluzii generale și recomandări**

Armonizarea fiscală în UE este necesară pentru a crea un mediu economic mai echitabil și mai competitiv în cadrul Uniunii. În prezent, există diferențe semnificative între regimurile fiscale ale statelor membre, ceea ce poate crea probleme pentru companii și poate genera distorsiuni concurențiale în interiorul pieței unice.

Studiul Comisiei Europene din 2019 privind armonizarea fiscală a impozitului pe venitul corporativ (CIT) în UE a arătat că, prin eliminarea discrepanțelor fiscale dintre statele membre, armonizarea CIT ar putea spori PIB-ul UE cu 1,2%, ceea ce ar însemna o creștere a veniturilor de până la 150 miliarde de euro. Studiul a concluzionat, de asemenea, că armonizarea CIT ar putea reduce costurile administrative pentru companii și ar putea spori transparența fiscală.

Într-un alt studiu al Comisiei Europene, realizat în 2020, s-a constatat că există o nevoie urgentă de a consolida armonizarea TVA în UE pentru a spori eficiența colectării taxelor și a reduce pierderile fiscale. Astfel, prin aplicarea unor norme mai clare și mai coerente privind TVA, armonizarea TVA ar putea spori veniturile fiscale ale statelor membre cu până la 170 de miliarde de euro pe an.

În general, studiile privind armonizarea fiscală în UE indică faptul că aceasta poate aduce beneficii semnificative în ceea ce privește:

- îmbunătățirea eficienței fiscale;
- creșterea competitivității;
- reducerea evaziunii fiscale;
- promovarea convergenței economice.

Prin armonizarea fiscală, se poate evita concurența neloială între statele membre, ceea ce poate duce la o mai mare stabilitate și coeziune economică și socială în întreaga UE. Mai mult, armonizarea fiscală poate ajuta la reducerea costurilor administrative și a birocrăției, precum și la creșterea transparenței și a certitudinii juridice pentru investitori și întreprinderi.

Cu toate acestea, există și dezavantaje și provocări asociate cu armonizarea fiscală, precum:

- posibilitatea reducerii competitivității fiscale între statele membre;
- dificultatea de a ajunge la un consens cu privire la armonizarea fiscală în anumite domenii;
- pierderea suveranității fiscale și diferențele economice dintre state;
- costuri suplimentare pentru companii.

Diferențele economice între țările UE pot face dificilă aplicarea unor reguli fiscale unice, care să fie echitabile pentru toate țările. Diferențele în ceea ce privește nivelul de dezvoltare economică, dimensiunea pieței și puterea de cumpărare a consumatorilor pot avea un impact semnificativ asupra aplicării reglementărilor fiscale comune.

În concluzie, impactul armonizării fiscale asupra indicatorilor economici poate fi variat și depinde de modul în care este implementată și de circumstanțele economice și fiscale specifice ale fiecărei țări.

### **Bibliografie:**

1. Chilarez D., Ene S. (2014) *Armonizare și competiție fiscală la nivelul Uniunii Europene*, *Revista Strategii Manageriale nr.1*, p.97, 98 Disponibil la:

- [http://www.strategiimanageriale.ro/images/images\\_site/articole/article\\_3a5744edeef192e0d12f8e9a8446293c.pdf](http://www.strategiimanageriale.ro/images/images_site/articole/article_3a5744edeef192e0d12f8e9a8446293c.pdf) [Accesat la 10 aprilie 2023]
2. Dosser D. (1967) *Fiscal Harmonization in Common Markets*, Columbia University Press
  3. Tulai C., Șerbu S. (2005) *Fiscalitate comparată și armonizări fiscale*, Editura Casa Cărții de Știință, Cluj-Napoca
  4. Avizul CESE „Politica fiscală a Uniunii Europene — priorități pentru anii următori” — JO C 48, 21.2.2002, pp. 73-79
  5. Comisia Europeană, Strategia UE privind Politica Fiscală, [https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation-1/eu-tax-policy-strategy\\_ro?etrans=ro](https://taxation-customs.ec.europa.eu/taxation-1/eu-tax-policy-strategy_ro?etrans=ro) [Accesat la 12 Aprilie 2023]
  6. Cotele de TVA în 2023 în Uniunea Europeană, <https://www.asd-int.com/ro/cotele-de-tva-in-uniunea-europeana-in-2023/> [Accesat la 25 Aprilie 2023]
  7. Decalajul TVA: ce spune noul raport și de ce contează, <https://www.fonoa.com/blog/the-vat-gap-what-the-new-report-says-and-why-it-matters> [Accesat la 27 Aprilie 2023]
  8. Legislația UE- Sinteze, <https://eur-lex.europa.eu/content/summaries/summary-21-expanded-content.html> [Accesat la 26 Aprilie 2023]
  9. Raportul privind decalajul de TVA în anul 2022, Center for Social and Economic Research, 2022, Disponibil: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/030df522-7452-11ed-9887-01aa75ed71a1> [Accesat la 26 Aprilie 2023]
  10. Site-ul oficial al Uniunii Europene, Reguli și rate TVA, [https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index\\_en.htm](https://europa.eu/youreurope/business/taxation/vat/vat-rules-rates/index_en.htm) [Accesat la 20 Aprilie 2023]
  11. Taxele pe țigări în Uniunea Europeană, <https://taxfoundation.org/cigarette-tax-europe-2022/> [Accesat la 3 mai 2023]

## Banca Transilvania și mediul competițional din România

**Autor: Roșca Ana**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *During the recent years, the banks are going through a period with many challenges, marked by sudden changes that require adjustments and good decisions that have to be made rapidly. The 2022 was a very complicated year, marked by the war from Ukraine and by the multiple uncertainty in the economic field caused by inflation and the energy crisis. Despite this difficult context, the banking system successfully crossed this period. Based on total assets, Banca Transilvania is ranked first in the Romanian banking sector, supports the business environment and the population through innovative financial services and products, representing the biggest partner in implementing government programs.*

### 1. Introducere

Sectorul bancar a făcut față cu succes provocărilor externe din ultima perioadă, băncile sunt pregătite și foarte bine poziționate în acest mediu, trecând cu succes peste noile provocări și sprijinind viitoarea creștere economică.

Băncile asigură intermedierea financiară prin atragerea de depozite și plasarea de credite, contribuind la menținerea unui sistem bancar eficient și fiabil.

Realitatea arată că o instituție financiară, pentru a reuși pe piața bancară concurențială, trebuie să aibă abilitatea de a anticipa, identifica și adapta rapid ideile inovatoare. Succesul unei instituții bancare este garantat atunci când aceasta, odată intrată în competiție, reușește să-și îndeplinească rolul economic mai bine decât concurența. Concurența bancară asigură inovație, eficiență, calitate, profesionalism, produse și servicii cât mai aproape de necesitățile clienților, astfel aceștia primesc ce doresc și la prețul care sunt dispuși să-l plătească pentru acel serviciu sau produs bancar.

La o simplă analiză a vieții economice și financiare a fiecăruia dintre noi putem concluziona că băncile au devenit o parte componentă a activității actuale, uneori chiar de zi cu zi. Practic, nu există domeniu al vieții economice și sociale care să nu aibă tangență cu activitatea bancară. Orice individ sau companie, dacă nu are un credit, un depozit sau un card la o bancă, totuși a efectuat măcar odată o plată sau un transfer de bani prin intermediul unei instituții bancare.

Mediul competițional din România este unul dinamic și complex, cu o varietate mare de concurenți, băncile trebuie să fie capabile să se adapteze la schimbările din piață și să își dezvolte continuu capacitățile tehnologice, să se concentreze pe îndeplinirea nevoilor clienților și pe oferirea de soluții personalizate, pentru a câștiga încrederea și loialitatea acestora.

În ultimii ani, băncile traversează o perioadă cu multe provocări, caracterizată de schimbări bruște și neprevăzute, care necesită adaptare și decizii bune, luate rapid. Imediat după pandemie a apărut situația din Ucraina, și odată cu ea criza din domeniul energiei, cu efecte asupra inflației și asupra dobânzilor. Turbulențele din aceasta perioada i-au determinat pe mulți clienți să își retragă disponibilitățile din conturi, să economisească și să-și piardă interesul de a procura imobile. Viteza de schimbare și adaptare a băncilor în aceste momente a fost extrem de importantă, venind la întâmpinarea clienților cu soluții win-win în momentele dificile.

În tot acest timp, pandemia a scos în evidență mai mult ca oricând importanța inovațiilor tehnologice și rolul pe care digitalizarea îl joacă în viața unei comunități: de la obținerea informațiilor în timp real, comunicarea în contextul restricțiilor impuse de starea de urgență și până

la realizarea cumpărăturilor online, serviciile digitale au reprezentat soluții esențiale în toată această perioadă. Progresul tehnologic ne ușurează imens viața, face ca serviciile bancare să devină din ce în ce mai rapide, mai bune, mai interactive și accesibile de oriunde și oricând.

Cu toate acestea, Banca Transilvania a reușit să se adapteze la aceste schimbări prin implementarea unei strategii de transformare digitală, prin diversificarea portofoliului de produse și servicii și prin consolidarea poziției sale pe piața bancară din România. Strategia de transformare digitală implementată de Banca Transilvania a avut un impact semnificativ asupra poziției sale pe piața bancară din România, oferindu-i un avantaj competitiv puternic față de alte bănci.

## **2.1. Banca Transilvania - prezentare generală**

Banca Transilvania este principalul jucător de pe piața bancară din România, are o istorie foarte interesantă în spate și o serie de lecții pentru cei care vor să-i urmeze modelul cât se poate de performant.

În anul 1993, în Cluj-Napoca, un grup de oameni de afaceri au avut ideea să fondeze o bancă, Banca Transilvania. Una dintre cele mai frumoase povești din antreprenoriatul românesc, formarea ei a început în trei apartamente din Cluj, cu un capital de 2 milioane de dolari. Acesta bancă își începe activitatea în anul 1994 odată cu deschiderea primei Sucursalei la Cluj, formată dintr-o echipă de 13 persoane și care atunci activa doar la nivel local. Ulterior, a reușit să crească în același ritm în care finanțele românilor au explodat în diferite colțuri ale țării. Banca a reinvestit în România, în creșterea responsabilă și sustenabilă aproape tot profitul obținut și a reușit astfel să susțină economia, companiile, antreprenorii și ambițiile românilor.

În anul 1997, Banca Transilvania este prima instituție bancară din România care a fost listată la Bursa de Valori București. În anul 2003 a început extinderea băncii la nivel național, a fost relansarea la nivelul țării și banca a început să deschidă sucursale, agenții, a început să adreseze clienții peste tot în România. La sfârșitul anului 2018, Banca Transilvania a devenit cea mai mare bancă din România și din Europa de Sud-Est din punct de vedere al activelor totale deținute. Până în anul 2022, Banca Transilvania a finalizat achiziția a trei bănci, Volksbank România, Bancpost și Idea Bank, dar s-a orientat de-a lungul anilor și către companii cu activitate complementară banking-ului, cum ar fi leasing sau finanțarea consumatorilor.

Misiunea băncii, ca bancă privată cu capital majoritar românesc, este de a contribui la ascensiunea economică a țării și de a sprijini populația prin servicii și produse financiare inovatoare. Activitatea bancară și oferta de produse bancare se concentrează pe clienții retail și IMM, în timp ce alte servicii financiare sunt furnizate de subsidiarele băncii (leasing, microfinanțare pentru companii mici și start-up-uri, credite și carduri de consum, administrare de fonduri de investiții, servicii de brokeraj etc.).

Deservind 3,5 milioane de clienți printr-o rețea de 513 de unități operative și multiple canale digitale, Banca Transilvania este principalul finanțator al economiei românești și rulează 1/3 din plățile efectuate de populație și companiile. În anul 2022, numărul de clienți activi ai băncii au crescut cu 8% față de anul anterior, adică de la 3,64 milioane la 3,93 milioane, iar numărul de utilizatori de Internet Banking a depășit 2.1 milioane, o creștere de 16% față de anul 2021. Per ansamblu, volumul tranzacțiilor realizate prin intermediul serviciilor de Internet și Mobile Banking a crescut în anul 2022 cu 32% față de perioada precedentă.

La sfârșitul anului 2022, numărul angajaților activi ai BT (inclusiv din sucursala BT Italia) s-a cifrat la 9.109 angajați, în creștere față de anul anterior, când banca înregistra un număr de 8.651 angajați. În anul 2022, Banca Transilvania a continuat să își lărgască și rețeaua de ATM-uri, ajungând la un număr de 1.816 ATM-uri (din care 593 ATM-uri multifuncționale), mai mult cu 41 ATM-uri față de anul anterior. Banca deține în prezent peste 500 de terminale BT Express (care permit derularea unei diversități de operațiuni, inclusiv pentru plata facturilor), are peste 100.000 POS-uri instalate și colaborează cu circa 5.000 de comercianți utilizatori de e-commerce.

Repre ale activității derulate de Banca Transilvania în cursul anului 2022:

- este lider pe piața cardurilor, având 5,3 milioane de carduri în portofoliu (peste 600.000 carduri de credit), iar tranzacțiile efectuate prin intermediul cardurilor înregistrează și în anul 2022 un trend crescător (cu 32% față de anul 2021);
- a acordat peste 100.000 de credite de consum, de aproximativ 3,8 miliarde lei, soldul acestor credite ajungând la sfârșitul anului la valoarea de 9,6 miliarde lei; astfel, mai mult de 12.000 de persoane și-au cumpărat locuință cu ajutorul BT, suma acordată fiind de peste 3,6 miliarde lei, iar soldul creditelor ipotecare/imobiliare este de 17 miliarde lei;
- este printre primele bănci din România care, în parteneriat cu instituții financiare internaționale, a lansat programe de credite verzi, atât pentru clienții retail, cât și pentru clienții corporate, cu precădere în domeniul eficienței energetice.

Dezvoltând expertiză internă specifică, banca și-a concentrat politica de creditare pe agricultură sustenabilă, tehnologie, infrastructură, industrie, educație și sănătate, domenii care au reprezentat motoare importante de creștere în portofoliul companiei în ultimii ani.

La sfârșitul anului 2022, rezultatul operațional înregistrat de Banca Transilvania este cu 20% mai mare decât cel din anul anterior, ajungând la 2,7 miliarde lei, iar la nivelul Grupului rezultatul operațional s-a cifrat în jurul valorii de 3,3 miliarde lei, în creștere cu 29% față de anul precedent.

### 3. Piața bancară și liderii de piață în sistemul bancar românesc

Băncile din România au realizat rezultate financiare bune în anul 2022, în pofida contextului economic incert, marcat de creșterea inflației și a crizei energetice, și al tensiunilor geopolitice accentuate de războiul din Ucraina. Conform datelor BNR, totalul activelor net au ajuns la final de decembrie 2022 la un nivel record de 701,4 miliarde de lei, în creștere cu 61,6 miliarde de lei față de finalul anului 2021, când s-au ridicat la 639,8 miliarde de lei. Banca Transilvania a continuat să-și majoreze dominația pe piața bancară din România și a ajuns să dețină aproape o cincime din activele interne (tabelul nr. 1).

**Tabelul nr. 1. Cota de piață a bănilor din România în perioada 2013-2022**

Banca	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Banca Transilvania	8,90	9,80	12,60	13,15	13,87	16,48	17,71	18,46	19,55	19,10
BCR	17,50	16,20	15,80	16,28	15,83	15,05	14,43	14,20	13,92	13,94
BRD	13,00	12,40	13,00	12,87	12,50	11,99	11,28	11,01	10,47	10,20
ING Bank	5,00	5,10	6,30	7,08	7,87	8,50	9,01	9,55	9,27	9,00
Raiffeisen Bank	7,30	7,90	8,40	8,49	8,44	8,88	8,66	9,16	9,25	8,84
UniCredit Bank	7,60	7,90	8,10	8,30	8,78	9,21	8,99	8,11	7,84	nd
CEC Bank	7,40	7,70	7,30	7,16	7,41	6,50	6,64	7,37	7,92	8,81
Alpha Bank	4,50	4,60	4,00	3,74	3,66	3,76	3,60	3,20	2,94	3,00




Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din Bancherul.ro, Profit.ro

Notă: **locul 1**; **locul 2**; **locul 3**.

Analizând datele prezentate în tabelul nr. 2 putem observa că banca Transilvania iese în evidență și în anul 2022, ajungând la active de peste 133 mld. lei, în creștere cu 7% față de sfârșitul anului 2021. Locul 2 în topul băncilor mari după active îi revine băncii controlate de grupul austriac Erste (BCR), care a ajuns la active de 97,8 mld. lei la nivel individual, în creștere cu aproape 10%. Și banca românească cu capital francez (BRD) și-a majorat activele în 2022, cu 6,7%, până la 71,5 mld. lei, menținându-se pe locul 3.



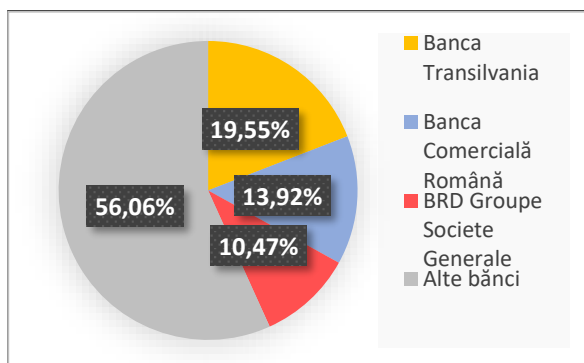
**Tabelul nr. 2. Topul celor mai mari 3 bănci din România după active în perioada 2021-2022**

Locul	Banca	Active 2022 (mii lei)	Active 2021 (mii lei)	Creștere (%)	Cota de piață (2022)	Cota de piață (2021)
1.	BT 	133.960.229	125.062.033	+7,12%	19,10%	19,55%
2.	BCR 	97.756.207	89.090.498	+9,73%	13,94%	13,92%
3.	BRD 	71.522.977	67.015.263	+6,73%	10,20%	10,47%

Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

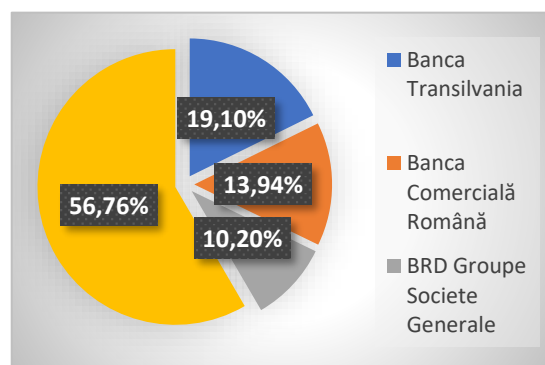
Conform figurii nr. 1, putem observa că în anul 2022 primele trei cele mai mari bănci au active cumulate de peste 303 miliarde lei și au reușit să câștige împreună o cotă de piață în funcție de active de 43% din activele totale ale sistemului bancar românesc, ieșind în evidență desigur Banca Transilvania cu o cotă de 19%, urmată de BCR și BRD, aceste bănci și-au păstrat aceleași poziții și în funcție de cota de piață per credite (Figura nr. 2.).

Cota de piață a unei instituții de credit se determină raportând totalul activelor contabile nete ale instituției respective la totalul activelor contabile nete agregate pentru sistemul bancar (inclusiv sucursalele din România ale instituțiilor de credit persoane juridice străine).



Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2021

**Figura nr. 1. Cotele de piață pe active pentru anul 2021**






Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

**Figura nr. 2. Cotele de piață per credite pentru anul 2022**

Întregul sistem bancar, format din 32 de bănci, a încheiat anul 2022 cu un profit record, de 10,2 mld. lei, cu 24% peste câștigul raportat pentru 2021, în condițiile majorării creditării și a veniturilor, evoluția câștigurilor fiind influențată și de ascensiunea dobânzilor odată cu avansul inflației la niveluri record. Profiturile nete cumulate ale celor mai mari trei bănci din România - BT, BCR și BRD - au ajuns la 5,3 mld. lei în 2022, peste nivelurile din 2021, reprezentând mai mult de jumătate din câștigul întregului sistem bancar, respectiv 52%.

Analizând datele prezentate în tabelul nr. 3, putem constata că Banca Transilvania este lider în topul celor mai profitabile bănci mari, cu un profit de 2,2 mld. lei înregistrat în anul 2022, în creștere cu 22% față de anul anterior. Pe locul doi se situează Banca Comercială Română care a obținut un profit net de 1,83 mld. lei în anul 2022, în creștere cu 33% față de rezultatul de 1,4 mld. lei realizat în anul 2021. Locul trei revine BRD Groupe Societe Generale care a reușit să obțină în anul 2022 un profit net de 1,29 mld. lei, în creștere cu 0,5% față de 2021.

**Tabelul nr. 3. Profiturile nete cumulate ale celor mai mari trei bănci din România**




Locul	Banca	Profit 2022 (mii lei)	Profit 2021 (mii lei)	Creștere (%)
1.	Banca Transilvania 	2.177.999	1.782.704	+22,17%
2.	Banca Comercială Română 	1.830.016	1.377.917	+32,81%
3.	BRD Groupe Societe Generale 	1.285.938	1.279.256	+0,52%

Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

Veniturile operaționale cuprind veniturile bazate pe comisioane și se refera la veniturile încasate din activități bancare netradiționale, cum ar fi serviciile bancare comerciale sau cele de consultanță financiară, venituri bazate pe comisioane derivate din diverse servicii oferite clienților (serviciile pentru operațiunile de plăți și serviciile de management al conturilor sau fondurilor), această categorie de venituri fiind preferată de către bănci intrucât nu presupune o expunere la riscurile financiare și nu generează cheltuieli de capital.

Dobânzile încasate de bănci la credite sunt principala sursă de câștig, iar în a doua jumătate a anului 2022 dobânzile la lei au sprintat puternic, după ce inflația a explodat. Veniturile operaționale la nivelul sistemului bancar românesc au urcat în 2022 la 28,4 mld. lei, cu 17,4% peste nivelul din 2021. Banca de la Cluj (BT) domină acest clasament, a raportat venituri de 5,36 miliarde lei în 2022, cu 23,3% peste 2021. Venitul operațional al BCR a crescut cu 23%, înregistrând 4,3 mld. lei în 2022. Pe locul trei s-a clasat BRD care a reușit să obțină în 2022 venituri operaționale de 3,3 mld. lei, în creștere cu 12,3% față de 2021.

**Tabelul nr. 4. Topul celor mai mari 3 bănci din România după venituri în perioada 2021-2022**

Locul	Banca	Venit 2022 (mii lei)	Venit 2021 (mii lei)	Creștere(%)
1.	Banca  Transilvania	5.359.989	4.348.178	+23,27%
2.	Banca Comercială Română 	4.302.547	3.499.445	+22,95%
3.	 BRD Groupe Societe Generale	3.288.863	2.929.887	+12,25%

Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

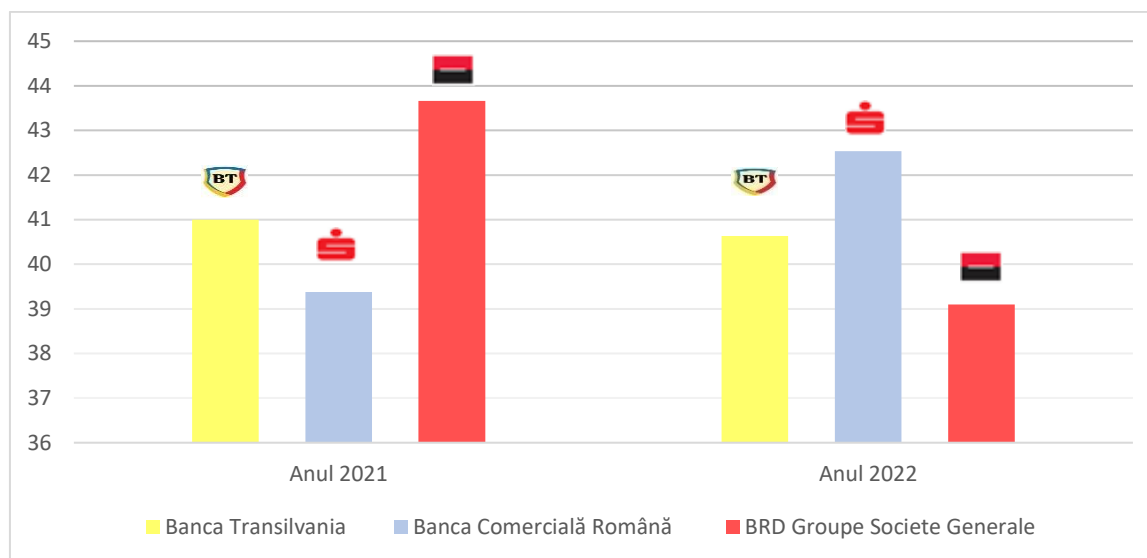
Băncile sunt interesate să furnizeze produse și servicii bancare care să corespundă cât mai mult cerințelor clienților atât din punct de vedere al conținutului cât și din punct de vedere al calității, precum și să creeze noi oportunități de afaceri pentru aceștia, cu condiția păstrării avantajului bilateral, profitul reprezentând rezultatul final care reflectă efectele nete ale politicilor și activităților unei bănci într-un exercițiu financiar. Pe baza datelor preluate din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022 a băncilor BT, BCR, BRD, am prezentat rata profitului, care se calculează ca raport între profitul bancar net și veniturile totale ale băncii:

$$R_{pr} = \frac{P_n}{TV} \cdot 100 \quad (1)$$

unde: P<sub>n</sub> – profitul net, TV – total venituri.

Mărimea acestui indicatori depinde, în primul rând, de raportul dintre veniturile și cheltuielile bancare și, în al doilea rând, de structura veniturilor și costurilor bancare.

Conform datelor prezentate în figura nr. 3. se observă că rata profitabilității cu nivelul cel mai ridicat se înregistrează în anul 2021, și aparține băncii BCR, iar rata de profitabilitate cu nivelul cel mai scăzut se înregistrează în 2022 și aparține băncii BRD. În comparație cu aceste doua bănci, BT își menține poziția de mijloc, înregistrând în anul 2021 o rată a profitabilității de 40,99% și în anul 2022 o rată de 40,63%.



Sursa:prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

### Figura nr. 3. Rata profitabilității-comparație dintre BT, BCR, BRD în perioada 2021-2022

În ceea ce privește cheltuielile operaționale, Banca Transilvania a raportat pentru 2022 un nivel de aproape 2,7 mld. lei, cu 27% peste valoarea din 2021. Cheltuielile operaționale ale Băncii Comerciale Române și BRD Groupe Societe Generale au înregistrat o creștere de circa 10% în 2022 față de 2021, conform tabelului nr. 5. realizat pe baza situațiile financiare încheiate la 31.12.2022.

### Tabelul nr. 5. Cheltuielile operaționale înregistrate de BT, BCR, BRD în perioada 2021-2022

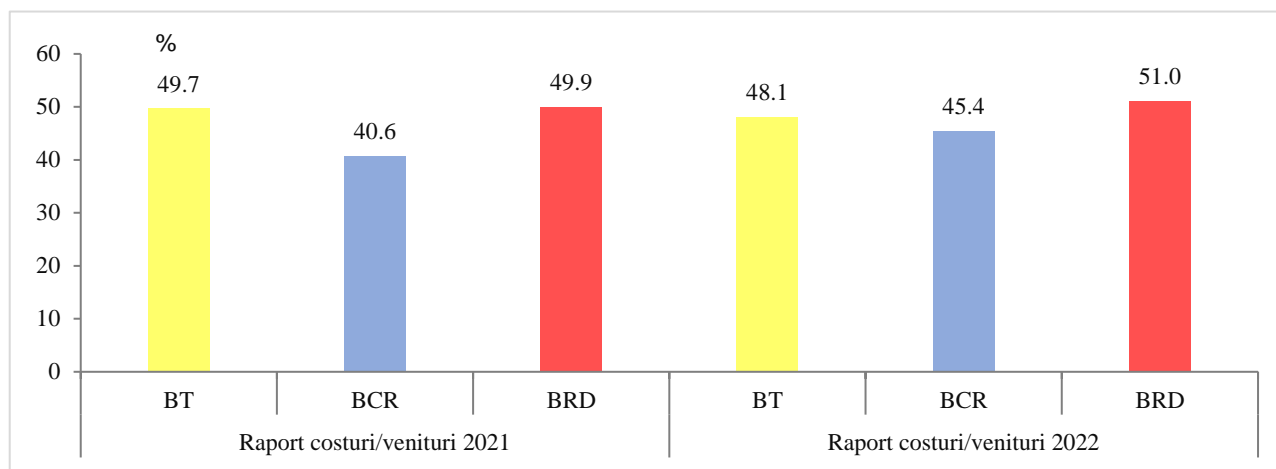
Locul	Banca	Cheltuieli 2022 (mii lei)	Cheltuieli 2021 (mii lei)	Creștere(%)
1.	Banca Transilvania	2.661.288	2.090.983	27,27%
2.	Banca Comercială Română	1.747.562	1.587.631	10,07%
3.	BRD Groupe Societe Generale	1.640.885	1.494.056	9,83%

Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

Unul dintre cei mai importanți indicatori care măsoară eficiența băncilor este raportul cost/venit, pragul semnal stabilite de Autoritatea Bancară Europeană (EBA) fiind de 50-60%. În România, acest indicator a înregistrat în anul 2021 valori între 33% și 81% pentru cele mai mari 8 bănci de pe piața bancară românească. Media europeană pentru acest indicator era în septembrie 2021 de 62,7%, cele mai performante bănci fiind cele din Islanda, Bulgaria și Lituania care au înregistrat un raport între 43 și 46%, cele mai puțin profitabile fiind băncile din țări precum Malta, Cipru, Germania și Grecia, care au realizat un raport între 72 și 85%. România se situează în prima treime a clasamentului, alături de țări cum ar fi Suedia, Portugalia, Croația și Polonia. Eficiența operațională la nivelul sistemului bancar poate fi îmbunătățită atât prin creșterea gradului de inter-mediere, cât și prin continuarea tendințelor de consolidare.

La finalul anului 2021, în topul băncilor eficiente din România a fost Raiffeisen Bank, înregistrând un raport cost/venit de 33%, urmată de BCR cu un nivel confortabil de 45,4%. Locul 3 în topul celor mai eficiente bănci din România revine Băncii Transilvania, liderul pieței bancare românești după active, care a tras linie la finalul anului 2021 cu un raport cost/venit de 48,1% (figura nr. 4). În topul băncilor românești eficiente după primelor 9 luni din anul 2022 pe primul loc se află UniCredit Bank care a realizat o eficiența operațională de circa 39,5%. Raportul cost/venit este, de

altfel, sub o permanentă și atentă monitorizare, eficiența operațională continuând să reprezinte unul dintre obiectivele majore ale băncilor și în viitor.



Sursa: prelucrat de autor pe baza datelor extrase din situațiile financiare încheiate la 31.12.2022

#### Figura nr. 4. Eficiența operațională - comparație dintre BT, BCR, BRD în perioada 2021-2022

Pe parcursul anilor băncile continuă cu succes implementarea activităților menite să susțină dezvoltarea economică a României. Astfel, în anul 2023 BT, BRD și BCR, intră în topul Brand Finance Banking 500, al celor mai puternice branduri bancare. Raportul Brand Finance Banking 2023 constată mai multe tendințe cheie în industria bancară. Creșterea ratelor dobânzilor pe multe piețe a dus la creșteri pe termen scurt ale veniturilor nete și ale profitabilității și, în plus, indicatorii de cercetare a valorii de brand s-au îmbunătățit, reputația medie pentru acest sector crescând cu 0,1 puncte de la an la an. Brand Finance este o firmă globală independentă de evaluare și strategie de brand, Conform acesteia valoarea unui brand este beneficiul economic net pe care l-ar obține un proprietar prin licențierea brandului.

Banca Transilvania a depășit două praguri în clasamentul Brand Finance Banking 500 2023: valoarea brandului trece de 500 milioane de dolari și intră top 300, fiind pe locul 297, în creștere față de locul 302 în anul 2022. BT a intrat în Brand Finance Banking 500 în anul 2018, pe locul 486, când valoarea brandului era de 174 milioane USD. De asemenea, este pe locul 7 în Top 10 Strongest Banking Brands Worldwide, cu un brand rating AAA+. BRD Groupe Societe Generale urcă de la fel în clasamentul Brand Finance Banking 500 2023: pe locul 458, de la locul 495 în anul precedent iar Banca Comercială Română este nou intrată în acest top, clasându-se pe locul 487 în 2023.

### 3. Concluzii

Ultimii ani, ne-au adus pe toți în fața unei succesiuni de șocuri, într-un climat de incertitudine economică. În acest context băncile și-au asumat și au evoluat în rolul lor de a fi în serviciul oamenilor și al economiei, de a oferi un reper de predictibilitate, stabilitate și reziliență. Banca Transilvania a transformat provocările întâlnite pe parcurs în oportunități și a crescut pas cu pas alături de mediul de afaceri din România, ghidată de dorința de a face lucrurile bine, cu responsabilitate pentru clienți și parteneri, a devenit cea mai mare bancă din Europa de Sud-Est și principalul finanțator al economiei românești. Rezultatele obținute sunt o confirmare a poziției de jucător de top în toate segmentele de activitate: leasing, administrare active, intermediere financiară etc. și creșterea sinergiilor între companiile din grup. Banca Transilvania este o bancă românească, un campion local și un exemplu că atunci când ai ambiție, curaj și profesionalism, reușești.

### **Bibliografie:**

1. Bistriceanu G. (2014) *Noțiuni bancare fundamentale*, Editura Economică, Ediția a II-a, București
2. Dănilă N., Anghel L.C., Sinca F.E. (2012) *Retail banking. Produse și servicii bancare retail*, Editura Economică, București, 2012
3. Dănilă N., coord. (2010) *Corporate banking. Produse și servicii bancare corporate*, Editura ASE, București
4. Drigă I. (2012) *Produse și servicii bancare*, Editura Sitech, Craiova
5. Nițescu D.C. (2014) *Marketing bancar*, Ediția a II-a, Editura ASE
6. Banca Transilvania, <https://www.bancatransilvania.ro/relatii-investitori/rezultate-financiare> [Accesat la 01 Mai 2023]
7. Banca Comercială Română, <https://www.bcr.ro/ro/investitori/rapoarte-financiare> [Accesat la 01 Mai 2023]
8. BRD Groupe Societe Generale, <https://www.bcr.ro/ro/investitori/rapoarte-financiare> [Accesat la 01 Mai 2023]
9. Revista Biz, <https://www.revistabiz.ro/bcr-a-dat-in-2022-credite-de-95-mld-lei-persoanelor-fizice-si-de-156-mld-lei-pentru-companii/> [Accesat la 02 Mai 2023]
10. Startupcafe, <https://www.startupcafe.ro/finantari/banca-transilvania-brd-top-brand-romania.htm> [Accesat la 02 Mai 2023]
11. Studii Financiare, <https://studiifinanciare.ro/topul-bancilor-din-romania-doua-banci-listate-la-bvb-sunt-in-top-3-cresteri-majore-dar-si-dezamagiri/> [Accesat la 03 Mai 2023]
12. Ziarul Financiar, <https://www.zf.ro/banci-si-asigurari/topul-celor-mai-profitabile-banci-mari-in-2022-marjele-de-profit-21788374> [Accesat la 03 Mai 2023]
13. Ziarul Financiar, <https://www.zf.ro/banci-si-asigurari/cat-eficiente-au-bancile-mari-9-luni-2022-venituri-costuri-au-avut-21405550> [Accesat la 03 Mai 2023]

## Performanțele sistemului bancar românesc - trecut, prezent și perspective

**Autor: Szima Andreea-Simona**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** The concept of performance is used for a wide range of activities and it is associated with success, growth, effort. Bank profitability is assessed through current earnings and it is associated with Cost-to-income ratios and efficient management. The purpose of this paper is to provide a global perspective on the determinants of bank profitability in the Romanian banking system.*

### 1. Introducere

Băncile din România se încadrează în categoria băncilor comerciale de tip universal ce efectuează toată gama de operațiuni bancare și operează pe întreg teritoriul țării și acționează în economia de piață ca și agenți economici autonomi, având ca obiect de activitate furnizarea de servicii bancare în condiții de profitabilitate, efectuând o gamă largă de operațiuni cum ar fi:

- ◆ atragerea de depozite la vedere și la termen; efectuarea de operații de încasare și plăți;
- ◆ acordarea de credite pe termen scurt, mediu și lung;
- ◆ efectuarea de operațiuni de schimb valutar;
- ◆ transferarea fondurilor prin cecuri sau alte instrumente de plată;
- ◆ realizarea tranzacțiilor cu titluri pentru contul propriu sau al clienților;
- ◆ emiterea și primirea de garanții pentru angajamentele de plată proprii sau ale clienților;
- ◆ realizarea operațiilor de scontare a efectelor de comerț;
- ◆ efectuarea de operații cu metale prețioase;
- ◆ acordarea de consultanță bancară etc.

Prin întreaga lor activitate, prin serviciile pe care le prestează, băncile au un rol hotărâtor în viața economică contemporană. Practic nu există domeniu al vieții economice și sociale care să nu aibă tangență cu activitatea bancară. Băncile sunt indispensabile unei bune și eficiente funcționări a mecanismului economico-social. Rolul băncilor în cadrul unei economii poate fi analizat atât prin funcțiile îndeplinite, cât mai ales prin conceptul de intermediere financiară.

### 2. Rolul băncilor în economie

Activitatea băncilor este constituită dintr-o multitudine de operațiuni bancare, care conduc la conceperea, realizarea și înregistrarea produselor și serviciilor bancare. Băncile organizează și realizează procesul de formare al resurselor și de îndrumare a acestor resurse pentru acoperirea nevoilor de capital, îndeplinind trei funcții în economie:

- funcția de depozit - mobilizează activele monetare disponibile în economie;
- funcția de investiții - utilizează resurselor proprii și atrase prin acordarea de credite;
- funcția comercială - realizează decontări între titularii de cont.

Rolul băncilor în economie este strâns legat de calitatea lor de intermediar principal în relația economiei investiții. Relația directă cu mii și milioane de agenți economici, titulari de cont, în legătură cu constituirea și utilizarea depozitelor, conferă băncilor comerciale o altă principală funcție în economia modernă, aceea de centru de efectuare a plăților între titularii de cont, și prin aceasta băncile determină și controlează fluxurile circulației monetare și scripturale.

După numeroși economiști occidentali, în economia contemporană rolul băncilor este unic sau special, comparativ cu alți agenți economici din sectorul real sau financiar, dezvoltarea bancară asigurând, în ultimă instanță, structura necesară funcționării economiei de piață.

Afirmarea rolului unic al băncii este dată, în noile condiții, de funcțiile principale ale băncilor, care privesc: o eficientă alocare a disponibilităților bănești, prin furnizarea de credit către sectorul real al economiei; un transfer monetar între instituții și agenți economici, potrivit unei politici monetare adecvate a băncii centrale prin intermediul cerințelor sale de rezerve și a operațiunilor de open market; precum și funcția de a asigura operațiuni de depozit pentru agenți economici, ca o dovadă de încredere în stabilitatea și lichiditatea sistemului bancar.

Rolul sistemului bancar în economie, de intermediere financiară, este binecunoscut, sectorul bancar fiind cel care contribuie la dezvoltarea economiei naționale și la bunăstarea consumatorilor. Prin atragerea de depozite băncile protejează economiile populației și ale companiilor, iar prin finanțarea acordată asigură întoarcerea disponibilităților bănești în economie prin consum și investiții. Băncile comerciale își exercită rolul de intermediar nu numai între agenții din afara sistemului bancar, ci au un rol major în reciclarea și valorificarea capitalului, în mobilizarea de resurse și distribuirea de credite în însuși sistemul bancar, deci intermediază între verigile bancare. În acest proces se afirmă și se detașează ca principale funcții ale băncilor comerciale cele două laturi ale intermedierei: mobilizarea resurselor și distribuirea lor sub formă de credite.

Cu toate acestea, în România, intermedierea financiară (calculată ca pondere a creditului neguvernamental în PIB) este redusă, sistemul bancar românesc fiind pe ultimul loc în Uniunea Europeană ca nivel al intermedierei financiare. Astfel, deși dinamica anuală a creditului acordat sectorului privat de băncile românești și-a accelerat considerabil ascensiunea în ultima perioadă, la sfârșitul lunii septembrie 2022 acesta reprezenta doar 26,6% din PIB.

### **3. Profitabilitatea sectorului bancar românesc**

Performanța poate fi definită ca fiind nivelul măsurabil de stabilitate a activității unei bănci, caracterizat prin niveluri reduse ale riscurilor de orice natură și un trend normal de creștere al profiturilor de la o perioadă de analiză la alta. Profitabilitatea permite unei bănci majorarea capitalului în vederea susținerii creșterii activelor, absorbirii pierderilor generate de creditele neperformante, asigurând, de asemenea, profit investitorilor. Activitatea complexă a băncilor comerciale, în special activitatea financiară, necesită o analiză financiară completă și complexă a eficienței și performanței obținute. O astfel de analiză se poate face prin intermediul indicatorilor de performanță bancară: rentabilitatea activelor, rentabilitatea capitalurilor proprii, marja netă din dobânzi, rata profitului, rata rentabilității activității de bază etc.

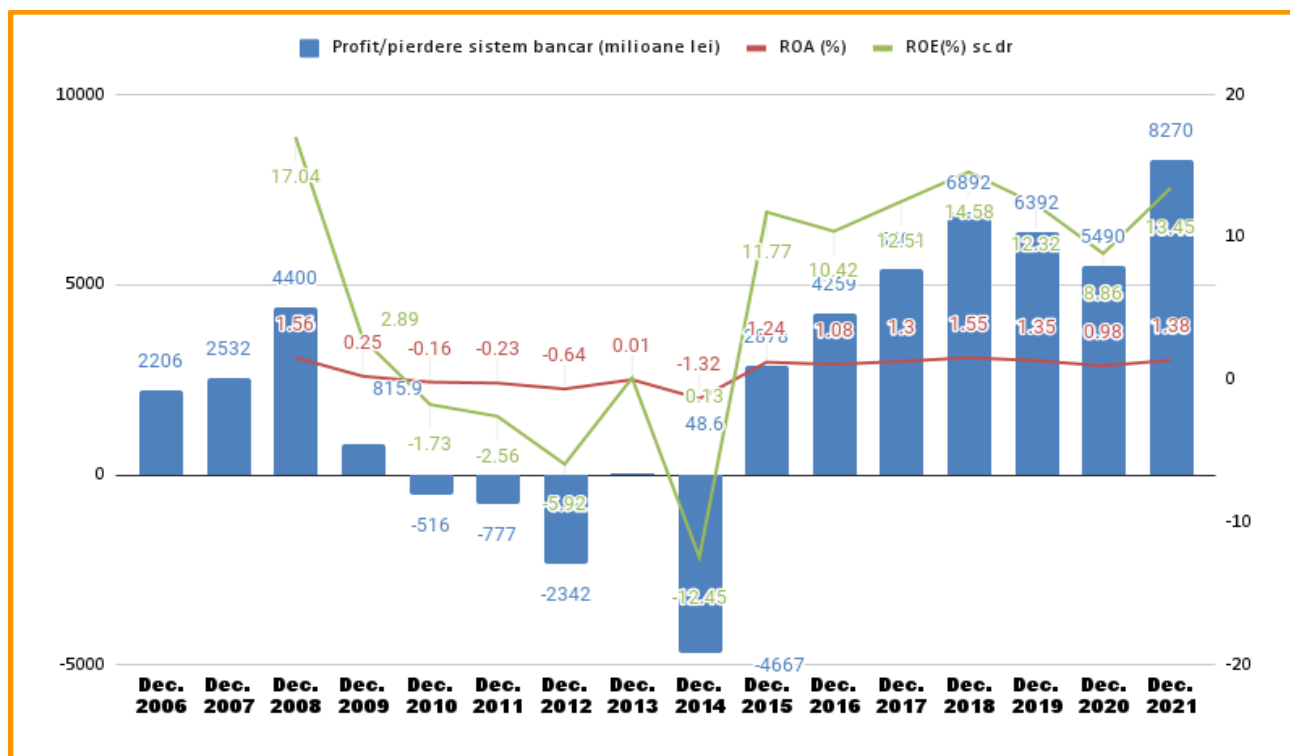
Obiectivele unui management performant constă în maximizarea rentabilității, minimizarea expunerii la risc și respectarea reglementărilor bancare în vigoare. De asemenea, rentabilitatea băncilor este strâns legată de activitatea economică. Perspectivele de creștere mai lentă pot afecta profitabilitatea băncilor printr-o reducere a activității de creditare și o posibilă creștere a deprecierei creditului.

Sistemul bancar românesc a fost testat serios în perioada 2009-2014, o perioadă dificilă pentru sistemul bancar românesc care a resimțit din plin efectele crizei financiare globale. Criza a afectat economia românească începând cu anul 2009, când economia a intrat în recesiune, atingând un nivel ridicat mai ales în 2010. Deși sistemul bancar românesc a fost în anul 2008 cele mai profitabil din Europa Centrală și de Est, înregistrând o rentabilitate a activelor - ROA de 2,65% și o rentabilitate a capitalurilor proprii - ROE de 29,5%, în anul 2009 reducerea veniturilor a afectat semnificativ profitabilitatea bancară.

Criza financiară din 2008 a fost urmată de un proces de consolidare al sistemului bancar care a rezultat într-o poziție mai puternică a sectorului bancar românesc după anul 2014, iar poziția a rămas solidă și în timpul turbulențelor induse de pandemie și pe durata redresării economice. Astfel,



începând cu anul 2015 asistăm la redresarea sistemului bancar românesc, când băncile au început să înregistreze din nou profit. Profitabilitatea sectorului bancar a continuat să se îmbunătățească în întreaga perioadă 2015-2021, în anul 2021 băncile românești obținând un profit în valoare de aproximativ 8,27 miliarde lei, adică 1,66 miliarde de euro, în creștere cu 64% față de anul precedent, când profitul net pe întreg anul a fost de 5,49 miliarde lei.



Sursa: Profit record al băncilor în 2021, Bancherul.ro, 23.02.2022, [https://www.bancherul.ro/stire.php?id\\_stire=21211&titlu=profit-record-al-bancilor-in-2021](https://www.bancherul.ro/stire.php?id_stire=21211&titlu=profit-record-al-bancilor-in-2021)

**Figura nr. 1. Evoluția indicatorilor de profitabilitate în sistemul bancar românesc, în perioada 2015-2021**

De asemenea, trendul ascendent a continuat și în anul următor, astfel încât la sfârșitul anului 2022 indicatorii de profitabilitate ai sistemului bancar românesc au înregistrat valori semnificative (figura nr. 2, 3, 4):

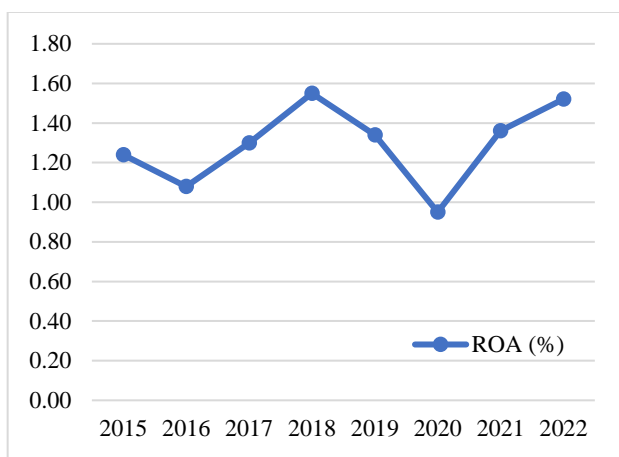
- ★ rata rentabilității economice (ROA) - rentabilitatea activelor a urcat la 1,52% de la 1,38% în anul 2021 și 0,95% în anul 2020;
- ★ rata rentabilității financiare (ROE) - rentabilitatea capitalului a urcat la 16,59%, de la 13,28% în anul 2021 și 8,66% în anul 2020;
- ★ rata rentabilității activității de bază - a înregistrat valori de 192,65%, în creștere față de valorile înregistrate în anii precedenți (185,48% în anul 2021, respectiv 185,74% în anul 2020).

De fapt, anul 2022 este considerat cel mai bun an financiar pentru bănci din ultimii 15 ani, sistemul bancar românesc realizând un profit record de peste 10 miliarde de lei. Astfel, Profitul net la nivelul sistemului bancar românesc a ajuns la sfârșitul anului 2022 la 10,2 mld. lei, în creștere cu 24,4% față de câștigul din anul anterior.

Potrivit Raportului BNR asupra stabilității financiare publicat în decembrie 2022, acest nivel istoric și a fost alimentat de dinamica accelerată a creditării și de majorarea veniturilor nete din dobânzi (figura nr. 5) care au beneficiat de creșterea mai rapidă a ratelor de dobândă aferente activelor financiare, în contextul accelerării concomitente a volumului de afaceri. Pondere veniturilor nete din

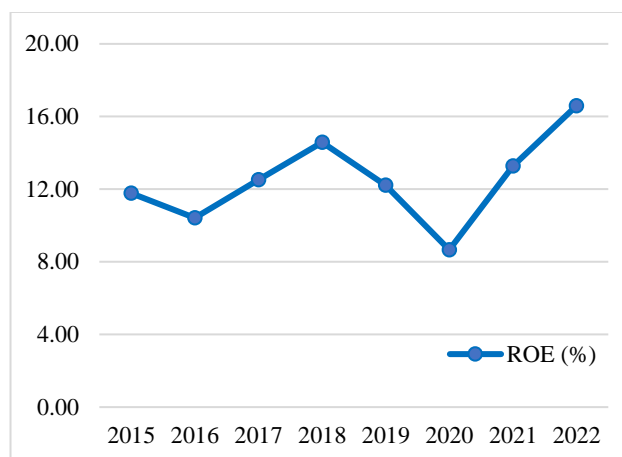


dobânzi în totalul veniturilor operaționale a fost de 69%, constituind componenta principală, potrivit BNR.



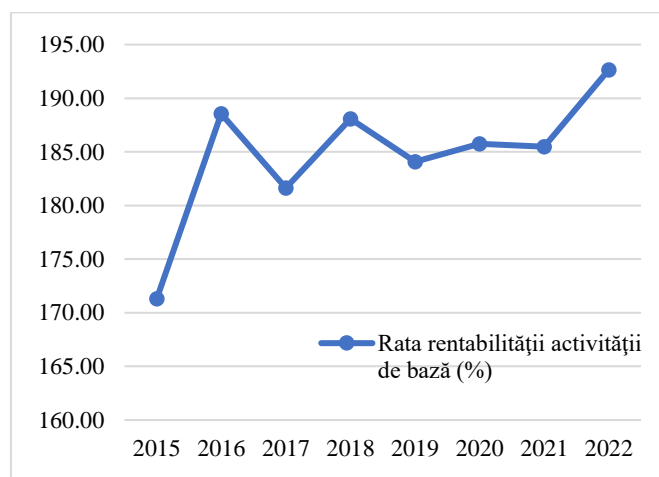
Sursa: Date preluate din baza de date a BNR, [www.bnr.ro](http://www.bnr.ro)

**Figura nr. 2. Evoluția indicatorului rata rentabilității economice în sistemul bancar românesc, în perioada 2015-2022**



Sursa: Date preluate din baza de date a BNR, [www.bnr.ro](http://www.bnr.ro)

**Figura nr. 3. Evoluția indicatorului rata rentabilității financiare în sistemul bancar românesc, în perioada 2015-2022**



Sursa: Date preluate din baza de date a BNR, [www.bnr.ro](http://www.bnr.ro)

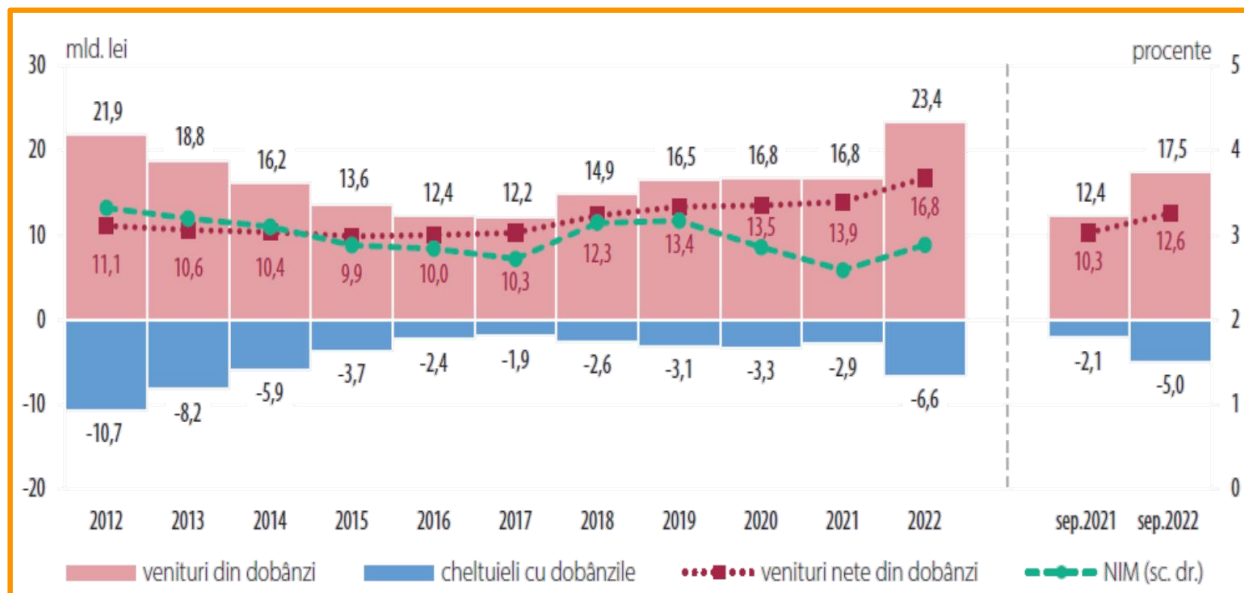
**Figura nr. 4. Evoluția indicatorului rata rentabilității activității de bază în sistemul bancar românesc, în perioada 2015-2022**

La nivel european, ponderea veniturilor nete din dobânzi în totalul veniturilor operaționale este mai redusă, de aproximativ 55% în iunie 2022, reflectând o concurență mai pronunțată și un grad de sofisticare mai ridicat al modelului de afaceri, care generează însă venituri însemnate din taxe și comisioane, de 31% din total venituri operaționale, o valoare cu peste 10% mai ridicată față de nivelul înregistrat de sistemul bancar românesc.

Principalele bănci din sistem, după cota de piață deținută, au realizat profituri ce depășesc 1 miliard de lei, excepție făcând doar CEC Bank, al cărui profit nu a depășit cifra de 446,8 milioane lei. Astfel (figura nr. 6):

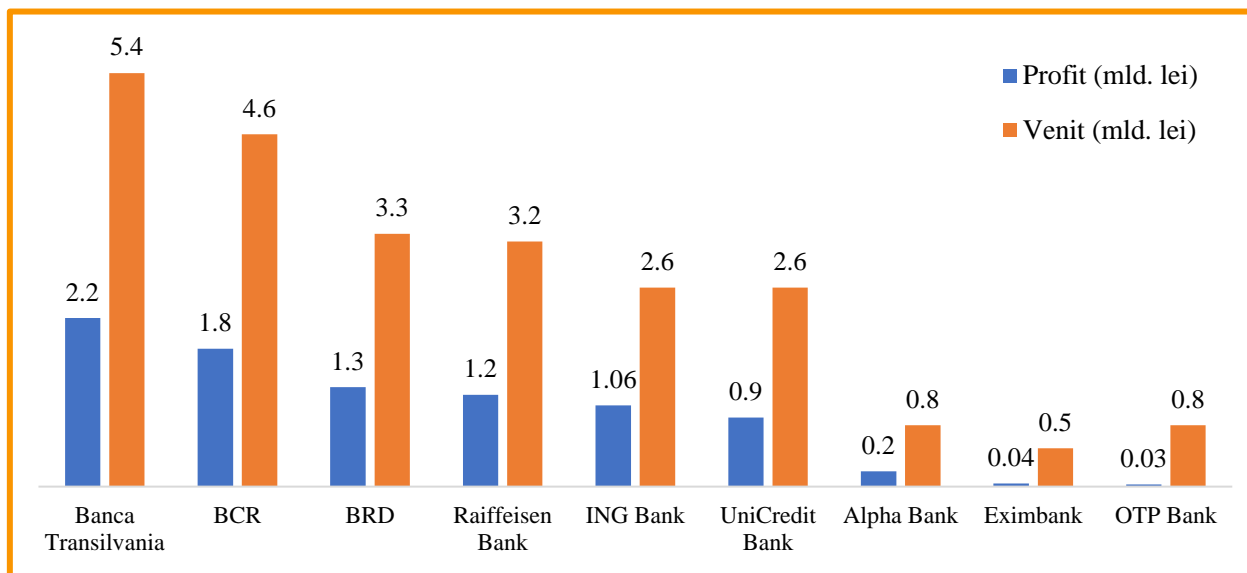
- Banca Transilvania a realizat un profit net de aproape 2,2 miliarde lei;
- BCR a obținut un profit de aproape 1,8 miliarde lei;

- BRD a realizat un profit de aproape 1,3 miliarde lei;
- Raiffeisen Bank a a obținut un profit de 1,2 miliarde lei;
- ING Bank a realizat un profit în jur de 1 miliard lei;
- UniCredit Bank a obținut un profit de aproximativ de 0,9 miliarde lei.



Sursa: Banca Națională a României, Raport asupra stabilității financiare, 2022

**Figura nr. 5. Evoluția veniturilor nete din dobânzi în sistemul bancar românesc, în perioada 2012-2022**



Sursa: Medrega Claudia, Topul celor mai profitabile bănci mari în 2022. Marjele de profit depășesc și 40% la unele bănci, Ziarul financiar, 12.04.2023, <https://www.zf.ro/banci-si-asigurari/topul-celor-mai-profitabile-banci-mari-in-2022-marjele-de-profit-21788374>

**Figura nr. 6. Profitabilitatea instituțiilor de credit din sectorului bancar românesc în anul 2022**

Cele mai mari 3 bănci - Banca Transilvania, BCR și BRD - sunt pe podium și în topul profiturilor, cu 5,3 mld. lei cumulată, adică aproximativ 53% din câștigul sistemului bancar. Băncile mari au raportat pentru 2022 profituri în creștere față de 2021, în condițiile majorării creditării și a veniturilor și

ascensii dobânzilor, dobânzile încasate de bănci din activitatea de creditare fiind principala sursă de câștig.

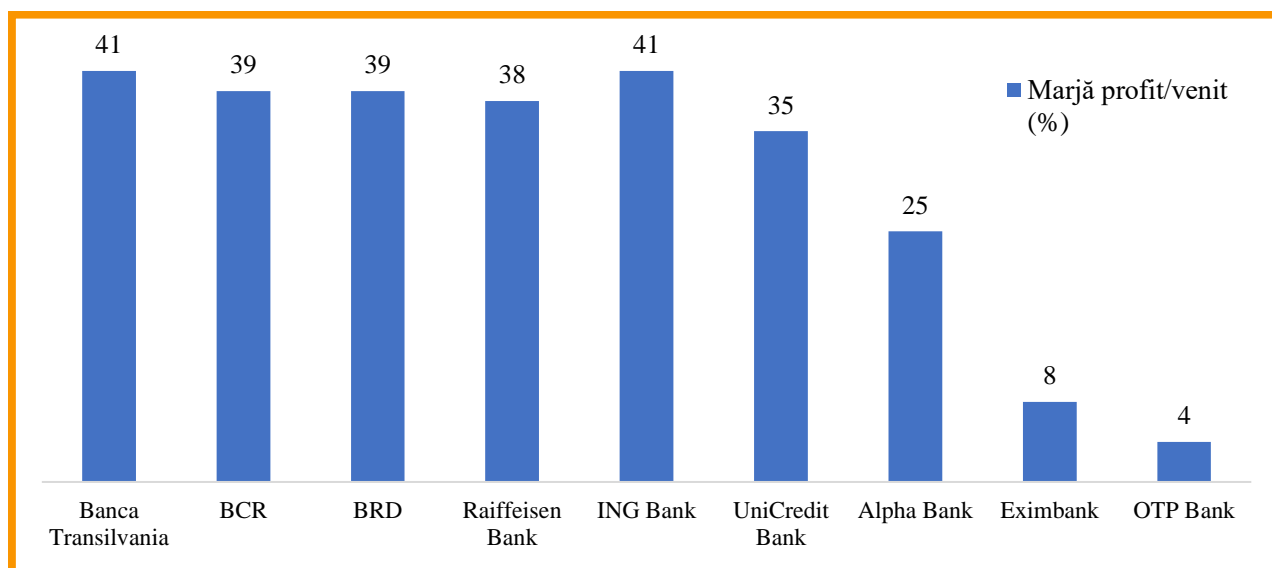
Lider în topul celor mai profitabile bănci mari din anul 2022 este banca care deține în prezent și cea mai mare cotă de piață, Banca Transilvania, care a înregistrat un profit net de 2,18 miliarde lei, în creștere cu 22% față de anul 2021. Banca a reușit să obțină în 2022 venituri operaționale de 5,36 miliarde lei, mai mari cu 23% față de anul precedent.

Pe locul 2 în topul băncilor profitabile s-a situat BCR, a doua cea mai mare bancă de pe piața românească, cu un profit net de 1,83 mld. lei înregistrat în anul 2022. Venitul operațional al BCR a crescut cu 21,7% față de anul 2021, până la 4,61 miliarde lei.

Podiumul băncilor mari profitabile este completat de BRD-SocGen, a treia bancă după cota de piață deținută, care a reușit să obțină în anul 2022 un profit net de 1,29 miliarde lei, în creștere cu 0,5% față de anul precedent. Venitul net bancar al BRD a înregistrat, de asemenea, un trend crescător, cu 12,2% față de perioada anterioară, atingând o valoare de 3,29 miliarde lei.

Marjele de profit indicative ale băncilor mari, calculate pe baza profiturilor nete și a veniturilor din anul 2022, oscilează între valorile 4%, respectiv 41%, cele mai mari valori fiind înregistrate de băncile mari din top 5, și anume (figura nr. 7):

- Banca Transilvania și ING Bank – 41%;
- BCR și BRD – 39%;
- Raiffeisen Bank – 38%;
- UniCredit Bank – 35%;
- Alpha Bank – 25%.



Sursa: Medrega Claudia, Topul celor mai profitabile bănci mari în 2022. Marjele de profit depășesc și 40% la unele bănci, Ziarul financiar, 12.04.2023, <https://www.zf.ro/banci-si-asigurari/topul-celor-mai-profitabile-banci-mari-in-2022-marjele-de-profit-21788374>

**Figura nr. 7. Marja de profit înregistrată de instituțiile de credit din sectorului bancar românesc în anul 2022**

În ceea ce privește raportul dintre capitalizarea băncilor și rezultatul net (PER - price earning ratio), potrivit unei analize realizate de Ziarul Financiar pentru trei instituții de credit (Banca Transilvania, BRD Société Générale și Patria Bank), de 5,49 ani are nevoie un investitor pentru a-și recupera investiția de astăzi în acțiuni ale BT, de 6,77 ani pentru BRD, respectiv de 15,21 ani pentru Patria Bank (figura nr. 7).

Același studiu evidențiază faptul că sectorul bancar românesc a înregistrat profituri nete în creștere în anul 2022 pe baza majorările agresive ale ratelor dobânzilor, dar neplata dividendelor, în concordanță cu recomandările BNR, a afectat evoluția cotațiilor.

Indicator	Banca Transilvania	BRD	Patria Bank
Profit net consolidat 2022 (mil. lei)	2.488,4	1.337,1	19,2
Dinamică anuală profit (%)	23	1,3	94
Capitalizare 7 martie 2023 (mil. lei)	13.657,8	9.045,8	292,5
Raport capitalizare / profit (PER)	5,49	6,77	15,21
Capitaluri proprii (mil. lei)	8.918,9	6.959,8	330,4
Raport capitalizare / capitaluri (P/B)	1,53	1,30	0,89
Total active (mil. lei)	140.510,8	73.841,8	4.370,2
Total venituri (mil. lei)	6.280,0	3.459,2	206,9
Dinamică preț acțiune 2023 (%)	-3,10	-0,15	13,80
Preț acțiune (lei)	19,3	13,0	0,1

Sursa: Popescu Liviu, Sectorul bancar listat la BVB, la raport: la ce multipli se tranzacționează Banca Transilvania, BRD și Patria Bank după rezultatele pe 2022 și care sunt perspectivele, Ziarul financiar, 12.03.2023, <https://www.zf.ro/burse-fonduri-mutuale/sectorul-bancar-listat-la-bvb-la-raport-la-ce-multipli-se-21671666>

**Figura nr. 7. Indicatorii sectorului bancar listat la BVB pe baza rezultatului net din anul 2022**

#### 4. Concluzii

Privind retrospectiv, sistemul bancar românesc, testat serios în perioada 2009-2014, pe fondul efectelor crizei financiare globale, s-a redresat după anul 2014. Astfel, începând cu anul 2015 asistăm la un proces de consolidare pentru sistemul bancar românesc, când băncile au început să înregistreze din nou câștig, semnale favorabile în privința revenirii pe profit fiind vizibile încă din primele luni ale anului. Profitabilitatea sectorului bancar a continuat să se îmbunătățească în perioada 2015-2022, astfel încât în anul 2022 băncile românești au obținut un profit record de peste 10 miliarde lei.

Pe parcursul perioadei pandemice, efectele au fost bine gestionate, sectorul bancar din România a înregistrat o profitabilitate ridicată, contribuind concomitent la redresarea activității economice prin accelerarea creditării sectorului real. În perioada următoare, în sfera sectorului bancar ne așteptăm la consolidarea performanței financiare pe termen scurt și mediu, pe fondul continuării ciclului investițional post-pandemie.

#### Bibliografie:

1. Andrieș A.M. (2010) *Performanța și eficiența activității bancare*, Editura Universității Alexandru Ioan Cuza, Iași
2. Barbu T.C., Boitan I.A. (2020) *Băncile în economia globală. Evoluții, provocări, perspective*, Editura ASE, București
3. Bătrânca, I., Trenca, I., Bejenaru, A., Borlea, S. (2008) *Analiza performanțelor și riscurilor bancare*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
4. Dedu V., coord. (2016) *Produse și servicii bancare*, Editura Economică, București

5. Drigă I. (2012) *Produse și servicii bancare*, Editura Sitech, Craiova
6. Mățiș E., Mutu S. Mățiș A.C. (2011) *Produse și servicii bancare*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
7. Nedelescu M., Ungureanu M.A., Ungureanu D. (2019) *Produse și servicii bancare*, Editura Universitară, București
8. Nițoi, M. (2016) *Eficiență și productivitate în sistemele bancare din Uniunea Europeană*, Editura Economică, București
9. Banca Națională a României, baza de date, [www.bnr.ro](http://www.bnr.ro)
10. Banca Central Europeană, baza de date, [www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu)
11. Banca Națională a României, Raport asupra stabilității financiare, 2015-2022
12. Bancherul, <https://www.bancherul.ro/>
13. Banking news, <https://www.bankingnews.ro/>
14. Ziarul financiar, <https://www.zf.ro/>

## Intermedierea financiară în România în perioada 2018-2022

**Autor: Toma Andrei Tudor**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *On a regional scale, the financial system is the system that enables lenders and borrowers to exchange funds. Its goal is to efficiently distribute economic resources to promote economic growth and generate a return on investment for market participants. Regional financial systems include banks and other institutions. The banking sector has been important to nations' economies since ancient times, particularly in safeguarding wealth and providing credit to individuals and businesses. Romanian banking sector has delivered a significant role in facilitating for economic growth. The banking sector is crucial to the modern economy. The Romanian financial system has been significantly tested in recent years. Credit plays an important role in the Romanian economy by allowing increased economic transactions to increase efficiency and enhance economic growth.*

### 1. Introducere

Sectorul financiar reprezintă unul dintre pilonii de susținere ai oricărei economii naționale din lume, iar România nu face excepție în această privință. În ultimii ani, sectorul financiar a resimțit o presiune considerabilă. Climatul investițional global s-a deteriorat puternic, în principal din cauza inflației, care, apărută în urma măsurilor impuse pentru susținerea economiilor în pandemie și accentuată de războiul din Ucraina, a ajuns la cote nemaîntâlnite de zeci de ani<sup>1</sup>.

Realizarea unei creșteri economice de durată se află în strânsă legătură cu menținerea unui sistem bancar fiabil și eficient. Rolul băncilor poate fi privit din două puncte de vedere: cantitativ și calitativ. Partea cantitativă are legătură cu volumul și varietatea produsului bancar vândut pe piață, adică se referă la volumul operațiunilor active ale băncii. Partea calitativă se realizează printr-o politică echilibrată care vizează atât eficiența producției, cât și eficiența bancară.

Instituțiile și piețele financiare au un rol esențial în cadrul oricărei economii dezvoltate. Acestea acordă împrumuturi persoanelor fizice și juridice și le permit cetățenilor să își constituie depozite și să investească în viitor, direcționând sumele economisite pentru a sprijini economia<sup>2</sup>.

În plus, băncile învață firmele și cetățenii să gestioneze mai bine riscurile și să se protejeze împotriva acestora. Un sistem financiar care funcționează corespunzător promovează stabilitatea, prosperitatea și creșterea economică. De cealaltă parte, un sistem financiar defectuos poate influența în mod negativ întreaga economie. În ciuda intensității crizei pandemice, a creșterii galopante a inflației și a conflictului din Ucraina, sistemul bancar din România a continuat să funcționeze bine, furnizând lichiditatea necesară finanțării în condiții bune a sectorului public, a firmelor și a populației.

---

<sup>1</sup> Iacomi Andrei, Gongoroi Mihai, Sectorul financiar românesc încearcă să uitate pandemia și să țină piept războiului, articol preluat de pe site-ul <https://www.bursa.ro/>, postat în data de 28.06.2022, accesat în data de 26.02.2023

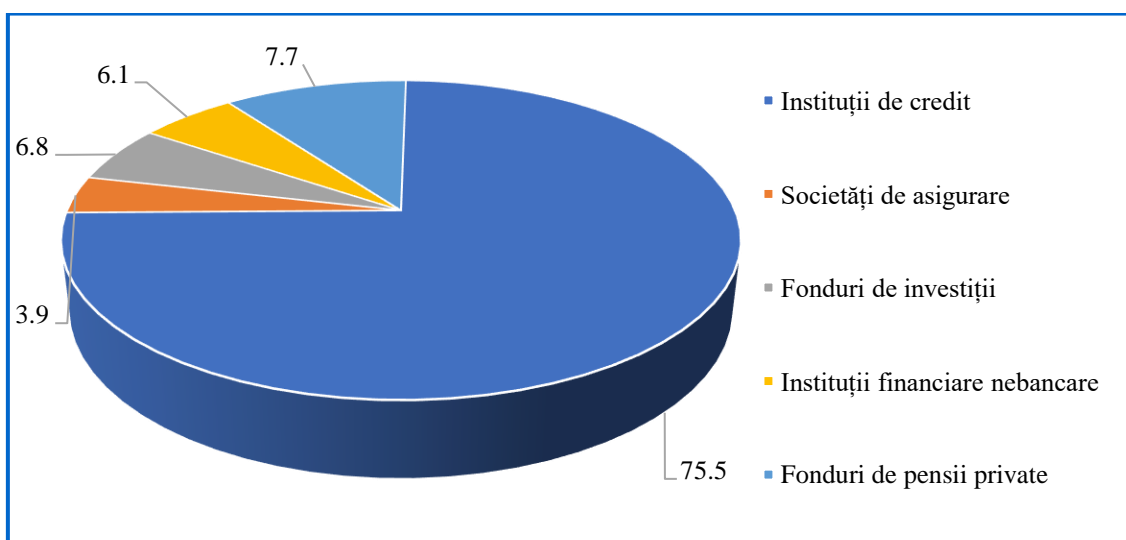
<sup>2</sup> UE, Buna funcționare a pieței unice a serviciilor financiare favorizează prosperitatea, stabilitatea și creșterea economică, 2014, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ac18de8a-d423-4f9f-941f-9f29b5cc6fd1>, accesat în data de 26.02.2023

## 2. Structura sistemului financiar și intermedierea financiară

Sectorul financiar din România reprezintă o componentă a economiei care cuprinde cinci industrii specifice, care, așezate în ordinea importanței, sunt: instituțiile de credit, fondurile de pensii private, fondurile de investiții, instituțiile financiare nebankare și firmele de asigurări.

Sistemul financiar reprezintă un ansamblu de aranjamente și convenții care facilitează transferul de fonduri de la cei care le dețin către cei care au nevoie de ele. Acesta acționează la nivel macro și micro și se bazează pe legături organice între componentele sale, pentru a contribui la crearea de valoare economică, bunurile și serviciile fiind valorizate prin intermediul banilor.

După cum se observă în figura de mai sus, în anul 2018, sectorul bancar s-a menținut drept componenta dominantă din cadrul sistemului financiar (reprezentând peste 75% din total). Cu o pondere de 7,7% (figura nr. 1) pe locul secund se află fondurile de pensii private, urmate de fondurile de investiții, instituțiile financiare nebankare și societățile de asigurare. În trimestrul 3 al anului 2018, conform datelor BNR<sup>3</sup>, stabilitatea financiară s-a menținut robustă, iar principalele vulnerabilități au rămas de natură externă. Contextul macroeconomic și financiar național s-a menținut favorabil, ceea ce a contribuit la o anumită protejare a României.



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportul BNR asupra stabilității financiare, 2018

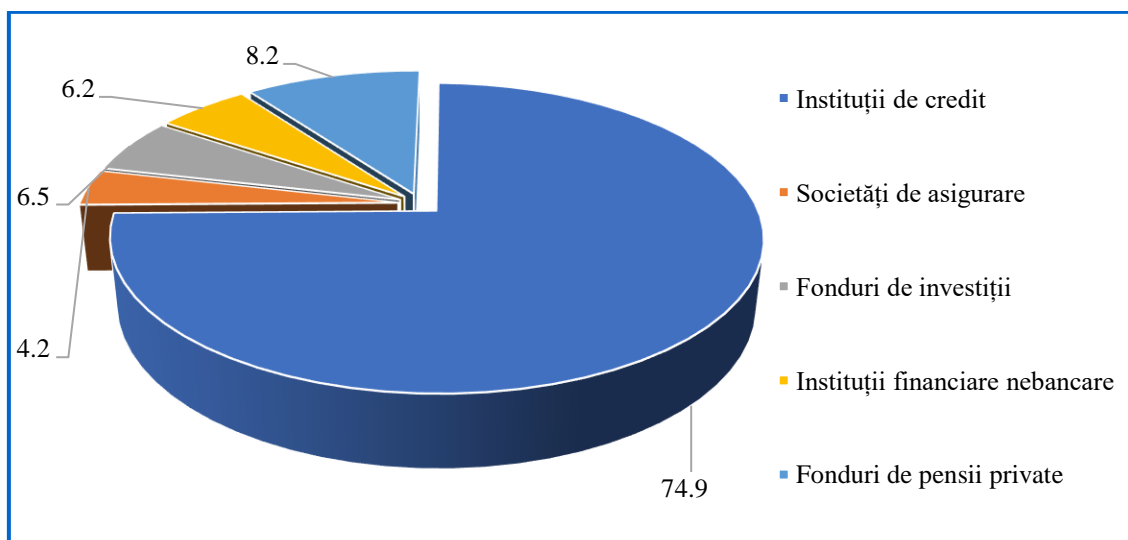
**Figura nr. 1. Distribuția activelor în cadrul pieței financiare din România, T3 2018**

La începutul anului 2019, deși în ușoară scădere, sectorul bancar rămâne segmentul cu cea mai importantă proporție în sistemul financiar (74,9%), fiind urmat de sectorul pensiilor, al cărui potențial de dezvoltare a fost valorificat într-o măsură mai mare, comparative cu precedent (figura nr. 2). Relativ constantă a fost ponderea instituțiilor financiare nebankare (6,2% față de 6,1% în 2018), în timp ce ponderea fondurilor de investiții s-a diminuat cu 0,3%. În creștere ușoară a fost procentul activelor societăților de asigurări, de la 3,9% la 4,2%<sup>4</sup>.

Asigurarea unui cadru de reglementare predictibil în domeniul financiar-bancar este de natură să contribuie la consolidarea acestei evoluții.

<sup>3</sup> BNR, Raport asupra stabilității financiare, decembrie 2018, Anul III (XIII), nr.6(16), <https://www.bnr.ro/>, accesat în data de 12.03.2023

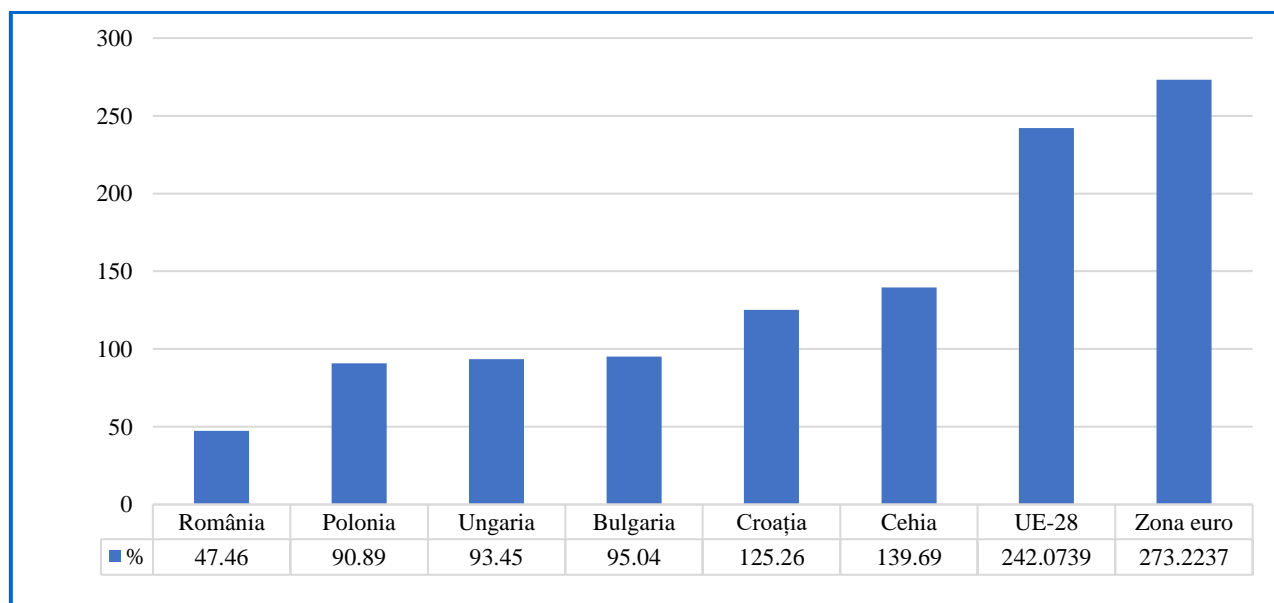
<sup>4</sup> BNR, Raport asupra stabilității financiare, iunie 2019, Anul IV (XIV), nr.7(17), <https://www.bnr.ro/>, accesat în data de 15.03.2023



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportul BNR asupra stabilității financiare, 2019

**Figura nr. 2. Distribuția activelor în cadrul pieței financiare din România, T1 2019**

Însă, comparativ cu statele din regiune, România continuă să dețină și în trimestrul 2 al anului 2019 cea mai redusă pondere a activelor sectorului bancar în PIB (47,46%), de cinci ori sub media UE (peste 242%) și mult sub valorile înregistrate de sectorul bancar din Polonia (90,89%), Ungaria (93,45%), Bulgaria (95,04%), Croația (125,26%) și Cehia (139,69%) (figura nr. 3).



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportul BNR asupra stabilității financiare, 2019

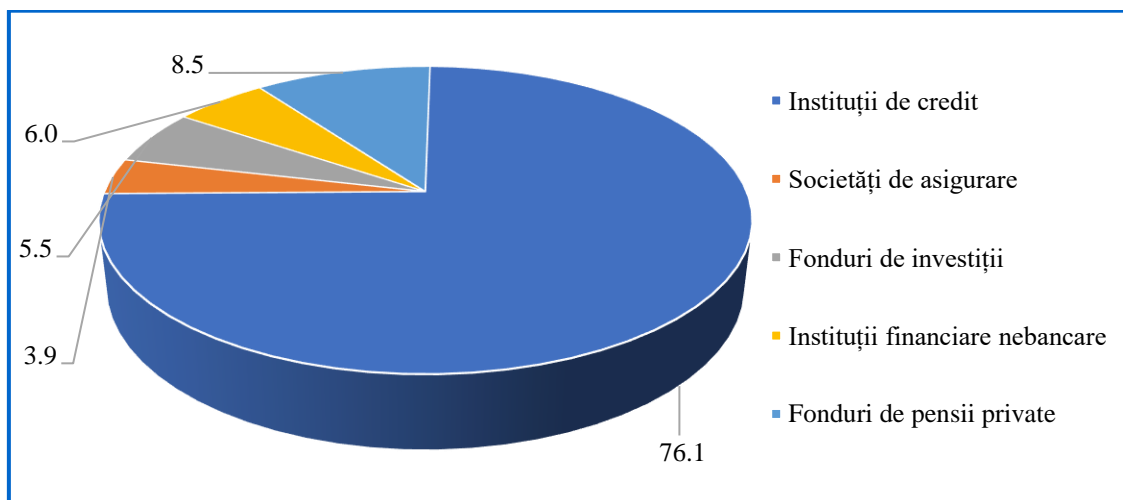
**Figura nr. 3. Ponderea activelor sectorului bancar în PIB, T2 2019**

În primul trimestru al anului 2020, instituțiile de credit au dominat în continuare sistemul financiar, înregistrând o pondere de peste 76%. Fondurile de pensii private au continuat să se dezvolte și au atins pragul de 8,5%, existând și pe viitor un potențial de creștere semnificativ. De cealaltă parte, cu evoluții negative, s-au aflat instituțiile financiare nebancale, fondurile de investiții și societățile de asigurare (figura nr. 4).

În 2020, an marcat de pandemia de Covid-19, investitorii financiarți au stat în expectativă atât când a venit vorba de investiții, cât și de exit-uri în România. Fondurile de investiții au încasat doar



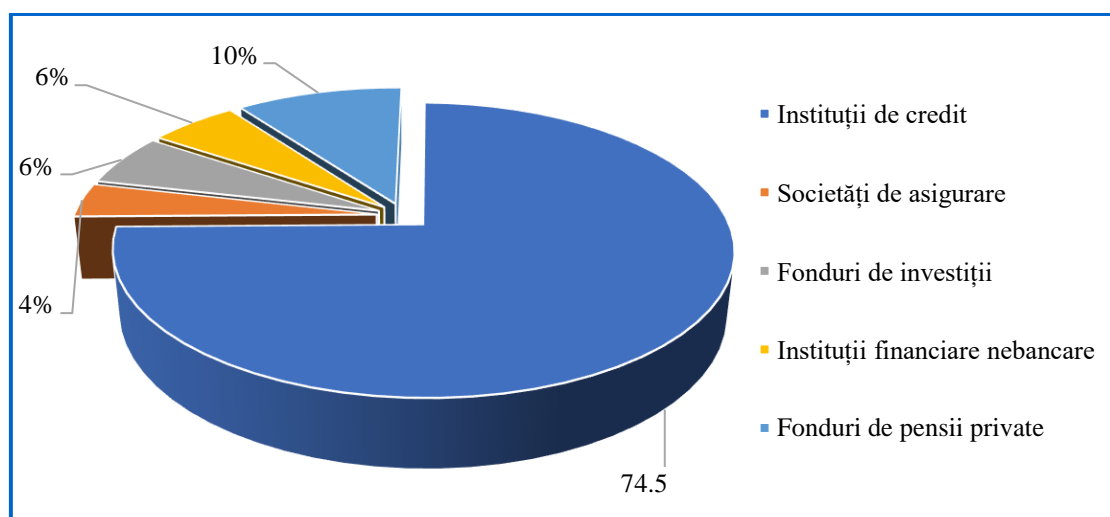
44 milioane de euro din exiturile făcute în România, cea mai mică sumă de după anul 2014, arată datele din rapoartele Invest Europe-EDC<sup>5</sup>. Din păcate, raportat la economiile similare din regiune, dar și la statele membre ale UE, România a rămas pe ultimul loc în ceea ce privește nivelul activelor sectorului bancar raportate la PIB, cu o valoare sub 50%, comparativ cu 97% în Bulgaria și 138% în Cehia<sup>6</sup>.



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportul BNR asupra stabilității financiare, 2020

**Figura nr. 4. Distribuția activelor în cadrul pieței financiare din România, T1 2020**

Indicatorii financiari ai sectorului bancar s-au menținut la valori adecvate de-a lungul pandemiei COVID-19, la un nivel similar sau mai bun comparativ cu mediile europene, conferind o capacitate sporită de atenuare a unor eventuale șocuri.



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportul BNR asupra stabilității financiare, 2021

**Figura nr. 5. Distribuția activelor în cadrul pieței financiare din România, T2 2021**

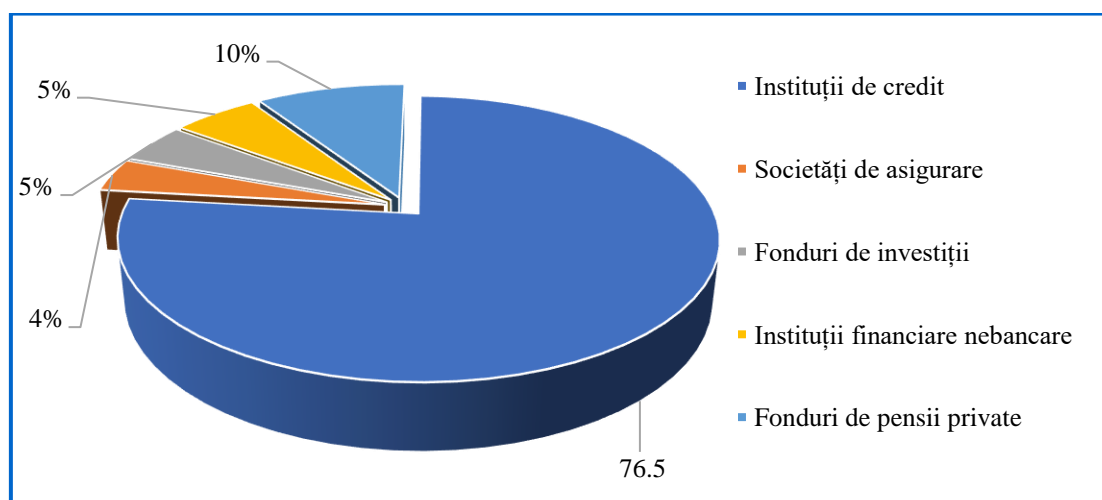
<sup>5</sup> Roșca Cristina, Fondurile de investiții au vândut în 2020 opt companii în România, încasând 44 mil. euro. E cea mai mică sumă din ultimii șapte ani, articol preluat de pe site-ul <https://www.zf.ro/>, postat în data de 27.07.2021, accesat în data de 17.03.2023

<sup>6</sup> BNR, Raport asupra stabilității financiare, iunie 2020, Anul V (XV), nr.9(19), <https://www.bnr.ro/>, accesat în data de 20.03.2023

În anul 2021, sectorul bancar a deținut în continuare cea mai mare pondere a activelor în cadrul sistemului financiar (74,5%), situându-se la o distanță semnificativă față de fondurile de pensii private care i-au urmat. Acesta din urmă și-a continuat ascensiunea și în prima parte a anului 2021, ajungând la o pondere de 10,4%. Fondurile de investiții au înregistrat o ușoară creștere, până la 5,8%, în timp ce instituțiile financiare nebankare și societățile de asigurări au înregistrat scăderi față de anul precedent (figura nr. 5).

De asemenea, la mijlocul anului 2021, asistăm la o creștere a ponderii activelor sistemului financiar în PIB cu 5,5% față de aceeași perioadă a anului anterior, indicatorul care evidențiază gradul de intermediere financiară înregistrând valoarea de 76% în iunie 2021. Însă în pofida faptului că băncile dețin o poziție dominantă pe piața financiară, din perspectiva ponderii activelor sistemului bancar în PIB, în trimestrul 2 al anului 2021 sectorul bancar românesc se situa pe ultimul loc în Europa, cu doar 53,5, semnificativ sub media europeană și mult sub nivelul înregistrat de țările din regiune (Polonia - 101%, Bulgaria -147%)<sup>7</sup>.

În anul 2022, poziția sectorului bancar românesc a fost adecvată, dar riscurile s-au menținut în creștere, atât pe plan local, cât și la nivel segmental, aspect semnalat prin avertizarea recentă a Comitetului European pentru Risc Sistemic.



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportul BNR asupra stabilității financiare, 2022

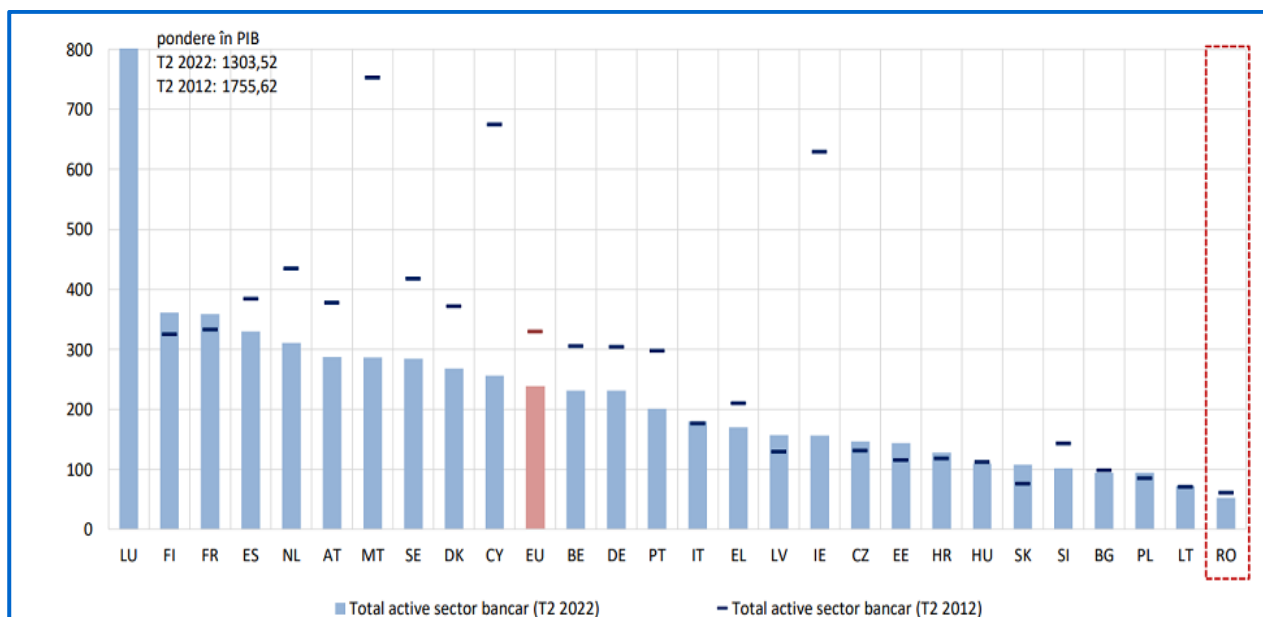
**Figura nr. 6. Distribuția activelor în cadrul pieței financiare din România, T3 2022**

Din punct de vedere al importanței în cadrul sistemului financiar, sectorul bancar a deținut din nou cea mai semnificativă proporție (76,5%), celelalte sectoare înregistrând ponderi mai mici de 10%<sup>8</sup>. Și în acest an, România s-a plasat pe ultima poziție atât la nivelul economiilor din regiune, cât și în rândul statelor Uniunii Europene din punct de vedere al intermedierei financiare pe segmentul bancar. Conform datelor aferente trimestrului al doilea 2022, ponderea activelor sectorului bancar în PIB este de 52,5% pentru România, sub nivelul mediei Uniunii Europene (239%) și al țărilor din regiune (Polonia - 95%, Bulgaria - 95%, Ungaria - 110% și Cehia - 147%).

De fapt, în cadrul Uniunii Europene, România înregistrează de ani buni cel mai redus nivel al gradului de intermediere financiară (determinat ca pondere a activelor bancare în PIB) care se situează la un nivel de circa cinci ori sub media europeană și mult sub nivelul atins de sectorul bancar al țărilor din fruntea clasamentului, precum Luxemburg, Finlanda, Franța, Spania, Olanda, Austria, Malta, Danemarca sau Cipru (figura nr. 7).

<sup>7</sup> Pele A., Superperformanța europeană a sistemului bancar românesc: profit maxim la intermediere financiară minimă, <https://cursdeguvernare.ro/>, postat la data de 23.07.2022, accesat la data de 25.03.2022

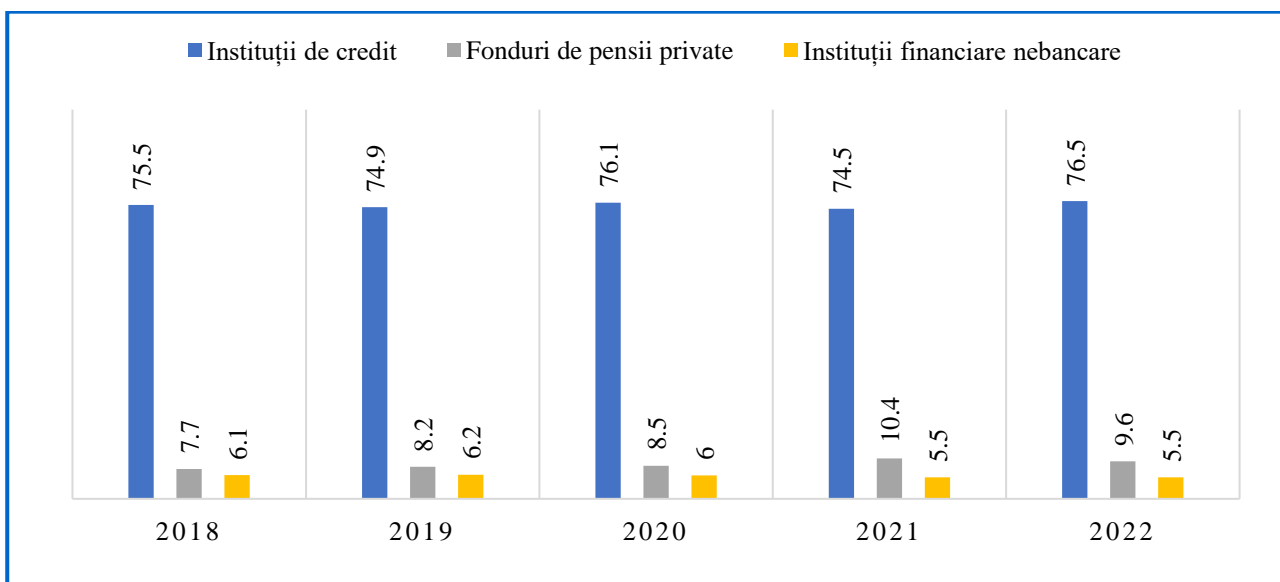
<sup>8</sup> BNR, Raport asupra stabilității financiare, decembrie 2022, Anul VII (XVII), nr.13 (23), <https://www.bnr.ro/>, accesat în data de 21.03.2023



Sursa: România are cel mai redus nivel al intermedierei financiare, dintre toate țările UE, deși nevoie de finanțare există, 20 ianuarie 2023, <https://nocash.ro/>

**Figura nr. 7. Gradul de intermediere financiară în UE, comparativ 2012 și 2022**

În concluzie, după cum putem observa și în tabelul de mai jos, motorul sistemului financiar românesc este reprezentat de instituțiile de credit, a căror pondere în totalul activelor s-a menținut pe întreaga perioadă analizată în jurul a două treimi din total, atingând un maxim în anul 2022 când s-au situat la 76,5%.



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportarele BNR asupra stabilității financiare, 2018-2022

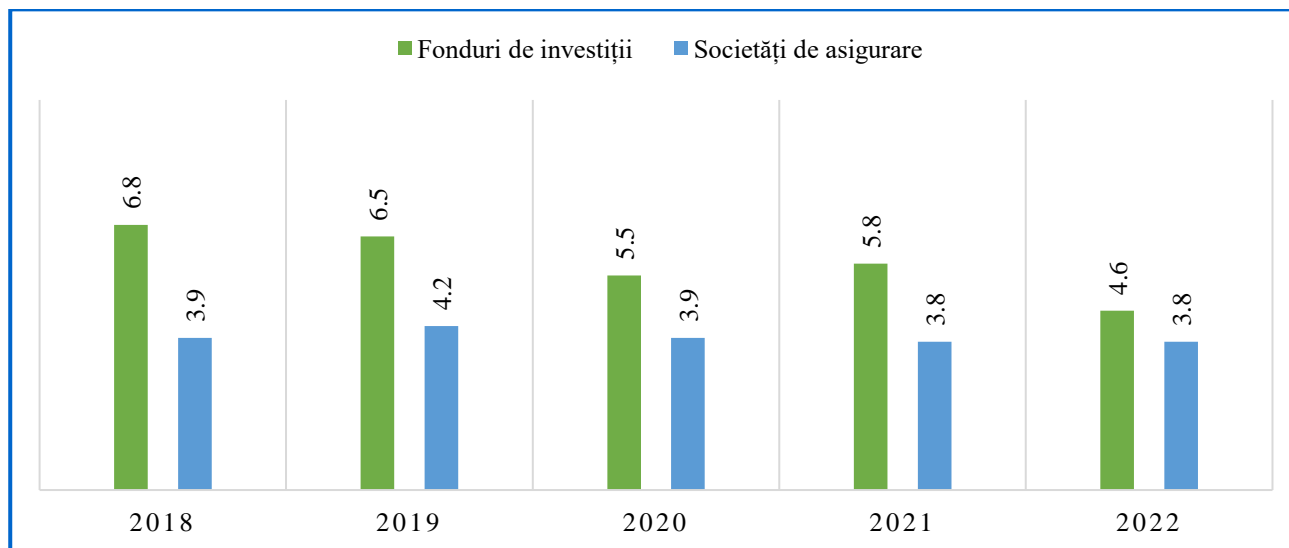
**Figura nr. 8. Distribuția activelor instituțiilor de credit, fondurilor de pensii private și instituțiilor financiare nebancaire în perioada 2018-2022**

Instituțiile de credit sunt urmate la o diferență considerabilă de fondurile de pensii private care au înregistrat o creștere constantă în perioada 2018-2021, de la 7,7% la 10,4%, urmată de o scădere în anul 2022 până la 9,6%. Astfel, românii sunt tot mai interesați de sistemul de pensii pe măsură ce înaintază în vârstă și se apropie de momentul când vor ieși din activitate. Pensia privată, fie că este

vorba de cea obligatorie din Pilonul II sau de cea facultativă, reprezintă o bună alternativă pentru viitorii pensionari ținând cont că mulți dintre lucrătorii români sunt remunerați cu salariul minim pe economie. În acest sens, pensiile private reprezintă pentru mulți români singura șansă de a avea o pensie decentă la bătrânețe.

În ceea ce privește activele fondurilor de investiții, acestea au înregistrat aproape în mod constant scăderi în ultimii ani, deoarece investitorii au conștientizat că o creștere a dobânzilor va determina o scădere a cotațiilor acestor instrumente și au vrut să se protejeze împotriva acestui fenomen. Din acest motiv, s-au înregistrat mai multe cereri de răscumpărare din partea investitorilor, precum și o scădere a valorii activelor administrate. În momentul în care dobânzile vor începe să fie pe un trend descendent, se presupune că dinamica se va inversa și vom asista la cele mai mari creșteri de active în această categorie.

Nivelul activelor de pe piața de asigurări din România s-a menținut la un nivel relativ constant în ultimii 5 ani, dar ar putea atinge în acest an un record istoric, acesta fiind generat de creșterea valorii polițelor, dar și de interesul tot mai mare al românilor pentru asigurări, în contextul cutremurelor înregistrate în ultima perioadă. Astfel, asigurările în caz de incendiu și calamități naturale, au trecut în prim-plan, alături de cele din segmentul auto. Totodată, un interes în creștere se manifestă și pe zona asigurărilor de viață și sănătate.



Sursa: Prelucrare autor pe baza datelor din Raportele BNR asupra stabilității financiare, 2018-2022

**Figura nr. 9. Distribuția activelor fondurilor de investiții și a societăților de asigurare în perioada 2018-2022**

### 3. Concluzii

Există premise că România a depășit punctul critic al șocului indus de criza sanitară pandemică, dar și de izbucnirea războiului din Ucraina și se află la începutul unui nou ciclu economic, perspectivă susținută și de evoluțiile macrofinanciare. Relativa stabilitate din cadrul sistemului bancar românesc este, în mare măsură, meritul măsurilor implementate de Banca Națională a României. Contextul internațional complicat din ultimii ani a generat o contractare a sectorului financiar și a tranzacțiilor imobiliare, însă, în valoare nominală, băncile, asigurările și piața imobiliară au rămas relativ constante.

De asemenea, piața românească continuă să fie una dintre cele mai profitabile din Europa, chiar dacă profitul sistemului bancar nu vine dintr-o creștere la fel de consistentă a intermedierei financiare (raportul dintre activele băncilor - în principal credite - și PIB, relevant pentru determinarea amprentei sistemului bancar la nivelul unei economii). Sistemul bancar din România a înregistrat un

profit record de 10,2 miliarde de lei în anul 2022, în creștere cu 24,4% față de câștigul din anul anterior, așa cum reiese din datele publicate de BNR. Această performanța este una considerabilă, în condițiile în care România este pe ultimul loc în UE la intermedierea financiară, dar în top la profitabilitatea băncilor.

### **Bibliografie:**

1. Barbu T.C., Boitan I.A. (2020) *Băncile în economia globală. Evoluții, provocări, perspective*, Editura ASE, București
2. Căpraru B. (2014) *Activitatea bancară. Sisteme, operațiuni și practici*, Ediția a II-a, Editura C.H. Beck, București
3. Donath L., Oprea I. (2017) *Schimbări paradigmice în activitatea bancară*, Editura Universitatii de Vest, Timișoara
4. Iacomî A., Gongoroi M., *Sectorul financiar românesc încearcă să uite pandemia și să țină piept războiului*, <https://www.bursa.ro/>
5. Nedelescu, M.; Bunescu, P. (2017) *Gestiune bancară*, Editura Pro Universitaria, București
6. Pele A., *Superperformanța europeană a sistemului bancar românesc: profit maxim la intermediere financiară minimă*, <https://cursdeguvernare.ro/>
7. Roșca C., *Fondurile de investiții au vândut în 2020 opt companii în România, încasând 44 mil. euro. E cea mai mică sumă din ultimii șapte ani*, <https://www.zf.ro/>
8. BNR (2018) *Raport asupra stabilității financiare, decembrie 2018*, Anul III (XIII), nr.6 (16), <https://www.bnr.ro/>
9. BNR (2019) *Raport asupra stabilității financiare, iunie 2019*, Anul IV (XIV), nr.7 (17), <https://www.bnr.ro/>
10. BNR (2020) *Raport asupra stabilității financiare, iunie 2020*, Anul V (XV), nr.9 (19), <https://www.bnr.ro/>
11. BNR (2021) *Raport asupra stabilității financiare, iunie 2021*, Anul VI (XVI), nr. 11 (21), <https://www.bnr.ro/>
12. BNR (2022) *Raport asupra stabilității financiare, decembrie 2022*, Anul VII (XVII), nr.13 (23), <https://www.bnr.ro/>
13. UE (2014) *Buna funcționare a pieței unice a serviciilor financiare favorizează prosperitatea, stabilitatea și creșterea economică*, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/ac18de8a-d423-4f9f-941f-9f29b5cc6fd1>
14. \*\*\* (2023) *România are cel mai redus nivel al intermedierei financiare, dintre toate țările UE, deși nevoie de finanțare există*, <https://nocash.ro/>

## Simbioza dintre finanțe și contabilitate

**Autor: Țepordei Alina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Monea Alin**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper addresses a topic of major importance in the economic world, namely accounting and finance. Accounting is concerned with financial record keeping, the production of periodic reports, statements and analyses, and the dissemination of information to managers and, to some extent, to investors and the world outside the business. It is also much involved with the quality, relevance, and timeliness of its information output. Obviously financial decision-makers will rely heavily on accounting reports and the accounting database generally. Knowledge of past events may be a good pointer to the future, so reliable information on the past is invaluable. However, the role of the financial manager is not to provide financial information but to make decisions involving finance.*

### 1. Noțiuni introductive

Contabilitatea reprezintă ramura cea mai importantă sau chiar esențială a oricărei afaceri. Fără o situație contabilă bine revizuită, prelucrată și actualizată, orice afacere este deficitară la capitolele dezvoltare, expansiune și profitabilitate. Prin definiție, contabilitatea este știința care se ocupă cu ținerea evidenței, calculul și contorizarea bunurilor.

Contabilitatea se ocupă de colectarea, analizarea și comunicarea informațiilor economice. Acestea sunt utile atât celor care trebuie să ia decizii și să întocmească planuri în afaceri cât și acelor care trebuie să controleze respectivele afaceri. De exemplu, managerii firmelor pot avea nevoie de informații economice, pentru a decide dacă:

- să dezvolte produse și servicii noi
- să crească sau să scadă prețul ori cantitatea produselor sau a serviciilor existente
- să facă un credit pentru a susține finanțarea afacerii
- să crească sau să scadă capacitatea de exploatare a firmei
- să schimbe metodele de achiziționare, producție sau distribuție

Informațiile furnizate vor ajuta la identificarea și evaluarea consecințelor financiare ale unor asemenea decizii. Totuși, pe lângă managerii sunt și alte persoane care au nevoie de informații contabile referitoare la firma respectivă, ei pot avea nevoie de astfel de informații pentru a decide dacă:

- să investească sau să-și retragă banii dintr-o afacere
- să împrumute bani unei firme
- să ofere facilități de credit
- să se angajeze în contracte de cumpărare a unor produse și servicii; etc.

Contabilitatea are un rol bine definit: ajută oamenii să ia decizii mai bune. Uneori persistă impresia că scopul contabilității este doar acela de a pregăti situații financiare periodice, e adevărat, contabilii se ocupă cu așa ceva, dar acesta nu este un scop în sine. Obiectivul final al muncii contabilului e oferirea de informații mai bune pe baza cărora oamenii să poată lua decizii.

**Finanțele** ca și contabilitatea, au rolul de a ajuta factorii de decizie. Se ocupă de modul în care sunt obținute și investite fondurile destinate unei afaceri. Aceasta este tocmai esența oricărei afaceri. Scopul unei afaceri este să obțină fonduri de la investitor, apoi să utilizeze aceste fonduri pentru a face investiții, în încercarea de a spori averea firmei.

Înțelegerea problemelor financiare ajută la identificarea :

- principalelor forme de resurse financiare disponibile
- a costurilor și beneficiilor fiecărei forme de resursă financiară
- a riscurilor asociate, în cazul fiecărei forme de resursă financiară
- a rolului piețelor financiare în furnizarea de resurse financiare

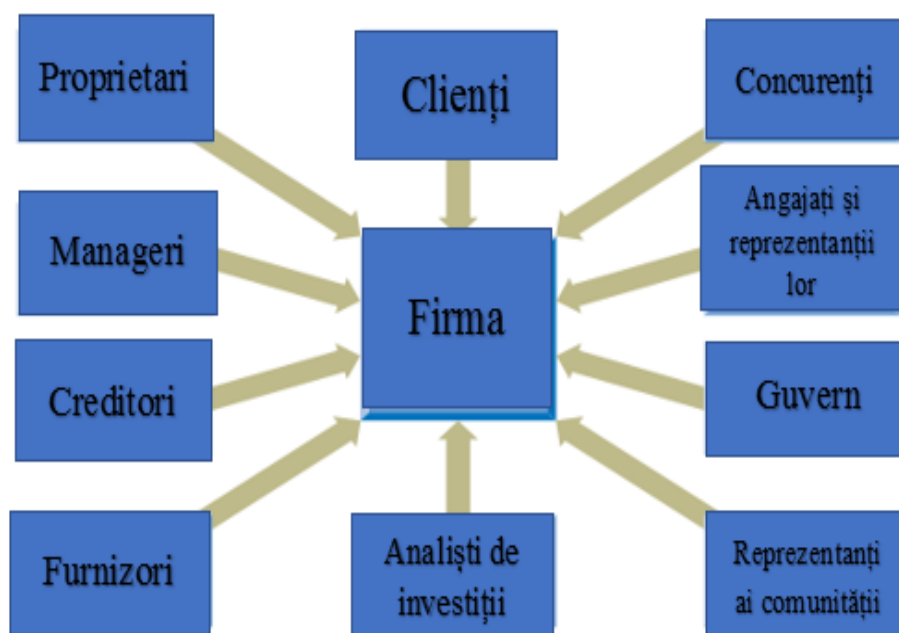
Înțelegerea problemelor financiare ajută la evaluarea:

- profitului dintr-o investiție
- a riscurilor asociate unei investiții

Nu prea are rost să încercăm o delimitare exactă între contabilitate și finanțe, deoarece ambele domenii se ocupă de aspectele financiare ale procesului decizional, cele două subiecte se suprapun într-o măsură considerabilă.

## 2. Contabilitatea și nevoile utilizatorului

Pentru a face contabilitatea utilă, un contabil trebuie să știe clar pentru cine sunt informațiile și în ce scop vor fi utilizate. Pot exista diverse grupuri de persoane interesate de o anumită organizație în sensul că trebuie să ia decizii cu privire la aceasta. Cele mai importante grupuri care utilizează informațiile contabile referitoare la firmele din sectorul privat sunt prezentate în figura 1.1.



**Figura nr. 1.1. Principalii utilizatori ai informațiilor financiare legate de o firmă**

*Sursa: Peter Atrill, Eddie McLaney Contabilitatea și finanțele pe înțelesul tuturor*

Figura 1.1. arată că există mai multe grupuri interesate de informațiile financiare legate de o firmă. Majoritatea sunt din afara firmei, dar totuși au un interes legat de ea.



**Grup de utilizatori**

**Utilizare a informației contabile**

<b>Clienți</b>	Pentru evaluarea capacității firmei de a-și continua activitatea și de a le satisface lor nevoile.
<b>Firme concurente</b>	Pentru a evalua amenințarea reprezentată de respectiva firmă asupra profitabilității și a cotei lor de piață
<b>Angajați</b>	Pentru a evalua capacitatea firmei de a continua să le ofere un loc de muncă și de a-și răsplăti angajații pentru eforturile lor
<b>Guvern</b>	Pentru a evalua nivelul de impozitare pe care trebuie să-l plătească firmele, pentru a vedea dacă firmele respectă politicile tarifare stabilite
<b>Reprezentanți ai comunității</b>	Pentru a evalua capacitatea firmei de a continua să ofere locuri de muncă pentru comunitate și de a achiziționa resurse de interes comunitar
<b>Analisti de investiții</b>	Pentru a evalua riscurile și beneficiile posibile asociate cu firma, în vederea determinării potențialului său investițional și a consilierii în consecință a clienților
<b>Furnizori</b>	Pentru a evalua capacitatea firmei de a-și plăti bunurile și serviciile furnizate
<b>Creditori</b>	Pentru a evalua capacitatea firmei de a-și îndeplini obligațiile, de a plăti dobânda și de a returna banii luați cu împrumut
<b>Manageri</b>	Pentru a ajuta la luarea deciziilor și planificarea afacerii
<b>Proprietari</b>	Pentru a evalua eficiența managerilor în conducerea afacerii și pentru a estima nivelul probabil de risc și profitul afacerii, în viitor

**3. Cum funcționează împreună finanțele și contabilitatea**

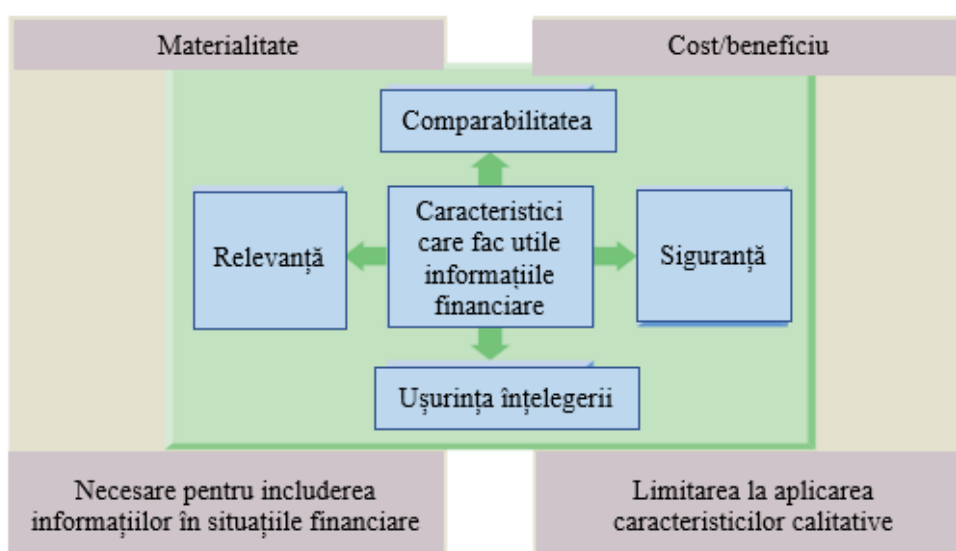
Deși sunt diferite, finanțele și contabilitatea lucrează împreună pentru a se asigura că o companie își poate menține și extinde operațiunile.

Contabilitatea este procesul de înregistrare și raportare a informațiilor financiare din tranzacțiile comerciale. Finanțele utilizează aceste informații pentru a determina și îmbunătăți eficiența și eficacitatea operațiunilor sale. De exemplu, finanțele utilizează informații contabile pentru a crea analize de capital de lucru și bugete. Scopul acestor analize este de a se asigura că o afacere are suficient numerar pentru a funcționa, în timp ce bugetele sunt concepute pentru a planifica, a aloca și a plăti resurse monetare. În timp ce finanțele sunt responsabile pentru crearea acestor analize și bugete și pentru a se asigura că compania menține bugetul, contabilitatea este responsabilă pentru furnizarea continuă a informațiilor necesare pentru a le crea. Echipele financiare și contabile lucrează de obicei împreună pentru a prezenta situațiile financiare conducerii.



Calitatea serviciilor furnizate depinde de gradul în care au fost satisfăcute nevoile diverselor grupuri de utilizatori. Se poate spune că, pentru a satisface nevoile utilizatorilor, informațiile financiare trebuie să aibă anumite calități sau caracteristici esențiale. Acestea sunt:

- Relevanța. Informațiile contabile trebuie să poată influența deciziile. Dacă această caracteristică nu e prezentă, informațiile nu au nici o valoare.
- Siguranța. Contabilitatea trebuie să fie nepărtinitoare și fără erori semnificative.
- Comparabilitatea. Această calitate va permite utilizatorilor să identifice schimbările din firmă în timp, de asemenea va permite evaluarea performanței afacerii –comparativ cu alte firme.
- Ușurința înțelegerii. Rapoartele financiare trebuie să fie exprimate cât mai clar posibil; ele ar trebui să poată fi pe înțeles de cei cărora le este destinată informația.
- Materialitate
- Cost/beneficiu



**Figura 1.2. Caracteristicile care influențează utilitatea informațiilor contabile**

*Sursa: Peter Atrill, Eddie McLaney Contabilitatea și finanțele pe înțelesul tuturor*

Figura 1.2. arată că există patru caracteristici calitative principale care influențează utilitatea informațiilor contabile. În plus, informațiile contabile trebuie să aibă materialitate, iar beneficiile furnizării de informații să dețină o pondere mai mare decât costurile.

### 3.1 Importanța finanțelor și contabilității

Împreună, finanțele și contabilitatea joacă un rol crucial în îmbunătățirea procesului decizional și menținerea sănătății financiare a unei organizații. Să aruncăm o privire mai atentă la beneficiile lor cheie mai jos.

#### 1. Dezvoltarea unei strategii financiare.

Finanțele și contabilitatea implică crearea și analiza înregistrărilor detaliate ale finanțelor unei companii. Acest lucru este esențial pentru înțelegerea veniturilor și cheltuielilor firmei ceea ce vă poate ajuta să dezvoltați o strategie financiară pentru a vă optimiza operațiunile de afaceri. Pe scurt, atât finanțele, cât și contabilitatea pot ajuta o organizație să determine ce să cheltuiască, unde să cheltuiască și când să cheltuiască.

#### 2. Respectarea legilor și regulamentelor.

Contabilitatea vă poate ajuta să vă mențineți compania în conformitate cu legile și reglementările de stat și federale. Fără ea, este posibil să nu plătiți valoarea corectă a impozitului pe vânzări sau pe venit, de exemplu. Sau este posibil să nu abordați în mod corespunzător fondurile de pensii sau alte obligații. De asemenea, puteți trece cu vederea priorități precum îmbunătățirea instalației pentru a respecta legile de siguranță. În plus, este important să aveți înregistrări financiare precise și detaliate dacă compania dvs. intră vreodată sub control legal.

### 3. Analiza performanței.

Păstrând evidențele financiare ale companiei, puteți vedea cum și unde ați folosit capitalul și puteți analiza orice domenii de îmbunătățire. Echipele financiare și contabile pot compara informațiile financiare ale unei companii din perioade istorice diferite sau le pot compara cu informațiile financiare ale altor companii din aceeași industrie pentru a înțelege mai bine performanța acesteia.

### 4. Comunicarea cu părțile interesate.

Finanțele și contabilitatea sunt, de asemenea, importante pentru a oferi investitorilor, conducerii și altor entități o imagine clară a finanțelor companiei dumneavoastră. Evaluând evidența veniturilor, cheltuielilor și pasivelor active ale organizației lor, părțile interesate interne pot lua decizii mai bune cu privire la investiții, alocarea resurselor și multe altele.

### 5. Descurajarea fraudelor și a furtului.

Monitorizarea și analizarea continuă a tranzacțiilor financiare ale unei companii poate reduce, de asemenea, șansele de fraudă și furt. Principiile contabile, în special, pot crea un sistem de controale și echilibrări care verifică acțiunile angajaților și îi ține la răspundere.

## **3.2 Relația dintre finanțe și contabilitate**

Finanțele se preocupă de contabilitate, deoarece contabilitatea financiară este o ramură a contabilității. Contabilitatea se referă la înregistrarea tranzacției istorice a unei organizații și conduce la pregătirea situației financiare a societății, care să precizeze acel activ și ce datorii sunt deținute de entitate în ziua în care se încheie perioada relevantă, cum ar fi un an, adică bilanțul.

Starea financiară se determină din evidențele contabile (adică bilanț, cont de profit și pierdere). Contul ține evidența veniturilor, cheltuielilor, activelor și pasivelor organizației și, prin evaluarea acestor tranzacții, finanțarea ia decizia de investiție cum ar fi unde să investească? Câte fonduri să investești? Etc. Într-o formă scurtă putem spune că acolo unde conturile se termină de ținere a evidenței, finanțele încep activitatea prin evaluarea acestora.

Finanțele sunt legate de contabilitate. Procesul contabil produce una dintre materiile prime esențiale necesare pentru luarea deciziilor financiare, datele financiare. Contabilitatea este un instrument pentru gestionarea doar a aspectelor financiare ale operațiunilor de afaceri. Este orientat spre scopurile financiare ale afacerii doar pentru că acestea sunt măsurabile la scara valorilor monetare.

Contabilitatea și finanțele reprezintă o funcție foarte importantă a oricărei afaceri, fie pentru realizarea de profit, fie pentru instituțiile nonprofit. Oferă o cale prin care o afacere își analizează operațiunile în ceea ce privește ceea ce deține, ce vine și ce iese.

După cum am menționat mai devreme, contabilitatea și finanțarea afacerilor au o relație unică. Finanțe se bazează pe datele contabile pentru funcțiile sale critice. Vă puteți gândi astfel: Contabilitatea se concentrează pe trecut și prezent, în timp ce finanțarea afacerilor este mai orientată spre viitor. Contabilitatea se ocupă mai mult de operațiunile de zi cu zi, în timp ce finanțele de afaceri privesc imaginea de ansamblu. În timp ce se concentrează pe domenii diferite, ambele discipline contribuie la sănătatea, stabilitatea și succesul oricărei afaceri.

Rămâne faptul că contabilitatea și finanțele sunt instrumentele principale pentru reducerea problemelor și oportunităților de afaceri la un numitor comun, stabilirea obiectivelor, măsurarea rezultatelor și luarea deciziilor.

### Diferențele dintre contabilitate și finanțe

Diferența dintre finanțe și contabilitate este că contabilitatea se concentrează pe fluxul zilnic de bani în și dinspre o companie sau instituție, în timp ce finanțarea este un termen mai larg pentru gestionarea activelor și pasivelor și planificarea creșterii viitoare. Finanțarea este o activitate orientată spre viitor care utilizează datele din trecut furnizate de contabilitate pentru a lua decizii raționale și a planifica viitorul. Informațiile contabile sunt utile pentru utilizatorii situației financiare pentru înțelegerea poziției financiare a afacerii. Spre deosebire de aceasta, finanțele sunt utile în prognoza performanței entității în viitor. Contabilitatea se face pentru a se asigura că toate tranzacțiile financiare sunt înregistrate în registrele de conturi cu acuratețe. În schimb, finanțele înseamnă înțelegerea datelor financiare ale companiei, ținând cont de creșterea fondurilor în timp.



Figura 1.3. Diferențele dintre contabilitate și finanțe

Sursa: <https://www.advisorifinance.com/blog/finance-and-accounting>

#### 4. Concluzie

Deși sunt diferite, finanțele și contabilitatea lucrează în simbioză pentru a se asigura că o companie își poate menține și extinde activitatea.

Contabilitatea este procesul de înregistrare și raportare a informațiilor financiare din tranzacțiile comerciale și furnizează informație financiară unei game largi de utilizatori pentru a-i ajuta să ia decizii mai bune de afacerii. Finanțele utilizează aceste informații pentru a determina și îmbunătăți eficiența și eficacitatea operațiunilor sale, ajuta utilizatorii în luarea unor decizii mai bune; se ocupă de activitățile financiare și investiționale ale firmei Prin definirea acestor două domenii ar trebui să reiasă clar că funcția de contabilitate/finanțe în cadrul unei organizații reprezintă o parte centrală a sistemului de informație manageriale. Pe baza informațiilor oferite de acest sistem, managerii iau decizii privind alocarea resurselor. Aceste decizii pot fi legate de continuarea anumitor operațiuni ale firmei; de investirea în anumite proiecte; de vânzarea anumitor produse etc. Astfel de decizii pot avea un effect profund asupra tuturor celor care au legătură cu organizația. De aceea, este important ca toți cei care intenționează să lucreze în organizații să aibă o idee destul de clară despre anumite aspect importante ale contabilității și finanțelor.

**Bibliografie:**

1. Eddie McLaney, Peter Atrill *Contabilitatea și finanțele pe înțelesul tuturor*
2. <https://catalant.com/finance-and-accounting/ultimate-guide-to-finance-and-accounting/>
3. <https://www.mbaknol.com/business-finance/relationship-between-finance-and-accounting/>
4. <https://www.studypool.com/documents/1746212/relationship-between-accounting-and-finance-essay>
5. <https://adlonlinecourses.com/how-accounting-and-finance-work-together/>
6. <https://www.smartcapitalmind.com/what-is-the-relationship-between-business-finance-and-accounting.htm>
7. <https://keydifferences.com/difference-between-accounting-and-finance.html#KeyDifferences>
8. <https://www.city.ac.uk/prospective-students/career-development/pathways/whats-the-difference-between-finance-and-accounting>
9. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Contabilitate>

## Activitatea și performanțele băncii comerciale Moldova Agroindbank

**Autor: Zavedeev Cătălina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Drigă Imola**  
**Universitatea din Petroșani**

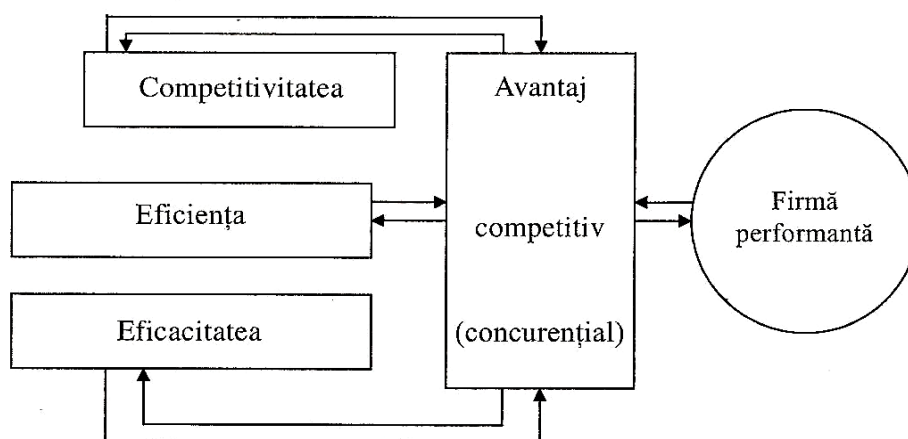
***Abstract:** Banks are one of the indispensable segments of the banking and financial sector. Without their existence, the world economy could not exercise its role and functions. Each country, including the Republic of Moldova, is interested in creating a solid banking system, which will later allow it to ensure a beneficial organizational framework for the development of monetary relations in the economy, but also of economic relations in general. The market economy cannot function without profitable, well-established banks, so that with the relaunch of the economy and the improvement of the business environment in Moldova, the banking system experienced an accelerated development - much more pronounced than the other economic sectors - both from a quantitative point of view, especially from a qualitative point of view. The purpose is the study of commercial banks' performances and the research of the system of indicators used to evaluate the commercial bank's activity performance. The complex analysis of the activity of commercial banks, the proposal of ways to improve the system of indicators used to evaluate the activity of the commercial bank is expected..*

### 1. Abordări teoretice

Băncile, ca societăți comerciale, au ca obiectiv fundamental optimizarea profiturilor, performanțele bancare reprezentând un indiciu al stabilității și al încrederii deponenților, astfel că trebuie încurajată obținerea unor performanțe cât mai mari, pentru un sistem financiar eficient și dinamic. Din punct de vedere managerial se poate determina o profitabilitate a unităților teritoriale ale băncii, o profitabilitate a clienților băncii, fiecare din aceste segmente fiind considerate centre de profit, caz în care profitabilitatea băncii este o rezultată a însumării profitabilității clienților sau profitabilității produselor și serviciilor promovate de bancă.

**Performanța** poate fi definită ca fiind, nivelul măsurabil de stabilitate a activității unei bănci, caracterizat prin niveluri reduse ale riscurilor de orice natură și un trend normal de creștere al profitului de la o perioadă de analiză la alta.

Profesorii universitari I.Verboncu și M.Zalman, [16, p.63] consideră că, pentru a obține o imagine cât mai fidelă asupra performanțelor, măsurarea acestora trebuie să țină seama de concepte precum **competitivitatea** și **avantajul concurențial**. Pe lângă aceste concepte, noțiunea de performanță este indisolubil legată de cei de **eficiență** și **eficacitate** (Figura 1.1.1). Astfel, toate aceste elemente au nevoie de o reevaluare, dacă se dorește obținerea de performanțe, la nivel managerial, economic, financiar.



**Figura nr. 1. Interdependențele dintre performanțe și avantaj concurențial**

Managementul performanțelor se intersectează cu cel al domeniului de management bancar, calitatea reflectându-se în performanțele bancare. Este legat de managementul activelor și pasivelor bancare, care se reflectă în bilanțul propriu și contul de profit și pierdere.

Funcțiile băncilor:

1) *Funcția de depozit*, care constă în:

- efectuarea de operațiuni de depozit la vedere și la termen, constând în atragerea resurselor bănești de la persoanele fizice și juridice, în vederea păstrării și fructificării lor;
- efectuarea de operațiuni de depozitare și trezorerie pentru obținerea de valori aflate în proprietatea persoanelor fizice și juridice.

2) *Funcția de investiții* presupune:

- acordarea de credite în lei și valută persoanelor fizice și juridice din țară și din străinătate;
- participarea ca acționar la înființarea de instituții bancare sau nebankare din țară și din străinătate;
- achiziții de active financiare în nume propriu.

3) *Funcția comercială* are în vedere:

- realizarea de încasări și plăți, în valută și în lei, generate de activitatea de import, export, prestări servicii, turism, operații cu caracter financiar și alte operații legate de încasări și plăți între persoanele fizice și juridice din țară și din străinătate;
- cumpărarea și vânzarea, în țară și în străinătate, de valută, efecte de comerț, exprimate în lei și valută.

## **2. Metode de evaluare a activității băncilor comerciale**

Necesitatea și utilitatea analizei economico – financiare rezultă din teoriile enunțate de mulți specialiști de-a lungul timpului, care conchid asupra faptului că aceasta trebuie să dea răspunsuri la următoarele întrebări:

- cum se apreciază structura activelor și pasivelor?
- cum se asigură echilibrul financiar?
- s-a dovedit activitatea suficient de eficientă în folosirea resurselor economice și financiare?

Pentru a realiza analiza financiară a unei bănci, avem nevoie de trei tipuri de informații:

1. *informații despre activitatea băncii*: informații privind veniturile, fuxuri financiare, profitul obținut din creditele acordate, precum și alte investiții, calitatea deciziilor și prin aceasta, calitatea conducerii. Aceste informații trebuie comparate și cu informațiile obținute cu privire la activitatea firmelor concurente.

2. *informații despre activitatea prezentă a băncii*: acest tip de informații îl ajută pe cel ce ia decizii să estimeze succesul sau eșecul deciziilor luate în trecut. Totodată, ele dau date importante privind profitul și fluxul financiar potențial care s-ar putea obține în viitor de către bancă.
3. *informații despre activitatea viitoare a băncii*: cel care ia decizia trebuie să aleagă din mai multe surse potențiale informații care nu concordă între ele. El va trebui să decidă și asupra diferitelor alternative de acțiune în viitor, alternative ce au rezultate diferite una față de alta.

Din punct de vedere organizatoric, banca poate fi tratată într-o triplă perspectivă:

- a) *perspectiva ierarhică*, subcoordonativă, prin care banca este structurată pe nivele ierarhice, organizarea vizând atât conducerea băncii, cât și activitățile operaționale, executive, care asigură realizarea produselor și serviciilor băncii;
- b) *perspectiva funcțională*, prin care banca este organizată conform funcțiilor băncii, atributele con
- c) ducerii fiind atașate diferențiat fiecărei funcțiuni (productivă, financiară, comercială, etc.);  
*perspectiva configurațională*, prin care banca este organizată pe centre operaționale (centrala, sucursala, filiala, agenția, oficiu), în cadrul fiecărui centru realizându-se selectiv funcțiunile băncii și atributele conducerii.

### 3. Caracteristica și prezentarea generală a activității economico-financiare BC „MOLDOVA AGROINDBANK” S.A

BC ”Moldova Agroindbank” SA și-a început activitatea în 1991, într-o perioadă marcată de restructurarea radicală a societății în general și a economiei în particular. Schimbările în societate au determinat banca să adopte noi strategii, bine definite, care au putut răspunde solicitărilor unei piețe în formare. În acest scop banca a extins rețeaua de filiale și reprezentanțe, a valorificat noi segmente ale pieței produselor bancare, a stabilit relații de corespondență cu bănci din străinătate și relații de colaborare cu diverse instituții financiare internaționale, fapt ce a consolidat poziția băncii pe piața bancară a republicii. Experiența acestei perioade a demonstrat că echipa de manageri și de angajați ai BC ”Moldova Agroindbank” SA este capabilă să facă față oricăror provocări ale pieței și să realizeze cu succes obiectivele strategice trasate.

**Maib** este cea mai mare bancă din Moldova și liderul sectorului bancar din Moldova. Este o bancă comercială care acordă împrumuturi întreprinderilor și persoanelor fizice, acceptă depozite, menține conturi curente, oferă soluții de plată pentru întreprinderi și persoane fizice.

BC ”Moldova Agroindbank” SA este prima instituție bancară din Moldova care a obținut în anul 2009 certificarea conform celui mai recunoscut standard de management al securității informaționale la nivel mondial - ISO 27001:2005. În 2010 a devenit prima instituție bancară din Moldova, nominalizată de către revista britanică „Finance Central Europe” drept cea mai bună bancă în Republica Moldova a deceniului 2000-2010; banca și-a înregistrat marca comercială în Registrul Internațional al Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale;

Maib este cea mai mare bancă din Moldova, deținând 31,4% din activele sectorului bancar și având o cotă de 34,9% din credite, conform situației din 31 decembrie 2021. Banca oferă 26% din creditele ipotecare acordate moldovenilor, deservește peste 35% din populația Moldovei și se numără printre cei mai mari angajatori din țară.

De pe site-ul oficial MAIB, am dedus faptul că cele 54 de sucursale se află în toată țara cu 320 ARM-uri și 12.000 de TSS-uri (terminale de autoservire) și POS terminale.

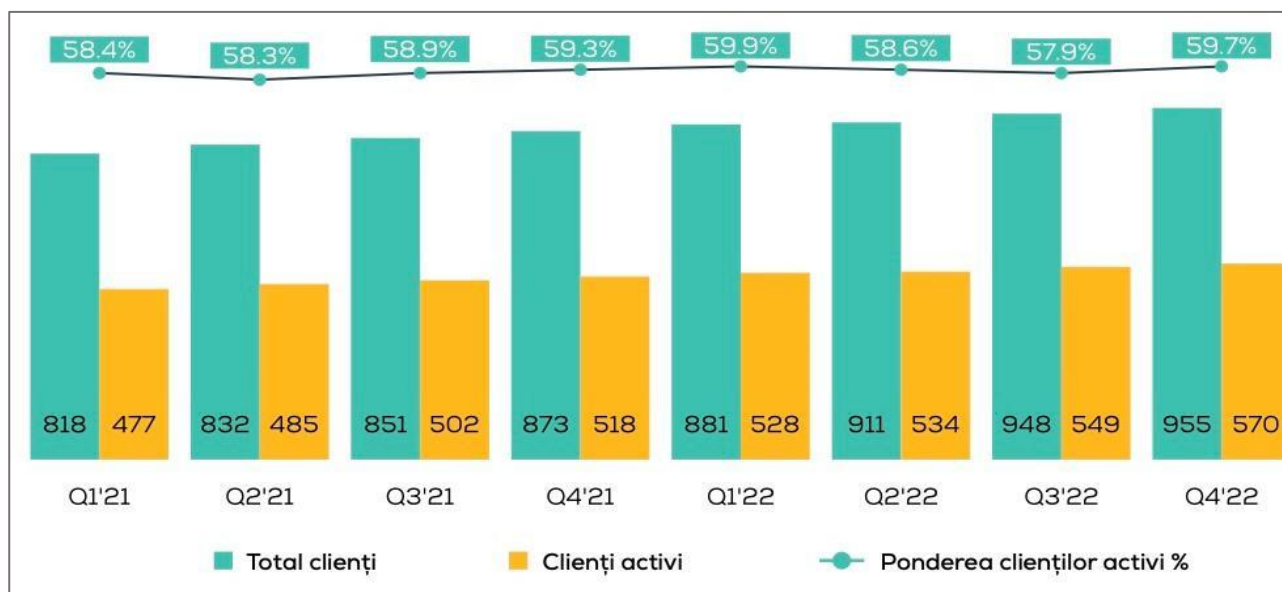
**Maib** deține o poziție de lider clară în aproape toate segmentele pieței bancare din Republica Moldova.

total active	32.7%	#1
total credite	37.2%	#1
total depozite	33.0%	#1
credite persoane fizice	31.4%	#1
credite întreprinderi	40.7%	#1
depozite persoane fizice	34.6%	#1
depozite întreprinderi	31.0%	#1

Sursa: Elaborat în baza rapoartelor financiare//Rapoarte anuale 2022// [www.maib.md](http://www.maib.md)

**Figura nr. 2. Cote de piață / poziția\* la 31 decembrie 2022**

La 31.12.2022, La **Maib** lucrează 2.812 de persoane, dintre care 2.430 angajați efectivi. Este unul dintre cei mai mari angajatori privați din țară. Instruirea și dezvoltarea sunt procese de importanță strategică pentru bancă deoarece considerăm că angajații noștri sunt principala sursă de succes. Experiența activității de 32 ani, continuă să demonstreze că BC „Moldova Agroindbank” SA este liderul pieței bancare din Republica Moldova.



Sursa: [www.maib.md](http://www.maib.md)

**Figura nr. 3. Portofoliu de clienți**

După anul 2021, care a fost un an de succes în toate domeniile, în 2022 segmentul Retail al **Maib** s-a confruntat cu numeroase provocări din cauza mai multor factori, inclusiv inflația ridicată, recesiunea economică, războiul din Ucraina, rata de bază ridicată și adoptarea legii privind creditarea responsabilă. În ciuda acestor provocări, segmentul Retail al **Maib** a reușit să se adapteze la mediul în schimbare, prin implementarea strategiei sale de bază, cum ar fi adoptarea soluțiilor digitale, concentrarea pe optimizarea costurilor și modernizarea rețelei de sucursale.



#### 4. Performanța financiară a BC ”Moldova Agroindbank” S.A

##### **Indicatorii P&L pentru 12 luni ale anului 2022**

- Profitul net în 2022: 1.131 milioane de MDL (2021: 721,1 milioane de MDL ), în creștere cu 56.8% față de anul trecut
- Rentabilitatea medie a capitalului propriu (ROE): 18,8% (2021; 13,9%)
- ROE înainte de pierderile de credit așteptate (ECL): 28,1% (2021: 17,7%)
- Rentabilitatea medie a activelor (ROA): 2,8% (2021: 2,1%)
- Raportul cost/venituri: 45,4% (2021: 55,0 %)
- Costul riscului (la sfârșitul anului): 1,70% (2021: 0,46%)

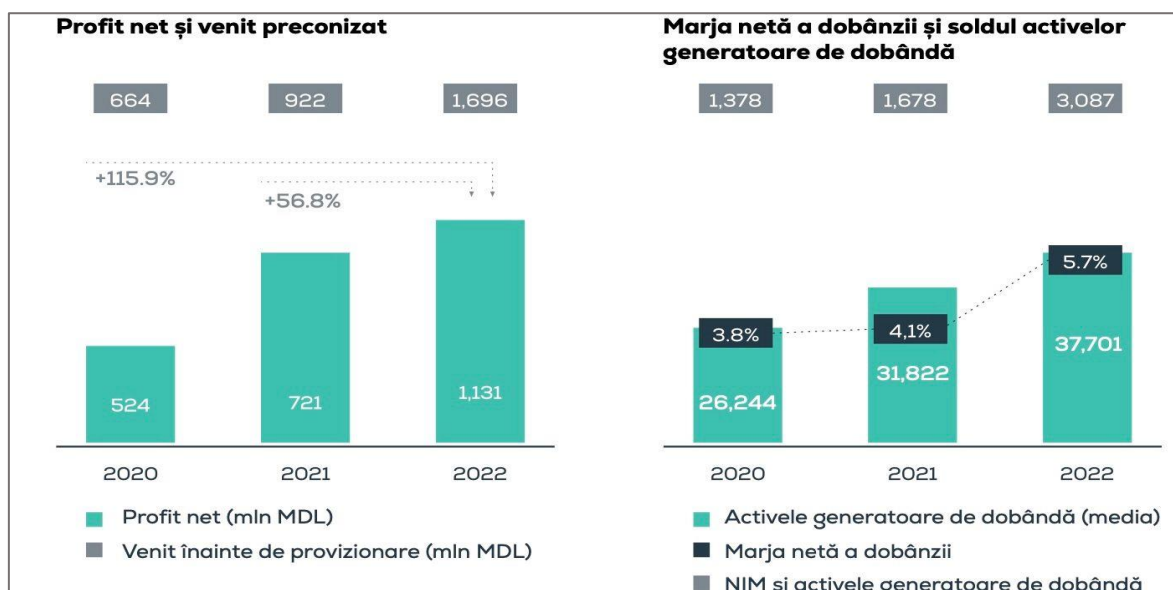
##### **Bilanțul la 31 decembrie 2022**

- Total active: 43,031 milioane MDL (2021: 37,197 milioane), în creștere cu 15,7% față de anul precedent
- Credite și împrumuturi către clienți (brut): 22,806 milioane MDL (2021: 19,760 milioane), în creștere cu 15.4% față de anul precedent
- Rata creditelor nete la depozite: 68,6%, în creștere față de 65,3% anul trecut
- Creditele neperformante au constituit 2,82%, în scădere de la 4,2% față de anul trecut
- Acoperirea NPL ECL și ratele totale de acoperire ECL s-au situat la 198,6% și, respectiv, 5,6% la 31 decembrie 2022, față de 133,2% și 5,5% la 31 decembrie 2021
- Totalul depozitelor clienților 31,4 miliarde MDL, cu 9,8% mai mult față de anul trecut

##### **Cota de piață la 31 decembrie 2022:**

- Cota de piață a activelor totale constituia 32,7%, în creștere cu 1,4 p.p. față de anul trecut
- Cota de piață a totalului creditelor constituia 37,2%, în creștere cu 2,3 p.p. față de anul trecut
- Cota de piață din totalul depozitelor a atins 33,0%, în creștere cu 1,3 p.p. față de anul trecut

**Maib** a generat un **profit net** de 1.130,9 milioane MDL în 2022, în creștere cu 56,8% față de anul trecut. Această creștere a fost determinată de performanța puternică a tuturor liniilor de afaceri, cu o creștere pronunțată a veniturii net din dobânzi. Drept urmare, Banca a obținut o profitabilitate robustă, cu un ROE și ROA de 18,8% și 2,8% în 2022.



Sursa: [www.maib.md](http://www.maib.md)

**Figura nr. 4 Situațiile financiare ale Maib**

## 5. Strategii actuale de îmbunătățire a performanțelor bancare în cadrul BC „MOLDOVA AGROINDBANK” S.A

Drept motivare pentru astfel de evaluări au servit instabilitățile financiare și crizele bancare din toată lumea, care au și condiționat interesul internațional față de astfel de probleme.

În BC “Moldova-Agroindbank” SA funcționează un sistem de administrare a riscurilor, bazat pe cerințele BNM, recomandările Comitetului Basel pentru Supraveghere Bancară, recomandările companiei de audit, consultanța primită de la experții externi, precum și pe experiența proprie, acumulată de bancă.

Funcția de administrare a riscurilor este exercitată de către Diviziunea Administrare Riscuri. În cadrul B.C. „Moldova Agroindbank” managementul riscurilor se efectuează permanent și presupune 4 etape de bază:

- *Identificarea riscurilor;*
- *Evaluarea riscurilor;*
- *Monitorizarea și raportarea riscurilor;*
- *Controlul / reducerea riscurilor.*

**Identificarea riscurilor** constituie primul pas în construirea profilului riscurilor băncii. BC “Moldova-Agroindbank” SA acordă o atenție deosebită atât riscurilor curente, cu care se confruntă în activitatea sa și celor viitoare, aferente atât activității Băncii comerciale, precum și mediului economic, politic și social.

Pentru identificarea riscurilor aferente activității sale BC “Moldova-Agroindbank” SA combină următoarele abordări:

- *Autoapreciere* – managerii diferitor niveluri identifică permanent riscurile aferente activității subdiviziunilor lor.
- *Brainstorming* – în scopul identificării sistematice atât a riscurilor financiare cât și celorlalte riscuri inclusiv riscurile politice tehnologice de competiție și ale proceselor interne.
- *Analiza scenariilor de testare la stres* – elaborarea diferitor scenarii de risc și testări ale acestora la stres proces în cadrul căreia sunt antrenate toate subdiviziunile Băncii care au tangențe cu gestionarea riscurilor.

**Evaluarea riscurilor** constă în parcurgerea următoarelor etape:

- evaluarea probabilității de materializare a riscului identificat;
- evaluarea impactului asupra obiectivelor în cazul în care riscul s-ar materializa;
- evaluarea expunerii la risc ca o combinație între probabilitate și impact prin intermediul unei matrici.

**Monitorizarea și raportarea riscurilor** constituie procesul care asigură faptul ca profilul de risc al BC “Moldova-Agroindbank” SA rămâne permanent în conformitate cu apetitul său la risc și asigură controlul respectării limitelor stabilite pentru toate tipurile și pozițiile de risc.

**Controlul / reducerea riscurilor** urmărește derularea procesului de administrare a riscurilor în condiții de eficiență precum și obținerea de informații corecte relevante:

- evaluarea sistematică a riscurilor având în vedere atât interdependențele dintre acestea;
- menținerea unui circuit eficient al informațiilor și documentelor;
- evaluarea sistematică a aplicării procedurilor stabilite pentru administrarea riscurilor.

## 6. Concluzii

În urma efectuării acestei cercetări pot spune cert că în economia unei țări este necesară existența unui sistem bancar capabil să asigure o bună mobilitate a disponibilităților bănești și să orienteze activitatea spre profitabilitate. Performanțele bancare sunt unul din factorii cheie în ceea ce

privește dezvoltarea economiei și un indice al încrederii clienților, deoarece ele sunt cele care exprimă stabilitatea atât a sectorului bancar, cât și a economiei în general care nu poate exista fără un sistem bancar profitabil. Principiul de bază al evaluării performanțelor activității întreprinderii, în opinia savanților economiști – analiști, este „analiza prin indicatori” ce reflectă indentificarea relațiilor reprezentative dintre componentele informației de gestiune și, în primul rând a situațiilor financiare. În teză se argumentează și se precizează aspectele metodice a indicatorilor profitului, rentabilității, bonității etc. și aplicarea lor în evaluarea performanțelor BC „Moldova Agroindbank” SA.

Veniturile și cheltuielile bancare reprezintă o sursă cheie de informații în ceea ce privește profitabilitatea unei bănci, în toata lumea dar și, într-un mediu bancar dificil cum este și cel al Republicii Moldova, toată atenția fiind îndreptată asupra majorării veniturilor și a optimizării cheltuielilor.

Eforturile BC „Moldova-Agroindbank” SA au fost răsplătite prin creșterea numărului de clienți retail activi, inclusiv a persoanelor fizice. Banca acordă o atenție deosebită segmentului de persoane fizice, acesta fiind cel mai mare, ca număr de clienți. Satisfacția clienților este un obiectiv stabilit de bancă, măsurat prin indicatorul NPS (Net promoter scor sau Scor promoter net) pentru persoane fizice.

### **Bibliografie:**

1. Barbu T.C., Boitan I.A. (2020) *Băncile în economia globală. Evoluții, provocări, perspective*, Editura ASE, București
2. Bătrâncea, I., Trenca, I., Bejenaru, A., Borlea, S. (2008) *Analiza performanțelor și riscurilor bancare*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
3. Dedu V., coord. (2016) *Produse și servicii bancare*, Editura Economică, București
4. Mățiș E., Mutu S. Mățiș A.C. (2011) *Produse și servicii bancare*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca
5. Nedelescu M., Ungureanu M.A., Ungureanu D. (2019) *Produse și servicii bancare*, Editura Universitară, București
6. Nițoi, M. (2016) *Eficiență și productivitate în sistemele bancare din Uniunea Europeană*, Editura Economică, București
7. <http://www.imf.org/>
8. <http://bnm.md/>
9. <http://www.statistica.md/>
10. <http://lex.justice.md/>
11. [www.Maib.md](http://www.Maib.md)
12. [http://www.ase.ro/upcpr/profesori/976/IC%202%20Indicatori\\_profitabilitate.pdf](http://www.ase.ro/upcpr/profesori/976/IC%202%20Indicatori_profitabilitate.pdf)

*Secțiunea*  
**CONTABILITATE**

## Universul contabilității: trecut, prezent și viitor

**Autor: Anghel Antonio**  
**Coordonator: Prof. univ. dr. Man Mariana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The knowledge of accounting history is important to understand the evolution of accounting concepts and techniques, to improve the quality of financial information, to develop professional competencies and capabilities, and to make better decisions in the current economic environment. This paper presents some aspects related to the concept of accounting through the prism of two perspectives: doctrinal and normalizing, historical milestones in the general evolution of stability, a brief chronicle of the non-linear evolution of accounting in Antiquity and the Middle Ages, the emergence of double-entry accounting at the end of the Age Environment, increasing the ability to analyze accounting in capitalism, contemporary trends in the development of accounting, accounting in current economic theory and practice, quantitative technical accounting, Accounting art and/or economic-financial engineering, Basic and applied science accounting, accounting – practice and/or socio-human activity, accounting philosophy and/or culture and the future of accounting. The history of accounting can not help to understand how accounting concepts and techniques have developed and to better appreciate how modern accounting standards and regulations have developed and import them into the current context.*

### 1. Conceptul de contabilitate

Astăzi contabilitatea este definită din două perspective:

1. Din perspectiva doctrinară, în contextul căreia contabilitatea este un concept elaborat, cu valențe istorice și semnificații practice. Teoria economică actuală definește contabilitatea ca, "domeniu și instrument de cunoaștere a realității economice, referitoare la resursele economice separate patrimonial. Contabilitatea este apreciată ca fiind, concomitent, o tehnică, o știință și un limbaj economic"
2. Din perspectivă normalizatoare (reglementară), în contextul căreia contabilitatea este definită prin scopul (finalitatea sa), respectiv prin "produsul său", situațiile financiare ale întreprinderii. Potrivit Cadrelui general IASB (International Accounting Standards Board) "Obiectivul situațiilor financiare este de a furniza informații despre poziția financiară, performanțele și modificările poziției financiare a întreprinderii care sunt utile unei sfere largi de utilizatori în luarea deciziilor economice"

### 2. Repere istorice în evoluția generală a stabilității

Reperle istorice în evoluția tehnicilor, artei și științei contabile nu pot fi riguros localizate în timp și spațiu. Ele sunt dependente de istoriografia contabilă, respectiv de cine, cum și unde scrie istoria contabilității. Cu alte cuvinte, câte, "istorii" ale contabilității, atâtea repere istorice ale evoluției acesteia.

Prezentăm spre ilustrare un scurt, "scenariu" eseistic al istoriei contabilității axat pe evoluția ascendentă a acesteia pe traiectoria tehnică → artă → știință, documentat pe baza lucrării eminentului profesor Nicolae Feleagă "Controverse contabile", care identifică patru perioade în evoluția generală a contabilității titrate sub următoarele denumiri:

- Originile contabilității: cronică evoluției neliniare din perioada Antichității și Evul Mediu;

- Dezvoltarea contabilității în partidă dublă la sfârșitul Evului Mediu: creșterea capacității de cunoaștere;
- Capitalismul și contabilitatea: creșterea capacității de a analiza;
- Contemporaneitatea și contabilitatea: tendințe de unificare a limbajului contabil; noile piste de cercetare contabilă.

#### **✚ scurtă cronică a evoluției neliniare a contabilității în Antichitate și Evul Mediu**

Contabilitatea, ca și disciplină, a existat încă din cele mai vechi timpuri. În antichitate, contabilitatea se concentra în principal pe înregistrarea tranzacțiilor comerciale și a altor tipuri de activități economice.

**În Egiptul antic**, de exemplu, exista un sistem complex de înregistrare a tranzacțiilor financiare, iar în Mesopotamia, înregistrările financiare erau realizate în cuneiforme.

**În Grecia antică**, contabilitatea era folosită în cadrul administrației publice și era gestionată de către trezorerii. Sisteme similare de contabilitate erau folosite și în Imperiul Roman. În această perioadă, contabilitatea se concentra în principal pe înregistrarea tranzacțiilor financiare și deținerii unor evidențe precise și clare.

**În Evul Mediu**, contabilitatea a devenit o parte importantă a economiei și a fost utilizată în cadrul bisericii, dar și în cadrul activităților comerciale. În această perioadă, s-au dezvoltat tehnici de contabilitate mai avansate, cum ar fi folosirea registrului contabil în sistemul de partidă dublă și utilizarea sumelor încrucișate pentru a verifica precizia înregistrărilor.

**În cadrul bisericii**, contabilitatea era folosită pentru a gestiona proprietățile și veniturile acesteia. S-au dezvoltat și alte forme de contabilitate, precum contabilitatea de gestiune, care era folosită pentru a urmări costurile și profiturile din cadrul activităților comerciale.

Conducătorii afacerilor au început să ceară întocmirea a două categorii de documente și anume

- a) Un extras al operațiilor efectuate ce constituie contabilitatea simplă
- b) O previziune a viitorului căruia îi revine bugetului

Pe parcurs, comercianții au ajuns la un consens pentru a aduce contabilitatea în partidă dublă să se realizeze în patru faze:

1. Contabilului i s-a atribuit sarcinile legate de operațiile de credit din partea șefului, astfel au luat naștere conturile de terți;
2. Se realizează corespondența dintre contul "Casa" în structura "încasări-plăți" cu conturile de terți;
3. Conturile de valori s-au înregistrat în urma introducerii cât mai multor corespondențe între conturile ce descriu patrimoniul întreprinderii;
4. Contul de profit și pierdere a apărut în urma corespondențelor dintre conturile de valori și contul "Casa".

Perioada contabilității se încheie, bazându-se astfel pe tehnica socotitului cât și a solvabilității în partidă dublă.

#### **✚ Apariția contabilității în partidă dublă la sfârșitul Evului Mediu**

Partida dublă s-a dezvoltat odată cu marile orașe ale Italiei de Nord: Florența, Veneția și Genova, ceea ce la sfârșitul Evului Mediu, i-a permis marelui învățat Luca Paciolo (născut în 1445) să publice la 10 noiembrie 1494 lucrarea, "Summa di Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita" în care capitolul al IX-lea "Tractatus particularis de computis et scripturis" (Tratat particular despre conturi și înregistrări) expune pentru prima dată, de o manieră coerentă, principiile contabilității în partidă dublă. Doi autori francezi afirmă că: "geneza noii metode (partida dublă - s.n.) este o operă care a durat două secole, Luca Paciolo nefiind inventatorul ei, ci talentatul ei favorizator" (Bernard Colasse) și că, tratatul lui Paciolo este prima enciclopedie de gestiune care face sinteza privind tehnicile cantitative, comerciale și contabile, interne și internaționale ale epocii sale" (Jean Guy Degos). În această perioadă, în marile școli italiene ale epocii, învățarea contabilității era

obligatorie. Lucrarea lui Luca Paciolo recomandă utilizarea a trei registre contabile: memorialul, jurnalul și cartea mare care să fie utilizate astfel:

Mai întâi, înregistrarea tuturor operațiilor în memorial, fără nici o analiză, în ordinea în care s-au produs;

Apoi, reluarea fiecărei înregistrări în jurnal în termeni de debit și credit care servește, pe de o parte, la o reclasificare a operațiilor cronologice din memorial, iar pe de altă parte, la exprimarea (evaluarea) lor în aceeași unitate de cont (monedă);

În fine, reluarea înregistrărilor din jurnal în caiet sau în cartea mare urma să se facă prin diferențierea cu claritate a debitelor care erau marcate cu prepoziția "prin" de credite care erau marcate cu propoziția, "la". Însă, Luca Paciolo și discipolii care i-au urmat nu indică nici "cu ce" și nici "cum" să se debiteze și să se crediteze conturile și ignoră ideea de exercițiu contabil (financiar). Dacă până în secolul al XV-lea nu exista diferența între ținerea practică a conturilor și teorie care poate fi calificată ca o teorie a artei contabile, începând cu secolul al XVI-lea învățământul contabil se dezvoltă, teoria contabilă începând să se distanțeze de practică. În zorii apariției capitalismului, partida dublă avea o aplicabilitate în toată Europa, încheindu-se astfel etapa de generalizare a acesteia.

### ✚ Creșterea capacității de analiză a contabilității în capitalism

Existența legăturii reciproce dintre partida dublă și capitalism a fost conturată de economistul german Werner Sombart în lucrarea intitulată: "Der Moderne Kapitalismus".

Dezvoltarea acestui concept va duce la modificări la contabilitatea simplă, în marile firme industriale și încep să analizeze periodic situațiile patrimoniale cu ajutorul bilanțului și profitul cu ajutorul contului de profit și pierdere.

În cea de a doua parte a secolului XIX, în vederea măsurării eficienței gestiunii și politicii prețurilor ce se trece la calculul costurilor.

Profesorul francez Jacques Richard menționează următoarele tipuri de reglare:

- **Reglarea economiei prin falimente**, contabilitatea fiind asociată cu un sistem juridic și social specific lichidării, în care contabilitatea urmărește tehnicile de evaluare axate pe metoda lichidării;
- **Reglarea economiei prin acțiunea statului**, dezvoltat în țările capitaliste, în timpul războaielor sau criză, deliberat de țări cu o politică economică bazată pe planificare, mai ales în Europa Centrală și de Est. Prin fiscalitate, contabilitatea este formată dintr-un proces de normare și normalizare de tip public și practic;
- **Reglarea bursieră a economiei specifică economiilor liberale**, contabilitatea urmărește satisfacerea nevoilor informaționale ale investitorilor, în vederea profitabilității întreprinderii. Un exemplu fiind SUA, Canada și Marea Britanie.
- **Reglarea financiar-bancară a economiei**, în care rolul esențial îl joacă banca în sistemul de finanțare a economiei, de control a creditului și de angajare a investițiilor. Un exemplu contextual fiind Germania.

### ✚ Tendințe contemporane în dezvoltarea contabilității

Potrivit opiniei profesorului Bernard Colasse această perioadă se caracterizează în procesul de normalizare și convergență internațională a contabilității în vederea definirii unui limbaj comun de comunicare. Acest proces se realizează, în special prin lucrările Comitetului pentru Standarde Internaționale de Contabilitate (International Accounting Standards Board -IASB); organism creat în 1973. Domeniul de competență al IASB se limitează la contabilitatea financiară, în timp ce de normalizarea internațională a auditului financiar-contabil se ocupă alt organism internațional, și anume, Federația Internațională a Experților Contabili (International Federation of Accountants-IFAC), organism creat în 1977.

Procesul de incitare la cercetarea contabilă de tip fundamental și aplicativ, atât în Statele Unite și Canada, cât și în țările europene dezvoltate. Cercetarea fundamentală vizează cu predilecție:

optimizarea raportului între cererea și oferta de informații contabile; situațiile optimale ale comunicării financiare; impactul comunicării informațiilor contabile și, în special, a documentelor de sinteză contabilă asupra deciziilor utilizatorilor; incidența comunicării rezultatelor întreprinderilor asupra cursurilor bursiere; implicațiile dezvoltării contabilității creative; consecințele economice și sociale ale emiterii unei norme contabile; modalități de definire a unei politici contabile; modificarea comportamentului utilizatorilor informațiilor contabile, în condițiile schimbării politicilor și metodelor contabile. Cercetarea aplicativă, în funcție de contextul economic și social din diferite țări explorează domenii precum: contabilitatea resurselor umane; contabilitatea socială; contabilitatea ecologică; contabilitatea în condițiile economiilor inflaționiste și hiper inflaționiste; calculul și utilizarea costurilor pe funcții și activități etc.

### 3. Contabilitatea în teoria și practica economică actuală

Locul și rolul contabilității în universul teoriei și practici economice actuale:

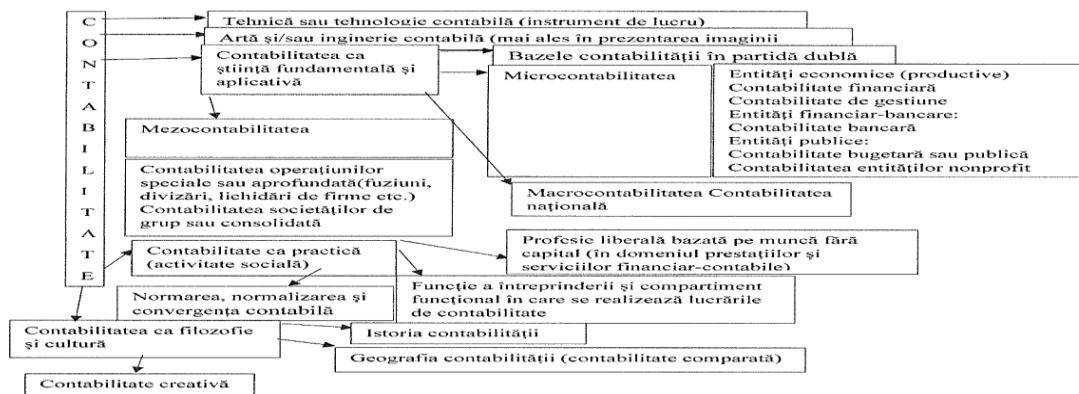


Figura 1. Circumscrierea noțiunii de contabilitate în teoria și practica economică

#### Contabilitatea tehnică de ordin cantitativ

Ipostaza de tehnică sau tehnologie contabilă este cel mai adesea percepută de economiști care nu posedă studii aprofundate în domeniul contabilității, dar mai ales de către neprofesioniști contabili. Adeseori această calitate a contabilității este invocată și de autori de manuale de contabilitate, dacă nu în mod expres, explicit, în mod indirect, implicat atunci când prezintă modul de ținere a registrelor contabile și de întocmire a situațiilor financiare ale întreprinderii concretizate în:

Bilanțul resurselor economice controlate de întreprindere care prezintă poziția financiară a entității economice, la un moment dat, de regulă, sfârșitul exercițiului financiar, asimilat anului calendaristic.

Contul de profit și pierdere care prezintă performanțele întreprinderii concretizate în rezultatele economico-financiară realizate de întreprindere în decursul unui an calendaristic.

Alte situații financiare ale întreprinderii cum ar fi: situația modificării capitalului propriu; situația fluxurilor de trezorerie; politici contabile și note explicative la situațiile financiare ale întreprinderii.

În această viziune, "Contabilitatea este o tehnică de ordin cantitativ, de colectare, prelucrare și analiză a informațiilor privind fluxurile economice din activitatea unei întreprinderi. Contabilitatea înregistrează și interpretează, într-un mod semnificativ, fluxurile economice, în expresie monetară, întocmește documentele contabile de sinteză și interpretează rezultatele și evoluția situației financiare a întreprinderii"

Prezentarea și descrierea elementelor de tehnică sau tehnologie contabilă sunt întâlnite în toate manualele de contabilitate.



### **Contabilitatea artă și/sau inginerie economico-financiară**

Orice tehnică sau tehnologie aplicată este orientată spre atingerea, realizarea unui scop, a unui obiectiv. "Obiectivul fundamental urmărit în aplicarea tehnicii sau tehnologiei contabile este, imaginea fidelă, clară și completă a poziției financiare, performanțelor întreprinderii și modificărilor în poziția financiară a întreprinderii". Ori, realizarea unei, "imagini" depinde de, "măiestria operatorului" și de calitatea, "aparaturii de luat vederi". Perfecționate la limită ambele duc la vecinătăți sau chiar interferențe cu arta.

Ne raliem opiniei potrivit căreia, "Contabilitatea, despre care se spune adesea că are ca scop reprezentarea realității (unei întreprinderi), poate fi comparată cu arta teatrală: ea reprezintă într-adevăr, rezultatul jocului raporturilor de forțe ce se desfășoară pe scena economică reprezentată de întreprindere. Dar, spre deosebire de teatru unde spectatorii nu sunt înșelați de jocul actorilor, contabilitatea suferă de ambiguitatea condiției sale; ea este luată prea în serios chiar dacă, cu măștile și umbrele sale, dă și ea o imagine mai mult sau mai puțin caricaturală a realului. Mesajul său trebuie de asemenea decodificat de utilizatorii săi care nu sunt neapărat pregătiți pentru aceasta".

### **Contabilitatea știință fundamentală și aplicativă**

Prin teorie se înțelege în sens restrâns un ansamblu de idei, concepte abstracte, mai mult sau mai puțin organizate, iar în sens larg o construcție intelectuală, metodică, ,organizată și sintetică cu caracter ipotetic, în unele părți ale sale.

Istoria contabilității din perioada Evului Mediu, purtătorii de capital comercial privind dezvoltarea, s-a luat măsura unui instrument de calcul în urma unei constatări a unei confuzii. În urma acestei confuzii Luca Paciolo pune bazele contabilității prin vorbele: "Ubi non est ordo, ibi confusio" (Unde nu este ordine, domnește confuzia)

Prima lucrare a fondatorului, a apărut la Veneția în 1494 denumită: "Summa de Arithmetica, Geometria, Proportioni et Proportionalita" intitulat: "Tractatus particularis de computis et scripturis"

Ca și contabilitate aplicativă, aceasta se împarte în mai multe ramuri și științe specifice curriculumului universitar și postuniversitar. Acestea sunt:

- A. **Bazele contabilității**-prezintă noțiuni, concepte, și procedee specifice contabilității concretizate în dubla reprezentare cu ajutorul bilanțului, dubla înregistrare cu ajutorul sistemului de conturi, evaluările și estimările contabile în expresie monetară ,verificarea corectitudinii cu ajutorul bilanțelor de verificare, verificarea concordanței dintre situația scriptică și faptică a sistemului elementelor patrimoniale cu ajutorul inventarelor, sistematizarea și prezentarea informației contabile cu ajutorul situațiilor financiare anuale ale firmei (conturi anuale).
- B. **Contabilitatea financiară**-prezintă principii contabile și metodologii pentru sisteme de conturi curente ce dorește să ofere siguranța respectării legislației contabile pe de o parte cât și furnizarea informației utilizată de o gamă largă de utilizatori spre exemplu: asociați și acționari, clienți și furnizori, organisme financiare și de credit, administrații publice etc. Informația este sistematizată în situațiile financiare (Bilanț, Situația modificărilor capitalurilor proprii, Contul de profit și pierdere etc.) elaborate după reguli și norme unitare , de aceea contabilitatea financiară este supusă unui puternic proces de normare și normalizare națională , precum și armonizare internațională.
- C. **Contabilitatea de gestiune**-se concentrează pe prelucrarea și prezentarea informației contabile privind controlul gestiunii interne, a utilizării factorilor de producție. Se bazează pe fundamentarea, urmărirea și controlul execuției bugetelor de venituri și cheltuieli, precum și pe aproximarea și calculul costurilor și rezultatelor economico-financiară analitice pe funcții, activități, produse, lucrări, servicii etc.

- D. **Contabilitate bancară**- seamănă cu contabilitatea financiară ,fiind transformat specificului activității financiar-bancare. Normele contabile și sistemul de conturi fiind diferit de cel al agențiilor economice.
- E. **Contabilitate bugetară sau publică**- obiectul de studiu se aseamănă cu contabilitatea financiară, dar se adaptează specificului instituțiilor publice, finanțate din bugetul de stat și/sau bugetele fondurilor extrabugetare. Nu își face uitată prezența normele contabile specifice și sistemele de conturi specifice.
- F. **Contabilitatea consolidată**- ca obiect de studiu urmărește prezentarea și sistematizarea informației contabile în situațiile financiare mai precis conturile anuale, prin relațiile de capital la nivelul grupului se interconectează societatea "mamă" la capitalul societăților comerciale "fiice".
- G. **Contabilitate aprofundată**- se axează pe tratamentul contabil al unor evenimente deosebite din, viața firmelor, ca de exemplu: fuziuni, divizări, lichidări de firme etc. Pe baza reglementărilor operațiunilor respective de către legislația comercială și fiscală.
- H. **Contabilitatea națională**- scopul obiectului de studiu este prezentarea cantitativă, agregată, coerentă și completă a realității economice, în expresie bănească, la nivelul de ansamblu al unei economii naționale, pe parcursul unei perioade, de regulă, anul calendaristic sau la un moment dat. Contabilitatea națională operează un număr redus de sectoare instituționale în raport cu care ordonează, sistematizează și sintetizează fluxurile din economie după criterii ce stau la baza metodologiei de calcul a agregatelor macroeconomice, în special a produsului intern brut.

**Condițiile ca un domeniu de cunoaștere să fie știință:**

- I. Să aibă un obiect propriu de cercetare;
- II. Disponerea unei metode proprii în abordarea obiectului respectiv;
- III. Demonstrarea și descoperirea legității/principii care guvernează acel domeniu al cunoașterii;
- IV. Disponerea de un vocabular/ terminologie specifică.

Pe baza contabilității de gestiune s-au delimitat anumite funcții ale întreprinderii cum ar fi: funcția de producție, financiar-contabilă, comercială, cercetare-dezvoltare, personal etc.

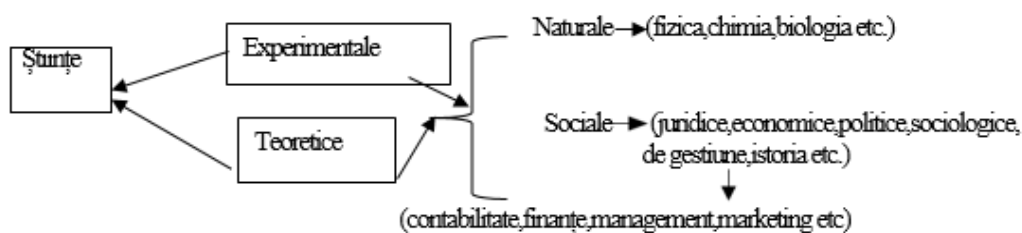


Figura 2: Poziționarea științei contabilității în categoria științelor sociale

**Contabilitatea - practică și/sau activitate socio-umană**

Ca practică și/sau activitate socială contabilitatea este proprietatea organismelor guvernamentale și neguvernamentale cu sarcini în domeniul normării și normalizării contabile, respectiv a elaborării și aplicării normelor de drept contabil.

International Federation Accountants (IFAC) emite la 7 martie 2003 un Memorandum adresat atât Financial Accounting Standards Board (FASB) din SUA cât și International Board (IASB) cu sediul la Londra, având drept scop găsirea unei convergenței între normele contabile nord-americană și normele internaționale de contabilitate. Deocamdată procesul de convergență contabilă

internațională se limitează la realizarea unui compromis între normele contabile americane (US GAAP - US General Accepted Accounting Principles) și cele internaționale (IFRS)

Internațional Financial Reporting Standards în cadrul a două aspecte:

- ① PCITS - Proiectul de Convergență Internațională pe Termen Scurt;
- ② PCCCI - Proiectul de Cercetare Continuă asupra Convergenței Internaționale.

Obiectul Proiectului de Convergență Internațională pe Termen Scurt (PCITS) este analiza diferențelor dintre US GAAP și IFRS prin prisma a doi parametri, și anume:

1. Îmbunătățirea literaturii GAAP pentru reducerea sau eliminarea diferențelor;
2. Comunicarea FASB privitoare la motivul pentru care s-a decis să nu realizeze o schimbare a US GAAP. IASB va revizui IFRS și va face aprecieri similare dacă sunt posibile îmbunătățiri ale IFRS care vor fi aplicabile sau se va comunica motivul pentru care nu s-au făcut schimbări în normele contabile internaționale.

Organismul profesiei contabile liberale, Corpul Experților Contabili și Contabililor Autorizați din România (CECCAR), România este prezentă în principalele organisme de armonizare și convergență contabilă mondiale și regionale și anume:

1. Federația Internațională a Contabililor (IFAC);
2. Federația Experților Contabili Europeni (FEE);
3. Federația Internațională a Experților Contabili Francofoni (FIDEF);
4. Federația Experților Contabili Mediteraneeni (FCM);
5. Comitetul de Integrare Latină Europa America (CILEA);
6. Parteneriatul Sud-Est European în Dezvoltarea Contabilității (SEEPAD).

Prin intermediul acestor organisme și nu numai, România beneficiază de acces la valorile și practicile contabile mondiale și regionale, și totodată își poate face cunoscute valorile și realizările naționale în materie. România trebuie să participe la produsul multicultural la care toate țările sunt participante, în urma normelor contabile internaționale. Conceptul de audit este înțeles ca fiind o persoană statornică de a evalua competențele angajatului în diferite privințe, îndeplinind anumite standarde.

### **Contabilitatea filozofie și/sau cultură**

Cercetarea fundamentală și aplicativă în domeniul contabilității nu poate obține performanțe semnificative dacă nu ține cont de:

- Istoria contabilității - care are ca obiect de studiu evoluția în timp și spațiu a tehnicilor, artei și științei contabile, pentru că potrivit unei axiome, fără trecut nu există viitor".
- Geografia contabilității - care are ca obiect studiul comparativ al celor mai semnificative sisteme de contabilitate contemporane care prin coerența lor, prin valențele lor teoretice și practice își extind tot mai mult influența, câmpul și aria de aplicabilitate. Rezultatele acestor studii comparative sunt un adevărat, "arsenal" în mâna organismelor guvernamentale și neguvernamentale care au atribuții în domeniul normării și normalizării microcontabilităților naționale, precum a celor care se ocupă de armonizarea contabilității pe plan internațional.

Contabilitatea creativă dezvoltată cu predilecție în deceniul 1980-1990 în lumea anglo-saxonă având ca obiectiv "intensificarea" conflictului dintre substanța juridică și cea economică a contabilității. Contabilitatea creativă are drept obiectiv, "fondarea structurii financiare și a performanțelor întreprinderii"; profesioniștii contabili, printr-un exces de ingeniozitate, reușind să realizeze, "aranjamente" demne de invidiat, pentru a maximiza câștigul pe acțiuni, pentru a îmbunătăți lichiditatea sau pentru a minimiza rata îndatorării financiare.

### **Viitorul contabilității**

**Digitalizarea contabilității:** În era digitală, contabilitatea a devenit tot mai dependentă de tehnologie. Automatizarea proceselor contabile și utilizarea software-ului de contabilitate au crescut

semnificativ în ultimii ani, reducând dependența de hârtie și îmbunătățind eficiența proceselor contabile.

**Raportarea integrată:** Raportarea integrată se referă la integrarea raportărilor financiare și non-financiare ale unei companii, cum ar fi aspectele sociale și de mediu, pentru a furniza o imagine completă a performanței sale. Aceasta se concentrează pe impactul pe care compania îl are asupra economiei, societății și mediului înconjurător.

**Contabilitatea sustenabilă:** Contabilitatea sustenabilă se concentrează pe furnizarea informațiilor financiare și non-financiare despre impactul companiei asupra mediului și a societății. Aceasta încearcă să identifice și să evalueze costurile și beneficiile dezvoltării durabile și a responsabilității sociale corporative.

**Reglementarea contabilă globală:** În ultimii ani, reglementarea contabilă a devenit din ce în ce mai globalizată, cu adoptarea standardelor contabile internaționale (IFRS) de către multe țări și companii din întreaga lume. Acest lucru a dus la o armonizare mai mare a practicilor contabile și la o mai mare transparență în raportarea financiară.

**Analiza datelor:** Cu creșterea cantității de date disponibile, analiza datelor a devenit din ce în ce mai importantă în contabilitate. Aceasta implică utilizarea tehnologiilor de analiză și algoritmi pentru a identifica modele, tendințe și anomalii în datele financiare și non-financiare ale companiilor.

## **Concluzii**

Contabilitatea a jucat un rol important în antichitate și evul mediu, contribuind la dezvoltarea și organizarea economiei și a activităților comerciale. Acest domeniu a evoluat continuu de-a lungul timpului și a devenit o disciplină complexă, folosită în prezent în toate aspectele economiei moderne.

Apariția contabilității în partidă dublă la sfârșitul Evului Mediu a reprezentat o inovație majoră în istoria contabilității, care a contribuit la dezvoltarea afacerilor și la organizarea și înregistrarea precisă a tranzacțiilor economice.

În perioada de dezvoltare a capitalismului, contabilitatea a devenit o disciplină din ce în ce mai sofisticată și importantă. Dezvoltarea auditului și a analizei financiare au contribuit la creșterea capacității de analiză a contabilității și la creșterea încrederii investitorilor și creditorilor în informațiile financiare furnizate de companii.

Dezvoltarea contabilității este în continuă evoluție, adaptându-se la schimbările din mediul de afaceri global. Digitalizarea contabilității, raportarea integrată, contabilitatea sustenabilă, reglementarea contabilă globală și analiza datelor sunt tendințe contemporane care influențează dezvoltarea contabilității în prezent.

Contabilitatea reprezintă o componentă esențială a teoriei și practicii economice actuale, furnizând informații financiare și non-financiare despre performanța și starea financiară a unei companii. Aceasta este utilizată în diverse domenii, inclusiv în afaceri, finanțe, sectorul public, contabilitatea fiscală, contabilitatea de gestiune și auditul financiar. Dezvoltarea tehnologică și digitalizarea contabilității au permis îmbunătățirea proceselor contabile și analiza datelor financiare cu precizie și în timp real.

Contabilitatea rămâne un domeniu vital în economie și este în continuă evoluție. Aceasta se adaptează la noile tendințe tehnologice și la schimbările din cadrul mediului economic și social. În plus, contabilitatea joacă un rol important în furnizarea de informații financiare și non-financiare esențiale pentru luarea deciziilor de către proprietarii de afaceri, investitori, guverne și alte părți interesate.

Contabilitatea poate fi considerată atât artă, cât și inginerie economico-financiară, deoarece implică atât aspecte subiective, cât și obiective. Înregistrarea și analiza tranzacțiilor financiare necesită abilități și cunoștințe tehnice specifice, dar implică și o anumită doză de subiectivitate și interpretare.

Contabilitatea poate fi considerată atât o știință fundamentală, cât și o știință aplicativă, deoarece se bazează pe principii și concepte fundamentale, dar și pe aplicarea acestora în practică.

Contabilitatea poate fi considerată atât o activitate practică, cât și o activitate socio-umană, deoarece implică atât aspecte tehnice și economice, cât și aspecte legate de relații interumane și de mediul socio-economic înconjurător.

Contabilitatea poate fi văzută și ca o formă de filozofie economică aplicată și ca o formă de cultură în cadrul unei companii. Aceste perspective arată că contabilitatea este mult mai mult decât o simplă activitate practică, ci implică și aspecte filozofice și culturale, care au un impact semnificativ asupra modului în care este realizată și percepută de către cei implicați.

Contabilitatea poate fi considerată un limbaj de comunicare în lumea afacerilor, deoarece utilizează un set standardizat de termeni și concepte pentru a comunica informații financiare și pentru a lua decizii în ceea ce privește performanța unei companii.

Contabilitatea continuă să evolueze și să se adapteze la nevoile economice actuale. Aceasta rămâne o componentă fundamentală a teoriei și practicii economice, furnizând informații financiare și non-financiare pentru luarea deciziilor de către proprietarii de afaceri, investitori, guverne și alte părți interesate.

*„Contabilitatea este baza oricărei afaceri de succes.” Luca Paciolo*

#### **Bibliografie:**

1. Dragomirescu S.-E., *Bazele contabilității*, Editura Alma Mater, Bacău, 2012
2. Feleagă L., Feleagă N., *Contabilitate financiară - o abordare europeană și internațională*, vol.1, *Contabilitate financiară fundamentală*, Editura Economică, București, 2007
3. Feleagă N., *Controverse contabile*, Editura Economică, București, 1996
4. Man M., Boganu-Popa M.-M., *Bazele contabilității*, Editura Universitas, Petroșani, 2022
5. Matriș D., *Bazele contabilității. Aspecte teoretice și practice*, Editura Alma Mater, Cluj-Napoca, 2005

## Organizarea și conducerea contabilității angajării, lichidării, ordonanțării și plății cheltuielilor în sistemul public

**Autor: Bloj Maria Liliana**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria  
Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In order to strengthen the budgetary discipline at the level of public entities and to make the credit officers responsible in the budget process for the efficient use of public money, it was established by legal provisions that in the process of budget execution the expenses go through a series of mandatory phases, which in turn will be reflected in accounting. The aim of the paper was to investigate the four phases of: employment, liquidation, ordering and payment of budget expenditures and the system of accounts used to reflect them.*

### 1. Introducere

În România sistemul bugetar public de delimitază prin următoarele activități: învățământ; sănătate; cultură și artă; justiție și autoritatea publică; protecția și refacerea mediului înconjurător; asistența și protecția socială; activității de importanță strategică, cum sunt: transporturile și telecomunicațiile, cercetarea științifică. Entitățile publice care funcționează în cadrul sistemului bugetar public sunt, conform Legii nr. 500/2002, sunt următoarele: Președenția României; Parlamentul; Guvernul; ministerele; celelalte organe centrale și locale ale administrației de stat; instituțiile de stat de subordonare locală sau centrală, circumscrise diverselor sfere de activitate.

Activitatea finanțelor publice include elaborarea și execuția bugetului, stabilirea și perceperea impozitelor, taxelor și a celorlalte venituri ale statului, urmărirea utilizării mijloacelor materiale și bănești aparținând regiilor autonome și celorlalte instituții publice.

*Procesul de angajare, lichidare, ordonantarea și plată a cheltuielilor bugetare este verificat permanent prin sistemul de control financiar preventiv organizat la nivelul fiecărei instituției publice.* Controlul financiar preventiv este reglementat prin Ordonanța Guvernului nr.119/1999 privind controlul intern și controlul financiar preventiv, republicată, și Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 522/2003 pentru aprobarea Normelor metodologice generale referitoare la exercitarea controlului financiar preventiv, cu modificările și completările ulterioare.

Instituțiile publice, indiferent de subordonare și de modul de finanțare a cheltuielilor, au obligația să respecte procedurile privind parcurgerea celor patru faze ale execuției bugetare a cheltuielilor, respectiv angajarea, lichidarea, ordonantarea și plata cheltuielilor, precum și să organizeze, să conducă evidenta și să raporteze angajamentele bugetare și legale. În vederea respectării acestor prevederi au fost elaborate norme metodologice care au ca obiect stabilirea procedurilor, a persoanelor implicate și a documentelor privind execuția cheltuielilor care se efectuează din fonduri publice.

Execuția bugetară se bazează pe principiul separării atribuțiilor persoanelor care au calitatea de ordonator de credite de atribuțiile persoanelor care au calitatea de contabil. Ordonatorii de credite ai bugetelor prevăzute la art. 1 alin. (2) din Legea nr. 500/2002 sunt autorizați să angajeze, să lichideze și să ordonanteze cheltuieli pe parcursul exercițiului bugetar, în limita creditelor bugetare aprobate, iar plata cheltuielilor se efectuează de persoanele autorizate care, potrivit legii, poartă denumirea generică de contabil. Operațiunile specifice angajării, lichidării și ordonantării cheltuielilor sunt în competența ordonatorilor de credite și se efectuează pe baza propunerilor compartimentelor de specialitate ale instituției publice. Ordonatorii de credite pot delega aceasta calitate înlocuitorilor de

drept, secretarilor generali sau altor persoane împuternicite în acest scop.

## 2. Fazele parcurse de cheltuieli în procesul execuției bugetare

Ordonatorii de credite au obligația de a angaja și de a utiliza creditele bugetare numai în limita prevederilor și potrivit destinațiilor aprobate, pentru cheltuieli strict legate de activitatea instituțiilor publice și cu respectarea dispozițiilor legale. Înainte de a angaja și a utiliza creditele bugetare, respectiv înainte de a lua orice măsură care ar produce o cheltuială, ordonatorii de credite trebuie să se asigure că măsura luată respectă principiile unei bune gestiuni financiare, ale unui management financiar sănătos, în special ale economiei și eficienței cheltuielilor.

În procesul execuției bugetare cheltuielile bugetare parcurg mai multe *faze*, respectiv, *angajare, lichidare, ordonanțare și plată*.

Urmare a faptului că în execuția bugetară funcționează principiul separării atribuțiilor persoanelor care au calitatea de ordonatori de credite de cele ale persoanelor cu calitate de contabil, se poate preciza că primele trei faze sunt de competența ordonatorilor de credite, în timp ce plata este asigurată de șeful compartimentului financiar-contabil în limita fondurilor disponibile.

**În parcurgerea fazelor execuției bugetare sunt implicate următoarele persoane:**

- ✓ *ordonatorii de credite;*
- ✓ *personalul încadrat în compartimentele de specialitate ale instituției publice;*
- ✓ *persoanele nominalizate pentru a avea acces la sistemul de control al angajamentelor prevăzut în O.U.G. nr.88/2013;*
- ✓ *persoanele care exercită controlul financiar preventiv propriu și controlul financiar preventiv delegat, după caz;*
- ✓ *persoanele împuternicite cu realizarea fazei de lichidare a cheltuielilor;*
- ✓ *persoanele responsabile cu plata cheltuielilor.*

În cazul instituțiilor publice la care compartimentul financiar - contabil are un număr de personal mai mare de 5 salariați, persoanele nominalizate care au acces la sistemul de control al angajamentelor trebuie să fie diferite de persoana care semnează ordinul de plată pentru același angajament.

**Propunerea de angajare** face obiectul unui act în care se determină pe subdiviziunile clasificăției bugetare care este valoarea creditelor bugetare în contul căreia se mai pot angaja cheltuieli. Angajarea cheltuielilor presupune parcurgerea pentru fiecare operațiune în parte a următoarelor **etape**:

- *asumarea obligației de a plăti o sumă către un terț;*
- *rezervarea creditelor de angajament și creditelor bugetare;*
- *emiterea angajamentului legal, dacă aceasta cade în sarcina instituției publice.*

În această fază de angajare a cheltuielilor se rezervă credite de angajament și credite bugetare exclusiv pentru anul curent.

**Angajarea** cheltuielilor din fonduri publice îmbracă următoarele **forme**:

➤ **angajament bugetar** reprezentat de orice act prin care o autoritate competentă afectează bani publici unor anumite destinații, în limita creditelor bugetare aprobate. El trebuie să prevadă orice angajament de plată făcut în limita creditelor bugetare rezervate pentru efectuarea plății în cauză. Valoarea angajamentelor de plată nu poate depăși valoarea angajamentelor bugetare care pot fi:

✓ **angajamente bugetare individuale** ce sunt specifice unor tranzacții noi, care urmează a fi efectuate și care au la bază un proiect;

✓ **angajamente bugetare globale** sunt angajamente bugetare aferente unui angajament legal provizoriu ce se efectuează pentru cheltuieli curente de natură administrativă (cheltuieli de deplasare, protocol, întreținere și gospodărire, cheltuieli cu asigurările, chiriile sau cu abonamente la reviste și alte publicații), care se desfășoară în mod repetat pe parcursul exercițiului bugetar. Astfel de

angajamente pot fi reprezentate de bugetele previzionale, care se înaintează pentru viza de control financiar preventiv împreună cu angajamentele bugetare globale.

Angajamentele bugetare se realizează prin emiterea unui document scris prin care se certifică existența unor credite bugetare disponibile și se pun sub rezervă creditele aferente unei cheltuieli, potrivit destinației prevăzute în buget.

➤ **angajament legal** reprezentat de orice act juridic din care rezultă sau ar putea rezulta o obligație pe seama fondurilor publice. Se prezintă sub formă scrisă, este semnat de ordonatorul de credite și poate lua forma unui contract de achiziție publică, comandă, contract de muncă, act de control, acord de împrumut, etc.

Creditele bugetare neangajate, precum și creditele bugetare angajate și neutilizate până la sfârșitul anului sunt anulate de drept. Orice cheltuială angajată și neplătită până la încheierea exercițiului financiar se va plăti în contul bugetului pe anul următor din credite bugetare aprobate în acest scop.

Organizarea și conducerea evidenței angajamentelor bugetare și legale are ca **atribuții**:

- *evidența creditelor bugetare aprobate în exercițiul bugetar curent, precum și a modificărilor intervenite pe parcursul exercițiului bugetar curent, cu ajutorul contului 806.00.00 „Credite aprobate”;*

- *organizarea evidenței angajamentelor bugetare cu ajutorul contului 806.60.00 „Angajamente bugetare”;*

- *compararea datelor din conturile 806.00.00 „Credite bugetare aprobate” și 806.60.00 „Angajamente bugetare” și determinarea creditelor bugetare disponibile care pot fi angajate;*

- *evidența angajamentelor legale cu ajutorul contului 806.70.00 „Angajamente legale”;*

- *reevaluarea angajamentelor legale exprimate în alte monede decât moneda națională, la finele anului, la cursul de schimb valutar din ultima zi lucrătoare, iar cu diferențele din reevaluare se diminuează sau se majorează angajamentele bugetare și legale din conturile 806.60.00 și 806.70.00;*

- *înregistrarea în creditul contului 806.70.00 „Angajamente legale” a totalului plăților efectuate în cursul anului în contul angajamentelor legale încheiate.*

**Lichidarea cheltuielilor** reprezintă acea fază a procesului execuției bugetare în care se verifică existența angajamentelor, se determină și se verifică realizarea sumei datorate și se apreciază condițiile de exigibilitate a angajamentului legal pe baza documentelor justificative care atestă tranzacția sau evenimentul. Documentele justificative angajează răspunderea persoanelor care le-au întocmit, vizat și aprobat precum și a celor care le înregistrează în contabilitate. Documentele de lichidare a unei cheltuieli sunt documente care atestă că lucrările, bunurile și serviciile au fost efectuate. Ele sunt vizate pentru „*Bun de plată*”.

**Ordonanțarea** este faza execuției bugetare în care se confirmă că livrările de bunuri au fost efectuate sau alte creanțe au fost verificate și că plata poate fi realizată. Aceasta îmbracă forma unui document intern prin care ordonatorul de credite dă dispoziție conducătorului compartimentului financiar-contabil să efectueze plata. Ordonanțarea de plată cuprinde următoarele **informații**:

- ✓ *exercițiul financiar în care se înregistrează plata;*
- ✓ *subdiviziunea din clasificarea bugetară la care se înregistrează plata;*
- ✓ *suma de plată;*
- ✓ *datele de identificare ale beneficiarului plății;*
- ✓ *natura cheltuielilor;*
- ✓ *modalitatea de plată.*

**Plata** reprezintă faza finală a execuției bugetare prin care instituția stinge obligația față de terții-creditori. Ea se efectuează de către profesioniștii contabili, în limita creditelor bugetare și destinațiilor aprobate prin unitățile trezoreriei la care instituțiile au conturi deschise.

**Plățile se efectuează** doar dacă sunt îndeplinite următoarele **condiții**:

- *cheltuielile au parcurs primele trei faze ale execuției;*



- există credite bugetare deschise/repartizate sau disponibilități în conturi;
- subdiviziunea bugetului aprobat de la care se face plata corespunde naturii cheltuielii;

- există documente care să justifice plata;
- semnăturile de pe documente sunt ale persoanelor abilitate;
- beneficiarul sumei este îndreptățit să o primească;
- suma datorată este corectă;
- documentele sunt întocmite conform normelor legale.

**Plata nu poate fi efectuată** dacă:

- nu există credite bugetare deschise, repartizate sau disponibilități în conturile instituției;

- nu există confirmarea serviciului efectuat iar documentul nu are viza „Bun de plată”;
- beneficiarul nu este cel față de care instituția are datorii;
- nu există viza controlului financiar preventiv pe ordonanțare.

În concluzie, **obiectivele** principale ale angajării, lichidării, ordonanțării și plății sunt:

- ✓ descrierea procedurilor privind angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor bugetare;

- ✓ descrierea conturilor contabile pentru evidențierea angajamentelor bugetare și legale;

- ✓ stabilirea modului de raportare a angajamentelor bugetare și legale;

De asemenea, în vederea realizării acestor obiective, **scopul** angajării, lichidării, ordonanțării și plății este următorul:

- aplicarea unitară a prevederilor Legii privind finanțele publice nr. 500/2002 cu privire la procedurile privind angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor bugetare;

- întărirea disciplinei financiare în instituțiile publice;

- creșterea responsabilității ordonatorilor de credite bugetare în utilizarea cu eficiență a fondurilor publice.

### **3. Sistemul de conturi utilizat pentru evidențierea angajamentelor bugetare și legale**

*Evidența angajamentelor bugetare* oferă informații cu privire la creditele bugetare consumate prin angajare și prin comparație, se determină creditele bugetare neangajate care mai pot fi angajate în viitor.

*Evidența angajamentelor legale* oferă informații despre sumele angajate în baza unor contracte sau prin aplicarea unor acte normative.

Această evidență a angajamentelor bugetare și legale se organizează în compartimentul financiar-contabil din cadrul fiecărei instituții publice. Evidența angajamentelor bugetare și legale se conduce utilizând metoda „partidă simplă” de către persoanele desemnate în acest scop.

**Atribuțiile persoanelor desemnate să conducă evidența angajamentelor bugetare și legale sunt următoarele:**

- *evidența creditelor bugetare aprobate în exercițiul bugetar curent, precum și a modificărilor intervenite pe parcursul exercițiului bugetar curent cu ajutorul contului 8060 „Credite bugetare aprobate”;*

- *evidența angajamentelor bugetare (contul 8066 „Angajamente bugetare”);*

- *compararea datelor din conturile 8060 „Credite bugetare aprobate” și 8066 „Angajamente bugetare” și determinarea creditelor bugetare care mai pot fi angajate;*

- *evidența angajamentelor legale (contul 8067 „Angajamente legale”);*

- *reevaluarea angajamentelor legale exprimate în devize și majorarea /diminuarea valorii înscrise în conturile 8066 „Angajamente bugetare” și 8067 „Angajamente legale”;*

➤ la finele anului, înregistrarea în creditul contului 8067 „Angajamente legale” a totalului plăților efectuate în cursul anului, în contul angajamentelor legale încheiate. Datele se preiau din conturile de disponibil, finanțare de la bugetul de stat sau local, în funcție de modul de finanțare;

➤ modificarea angajamentelor bugetare în cazul modificării angajamentelor legale care le-au generat (de exemplu, majorarea valorii unui contract prin act adițional atrage modificarea angajamentului bugetar, în mod corespunzător).

Evidența angajamentelor bugetare și legale este ținută de compartimentul financiar-contabilitate și opțional, de către persoana împuternicită să exercite controlul financiar preventiv. Evidența angajamentelor bugetare și legale poate fi ținută concomitent și de către persoana împuternicită să exercite controlul financiar preventiv, care va supraveghea organizarea și ținerea evidenței, actualizarea și raportarea angajamentelor bugetare și legale.

În scopul aplicării în bune condiții a prevederilor *Normelor metodologice privind angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor instituțiilor publice aprobate prin Ordinul Ministrului finanțelor publice nr. 1.792/2002, modificat și completat prin O.M.F.P.4633.2022*, ordonatorii de credite vor stabili prin norme proprii, documentele, circuitul acestora și persoanele împuternicite să efectueze operațiunile legate de angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor, precum și organizarea, evidența și raportarea angajamentelor bugetare și legale

Evidența contabilă a creditelor de angajament, creditelor bugetare, creditelor de angajament rezervate, credite de angajament angajate, angajamentelor bugetare (credite bugetare rezervate), angajamentelor legale, se ține în mod obligatoriu de către compartimentul financiar - contabil cu ajutorul conturilor prevăzute la grupa 80 „Conturi în afara bilanțului” din *Normelor metodologice privind organizarea și conducerea contabilității instituțiilor publice aprobate prin Ordinul nr. 1.917/2005, Planul de conturi pentru instituțiile publice și instrucțiunile de aplicare a acestuia, modificat prin O.M.F.P. nr 2021/2013*, astfel:

✓ cu ajutorul conturilor: 8071000 „Credite de angajament aprobate” și 8060 „Credite bugetare aprobate”, pe baza ultimei file de buget aprobată aferentă perioadei de raportare;

✓ cu ajutorul conturilor: 8072001 „Credite de angajament rezervate”, 8072002 „Credite de angajament angajate”, 8066 „Angajamente bugetare”, pe baza documentelor de fundamentare comunicate de persoana/persoanele care au acces la sistemul de control al angajamentelor, desemnate de ordonatorul de credite;

✓ cu ajutorul contului 8067 „Angajamente legate”, pe baza documentelor aprobate/semnate de ordonatorul de credite, care devin angajamente legale. **Contul 8067000 „Angajamente legale” poate rămâne cu sold la sfârșitul anului**, care poate reprezenta:

▪ *contracte neonorate*, cum ar fi de exemplu: bunurile nu au fost livrate, lucrările nu au fost executate, serviciile nu au fost prestate la nivelul prevăzut în contract;

▪ *contracte onorate de furnizor dar neplătite integral de instituție*, spre exemplu: nu au existat deschideri de credite în termenul prevăzut în calendarul operațiunilor de la sfârșitul exercițiului financiar, nu au existat disponibilități în cont.

Ținerea unei evidențe operative/extracontabile în paralel și la alte compartimente, inclusiv de persoana desemnată să exercite controlul financiar preventiv propriu, este opțională.

**Funcțiunea contabilă a conturilor utilizate** este următoarea:

✚ **Contul 8060 „Credite bugetare aprobate”**. Cu ajutorul acestui cont instituțiile publice, indiferent de subordonare și de modul de finanțare a cheltuielilor, țin evidența creditelor aprobate pentru efectuarea cheltuielilor aprobate prin buget. Contabilitatea analitică a creditelor aprobate se ține pe titluri, articole și alineate în cadrul fiecărui subcapitol sau capitol al bugetului aprobat. **În debitul contului** se înregistrează la începutul exercițiului bugetar creditele bugetare aprobate, cu defalcarea pe trimestre, precum și suplimentările efectuate în cursul exercițiului bugetar, care majorează creditele bugetare aprobate. **În creditul contului** se înregistrează diminuările de credite efectuate în cursul exercițiului bugetar, care micșorează creditele bugetare aprobate. **Soldul contului** reprezintă totalul creditelor bugetare aprobate la un moment dat.

✚ **Contul 8066 „Angajamente bugetare”**. Cu ajutorul acestui cont instituțiile publice, indiferent de subordonare și de modul de finanțare a cheltuielilor, țin evidența angajamentelor bugetare, respectiv a sumelor rezervate în vederea efectuării unor cheltuieli bugetare, în limita creditelor bugetare aprobate. Contabilitatea analitică a angajamentelor bugetare se ține pe titluri, articole și alineate în cadrul fiecărui subcapitol sau capitol al bugetului aprobat. **În debitul contului** se înregistrează angajamentele bugetare, precum și suplimentările efectuate în cursul exercițiului bugetar, care majorează angajamentele bugetare inițiale. **În creditul contului** se înregistrează diminuările de angajamente bugetare efectuate în cursul exercițiului bugetar, care micșorează angajamentele bugetare inițiale. **Soldul contului** reprezintă totalul angajamentelor bugetare la un moment dat.

*Soldurile conturilor 8060 „Credite bugetare aprobate” și 8066 „Angajamente bugetare” la finele exercițiului bugetar nu se redeschid în anul următor.*

Potrivit Normelor metodologie care privesc întocmirea și depunerea situațiilor financiare anuale pentru realizarea cerinței prevăzute în funcțiunea **contului 8067 „Angajamente legale”**, respectiv ca la finele anului, soldul contului să reprezinte totalul angajamentelor rămase neachitate în limita creditelor bugetare aprobate sau a creditelor de angajament, se vor efectua următoarele:

*a. analiza și regularizarea sumelor reprezentând angajamente legale aferente drepturilor salariale ale personalului și obligațiilor aferente, astfel încât soldul contului să reflecte obligațiile rămase neachitate înscrise în documentele de lichidare înregistrate în conturile 4210000 „Personal - salarii datorate”, 4310000 „Asigurări sociale”, 4370000 „Asigurări pentru șomaj”, pentru care au fost prevăzute credite bugetare.*

*b. analiza și regularizarea sumelor reprezentând angajamente legale individuale aferente bunurilor și serviciilor, astfel încât soldul contului să reflecte obligațiile rămase neachitate ce decurg din:*

- *angajamente legale individuale încheiate cu furnizori și cu diverși creditori, în limita creditelor bugetare aprobate și a creditelor de angajament, care nu au fost materializate în bunuri livrate, lucrări executate și servicii prestate până la sfârșitul anului;*

- *angajamente legale individuale încheiate cu furnizori și cu diverși creditori, în limita creditelor bugetare aprobate, materializate în bunuri livrate, lucrări executate și servicii prestate, care nu au fost achitate până la finele anului, evidențiate în conturile: 401000 „Furnizori”, 4040000 „Furnizori de active fixe”, 4620000 „Creditori”.*

Potrivit cerințelor contabilității de angajamente, cheltuielile cu serviciile se recunosc în perioada când serviciile au fost prestate și lucrările executate, astfel încât facturile privind furnizarea de energie electrică, termică, apă, canal, salubritate, telefon etc, care reflectă consumuri aferente lunii decembrie și care au fost primite de instituțiile publice până la data întocmirii bilanțului, vor fi înregistrate în contabilitate în luna decembrie.

La începutul fiecărui exercițiu bugetar, în *debitul contului 8066 „Angajamente bugetare”* se preia soldul contului 8067 „Angajamente legale” de la finele exercițiului bugetar anterior.

Fac excepție angajamentele legale neplătite aferente acțiunilor multianuale, pentru care în debitul contului 8066 „Angajamente bugetare” se preiau numai angajamentele legale neplătite pentru care există credite aprobate în exercițiul bugetar curent.

✚ **Contul 8067 „Angajamente legale”**. Cu ajutorul acestui cont instituțiile publice, indiferent de subordonare și de modul de finanțare a cheltuielilor, țin evidența angajamentelor legale, aprobate de ordonatorul de credite în limita creditelor bugetare aprobate. Contabilitatea analitică a angajamentelor legale se ține pe titluri, articole și alineate în cadrul fiecărui subcapitol sau capitol al bugetului aprobat. **În debitul contului** se înregistrează angajamentele legale, precum și suplimentările efectuate în cursul exercițiului bugetar, care majorează angajamentele legale inițiale. **În creditul contului**, în cursul anului se înregistrează diminuările de angajamente legale care micșorează angajamentele legale inițiale, iar la finele anului, totalul plăților efectuate în contul

angajamentelor legale. **Soldul contului** la finele lunii reprezintă totalul angajamentelor legale, iar la finele anului, totalul angajamentelor rămase neachitate.

✚ **Contul 8071000 „Credite de angajament aprobate”**. Cu ajutorul acestui cont, instituțiile publice țin evidența creditelor de angajament aprobate în anexa la bugetul ordonatorului de credite, pentru exercițiul bugetar respectiv. Contabilitatea analitică a creditelor de angajament aprobate se ține pe structura bugetului aprobat. **În debitul contului** se înregistrează creditele de angajament aprobate, cu defalcarea pe trimestre, precum și suplimentările efectuate în cursul exercițiului bugetar, care majorează creditele de angajament. **În creditul contului** se înregistrează diminuările de credite de angajament aprobate și efectuate în cursul exercițiului bugetar. **Soldul debitor al contului** reprezintă totalul creditelor de angajament aprobate la un moment dat.

✚ **Contul 8072001 „Credite de angajament rezervate”**. **În debitul contului** se înregistrează creditele de angajament rezervate, precum și modificările privind creșterile în cursul exercițiului bugetar asupra creditelor de angajament rezervate. **În creditul contului** se înregistrează modificările privind diminuările efectuate în cursul exercițiului bugetar asupra acestora. **Soldul debitor** al contului reprezintă creditele de angajament rezervate la un moment dat. Soldul contului la finele exercițiului financiar nu se redeschide în anul următor. Contul se dezvoltă în analitic pe cod sector și pe sursă de finanțare, în structura bugetului aprobat.

✚ **Contul 8072002 „Credite de angajament angajate”**. Cu ajutorul acestui cont se ține evidența creditelor de angajament angajate în limita creditelor de angajament aprobate. Contabilitatea analitică a creditelor de angajament angajate se ține pe structura bugetului aprobat. **În debitul contului** se înregistrează creditele de angajament aprobate, precum și modificările efectuate în cursul exercițiului bugetar asupra creditelor de angajament aprobate. **În creditul contului** se înregistrează creditele de angajament angajate, precum și modificările efectuate în cursul exercițiului bugetar asupra acestora. **Soldul debitor al** contului reprezintă creditele de angajament neangajate, care vor putea fi angajate în anul următor.

Conturile de angajamente bugetare și legale se vor ține pe **analitice distincte pentru acțiunile multianuale și celelalte acțiuni**.

Evidența angajamentelor bugetare și legale se va ține în mod obligatoriu de către compartimentul contabilitate/financiar contabilitate. Ținerea acestei evidențe în paralel și la alte compartimente, inclusiv de persoana desemnată să exercite controlul financiar preventiv propriu, este opțională.

#### 4. Concluzii

Angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor reprezintă mecanismul principal prevăzut în Legea Finanțelor Publice nr 500/2002 și Normele metodologice nr 1792/2002, care se organizează la fiecare instituție publică în scopul asigurării efectuării plăților în limita creditelor aprobate și a eliminării înregistrării de obligații de plată fără acoperire.

Instituțiile publice, indiferent de subordonare și de modul de finanțare a cheltuielilor, au obligația să respecte procedurile privind parcurgerea celor patru faze ale execuției bugetare a cheltuielilor, respectiv angajarea, lichidarea, ordonanțarea și plata cheltuielilor, precum și să organizeze, să conducă evidența și să raporteze angajamentele bugetare și legale. Atribuțiile persoanelor autorizate cu execuția cheltuielilor bugetare și înlocuitorii acestora trebuie stabilite prin fișa postului.

Utilizarea creditelor bugetare se face pentru stingerea prin plata a obligațiilor instituțiilor publice față de terți și trebuie efectuată doar pentru sume care au fost înregistrate drept cheltuieli efective/active fixe/stocuri/avansuri, în condițiile reglementărilor legale.

**Bibliografie:**

1. Criveanu M. (2018), *Contabilitate publică, Ediție revizuită și actualizată*, Editura Universitaria, Craiova
2. Măcriș M. (2015), *Contabilitate publică. Ediția a II-a, revizuită și adăugită*, Editura Universitas Petroșani
3. Manea M. D. (2012), *Contabilitatea instituțiilor publice, Ediția a-2-a*, Editura C.H.Beck, București
4. Ciurea M. (2022), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitas, Petroșani
5. Legea contabilității nr. 82/1991, republicată, cu modificările și completările ulterioare
6. Legea finanțelor publice nr. 500/2002, publicată în Monitorul Oficial nr. 597/2002
7. Ministerul Finanțelor Publice, Ordinul nr. 4.504/2022 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind organizarea și conducerea contabilității instituțiilor publice, Planul de conturi pentru instituțiile publice și instrucțiunile de aplicare a acestuia, aprobate prin Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1.917/2005
8. Ministerul Finanțelor Publice, Ministerul Finanțelor Publice, Ordinul nr. 4.633/ 2022 pentru desemnarea Ministerului Finanțelor - aparatul central ca instituție publică pilot pentru aplicarea Normelor metodologice privind angajarea, lichidarea, ordonantarea și plata cheltuielilor bugetare
9. Ministerul Finanțelor Publice, Ordinul nr.1.792/2002 al ministrului finanțelor publice pentru aprobarea Normelor metodologice privind angajarea, lichidarea, ordonantarea și plata cheltuielilor instituțiilor publice, precum și organizarea, evidența și raportarea angajamentelor bugetare și legale.
10. Ministerul Finanțelor Publice, O.U.G. nr 88/2013 privind adoptarea unor măsuri fiscal-bugetare pentru îndeplinirea unor angajamente convenite cu organisme internaționale, precum și pentru modificarea și completarea unor acte normative

## Rezultatul exercițiului financiar – determinare și repartizare

**Autori: Ciobîrcă Andrei Alexandru, Donisă Andreea-Claudia**  
**Coordonator: Prof. univ. dr. Man Mariana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper approach the issue about the method of determination and distribute the result of the financial year at the commercial company. Both the results of settings and result distribution operations and presented and explained. All of this are transposed through the balance sheet and the profit and loss accounts.*

### 1. Introducere

Sub aspect financiar-contabil, rezultatul exercițiului financiar reprezintă diferența dintre venituri și cheltuieli, care poate fi:

- Profit, când veniturile sunt mai mari decât cheltuielile.
- Pierdere, când cheltuielile sunt mai mari decât veniturile.

În contabilitate, profitul (sau pierderea) se stabilește cumulat de la începutul exercițiului financiar.

Închiderea conturilor de venituri și cheltuieli se efectuează, de regulă, la sfârșitul exercițiului financiar, când veniturile se transferă în creditul contului 121 „Profit sau pierdere”, iar cheltuielile în debitul contului 121 „Profit sau pierdere”.

Rezultatul definitiv al exercițiului financiar se stabilește la închiderea acestuia și reprezintă soldul final al contului 121 „Profit sau pierdere”.

Sumele reprezentând rezerve constituite din profitul exercițiului financiar curent, în baza unor prevederi legale, se înregistrează prin articolul contabil.

129 „Repartizarea profitului” = 1061 „Rezerve legale”

Profitul contabil rămas după această repartizare se preia la începutul exercițiului financiar următor celui pentru care se întocmesc situațiile financiare anuale în contul 1171 „Rezultatul reportat”, de unde urmează a fi repartizat pe celelalte destinații legale.

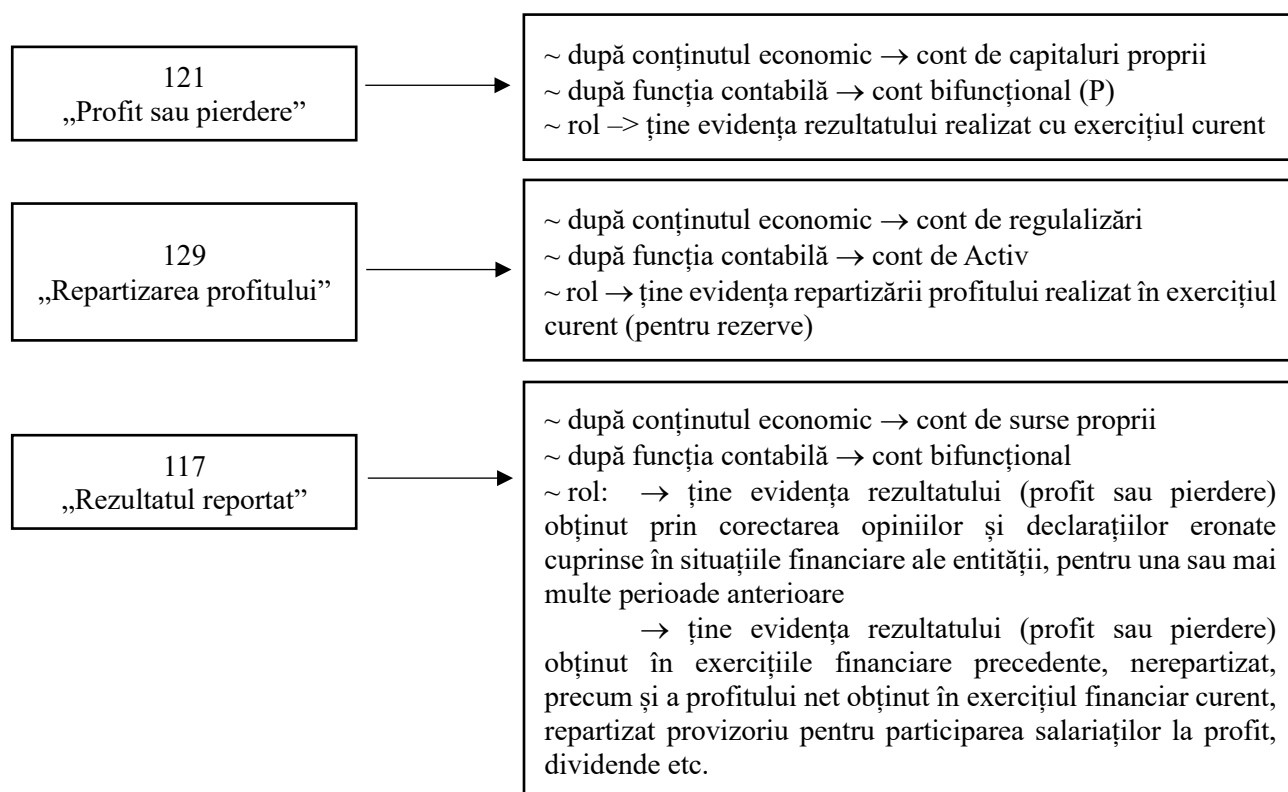
Evidențierea în contabilitate a destinațiilor profitului contabil se efectuează după ce adunarea generală a acționarilor sau asociaților a aprobat repartizarea profitului, prin înregistrarea sumelor reprezentând dividende convenite acționarilor sau asociaților, rezerve și alte destinații, potrivit legii. Entitățile nu pot reveni asupra înregistrărilor efectuate cu privire la repartizarea profitului.

Pierderea contabilă raportată se acoperă din profitul exercițiului financiar și cel reportat, din rezerve, prime de capital și capital social, potrivit hotărârii adunării generale a acționarilor sau asociaților, cu respectarea prevederilor legale. În lipsa unor prevederi legale exprese, ordinea surselor din care se acoperă pierderea contabilă este la latitudinea adunării generale a acționarilor sau asociaților, respectiv consiliul de administrație.

Închiderea conturilor 121 și 129 se efectuează la începutul exercițiului financiar următor celui pentru care se întocmesc situațiile financiare anuale. Ca urmare, cele două conturi apar cu soldurile corespunzătoare în bilanțul întocmit pentru exercițiul financiar la care se referă situațiile financiare anuale.

### 2. Contabilitatea rezultatului exercițiului financiar

Contabilitatea rezultatului exercițiului financiar se realizează cu ajutorul următoarelor conturi:



### 3. Operațiile de stabilire a rezultatului exercițiului

În ceea ce privește *operațiile de stabilire a rezultatului exercițiului*, ele urmăresc:

- a) Definirea cuantumului impozitului pe rezultatul exercițiului curent în vederea corectei imputări în conturile de cheltuieli și datorii corespunzătoare.

Necesitatea acestei operații decurge din mecanismul specific calculării și plății impozitului pe profitul curent, aferent exercițiului financiar care se încheie. Actualmente în România impozitul pe profitul curent se calculează lunar și se plătește trimestrial. Pentru luna decembrie a exercițiului curent, în unele cazuri, impozitul se poate calcula cu exactitate pe baza cheltuielilor și veniturilor înregistrate în luna respectivă astfel încât să se respecte termenul de plată a cuantumului aferent trimestrului IV al exercițiului, scadent în luna ianuarie a exercițiului următor. În caz contrar, impozitul aferent lunii decembrie se va determina la nivelul celui din luna noiembrie a aceluiași an. În urma înregistrării impozitului pe profit aferent lunii decembrie a exercițiului curent, se definitivează cuantumul anual dator cu acest titlu pentru exercițiul care se încheie.

Notă:

1. Entitățile economice considerate mari trebuie să înregistreze pe lângă impozitul pe profit curent și un impozit pe profit amânat, al cărui mecanism de formare nu face obiectul acestei lucrări
2. La ora actuală unele entități economice (microîntreprinderile) pot opta pentru plata unui impozit pe venit și nu pe profit

Impozitul pe profit curent se determină pe baza așa numitului rezultat fiscal și nu a celui contabil. Aceasta pentru că autoritatea publică, care colectează impozite și taxe directe sau indirecte, nu recunoaște pentru determinarea bazei impozabile în vederea calculării impozitului global pe profitul unei entități decât o parte a cheltuielilor și veniturilor înregistrate în contabilitate. În consecință, este necesară corectarea rezultatului contabil cu anumite reintegrări sau deduceri fiscale, obținându-se astfel rezultatul fiscal, potrivit următoarei ecuații:

**REZULTAT FISCAL (PROFIT IMPOZABIL SAU DEFICIT) = REZULTATUL CONTABIL ÎNAINTE DE IMPOZITARE – VENITURI NEIMPOZABILE + CHELTUIELI NEDEDUCTIBILE FISCAL**

Trecând cu semnul „-” anumite venituri, respectiv semnul „+” anumite cheltuieli, acestea sunt neutralizate sau excluse din rezultatul contabil în care au fost inițial cuprinse. Veniturile impozabile și cheltuielile nedeductibile sunt fixate clar prin legislația fiscală din fiecare țară și perioadă, potrivit intereselor fiscale globale la un moment dat. Cu titlu de exemplu se pot aminti ca și venituri neimpozabile dividendele primite de la alte entități, care sunt impozitate la sursă, adică la entitatea care le obține și le plătește. Pentru cheltuielile nedeductibile se pot lua ca exemplu amenzile și penalitățile pentru că acestea nu reflectă o activitate economică normală și eficientă.

Rezultatului fiscal astfel determinat i se aplică cota legală de impozit pe profit, determinându-se cheltuiala entității cu impozitul pe profit curent care trebuie plătit bugetului public.

**EXEMPLU:**

**Pentru luna decembrie a exercițiului N impozitul pe profitul fiscal este de 20.000 lei. Se mai știe ca impozitul anual, cumulat de la începutul anului este de 337.500 lei.**

EXERCITIUL:	BILANȚ		CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	
	Active	Pasive	Cheltuieli	Venituri
N				
Înregistrarea impozitului pe profitul lunii decembrie, exercițiul curent (nu interesează plata efectivă)		Datorii privind impozitul pe profit (+20.000)	Cheltuieli privind impozitul pe profit (+20.000)	

b) Închiderea conturilor privind cheltuielile, inclusiv a cheltuielii cu impozitul pe profit, respectiv veniturile exercițiului curent.

Acestea se transferă în contul 121 „Profit și pierdere” care reflectă astfel rezultatul net sau după impozitare al exercițiului (daca exercițiul se încheie cu profit) sau pierderea (daca exercițiul se încheie cu un rezultat nefavorabil).

**EXEMPLU:**

**Pentru exercițiul N totalul cheltuielilor înregistrate, mai puțin impozitul pe profit sunt de 12.500.000 lei, iar veniturile de 13.850.000 lei.**

EXERCITIUL:	BILANȚ		CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	
	Active	Pasiv	Cheltuieli	Venituri
N				
1. Închiderea conturilor de cheltuieli, inclusiv cheltuiala cu impozitul pe profit	-	Profit și pierdere (-12.837.500)	Cheltuieli -(12.500.000 + 337.500 = 12.837.500)	-
2. Închiderea conturilor de venituri	-	Profit și pierdere (+13.850.000)	-	Venituri (-13.850.000)
<b>Situația contului 121 „Profit și pierdere”</b>				
Cheltuieli 12.837.500		Venituri 13.850.000		
		Profit 1.012.500		



#### 4. Operații de repartizare a rezultatului exercițiului

Operațiile de repartizare a rezultatului exercițiului decurg din obiectivul general contabil de a reflecta fidel poziția financiară și performanțele unei entități. Astfel, trebuie reflectate destinațiile profitului net, respectiv modalitățile de acoperire a unei eventuale pierderi, chiar dacă aceste operații au un caracter provizoriu.

Repartizarea pe destinații a profitului net, respectiv modalitatea de acoperire a pierderii este propusă de conducerea executivă a entității, este prezentată în situațiile financiare și apoi, pentru entitățile economice, supusă spre aprobarea adunării generale a proprietarilor (acționari sau asociați).

Destinațiile profitului net pot fi: crearea surselor proprii de finanțare sub forma rezervelor, distribuirea dividendelor către proprietari, distribuirea unor stimulente pentru salariați sau manageri. În toate aceste cazuri se utilizează structuri ale capitalurilor proprii și anume rezerve sau rezultatul reportat pentru sumele care reprezintă destinații externe ale profitului. După aprobarea de către adunarea generală, în exercițiul următor, a repartizărilor profitului net, destinațiile externe ale acestuia sunt reflectate ca și datorii. Tot în exercițiul următor se încheie contul 121 „Profit și pierdere”, al cărui profit a fost repartizat pe destinațiile definitive.

#### EXEMPLU:

**Profitul net al exercițiului N, în sumă de 1.000.000 lei, are următoarele destinații provizorii: rezerve 600.000 mii lei, dividende datorate acționarilor 400.000 lei.**

EXERCITIUL:	BILANȚ		CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	
	Active	Pasive	Cheltuieli	Venituri
<b>N</b>				
Repartizarea profitului net al exercițiului N	Repartizarea profitului (+1.000.000)	Rezerve (+600.000) Rezultatul reportat (+400.000)	-	-
<b>N+1</b>				
1. Transferul dividendelor de la rezultatul reportat la datorii	-	Rezultatul reportat (-400.000) Dividende de plată (+400.000)	-	-
2. Închiderea contului 121 „Profit și pierdere”	Repartizarea profitului (-1.000.000)	Profit și pierdere (-1.000.000 = profit repartizat)	-	-

Dacă rezultatul exercițiului curent este o pierdere, aceasta se transferă din contul 121 „Profit și pierdere” în contul 117 „Rezultat reportat”, urmând a fi acoperită din profitul exercițiilor viitoare sau din alte capitaluri proprii.

EXEMPLU:

**Exercițiul N se încheie cu o pierdere în sumă de 1.000.000 lei care se reportează.**

EXERCITIUL:	BILANȚ		CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE	
	Active	Pasive	Cheltuieli	Venituri
N				
Reportarea pierderii	-	Profit și pierdere (-1.000.000 = pierdere transferată)  Rezultatul reportat (pierdere) +(-1.000.000)	-	-

Dintre operațiile prezentate prin intermediul celor două exemple sunt considerate operații de ajustare anuală a conturilor în vederea întocmirii situațiilor financiare cele aferente exercițiului N.

### 5. Exemplu privind determinarea rezultatului contabil net și repartizarea acestuia:

La o societate comercială cu capital integral privat, se constată la sfârșitul exercițiului:

- Venituri totale (Vt): 10.000 lei, din care venituri neimpozabile (Vn): 500 lei
  - Cheltuieli totale (Ct): 6.000 lei, din care cheltuieli nedeductibile (Cn): 1.000 lei
  - Rezerve legale (Rl) existente: 500 lei
  - Capital social: 3.000 lei
  - Pierdere contabilă din anii precedenți: 300 lei, din care:
    - pierdere fiscală (Pf): 200 lei
  - Adunarea generală a asociaților hotărăște ca profitul contabil net, rămas după majorarea rezervelor legale și acoperirea pierderii contabile, să fie repartizat șa dividende.
- a) Determinarea profitului contabil net:
- Rezultatul contabil brut (Rcb) =  $Vt - Ct = 10.000 - 6.000 = 4.000$  lei
  - Rezerve legale care se pot constitui din profitul impozabil anual =  $(Rcb + Cn - Vn) \times 5\% = (4.000 + 1.000 - 500) \times 5\% = 225$  lei
  - Plafonul maxim al rezervelor legale este de:  $3.000 \times 20\% = 600$  lei
  - Entitatea mai are obligația legală de a repartiza la rezerve legale suma de:  $600 - 500 = 100$  lei
  - Rezultatul fiscal (Rf) =  $Rcb + Cn - Vn - RI - Pf = 4.000 + 1.000 - 500 - 100 - 200 = 4.200$  lei
  - Impozitul pe profit datorat (Ip) =  $Rf \times 16\% = 4.200 \times 16\% = 672$  lei
  - Profitul contabil net =  $Rcb - Ip = 4.000 - 672 = 3.328$  lei
- b) Repartizarea profitului contabil net:
- Pentru rezerve legale: 100 lei
  - Pentru acoperirea pierderilor contabile in anii precedenți: 300 lei
  - Pentru dividende:  $3.328 - 100 - 300 = 2.928$  lei

### Bibliografie:

- 1) Luță D. s.a, *Contabilitate financiară*, Editura Independența Economică, Pitești, 2021
- 2) Man M., *Contabilitatea rezultatului – o abordare interdisciplinară*, Editura Universitas, Petroșani, 2022

- 3) Minu M., Bunea Șt., *Contabilitate – modelarea contabilă a activităților economice*, Editura ASE, București, 2021
- 4) Toma C-tin., *Contabilitate financiară*, Editura TIPO MOLDOVA, Iași, 2018
- 5) O.M.F.P. 1802/2014, pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate, Monitorul oficial nr. 963 din 30 decembrie 2014

## Contabilitatea Trezoreriei Statului. Aspecte de natură teoretică

**Autor: Ciornilă Denisa - Mihaela**

**Coordonator: Conf. univ. dr. ec. Ciurea Maria**

**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The accounting of the State Treasury is organized and operates on the principle of cash execution and ensures the registration of receipts and payments in revenue and expenditure accounts open on budgets, credit orderers and the subdivisions of the budget classification established by the Ministry of Finance. At the same time, the accounting of the State Treasury provides information on the progress of the budget execution under conditions of financial balance, approved annually by law for each budget, as well as within the limits of availability in the accounts. In this sense, the purpose of this work was to present the way of organizing and managing accounting in this field by addressing some general aspects, use of accounts and the relationship of the state treasury with the banking system.*

### 1. Introducere

Administrația publică, statul prin Trezorerie și sistemul bancar se află în centrul circuitului economiei naționale. Din punct de vedere etimologic, termenul **trezorerie** prezintă mai multe sensuri: *administrarea banului public, locul unde este păstrat și gestionat tezaurul public, ansamblul capitalurilor lichide ale statului (casa, conturile din bănci, titlurile negociabile), finanțele statului, Ministerul Finanțelor*. Trezoreria are un rol foarte important în cadrul sistemului finanțelor publice și este determinat în primul rând de **atribuțiile** ei principale care se referă la:

- *asigurarea execuției bugetului public național privind încasarea veniturilor și efectuarea plăților dispuse de ordonatori în limita creditelor acordate;*
- *casier al sectorului public prin care se asigură încasarea veniturilor, efectuarea plăților și păstrarea disponibilităților,*
- *asigurarea evidenței contabile privind execuția de casă pentru toate operațiunile de încasări și plăți;*
- *asigurarea controlului fiscal asupra încasării veniturilor și a celui financiar preventiv asupra efectuării plăților.*

Ministerul Finanțelor organizează trezoreria centrală a finanțelor publice, precum și trezorerii în cadrul direcțiilor generale regionale ale finanțelor publice județene, administrațiilor județene ale finanțelor publice, municipale sau orașenești.

Prin intermediul trezoreriilor este realizată încasarea veniturilor cuvenite instituțiilor publice, venituri ce sunt înregistrate separat în conturile de disponibilități ale acestora deschise la trezorerii. Operațiunile de încasări ce privesc fondurile speciale sunt derulate tot prin intermediul trezoreriilor și se reflectă în conturile acestora. Pentru fiecare buget, evidența realizării veniturilor se realizează pe surse de venituri, capitole și subcapitole din clasificarea bugetară, cât și pe plătitori.

Delimitarea și ordonarea veniturilor bugetare încasate pe bugete și subdiviziuni se asigură cu ajutorul conturilor deschise la trezoreriile teritoriale, astfel că, sistemul informatic de codificare permite cunoașterea încasărilor în funcție de cerințele realizării veniturilor. Prognoza veniturilor bugetare este operațiunea de prevedere a derulării în timp a veniturilor bugetare, bazată pe studiul împrejurărilor care le determină apariția și evoluția, prevedere a valorilor pe care le vor lua în viitor unele mărimi din prezent.

De menționat este faptul că, în contabilitatea Trezoreriei Statului se reflectă, în conturi distincte,

împrumuturile de stat interne și externe primite pentru finanțarea deficitelor bugetare, precum și pentru alte acțiuni prevăzute de lege, plasamentele financiare efectuate din contul curent general al Trezoreriei Statului, precum și depozitele atrase de la instituțiile financiare și de la persoane fizice.

Efectuarea de cheltuieli de către instituțiile publice se referă la procesul pe care îl parcurg ordonatorii de credite în vederea îndeplinirii acțiunilor și sarcinilor pentru care au fost aprobate creditele bugetare. Cheltuielile bugetare sunt sume prevăzute și aprobate în bugetele componente ale bugetului general consolidat, în limitele și potrivit destinațiilor stabilite prin respectivele bugete. În dictionarul explicativ al limbii române, ordonatorul de credite este definit ca fiind: „persoana împuternicită prin lege să dispună, să aprobe și să răspundă de utilizarea creditelor bugetare, de realizarea veniturilor, de folosirea eficientă a sumelor primite de la bugetul de stat sau de la bugetul fondurilor speciale.”

Finanțarea cheltuielilor din bugetul public prin trezoreria statului parcurge următoarele faze:

- ✓ *deschiderea creditelor bugetare;*
- ✓ *angajarea și utilizarea creditelor*

Prin contul general al Trezoreriei statului sunt derulate plățile determinate de cheltuielile publice privind investițiile și acțiunile economice de interes public, învățământul, ocrotirea și asigurările sociale, sănătate, cultura, tineretul și sportul, ordinea publică și siguranța națională, apărarea, finanțarea administrației publice centrale și locale și a altor cheltuieli prevăzute de lege. Este interzisă efectuarea plăților direct din încasările convenite bugetului de stat, bugetului asigurărilor sociale de stat sau bugetelor locale și din veniturile fondurilor speciale și mijloacelor extrabugetare cu excepția cazurilor prevăzute de lege.

## **2. Organizarea și funcționarea contabilității Trezoreriei statului**

### **2.1. Aspecte generale cu privire la organizarea și conducerea contabilității Trezoreriei statului**

Contabilitatea trezoreriei statului este organizată în cadrul Ministerului Finanțelor și al unităților sale subordonate și cuprinde operațiunile privind execuția de casă a bugetului de stat, bugetului asigurărilor sociale de stat, bugetului fondului național unic de asigurări sociale de sănătate, bugetului asigurărilor pentru șomaj și bugetelor locale, gestiunea datoriei publice interne și externe, constituirea, gestiunea și utilizarea veniturilor proprii (mijloace extrabugetare) și a fondurilor cu destinație specială, precum și alte operațiuni financiare efectuate în contul autorităților administrației publice centrale și locale.

Contabilitatea trezoreriei statului se organizează și funcționează pe principiul execuției de casă și asigură înregistrarea operațiunilor de încasări și plăți în conturi de venituri și cheltuieli deschise pe bugete, ordonatori de credite și subdiviziuni ale clasificății bugetare. În contabilitatea trezoreriei statului se deschid, pe seama ordonatorilor de credite, conturi distincte pentru creditele deschise și repartizate și pentru cheltuielile efectuate din bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale de stat, bugetul fondului național unic de asigurări sociale de sănătate, bugetul asigurărilor pentru șomaj, bugetele locale, precum și conturi de disponibilități din care se pot efectua plăți. Totodată, contabilitatea trezoreriei statului asigură informații cu privire la derularea execuției bugetare în condiții de echilibru financiar, aprobată anual prin lege pentru fiecare buget, precum și în limita disponibilităților aflate în conturi. Sunt reflectate în conturi distincte, împrumuturile de stat interne și externe primite pentru finanțarea deficitelor bugetare, precum și pentru alte acțiuni prevăzute de lege, plasamentele financiare efectuate din contul curent general al trezoreriei statului, precum și depozitele atrase de la instituțiile financiare și de la persoane fizice.

Conturile sintetice se deschid în contabilitatea trezoreriei potrivit codurilor și structurii prevăzute în planul de conturi, precum și în funcție de natura operațiunilor care urmează a fi înregistrate în contabilitatea trezoreriei.

**Conturile analitice se formează prin deschidere, astfel:**

- ✓ *conturile analitice pentru conturile sintetice 20 „Veniturile bugetului de stat”, 21*

„Veniturile bugetelor locale” și 22 „Veniturile bugetului asigurărilor sociale de stat” și conturile analitice pentru conturile sintetice 23 „Cheltuielile bugetului de stat”, 24 „Cheltuielile bugetelor locale”, 25 „Cheltuielile bugetului asigurărilor sociale de stat”, 01,02,03 conturi în afara bilanțului privind creditele deschise și repartizate din bugetul de stat, bugetele locale și bugetul asigurărilor sociale de stat se formează în cadrul conturilor sintetice respective pe capitole, subcapitole în conformitate cu clasificarea bugetară, precum și pe plătitori, ministere sau instituții;

✓ conturile analitice pentru conturile sintetice ale fondurilor cu destinație specială se formează pentru fiecare fond, distinct pe venituri și cheltuieli;

✓ conturile analitice pentru conturile sintetice de disponibilități și depozite ale instituțiilor publice se formează pe ministere, organe locale și instituții subordonate ale acestora.

Conturile sintetice de venituri și cheltuieli sunt dezvoltate pe **conturi analitice**, astfel:

• **conturile de venituri** - pe capitolele și subcapitole ale clasificării bugetare și în cadrul acestora, pe plătitori;

• **conturile de cheltuieli** - pe instituții și în cadrul acestora, pe capitole și titluri de cheltuieli, potrivit clasificării bugetare.

**Structura codificată a unui cont analitic de venituri**, cuprinde:

- simbolul contului sintetic de venituri (20, 21, 22, 26, 28);
- capitolul și subcapitolul clasificării bugetare;
- codul fiscal al plătitorului, la sursele de venituri ce se urmăresc pe plătitori sau în cazul bugetelor locale, codul fiscal al unităților administrativ - teritoriale.

**Structura codificată a unui cont analitic de cheltuieli**, cuprinde:

- simbolul contului sintetic de cheltuieli (23, 24, 25, 27, 29);
- capitolul și titlul din clasificarea bugetară;
- codul fiscal al instituției publice care dispune efectuarea de cheltuieli sau în cazul bugetelor locale, codul fiscal al unităților administrativ - teritoriale.

**Codificarea conturilor în afara bilanțului** se realizează pe structura schemei de codificare a conturilor de cheltuieli, cu diferența că se schimbă contul sintetic.

**Codificarea conturilor de disponibilități și depozite** ale instituțiilor publice este realizată pe ministere, autorități publice centrale și locale, precum și instituțiile subordonate acestora. Astfel **structura codificată** a unui astfel de cont este următoarea:

- **contul sintetic de gradul I și II din planul de conturi**;
- **codul fiscal al instituției publice care deține aceste conturi de disponibilități și depozite**.

## 2.2. Conturi utilizate pentru înregistrarea în contabilitate

Contabilitatea trezoreriei utilizează un **plan de conturi specific** care cuprinde clase și conturi sintetice de gradul I și II destinate reflectării operațiunilor derulate la nivelul acestora și prezintă o serie de particularități specifice acestei activități de trezorerie. Operațiunile de încasări și plăți se înregistrează în mod cronologic și sistematic în conturile sintetice și analitice, potrivit funcționii contabile a acestora. Astfel, conturile din acest plan de conturi sunt utilizate în contabilitatea trezoreriei potrivit regulilor generale de debitare și creditare, acestea fiind codificate, adaptate și îmbunătățite numai de către Direcția generală a trezoreriei și contabilitate publică din cadrul Ministerului Finanțelor.

Structura pe clase a planului de conturi al trezoreriei se prezintă astfel:

**Clasa 1 „Mijloace bănești și alte valori”**

**Clasa 2 „Venituri și cheltuieli bugetare”**

**Clasa 3 „Disponibil din fonduri cu destinație specială”**

**Clasa 4 „Titluri și certificate de trezorerie”**

**Clasa 5 „Disponibilități și depozite”**

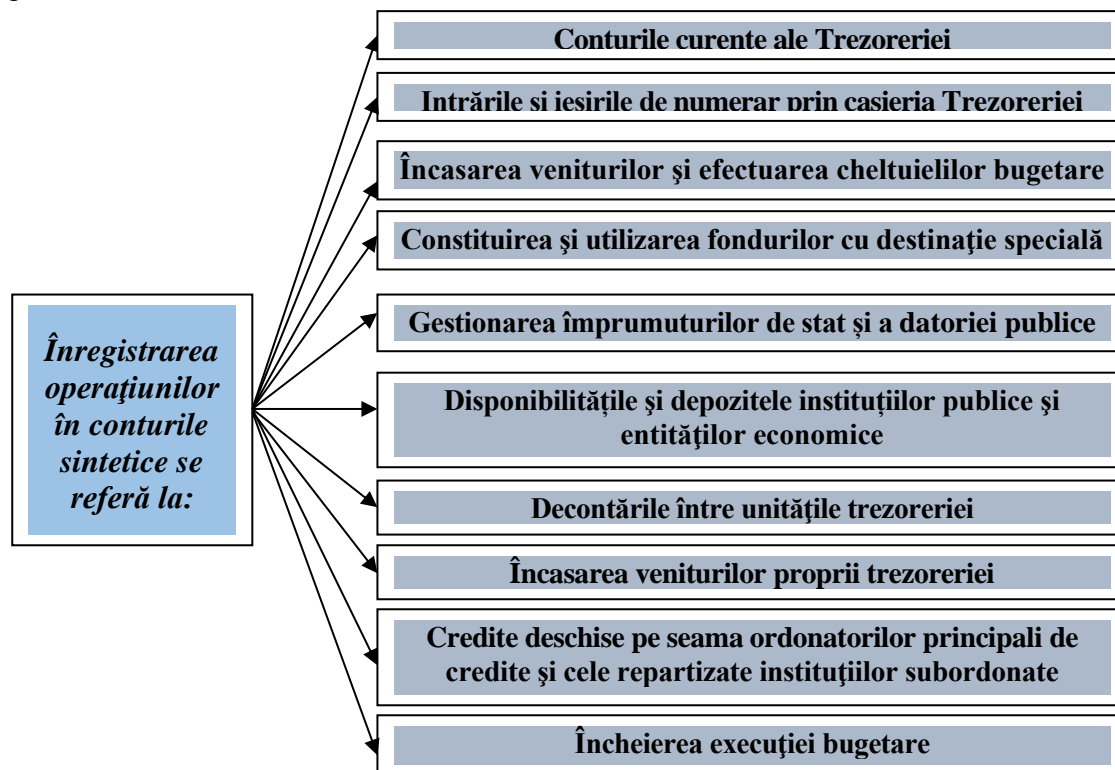
**Clasa 6 „Decontări”**

**Clasa 7 „Venituri și cheltuieli din activitatea de trezorerie”**

**Clasa 8 „Excedente/deficite”**

**Clasa 9 „Conturi în afara bilanțului”**

Operațiunile derulate prin trezorerie pe baza conturilor sintetice sunt prezentate schematic în figura nr.1.



**Figura nr. 1. Operațiunile efectuate prin trezorerie pe baza conturilor sintetice**

În cadrul clasei 1 regăsim conturi specifice mijloacelor bănești, iar în clasa 2 avem conturi specifice veniturilor bugetare. De remarcat, este faptul că, la nivelul trezoreriei nu se păstrează similitudinea conturilor existente la nivelul celorlalte instituții publice. Conturile din planul de conturi sunt prevăzute să asigure înregistrarea operațiunilor efectuate la trezoreriile teritoriale, precum și la trezoreria centrală. Alegerea conturilor se efectuează în funcție de natura operațiunilor care urmează a se înregistra în contabilitate. În ceea ce privește funcțiunea conturilor, aceasta nu este limitativă, putând fi completată și cu alte operațiuni apărute în activitatea trezoreriei.

**Clasa 1 „Mijloace bănești și alte valori”.** Conturile acestei clase au funcție contabilă de activ și funcționează după regulile specifice acestor conturi. Din această clasă fac parte:

**Clasa 2 „Venituri și cheltuieli bugetare”,** conține conturi specifice cheltuielilor și veniturilor bugetare, prin intermediul cărora se realizează:

- *evidența încasării veniturilor bugetului de stat, bugetelor locale, și bugetului asigurărilor sociale de stat, bugetului asigurărilor pentru șomaj;*

- *evidența plăților dispuse de ordonatorii de credite din creditele deschise sau repartizate, după caz, evidențiate pe tipuri de bugete.*

În vederea stabilirii rezultatelor execuției bugetare la sfârșitul anului, conturile din această clasă se închid prin intermediul conturilor din clasa 8, întocmindu-se și ordinele de plată pentru transferul excedentului/deficitului la trezoreria centrală.

**Clasa 3 „Disponibil din fonduri cu destinație specială”** ale cărei conturi asigură evidența constituirii și utilizării fondurilor din afara bugetului de stat aprobate prin lege. Execuția acestor fonduri se urmărește prin contabilitatea trezoreriei, potrivit principiului execuției de casă respectiv contabilizarea încasării veniturilor și a efectuării cheltuielilor în conturi distincte, soldul de casă al

fiecărui fond este stabilit prin compararea soldului contului de venituri, cu soldul contului de cheltuieli. Prin planul de conturi al trezoreriei sunt instituite conturi de disponibil din fondurile speciale corespunzător bugetelor anexe aprobate prin legea bugetară anuală. Aceste conturi au în vedere cu precădere, ministerele și instituțiile centrale care gestionează aceste fonduri. Pentru funcționarea conturilor speciale ale trezoreriei trebuie respectate următoarele **reguli**:

- ✓ *totalul cheltuielilor nu poate depăși nivelul veniturilor, cu excepția perioadei de început a exercițiului, când trezoreria poate acorda avansuri rambursabile;*
- ✓ *când veniturile depășesc cu 10% nivelul estimărilor, prin reglementări legale se aprobă majorarea cheltuielilor;*
- ✓ *excedentele acestor conturi, de obicei, se varsă la bugetul de stat.*

**Clasa 4 „Titluri și certificate de trezorerie”** ale cărei conturi evidențiază împrumuturile interne și externe gestionate prin trezorerie în vederea acoperirii datoriei publice, inclusiv a deficitului bugetar. Aici se regăsesc și conturile în care se reflectă creditele aferente pierderilor și investițiilor neperformante, preluate de stat în contul datoriei publice și care se utilizează în special de către trezoreria centrală, cea care asigură evidența respectivelor operațiuni. La trezoreriile teritoriale, conturile acestei clase se utilizează numai în măsura în care efectuează operațiuni legate de datoria publică.

**Clasa 5 „Disponibilități și depozite”**, conține conturi cu ajutorul cărora se asigură evidența disponibilităților bănești ale instituțiilor publice, altele decât cele de la buget, aflate în conturi deschise la trezorerie, respectiv **contul 50 „Disponibil al instituțiilor publice”**. Pe numele instituțiilor publice de subordonare centrală și locală sunt deschise la trezorerie conturi de disponibilități prin care se gestionează următoarele **categorii de fonduri publice** și anume: *fonduri cu destinații speciale ale instituțiilor publice centrale și locale; fonduri din mijloace extrabugetare ale aceluiași instituții; fonduri constituite pe baza unor acte normative*. Toate aceste fonduri publice se constituie în bugete separate, se aprobă de către fiecare ordonator principal de credite și nu sunt supuse controlului parlamentar.

**Clasa 6 „Decontări”** are în vedere, decontările cu contul general al trezoreriei statului, decontările cu băncile comerciale sau alte decontări cu direcțiile de trezorerie și contabilitate publică.

În figura nr. 2 este prezentată evidența decontărilor realizată cu ajutorul conturilor din clasa a 6-a.

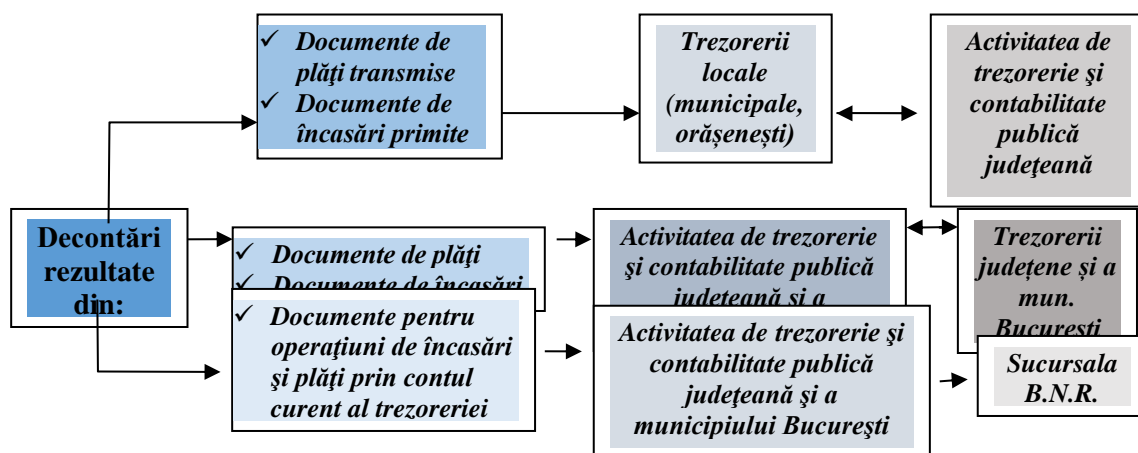


Figura nr. 2. Evidența decontărilor realizată cu ajutorul conturilor din clasa a 6-a

**Clasa 7 „Venituri și cheltuieli din activitatea de trezorerie”** ale cărei conturi țin evidența veniturilor și cheltuielilor care privesc activitatea trezoreriei, cum ar fi: *dobânzi și comisioane încasate; dobânzi plătite pentru împrumuturi de stat interne și externe contractate*.

**Clasa 8 „Excedente/deficite”** conține conturi cu ajutorul cărora se evidențiază rezultatele execuției bugetului de stat, bugetului asigurărilor sociale de stat, bugetelor locale.



**Clasa 9 „Conturi în afara bilanțului”** este destinată înregistrării în partidă simplă a operațiunilor privind creditele deschise și repartizate pe seama ordonatorilor de credite finanțați din bugetul de stat, bugetele locale și din bugetul asigurărilor sociale de stat.

De precizat este faptul că cele mai utilizate conturi în contabilitate trezoreriei la nivelul unităților operative sunt cele de venituri și cheltuieli, care funcționează la unitățile teritoriale operative, respectiv: municipii sau orașe în numele bugetului de stat, al asigurărilor sociale de stat și al bugetelor locale.

### 3. Considerente privind relația trezoreriei statului cu sistemul bancar

Printre funcțiile trezoreriei o regăsim și pe cea de bancă a statului. Trezoreria nu este o bancă separată în totalitate de celelalte bănci ale economiei ea fiind organizată după aceleași principii ca și acestea, dar diferența primordială este dată de scopul urmărit, acela de a efectua operațiuni de încasări și plăți privind fondurile publice, față de cea a băncilor de a obține profit.

Urmare a faptului că, scopul său nu este îndreptat către obținerea de profit, atunci ea trebuie să-și gestioneze activele și pasivele astfel încât, prin activitățile generatoare de venit să-și acopere toate cheltuielile efectuate, aspect care îi conferă considerentul de bancă. Această legătură importantă dintre Trezorerie și sistemul bancar se realizează prin intermediul contului curent general al trezoreriei statului. Acesta funcționează la Banca Națională a României și este deschis pe seama Ministerului Finanțelor și a unităților trezoreriei statului din cadrul Direcțiilor generale regionale ale finanțelor publice și unitățile subordonate acestora, respectiv: Administrațiile județene ale finanțelor publice, a municipiului București și ale sectoarelor municipiului București. În contul curent general al trezoreriei statului Banca Națională a României înregistrează încasările și efectuează plățile în limita disponibilităților existente în cont, acesta este subiectul zilnic al compensărilor și decontărilor finale realizate prin Sistemul Electronic cu care se operează. Astfel, administrarea cu eficiență a disponibilităților existente în acest cont are ca principală bază, proiecția soldului acestora, ce presupune realizarea unor prognoze tot mai apropiate de realitate, în vederea valorificării disponibilităților existente în soldul acestui cont, cât și asigurarea resurselor necesare efectuării plăților în sistemul public. Prin urmare, aceste aspecte vor genera diverse operațiuni active și pasive la nivelul trezoreriei statului, identice cu cele ale băncilor, respectiv:

- *operațiuni pasive prin intermediul cărora se atrag resursele;*
- *operațiuni active prin care se utilizează disponibilitățile neangajate.*

Operațiunile pasive reprezintă operațiunile de constituire a resurselor. Acestea pot fi structurate în următoarele categorii:

- *resurse depozit* sunt *resurse ordinare, la care se face în apel mod obișnuit și constituite din conturile curente și de depozit al diferitelor persoane care au dreptul și/sau obligația să le deschidă;*
- *resurse nedepozit* sunt *formate din împrumuturi și alte tipuri de resurse la care se face apel în situația în care resursele depozit nu sunt suficiente pentru acoperirea necesităților.*

Așadar, atât băncile comerciale cât și trezoreria statului apelează la aceste două categorii de resurse, diferența fiind dată doar de componența acestora, respectiv: componenta obligatorie și componenta voluntară.

### 4. Concluzii

Ministerul Finanțelor este responsabil pentru elaborarea politicii bugetar-fiscale, asigurarea și dirijarea funcționării procesului bugetar și pentru gestionarea bugetului de stat. Această atribuție este realizată și prin intermediul Trezoreriei de Stat, care efectuează nu numai operațiuni pentru prevederi specificate în legea bugetară anuală la partea de venituri și la partea de cheltuieli, ci exercită în întregime executarea de casă a bugetului de stat gestionând atât mijloacele extrabugetare, cât și fondurile cu destinație specială.

Odată cu înființarea Trezoreriei finanțelor publice în România a fost completat cadrul instituțional prin care statul și-a creat posibilitatea de a-și stabili și aplica politica de venituri și cheltuieli, organizându-și activitatea financiar - contabilă atât la nivel central, cât și în teritoriu. Astfel, a devenit posibilă creșterea răspunderii utilizării banilor publici, cât și asupra asigurării finanțării obiectivelor și acțiunilor aprobate. Ca urmare, prin Trezorerie este posibilă cunoașterea și rezolvarea implicațiilor specifice gestiunii financiare publice, în plus, Trezoreria facilitează folosirea de către Ministerul Finanțelor Publice, cu ocazia întocmirii, aprobării și execuției bugetului public, a instrumentelor de analiză fundamentală și de supraveghere a realizării echilibrului financiar, monetar, valutar și a datoriei publice. În acest sens, a fost organizată și contabilitatea pentru a răspunde cerințelor și urmărirea corectă a informațiilor financiare prin intermediul acestor conturi specifice numai trezoreriei statului.

### **Bibliografie:**

1. Bostan I. (2021), *Dezideratul justului echilibru bugetar*, Editura C.H. Beck, București.
2. Ciurea M. (2021), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitas, Petroșani
3. Diaconu E., Neagoe C. F., Diaconu Ș. C. (2009), *Managementul financiar contabil al trezoreriei statului*, Editura Sitech, Craiova, 2009.
4. Drăcea M., Mitu E. N. (2012), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitaria, Craiova
5. Mladen L., Manolescu G. (2012), *Sistemul bugetar și trezoreria publică în România*, Editura Universitară, București
6. Moșteanu R. N. (2011), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitară, București
7. Năstase G. (2021), *Buget și trezorerie publică, Ediția a VIII-a revizuită și adăugită*, Editura ProUniversitară, București
8. Văcărel I., Anghelache G., Bistriceanu Gh.D., Moșteanu T., Bercea F., Ungureanu A. M. (2011), *Buget și trezorerie publică*, Editura Universitară, București
9. Nuță A.C., Nuță, F.M. (2013), *Finanțe publice*, Editura Universitară Danubius, Galați
10. Legea contabilității nr. 82/1991, republicată, cu modificările și completările ulterioare
11. Legea finanțelor publice nr. 500/2002, publicată în Monitorul Oficial nr. 597/2002

## Elemente de diagnostic global a activității desfășurate în cadrul entităților economice

**Autor: Coposesc Denisa Mihaela**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Popescu Mirela**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The diagnosis activity can be carried out at the level of a specific problem or on the whole economic-financial activity, in normal and alert situations This present paper aims to describe the fundamental theoretical and practical problems in the field of organization's diagnosis analysis. Constructing the overall diagnosis involves setting criteria designed to highlight the complexity of the enterprise and to provide the main information for decision making process.*

### 1. Abordarea conceptuală, rolul și tipologia analizei diagnostic

Noțiunea, „*diagnostic*” provine din limba greacă și este tradus prin sintagma „*apt pentru a discerne*”, iar accepțiunea conferită termenului „*diagnostic*” în contextul utilizării sale în analiza economico-financiară este foarte apropiată de cea din medicină (unde semnifică analiza simptomelor și determinarea cauzelor interne sau externe ale unor stări anormale)<sup>1</sup>. Acesta a căpătat astăzi o utilizare mai largă, fiind, deci, preluat și în domeniul microeconomic.

Referindu-ne la paralela cu diagnosticul medical se poate spune că utilizarea analizei diagnostic în domeniul microeconomic are aceleași conotații ca și în medicină: „*simptomatologia*”- care rezidă în identificarea principalelor simptome ale domeniului analizat; „*etiologia*”- constând în decelarea cauzelor care generează apariția simptomelor; „*terapeutică*”- asimilată recomandărilor pentru eliminarea deficiențelor constatate; „*profilaxia*”- asociată cu preîntâmpinarea disfuncționalităților prin neutralizarea factorilor perturbatori ai activității.

Diagnosticul poate fi abordat, pe de o parte, ca fază a muncii managerului în exercitarea sarcinilor de *control-evaluare* ce îi revin, situație în care acesta are un caracter individual, fiind operativ și referindu-se cel mai adesea la elemente ale activității curente. Pe de altă parte diagnosticul poate fi utilizat pentru examinarea unei problematice complexe, ca o metodă de sine stătătoare.

Analiza diagnostic la nivelul firmei prezintă o serie de caracteristici specifice, cum sunt:

- marea complexitate a analizei datorată multitudinii de aspecte ce trebuie investigate;
- necesitatea colaborării între conducători și executanți la toate nivelurile organizatorice ale firmei pentru obținerea de informații veridice și valorificarea acestora în puncte forte, puncte slabe și recomandări;
- caracterul predecizional reflectat în faptul că recomandările, ce constituie punctul final al diagnosticării, reprezintă suportul intervenției decizionale și de acțiune ulterioară din partea managerilor

Diagnosticul global, realizează o analiză de ansamblu a potențialului economico-financiar, a performanțelor realizate, corelate cu dimensiunea și calitatea acestuia. Există însă și situații în care firma se confruntă cu dificultăți grave, care necesită un diagnostic complex în cadrul unei „*proceduri de urgență*”.

*Un diagnostic general* cuprinde un ansamblu de caracteristici (implicit cu aprecierea lor) tactice și strategice care în literatura de specialitate fac referiri la așa numiții cei **5M**, și anume:

---

<sup>1</sup> C. Mereuță, *Analiza diagnostic a societăților comerciale în economia de tranziție*, Ed. Tehnică, București, 1994

- *MEN*-care reprezintă potențialul uman cu tot ceea ce este legat de: dimensiune, calitate, competență profesională și managerială etc.
- *MONEY*-cu referire la multiplele și complexe problemele financiare;
- *MARCHANDISE*-cu referire la cantitatea, calitatea și evaluarea stocurilor;
- *MATERIALS*-cu referire la evaluarea cantitativ-calitativă a activelor fixe;
- *MARKET*-reprezintă diagnosticul poziției pe piață, distribuția poziției și serviciilor.

## 2. Diagnosticul global al companiei

Pentru a obține o imagine de ansamblu asupra situației financiare a firmei, se simte nevoia sintetizării diagnosticelor pe componente (personal, furnizori, producție, calitate, concurență, situație financiară, etc.), într-un diagnostic global, care să sintetizeze situația întreprinderii. Prin diagnostic se fixează punctele tari și punctele slabe ale activității întreprinderii, disfuncționalitățile care apar în activitatea firmei și cauzele lor.

Diagnosticul global este menit, ca într-o formă sintetică și în mod operativ, să ajute la realizarea funcțiilor menționate mai sus. Acesta are rolul de a evidenția în ce măsură se realizează obiectivul major al activității firmelor, acesta constând în asigurarea viabilității în condiții de competiție internă și internațională cu respectarea restricțiilor impuse de dezvoltarea durabilă. Construcția diagnosticului global presupune fixarea unor criterii menite să pună în evidență întreprinderea în complexitatea ei.

Compania **Biofarm S.A** este unul dintre primii producători români de medicamente și suplimente alimentare. De peste 90 de ani Biofarm este alături de specialiștii din România în cursa pentru descoperirea celor mai bune soluții pentru menținerea sănătății oamenilor. Compania, fondată în 1921, s-a concentrat pe dezvoltarea, producerea și comercializarea atât a unor branduri puternice, cât și a unor produse generice.

În anul 1996, societatea începe să fie tranzacționată pe piața RASDAQ, Categoria III-R, simbol BIOF . Societatea primește pentru fluxul de comprimate “Certificat de bună practică de fabricație” nr. 33 din anul 2004.<sup>2</sup> Conform hotărârii nr. 69, din 2005, a Consiliului Bursei de Valori București, s-a aprobat înscrierea la Cota Bursei de Valori București S.A. – sectorul valorilor mobiliare emise de persoanele juridice române, Categoria I, a acțiunilor emise de S.C. BIOFARM S.A., având simbol BIO

Biofarm se regăsește de mai mulți ani în topul primilor 3 producători români de soluții și suspensii pentru administrare orală, fiind cel mai important producător român de capsule gelatinoase moi și unul dintre cei mai mari fabricanți de comprimate și drajeuri din România. Compania are laboratoare de cercetare de cel mai înalt nivel, linii de producție moderne și o echipă de specialiști foarte bine pregătiți.

Lansarea de noi produse și îmbunătățirea portofoliului sunt puncte cheie ale strategiei de dezvoltare a companiei. Pentru a-și îmbunătăți poziția atât pe piața internă, cât și pe cea internațională, Biofarm va dezvolta și lansa aproximativ 10 produse în fiecare an. Strategia de dezvoltare a companiei Biofarm include, de asemenea, îmbunătățirea prezenței companiei pe piața de retail, continuarea dezvoltării forței de vânzări și creșterea numărului de produse.

Misiunea societății este aceea de a îmbunătăți sănătatea oamenilor oferind produse de calitate deosebită la prețuri accesibile, iar viziunea acesteia este de a deveni o companie respectată și dinamică, recunoscută pe plan regional și internațional drept unul dintre cei mai puternici și de încredere producători de produse farmaceutice din România.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> <https://www.biofarm.ro/despre-noi/istoric>

<sup>3</sup> <https://www.biofarm.ro/despre-noi/misiune-viziune-valori>

Demersurile efectuate de către companie pentru reducerea și încadrarea în cerințele de mediu, a făcut posibilă lipsa oricăror sancțiuni, reclamații, penalizări, suprataxe de mediu, precum și păstrarea imaginii pozitive a companiei, ca și companie implicată în mod activ în protecția mediului.<sup>4</sup>

## 2.1. Diagnosticul juridic

Acțiunile S.C. BIOFARM S.A. au fost tranzacționate pe Piața RASDAQ, la categoria de bază, din anul 1996. Prin Hotărârea nr. 69 din 25.10.2005 a Consiliului Bursei de Valori București s-a aprobat înscrierea la Cota Bursei de Valori București SA – sectorul valorilor mobiliare emise de persoanele juridice române - Categoria I, a acțiunilor emise de S.C. BIOFARM S.A.

Acțiunile S.C. BIOFARM S.A. sunt acțiuni nominative dematerializate, iar valoare nominală este de 0,1 lei/acțiune.<sup>5</sup> Societatea are un număr de 985.375.350 acțiuni care conferă drepturi egale acționarilor societății.

Tabel nr. 1.

Structura acționariatului			(lei / %)	
Acționar	N-1		N	
	Acțiuni	Procent	Acțiuni	Procent
S.I.F. MUNTENIA, loc. București, jud. București, Sector 3	502.379.066	50,9835	502.379.066	50,9835
S.I.F. BANAT-CRIȘANA, loc. Arad, jud. Arad	228.826.055	23,2222	362.096.587	36,7470
S.I.F. MOLDOVA, loc. Bacău, jud. Bacău	133.333.545	13,5312		
Persoane fizice	97.257.695	9,8701	97.623.403	9,9072
Persoane juridice	23.578.989	2,3929	23.276.294	2,3623
TOTAL	985.375.350	100,00	985.375.350	100,00

Sursa: BIOFARM - Raportul-administratorilor-Situații-auditare

## 2.2. Diagnosticul comercial

Biofarm are un portofoliu competitiv de peste 200 de **produse** care acoperă 61 de arii terapeutice și investește în mod continuu în campanii media, comerciale și de marketing pentru promovarea propriilor produse.<sup>6</sup> Având o poziție stabilă pe piața farmaceutică românească, Biofarm urmărește să își îmbunătățească poziția și pe arena internațională.

Biofarm S.A. deține contracte de vânzare anuale cu cei mai mari **distribuitori** de medicamente de pe piață, care au o capacitate dominantă de desfacere a produselor medicamentoase în farmacii; printre aceștia se număra primii 10 distribuitori: Mediplus, Farmexpert, Fildas, Relad, Farmexim, Polisano, ADMFarm, Europharm, Ropharma, PharmaFarm dintr-un total de circa 150. În funcție de statutul lor, clienții cărora le se sunt adresate produsele BIOFARM se împart în firme distribuitoare, consumatori finali, iar o pondere de 5% din volumul vânzărilor se îndreaptă către spitale.

<sup>4</sup> [https://www.biofarm.ro/rapoarte\\_anuale](https://www.biofarm.ro/rapoarte_anuale)

<sup>5</sup> <https://www.biofarm.ro/guvernanta-corporativa/informatii-generale>

<sup>6</sup> <https://www.biofarm.ro/despre-noi/piața-internă>

Pentru menținerea nivelului optim de stocuri, entitatea se concentrează și pe relațiile cu **furnizorii** săi; în prezent colaborează cu peste 100 de furnizori de materii prime și ambalaje astfel: circa 80% dintre acestea provin din import, iar restul de 20% sunt surse indigene.

În ultima perioadă, ponderea vânzărilor la **export** a reprezentat aproximativ 2,10% din vânzările totale nete ale Biofarm SA. Produsele companiei au fost exportate în 12 țări, după cum urmează: Azerbaijan, Belarus, Bulgaria, Georgia, Kazahstan, Kyrgyzstan, Lituania, Republica Moldova, Rusia, Ucraina, Ungaria și Uzbekistan.<sup>7</sup>

Firma se focalizează pe export, dar în același timp își menține interesul de a-și consolida poziția pe piața internă. Pentru viitor, firma va investi în extinderea capacităților de producție și în cercetare-dezvoltare, deși aceasta urmărește mai degrabă transferul de produse.

**Tabel nr. 2**

**Topul producătorilor de medicamente după cifra de afaceri**

(mil.lei)

Companie	Cifra de afaceri	
	N-1	N
Terapia	730	736
Zentiva	461	559
Antibiotice a+	365	390
Sandoz	356	380
Biofarm	184	202

Sursa: Registrul-Comerțului, *mfinanțe.ro*

După cum se poate observa în tabelul de mai sus, Biofarm se află printre primele fabrici de medicamente din România, mai exact, pe locul 5, alături de Terapia, Antibiotice, Zentiva și Sandoz, dintr-un total de 158 producători locali, care împart o piață de aproximativ 3,374 miliarde euro. În ultimul an, cifra de afaceri a crescut, iar rezultatele financiare ale firmei Biofarm sunt robuste.

Distribuția vânzărilor produselor BIOFARM se face în cea mai mare parte în segmentul retail, acest segment reprezentând 99% din totalul vânzărilor Biofarm atât în volum, cât și în valoare. La finalul anului anterior, Biofarm SA a înregistrat venituri din vânzări nete în valoare de 202.755.811 lei, în creștere cu 10% față de cele obținute în anul anterior, în valoare de 184.236.168 lei.<sup>8</sup>

### 2.3. Diagnosticul resurselor umane

C.V. a preluat **conducerea** Biofarm în calitate de Director General începând cu data de 15.11.2018. C.V. activează în acest domeniu de peste 15 ani. Acesta contribuie la dezvoltarea BIOFARM și la atingerea obiectivelor companiei prin competențele dovedite de-a lungul carierei sale în zona de strategie a afacerii, optimizarea proceselor și managementul oamenilor.<sup>9</sup>

Un punct forte al firmei este reprezentat de o bună organizare, compania fiind structurată, ca orice agent economic în calitate de producător, pe următoarele departamente: de personal, financiar-contabil, de IT, maketing, aprovizionare, vânzări și de cercetare-dezvoltare.

În ceea ce privește **personalul** companiei, Biofarm SA a avut un număr mediu de 356 de angajați, acesta fiind mai scăzut față de anul anterior, când a avut un număr de 390 angajați. Iar în

<sup>7</sup> <https://www.biofarm.ro/despre-noi/export>

<sup>8</sup> <https://www.biofarm.ro/rapoarte> anuale

<sup>9</sup> <https://www.biofarm.ro/guvernanta-corporativa/prezentare-CA-si-conducere-executiva>

urmă cu 2 ani, compania a avut un număr mediu de 389 angajați. Numărul efectiv de ore lucrate de un angajat fiind de 8 ore/zi.

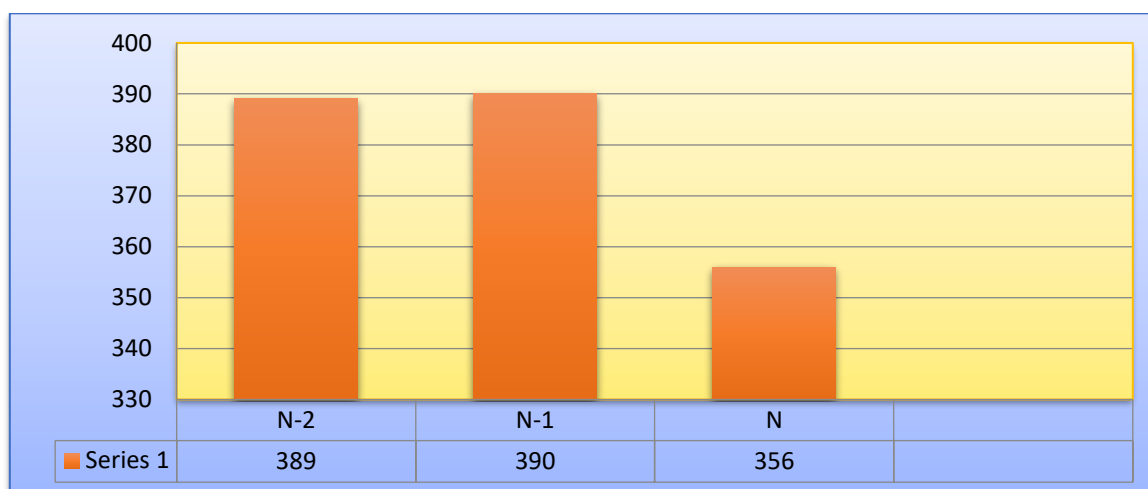


Figura nr. 1. Evoluția numărului de angajați

Sursa: <https://www.biofarm.ro>

## 2.4 Diagnosticul potențialului tehnic și tehnologic

În prezent, compania este posesoarea a 3 linii de **producție**, și anume: linia de capsule gelationase moi- fiind unică în România; linia de lichide- cu cea mai mare capacitate din țară, fiind și lider pe piața soluțiilor și a siropurilor, și linia de tablete filmate.<sup>10</sup>

În anul 2020, firma a realizat **investiții** de aproximativ 19 milioane lei, iar în anul 2021, a avut investiții în valoare de aproximativ 18 milioane lei. În anul 2022, s-au realizat o serie de investiții necesare dezvoltării companiei, conform bugetului de investiții aprobat. În acest an, s-a finalizat construcția unei fabrici noi, a unui laborator fizico-chimic și a unui laborator microbiologic, s-au semnat contracte de achiziție echipamente și materiale necesare compartimentării laboratoarelor.

De asemenea, s-a pus în funcțiune și calificat o linie de ambalare în blistere pentru fluxul de capsule moi; s-a achiziționat, instalat și calificat o mașină de imprimat folie de aluminiu în două culori; s-a instalat și calificat un omogenizator tip bin-blender.

Acum 2 ani, s-a început un proiect important, și anume: proiectarea camerei de procesare Lichide – soluții și siropuri, pentru a putea demara ulterior achiziția de vase de preparare și linie de ambalare Lichide.

Biofarm S.A își desfășoară activitatea pe tot parcursul anului. Activitatea fiind optimizată prin intermediul investițiilor realizate atât la nivelul clădirilor, cât și la nivelul mijloacelor fixe, dar și în ceea ce îi privește pe angajați, aceștia beneficiind de cursuri pentru perfecționare, astfel încât abilitățile lor să se ridice la nivelul cerințelor pieței și eficiența muncii depuse de aceștia să fie ridicată.

## 2.5. Instrumente financiare și gestionarea riscurilor

Instrumentele financiare principale utilizate de societate, din care apare riscul privind instrumentele financiare, sunt:<sup>11</sup>

- creanțe comerciale și slte creanțe;
- numerar și echivalent de numerar;
- datorii comerciale și alte datorii.

<sup>10</sup> <https://www.biofarm.ro/despre-noi/capacități-de-producție>

<sup>11</sup> <https://www.biofarm.ro/rapoarte> anuale

Tabel nr. 3

Instrumente financiare	(lei)	
	N-1	N
Creanțe comerciale și asimilate	84.958.219	87.379.723
Numerar și echivalente de numerar	45.632.578	91.128.639
<b>TOTAL</b>	<b>130.590.797</b>	<b>178.508.362</b>
Datorii comerciale și similare	26.294.952	31.620.253
<b>TOTAL</b>	<b>26.294.952</b>	<b>31.620.253</b>

Sursa: BIOFARM-Rapoarte-anuale [www.biofarm.ro](http://www.biofarm.ro)

Societatea este expusă, prin operațiunile sale, la mai multe riscuri, cum ar fi: riscul de credit, riscul de schimb valutar și riscul de lichiditate, iar obiectivul general al managementului este de a stabili politici care încearcă să reducă riscul pe cât posibil fără a afecta în mod nejustificat competitivitatea și flexibilitatea societății.<sup>12</sup>

#### 1) Riscul de credit

Riscul de credit este riscul de pierdere financiară pentru societate care apare dacă un client sau o contrapartidă la un instrument financiar nu își îndeplinește obligațiile contractuale.

Societatea este expusă, în principal, la **riscul de credit** apărut din vânzări către clienți. Perioada de încasare a creanțelor este în medie la 150 de zile și este sub nivelul actual al pieței farmaceutice.

Biofarm SA a reușit să-și asigure în permanență necesarul de lichidități și solvabilitatea la cote ridicate și va încerca să mențină în continuare trendul pozitiv al perioadelor de încasare al clienților. În ultimii doi ani, pentru diminuarea riscului de credit, Biofarm SA a continuat asigurarea creanțelor societății prin încheierea unei polițe de asigurare a creanțelor.

#### 2) Riscul de schimb valutar

Societatea este expusă la **riscul valutar**, în principal, la achizițiile efectuate de la furnizori de materii prime, ambalaje și alte materiale din afara României. În ultimul an, expunerea netă a societății la riscul valutar era, după cum urmează:

Tabel nr. 4

Expunerea la riscul de schimb valutar		(lei)
Creanțe și numerar/Datorii nete	N	
LEI	97.719.695	
EUR	6.734.055	
USD	249	
ALTE MONEDE	9.689	
<b>Total</b>	<b>104.463.688</b>	

Sursa: BIOFARM-Rapoarte-anuale [www.biofarm.ro](http://www.biofarm.ro)

Având în vedere expunerea la fluctuațiile de curs valutar, este de așteptat ca fluctuațiile rezonabile ale cursurilor de schimb să producă efecte semnificative în situațiile financiare viitoare.

<sup>12</sup> <https://www.biofarm.ro/rapoarte> anuale



### 3) Riscul de lichiditate

Acesta apare din gestionarea de către Biofarm a mijloacelor circulante și a cheltuielilor de finanțare și rambursărilor sumei de principal pentru instrumentele sale de credit. Politica societății este de a se asigura că va dispune întotdeauna de suficient numerar care să-i permită îndeplinirea obligațiilor atunci când devin scadente, iar pentru a atinge acest obiectiv, aceasta caută să mențină solduri de numerar pentru a satisface nevoile de plăți.<sup>13</sup>

La finalul exercițiului financiar din anul 2022, societatea are resurse lichide suficiente pentru a-și onora obligațiile în toate împrejurările rezonabile preconizate.

### Concluzii

Analiza diagnostic este de un real ajutor în cunoașterea situației economico-financiare, furnizează informațiile necesare aprecierii situației trecute și prezente și care ajută conducerea întreprinderii să determine acțiunile ce trebuie desfășurate în viitor. Analiza diagnostic furnizează informațiile necesare aprecierii situației trecute și prezente care constituie o bază pentru estimarea elementelor necesare aplicării diferitelor metode de evaluare.

### Bibliografie:

1. Achim M. V., Borlea S., *Ghid pentru analiza diagnostic a stării financiare*, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2018
2. Albu S., Albu I., *Evaluarea patrimoniului*, Universitatea Tehnică a Moldovei, Chișinău 2009
3. Anghel I. (coord.), *Evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2010
4. Anghel I., (coord.), *Analiză și evaluare economico-financiară. Studii de caz*, Editura ASE, 2016
5. Jianu, I., *Evaluarea, prezentarea și analiza performanței întreprinderii*, Editura CECCAR, București, 2007
6. Monea M., *Diagnostic economico-financiar și evaluarea firmei*, Editura Universitas, Petroșani, 2017
7. Mereuță C., *Analiza diagnostic a societăților comerciale în economia de tranziție*, Editura Tehnică, București, 1994
8. Monea M., *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Editura Universitas, Petroșani, 2015
9. Oancea-Negescu, M.D., *Analiza și evaluarea informațiilor financiare*, Editura Economică, București, 2009
10. Pantea I.M., *Analiza strategică-suport al deciziilor investiționale*, Editura Mirton, Timișoara, 2003
11. Păvăloaia W., Păvăloaia D., *Diagnosticul și evaluarea întreprinderii*, Editura Tehnopress, Iași, 2006
12. Petrescu S., *Analiză și diagnostic financiar-contabil. Ghid teoretico-aplicativ*, Editura CECCAR, București, 2010
13. Popescu A. M., *Analiza și evaluarea întreprinderii*, Editura Economică, București, 2014
14. Robu V., Anghel I., Șerban C., *Analiza economico-financiară a firmei*, Editura Economică, București, 2014
15. <https://www.biofarm.ro>

---

<sup>13</sup> <https://www.biofarm.ro/raport-anual-2019>

## Analiza dinamică și structurală a rezultatelor obținute de către S.C. Avanti S.R.L. Lupeni, pe baza contului de rezultate

**Autori: Foszto (Drăgoi) Irina, Cărăvan Șerban-Constantin**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Rakos Ileana - Sorina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In this paper we want to present the financial results of the company S.C. Avanti Comexim S.R.L. Lupeni, from the period 2020 - 2022. The company's activity provided in CAEN code 1071 is the manufacture of bread, cakes and fresh pastry products. The company started its activity on November 15, 2002, operating at Aleea Narciselor, no. 10A, in Lupeni Municipality, Hunedoara County. The one that confirms the results of this company is the commercialization of the bakery products made, an aspect revealed in the company's Profit and Loss Account. Based on the profit and loss account, the analysis of the company's profitability was carried out, respectively the analysis of the expenses and incomes that comprise the entire patrimonial flows of the company. The purpose of this paper is to show that, although there is a diversity of supermarkets, domestic companies can prosper, through the prism of the quality of the products obtained/traded.*

### 1. Analiza rezultatelor ce exprimă activitatea de comercializare

Importanța activității de comercializare este evidențiată de faptul că, în societatea de consum este destul de greu să vinzi ceea ce produci. Rezultatele activității de comercializare au o exprimare valorică, putând fi identificate sub forma veniturilor din contul de profit și pierdere. În totalul veniturilor din exploatare, cifra de afaceri deține ponderea cea mai mare, fiind rezultatul direct al activității de comercializare, fapt pentru care, în continuare, vom prezenta dinamica, structura și influența principalelor elemente ale acesteia. Cifra de afaceri este formată din vânzarea produselor fabricate și serviciile prestate. Dinamica cifrei de afaceri pune în evidență evoluția în timp a indicatorului, exprimată în mărimi absolute sau mărimi relative. Indicele cifrei de afaceri exprimă în mărimi relative nivelul de modificare a indicatorului. În tabelul nr.1 prezentăm Evoluția cifrei de afaceri în perioada 2020 – 2022, iar în tabelul nr.2 structura cifrei de afaceri.

**Tabelul nr.1.**

#### Evoluția cifrei de afaceri în perioada 2020 - 2022

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Venituri din vânzarea produselor de panificație	496.236	523.090	316.679
2	Venituri din servicii prestate	11.634	11.274	10.671
3	Cifra de afaceri netă	507.870	534.364	327.350
4.	Indicele CA	100%	105,22%	64,46%

*Sursa: Situațiile financiare anuale ale S.C. Avanti S.R.L. Lupeni*

**Tabelul nr.2.**

#### Structura cifrei de afaceri

Denumire indicator	2020	%	2021	%	2022	%
Venituri din vânzarea produselor de panificație realizate	496.236	97,71	523.090	97,89	316.679	96,74
Venituri din servicii prestate	11.634	2,29	11.274	2,11	10.671	3,26
Cifra de afaceri netă	507.870	100	534.364	100	327.350	100

*Sursa: Situațiile financiare anuale ale S.C. Avanti S.R.L. Lupeni*

Din aceste tabele se poate observa că, cifra de afaceri a înregistrat o creștere de 26.494 lei în anul 2021 față de anul 2020, respective 5,22%, însă în anul 2022 a înregistrat o scădere față de anul 2020, ca urmare a evoluției veniturilor din vânzarea produselor de panificație. De asemenea, veniturile din vânzarea produselor obținute dețin ponderea cea mai mare din totalul cifrei de afaceri, respectiv ponderea a fost de 97,71% din totalul cifrei de afaceri a anului 2020, 97,89% în anul 2021 și 96,74% în anul 2022. Veniturile din servicii prestate au înregistrat o scădere cu 360 lei în anul 2021 față de anul 2020, și cu 963 lei în anul 2022 față de anul 2020, iar ponderea acestora a scăzut în totalul cifrei de afaceri de la 2,29% în anul 2020 la 2,11% în anul 2021, înregistrând o creștere ușoară de 0,97% în anul 2022 față de 2020, aceasta fiind de 3,26% în anul 2022.

## 2. Analiza de ansamblu a veniturilor, cheltuielilor și rezultatelor

Pe baza datelor din situațiile financiare lae societății analizate, evoluția veniturilor, cheltuielilor și rezultatelor este prezentată în tabelul nr.3.

**Tabelul nr. 3**

### Evoluția veniturilor, cheltuielilor și rezultatelor

Nr.crt.	Denumire indicatori	2020	2021	2022
1	Venituri din exploatare	515.950	585.507	532.334
2	Cheltuieli din exploatare	515.280	556.184	370.258
3	Rezultatul din exploatare	670	2.323	162.076
4	Venituri financiare	10.623	11.420	5.219
5	Cheltuieli financiare	26	55	30
6	Rezultatul financiar	10.597	11.366	5.188
7	Rezultatul curent	11.262	13.689	167.264
8	Venituri extraordinare	-	-	-
9	Cheltuieli extraordinare	-	-	-
10	Rezultatul extraordinar	-	-	-
11	Venituri totale	526.574	569.277	537.553
12	Cheltuieli totale	515.306	556.239	370.288
13	Rezultatul brut	11.268	13.689	167.264
14	Impozit pe profit	288	544	22.462
15	Rezultatul net al exercițiului	10.980	13.145	144.802

Sursa: situațiile financiare anuale ale firmei analizate

În continuare prezentăm structura elementelor din contul de profit și pierdere, respectiv evoluția și structura cheltuielilor și veniturilor totale la S.C. Avanti Comexim S.R.L. Lupeni.

**Tabelul nr. 4**

### Evoluția cheltuielilor totale

Nr.crt.	Natura activității	u.m.	2020	2021	2022
1	Cheltuieli totale, din care:	lei	515.306	556.239	370.288
2	Indice de evoluție a Ct		100%	107,95%	71,86%
3	Cheltuieli de exploatare	lei	515.280	556.184	370.258
4	Indice de evoluție a Ce		100%	107,94%	71,86%
5	Cheltuieli financiare	lei	26	55	30
6	Indice de evoluție a Cf		100%	211,54	115,39%
7	Cheltuieli extraordinare	lei	-	-	-

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

**Tabel nr. 5**

**Structura cheltuielilor totale**

Nr.crt.	Structura cheltuielilor totale		2020	2021	2022
1	Cheltuieli totale din care:	%	100	100	100
2	Cheltuieli de exploatare	%	99,99	99,99	99,99
3	Cheltuieli financiare	%	0,01	0,01	0,01
4	Cheltuieli extraordinare	%	-	-	-

Sursa: Situațiile financiare anuale ale S.C. Avanti S.R.L. Lupeni

În perioada analizată se constată că cheltuielilor totale au înregistrat o creștere de 7,95% în anul 2021 comparativ cu anul 2020 și ulterior o scădere cu 28,14% în anul 2022 față de anul 2020. În structura acestora ponderea majoritară a dețin cheltuielile de exploatare de 99,99% pe întreaga perioadă analizată, iar ponderea cheltuielilor financiare este nesemnificativă de dor 0,01% în aceeași perioadă. De remarcat faptul că, nu s-au înregistrat cheltuieli extraordinare.

Cheltuielile de exploatare care dețin ponderea principală în totalul cheltuielilor au înregistrat un ritm de creștere similar cu cel al cheltuielilor totale (respectiv acestea au crescut cu 7,94% în anul 2021 față de anul 2020, și o scădere cu 28,14% în anul 2022 față de anul 2020. Cheltuielile financiare au înregistrat o creștere majoră de 111,54% în anul 2021, comparativ cu anul 2020, respectiv cu 15,39% în anul 2022 față de anul 2020, însă ponderea acestora a rămas nesemnificativă în totalul cheltuielilor.

**Tabelul nr. 6**

**Evoluția veniturilor totale**

Nr.crt.	Natura activității	u.m.	2020	2021	2022
1	Venituri totale, din care:	Lei	526.574	569.928	537.553
2	Indice de evaluție a VT		100%	108,24%	102,09%
3	Venituri din exploatare	lei	515.950	558.507	532.334
4	Indice de evoluție a Ve		100%	108,25%	103,18%
5	Venituri financiare	lei	10.623	11.420	5.219
6	Indice de evoluție a Vf		100%	107,51%	47,20%
7	Venituri extraordinare	lei	-	-	-

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

**Tabelul nr. 7**

**Structura veniturilor totale**

Nr.crt.	Structura veniturilor totale		2020	2021	2022
1	Venituri totale din care:	%	100	100	100
2	Venituri de exploatare		97,99%	98%	99,03%
3	Venituri financiare		2,01	2,00	0,97
4	Venituri extraordinare		-	-	-

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Veniturile totale în perioada analizată au înregistrat o tendință crescătoare față de ritmul de creștere a al cheltuielilor, fapt ce a influențat pozitiv evoluția rezultatului. Veniturile totale au crescut cu 8,24% în anul 2021 comparativ cu anul 2020, și respectiv cu 2,09% în anul 2022 față de anul 2020. În structura veniturilor totale ponderea cea mai mare o dețin veniturile din exploatare, respectiv 97,99% în anul 2020, 98% în anul 2021, 99,03% în anul 2022. Veniturile din exploatare au crescut în anul 2021 față de anul 2020 cu 8,25% și cu 3,18% în anul 2022 față de anul 2020. Totodată, veniturile financiare au crescut cu 7,51% în anul 2021 comparativ cu anul 2020 și au scăzut cu 52,80% în anul 2022 față de anul 2020. Nu s-au înregistrat venituri extraordinare. Pentru aprecierea eficienței

cheltuielilor efectuate de către entitate este necesar să se calculeze nivelul cheltuielilor totale la 1000 lei venituri totale. Acest indicator numit rată de eficiență a cheltuielilor totale se calculează prin raportarea cheltuielilor totale la veniturile totale și se înmulțește cu 100, astfel:

$$Ct/1000 Vt = (1)$$

unde:  $Ct/1000$  = reprezintă cheltuieli la 1000 lei venituri totale;

$Ct, Ce, Cf, Cex$  = reprezintă cheltuieli totale, de exploatare, financiare și extraordinare;

$Vt, Ve, Vf, Vex$  = reprezintă venituri totale, de exploatare, financiare și extraordinare

Ținând cont de modul de clau al indicatorului, ca raport între efort și efect, o reducere a nivelului cheltuielilor la 1000 lei venituri relevă o situație favorabilă, respective de creștere a eficienței cheltuielilor totale. În tabelul nr. Prezentăm rata de eficiență a cheltuielilor pentru perioada 2020 – 2022 în tabelul nr.8.

**Tabelul nr.8**

**Rata de eficiență a cheltuielilor**

Nr. crt.	Denumire element	2020	2021	2022
1	Cheltuieli de exploatare	515.280	556.184	370.258
2	Venituri din exploatare	515.950	585.507	532.334
3	<b>Rata de eficiență a cheltuielilor de exploatare</b>	99,87%	95,0%	69,56%
4	Cheltuieli financiare	26	55	30
5	Venituri financiare	10.623	11.420	5.219
6	<b>Rata de eficiență a cheltuielilor financiare</b>	0,25%	0,49%	0,58%
7	Cheltuieli totale	515.306	556.239	370.288
8	Venituri totale	526.574	569.928	537.553
9	<b>Rata de eficiență a cheltuielilor totale</b>	97,86%	97,60%	68,89%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Eficiența cheltuielilor totale a crescut, fapt relevat de evoluția indicatorului cheltuieli totale la 1000 lei venituri totale, care a scăzut în anul 2021 față de anul 2020 cu 0,26%, ajungând la 68,89% în anul 2022. Aceeași situație o întâlnim și în legătură cu rata de eficiență a cheltuielilor de exploatare, rata de eficiență a acestora scăzând cu 30,31% în anul 2022, față de anul 2020, și cu 4,87% în anul 2021 față de anul 2020, ceea ce semnifică o creștere a eficienței cheltuielilor de exploatare. Indicatorul rată de eficiență a cheltuielilor financiare a crescut cu 29 lei în anul 2021, față de anul 2020 și cu 4 lei în anul 2022 față de anul 2020, dar ponderea acestora în totalul cheltuielilor este foarte mică și nu poate influența într-o manieră semnificativă eficiența cheltuielilor totale. Evoluția veniturilor și cheltuielilor pe total și pe categorii are influență pozitivă asupra indicatorilor de rezultate.

### 3. Analiza indicatorilor ce exprimă profitabilitatea

Indicatorii de rezultate care exprimă profitabilitatea sunt:

- rezultatul exploatării (RE) este diferit de rezultatul brut prin faptul că, ține cont de amortizări și provizioane;
- rezultatul curent (RC) este degajat din operațiunile pe care firma le derulează pe parcursul unui exercițiu financiar, fiind specifice activității de exploatare sau financiare ale firmei;

- rezultatul extraordinar (Rex) este generat de acțiuni și operațiuni întâmplătoare a căror apariție nu este predictibilă, motiv pentru care de acest rezultat nu se ține seama în previzionarea activității viitoare a firmei;
- rezultatul net (Rn) este un indicator sintetic de rezultate și exprimă rentabilitatea.
- rezultatul exploatarei se determină ca diferență între veniturile și cheltuielile exploatarei:

$$Re = \text{Venituri din exploatare} - \text{Cheltuieli de exploatare} \quad (2)$$

**Tabelul nr.9**

**Rezultatul din exploatare**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Venituri din exploatare	515.950	558.507	532.334
2	Cheltuieli de exploatare	515.280	556.184	370.258
3	Rezultatul de exploatare	670	2.323	162.076
4	Indicele Ve	100%	108,25%	103,18%
5	Indicele ce	100%	107,94%	71,86%
6	Indicele re	100%	346,72%	24.190,45%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Rezultatul din exploatare a înregistrat o creștere semnificativă în anul 2021 față de anul 2020, respectiv cu 346,72% și semnificativ mai mult în anul 2022, respectiv cu 24.190,45%, ca urmare a evoluției veniturilor și cheltuielilor din exploatare. Veniturile obținute au fost superioare cheltuielilor ocazionate de producerea lor și prin urmare rezultatul înregistrat a fost profit. Rezultatul din exploatare influențează rata rentabilității economice, care reflectă raportul dintre un rezultat economic și mijloacele economice angajate pentru obținerea acestuia.

Pentru a analiza rata rentabilității economice vom utiliza următoarea relație de calcul:

$$Re = \quad (3)$$

**Tabelul nr.10**

**Determinarea ratei rentabilității economice**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Active imobilizate	194.612	193.078	249.872
2	Active circulante	167.663	189.199	150.649
3	Active totale	362.567	382.556	405.598
4	Rezultatul exploatarei	670	2.323	162.076
5	Rata rentabilității economice	0,19%	0,61%	39,96%
6	Indicele ratei rentabilității economice	100%	321,06%	21.031,58%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Rata rentabilității economice aferentă fiecărui an va fi:

- Pentru anul 2020  $Re =$
- Pentru anul 2021  $Re =$
- Pentru anul 2022  $Re =$

În perioada 2020 – 2022 firma a înregistrat o creștere a valorii ratei rentabilității economice de la 0,19% în anul 2020, la 0,61 în anul următor și respectiv 39,77% în anul 2022 față de anul de bază 2020. În ambii ani firma a obținut profit din activitatea de exploatare, iar în anul 2022 această tendință a fost semnificativă, ajungând la valoarea de 39,96% față de anul 2020. Rezultatul curent este determinat de rezultatul exploatarei curente, cât și de cel al activității financiare.

În determinarea indicatorului sunt luate în calcul și elementele financiare, ceea ce permite aprecierea impactului politicii financiare a firmei asupra rentabilității.

$$Rc = Re + \text{Venituri financiare} - \text{Cheltuieli financiare} \quad (4)$$

Diferența dintre veniturile și cheltuielile financiare este expresia rezultatului financiar ( $R_f$ ) și prin urmare relația poate fi scrisă astfel:

$$Rc = Re + R_f \quad (5)$$

**Tabelul nr.11**

**Rezultatul curent**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Rezultatul din exploatare	670	2.323	162.076
2	+Venituri financiare	10.263	11.420	5.219
3	-Cheltuieli financiare	26	55	30
4	Rezultatul curent	11.268	13.689	167.264
5	Indicele Vf	100%	111,28%	50,86%
6	Indicele Cf	100%	211,54%	115,39%
7	Indicele Rc	100%	121,49%	1.484,42%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

În perioada analizată, rezultatul curent a crescut ca urmare a creșterii rezultatului din activitatea de exploatare și a celui din activitatea financiară. Rezultatul brut se determină astfel:

$$Rb = \text{Venituri totale} - \text{Cheltuieli totale} \quad (6)$$

**Tabelul nr.12**

**Rezultatul brut**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Venituri totale	526.574	569.928	537.553
2	Cheltuieli totale	515.306	556.239	370.288
3	Rezultatul brut	11.268	13.689	167.264
4	Profit brut la 1000 lei Vt	21,40%	24,10%	31,12%
5	Indicele Vf	100%	108,24%	102,09%
6	Indicele Cf	100%	107,95	71,85
7	Indicele Rb	100%	121,57%	1.484,42%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

În anul 2021 rezultatul brut a înregistrat o creștere de 2.421 lei față de anul 2020, datorită indicelui de evoluție a veniturilor totale comparativ cu cel al cheltuielilor totale, respective cu 155.996 lei în anul 2022 față de anul 2020. Pe întreaga perioadă veniturile totale au fost superioare cheltuielilor totale, fapt ce a condus la obținerea unui rezultat brut pozitiv, profit. Rezultatul net al exercițiului ( $R_{net}$ ) poate îmbrăca forma profitului sau pierderii nete și el exprimă mărimea absolute a rentabilității financiare cu care vor fi remunerați acționarii pentru capitalurile subscrise. El reprezintă suma între rezultatul activității curente și rezultatul extraordinar, diminuată cu impozitul pe profit, potrivit relației de calcul:

$$R_{net} = Rc +/ - R_{exc} - I_p \quad (7)$$

Repartizarea pe destinații a profitului net trebuie să fie susținută de existența unor

disponibilități monetare reale, în lipsa cărora profitul net va rămâne doar un potențial de finanțare.

**Tabelul nr.13**

**Rezultatul net**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Rezultatul curent	11.268	13.689	167.264
2	(+/-) Rezultatul extraordinar	-	-	-
3	(-) Impozitul pe profit	288	544	22.462
4	Rezultatul net	10.980	13.145	144.802
5	Indicele Rn	100%	119,70%	1.318,78

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Rezultatul net a înregistrat aceeași tendință de creștere, nefiind influențat de elemente extraordinare, el fiind raportul dintre rezultatul net și cifra de afaceri. Rata rentabilității financiare este influențată de rezultatul net și capitalurile proprii, determinându-se cu relația de calcul:

$$R_{fin} = (8)$$

**Tabelul nr.14**

**Determinarea ratei rentabilității financiare**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Capital propriu	215.547	228.449	377.808
2	Profit net (rezultatul net)	10.980	13.145	144.802
3	Rentabilitatea financiară a capitalurilor proprii	5,10%	5,76%	38,33%
4	Indicele ratei rentabilității financiare	100%	112,95%	751,57%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Valorile ratei rentabilității financiare a capitalurilor proprii sunt:

- pentru anul 2020  $R_{fin} = \frac{10.980}{215.547} \times 100 = 5,10\%$
- pentru anul 2021  $R_{fin} = \frac{13.145}{228.449} \times 100 = 5,76\%$
- pentru anul 2022  $R_{fin} = \frac{144.802}{377.808} \times 100 = 38,33\%$

În perioada analizată se constată o creștere a rentabilității financiare de la 5,10 % în anul 2020, la 5,76% în anul 2021 și respective la 38,33% în anul 2022, ca urmare a creșterii rezultatului net și a sporirii capitalurilor proprii. Rata rentabilității comerciale se determină astfel:

$$R_{cn} = (9)$$

**Tabelul nr.15**

**Determinarea ratei rentabilității comerciale**

Nr.crt.	Denumire indicator	2020	2021	2022
1	Rezultatul net	10.980	13.145	144.802
2	Cifra de afaceri	507.869	534.364	327.350
3	Rata rentabilității comerciale	2,17%	2,46%	44,24%
4	Indicele ratei rentabilității comerciale	100%	113,37%	2.038,71%

Sursa: Situații financiare anuale ale firmei analizate

Valorile ratei rentabilității comerciale sunt:



- pentru anul 2020  $R_{fin} = x \cdot 100 = x \cdot 100 = 2,17\%$
- pentru anul 2020  $R_{fin} = x \cdot 100 = x \cdot 100 = 2,46\%$
- pentru anul 2020  $R_{fin} = x \cdot 100 = x \cdot 100 = 44,24\%$

Rata rentabilității comerciale a avut aceeași tendință de creștere, de la 2,17% în anul 2020, la 44,24% în anul 2022.

#### 4. Concluzii

Contul de profit și pierdere explică mecanismul de formare a rezultatului firmei și oferă o imagine clară asupra performanței financiare a acesteia, grupând veniturile și cheltuielile pe tipuri de activități (de exploatare, financiare și extraordinare), ceea ce a permis determinarea a trei indicatori ai rentabilității (rezultatul exploatării, financiar și extraordinar). Dinamica veniturilor și cheltuielilor pe total și pe categorii a influențat favorabil indicatorii de profitabilitate, veniturile înregistrate fiind superioare cheltuielilor efectuate fapt ce a determinat înregistrarea de profit la finele fiecărui exercițiu financiar. Prin urmare, situația firmei poate fi considerată una favorabilă.

#### Bibliografie:

1. Achim M. V., Borlea S. N., *Ghid pentru analiza-diagnostic a stării financiare*, Ed. Risoprint Cluj Napoca, 2017
2. Buglea A., Lala Popa I., *Analiză economico-financiară*, Editura Mirton, Timișoara, 2016
3. Bușe L. Siminica M. Simion D., *Analiza economico-financiară*, Editura Sitech, Craiova, 2012
4. Monea M., *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Editura Universitas, Petroșani, 2015
5. Răscolean Ilie, Rakos Ileana - Sorina, *Gestiunea financiară a firmei. Fundamente teoretice și aplicații practice*, Editura Universitas, Petroșani, 2021
6. Robu V., Anghel I., Șerban C., *Analiză economico-financiară a firmei*, Editura Economică, București, 2014

## Particularități ale implementării Standardului IPSAS 17 „Imobilizări corporale” în contabilitatea publică românească

**Autor: Mihalache (Stoenescu) Valentina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** The implementation of IPSAS standards is considered a true revolution, perhaps more somore important than that of the IFRS standards for economic entities, this because public institutions will be administered similar to a private entity, with accrual, patrimonial and double-entry accounting. Harmonizing the use of these international accounting standards with the current needs and requirements of the EU member countries creates the premise of promoting some European Financial Reporting Standards for the Public Sector. In this context, I presented one of these standards, namely IPSAS 17, "Tangible assets" which presents a high degree of implementation in Romanian public accounting compared to other standards.*

### 1. Introducere

Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public reprezintă cea mai bună practică internațională de raportare financiară pentru entitățile din sectorul public. Ele se aplică situațiilor financiare de uz general întocmite pe baza contabilității de angajamente și contabilității de casă, după caz. IPSAS-urile sunt de fapt în prezent singurul set de standarde de contabilitate pentru sectorul public recunoscute la nivel internațional, iar încrederea că aplicarea acestora va duce la o creștere a gradului de transparență a raportărilor financiare de către guverne și agențiile lor. Scopul implementării Standardelor Internaționale de Contabilitate în Sectorul Public, se referă la îmbunătățirea evidențelor contabile și calitatea raportărilor financiare și au ca obiectiv elaborarea și aprobarea cadrului legislativ și normativ relevant, actualizarea Sistemului de Evidență Contabilă a Autorităților Publice. Ele se fundamentează pe raționamentul profesional și pot conduce la mai multe soluții pentru o anumită problemă dată. Actualmente, conform Manualului de Standarde Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public, Ediția 2016, accesat de pe siteul [www.ifac.org](http://www.ifac.org), pentru sectorul public, au fost adoptate 38 de standarde IPSAS ce au fost inspirate din standardele IFRS iar altele au fost nou create pentru specificul sectorului public, cum ar fi spre exemplu: IPSAS 22 „Prezentarea informațiilor financiare privind sectorul de stat”, IPSAS 23 „Venituri din alte tranzacții decât cele de schimb (impozite și taxe)”, IPSAS 24 „Prezentarea informațiilor privind bugetul în situațiile financiare”, IPSAS 25 „Beneficiile angajaților”, IPSAS 32 „Angajamente de concesiune a serviciilor: concedenți”, IPSAS 33 „Adoptarea pentru prima dată a bazei de angajamente”. De asemenea a mai fost adoptat și standardul internațional de raportare financiară conform contabilității de casă. Toate aceste standarde comportă revizuirii periodice în funcție de evoluția și contextul activității sectorului public.

**Obiectivul Standardului IPSAS 17 „Imobilizări corporale”** este de a prescrie tratamentul contabil pentru imobilizările corporale astfel încât utilizatorii situațiilor financiare să poată deduce informațiile despre investițiile unei entități în imobilizări corporale și modificările din aceste investiții. Principalele probleme în contabilizarea imobilizărilor corporale sunt recunoașterea activelor, determinarea valorilor lor contabile și costurile de amortizare și pierderile din depreciere care trebuie recunoscute în relație cu acestea.

## 2. Aborări de natură teoretică privind activele fixe (imobilizări corporale) conform IPSAS 17 în sistemul public din România

Instituțiile publice dețin active fixe a căror structură diferă în funcție de natura activității derulate și de particularitățile organizatorice. Activele fixe sunt reprezentate de bunuri și valori destinate să deservească o perioadă îndelungată instituțiilor publice, ele neconsumându-se după prima utilizare, ci în timp ca urmare a folosirii lor de mai multe ori. Conform IPSAS 1 „Prezentarea situațiilor financiare”, acestea includ: activele fixe necorporale, activele fixe corporale și activele financiare.

**Activele fixe corporale** aflate în patrimoniul unei instituții publice sunt reprezentate de obiectul sau complexul de obiecte ce se utilizează ca atare și care îndeplinesc cumulativ următoarele condiții:

- *au o durată de utilizare mai mare de un an;*
- *au o valoare de intrare mai mare decât limita stabilită prin hotărâre a Guvernului, valoare care este actualizată periodic în funcție de indicele de inflație.*

Conform Standardelor Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public - IPSAS 17 „Imobilizări corporale”, un element de imobilizări corporale trebuie recunoscut ca activ atunci când:

- ✓ *este posibil ca beneficiile economice viitoare sau potențialul de servicii asociat cu activul să revină entității;*
- ✓ *costul sau valoarea justă a activului entității poate fi evaluat credibil.*

La momentul recunoașteri inițiale o instituție va evalua cu atenție, dacă un element de imobilizări corporale satisface primul criteriu prin existența unei certitudini suficiente că beneficiile economice viitoare sau potențialul de servicii vor reveni instituției care va primi și recompensele atașate activului și își va asuma riscurile asociate. În ceea ce privește cel de al doilea criteriu, acesta este mai ușor de realizat, întrucât dobândirea activului presupune și identificarea costului prin tranzacția de schimb, achiziția de materiale, consumul de forță de muncă și alte consumuri legate de construcție. În unele cazuri costul este determinat în raport cu valoarea justă. În categoria activelor fixe corporale intră: **terenurile** ce sunt evidențiate pe următoarele categorii: terenuri agricole, silvice, terenuri fără construcții, terenuri cu zăcăminte, terenuri cu construcții, câș și lacuri, bălți și iazuri care nu sunt rezultatul unei investiții; iar amenajările de terenuri cuprind lucrări ca: racordarea la sistemul de alimentare cu energie electrică, lucrările de acces, împrejmuirile și altele asemenea; **construcțiile, instalațiile tehnice, mijloacele de transport, animalele și plantațiile precum și mobilierul, aparatura birotică, echipamentul de protecție a valorilor umane și materiale și alte active corporale** sunt evidențiate pe grupe, subgrupe, clase și subclase, potrivit catalogului privind clasificarea și duratele normale de funcționare a activelor fixe aprobat prin hotărâre a Guvernului; **avansurile și activele fixe corporale în curs de execuție** cuprind avansurile acordate furnizorilor de active fixe corporale precum și lucrările de investiții neterminate până la sfârșitul perioadei, efectuate în regie proprie sau în antrepriză, evaluate la cost de achiziție sau cost de producție. Acestea sunt trecute în categoria activelor fixe la finalizare, după recepție, darea în folosință sau punerea în funcțiune; alte active ale statului (resurse biologice necultivate, rezerve de apă).

**Activele fixe corporale** sunt definite de IPSAS 17 „Imobilizări corporale” ca fiind un obiect sau un complex de obiecte, ce au următoarele *caracteristici*:

- ✓ *sunt deținute de o instituție publică pentru a fi utilizate în producția proprie de bunuri sau prestarea de servicii, pentru a fi închiriate terților sau pentru a fi folosite în scopuri administrative;*
- ✓ *sunt utilizate pe parcursul unei perioade mai mari de 1 an;*
- ✓ *au o valoare superioară limitei prevăzute în reglementările legale în vigoare.*

**Specifică instituțiilor publice este asimilarea în categoria activelor fixe și a următoarelor:**

- *activele de patrimoniu, de exemplu: clădiri și monumente istorice, situri arheologice, zone de conservare, rezervații naturale;*

- valorile de muzeu, obiectele de artă și de expoziție;
- plantațiile de arbori și arbuști, potrivit HG nr. 964/1998 pentru aprobarea clasificății și a duratelor normale de funcționare a mijloacelor fixe;
- investițiile efectuate la mijloacele fixe luate cu chirie;
- capacitățile puse în funcțiune parțial, pentru care nu s-au întocmit formele de înregistrare;
- investițiile efectuate la imobilizările corporale în scopul îmbunătățirii parametrilor tehnici inițiali, prin majorarea valorii de intrare a imobilizării;
- echipamentele militare specializate;
- activele de infrastructură

**Nu sunt considerate imobilizări corporale:**

- motoarele, aparatele și alte subansambluri, în scopul înlocuirii componentelor uzate cu ocazia reparațiilor de orice fel, care nu modifică parametrii inițiali ai mijlocului fix;
- sculele, instrumentele și dispozitivele speciale care se folosesc fie la fabricarea anumitor produse de serie, fie la executarea anumitor comenzi, indiferent de valoare și de durata lor de funcționare normală;
- construcțiile și instalațiile provizorii;
- animalele care nu au îndeplinit condițiile pentru a fi trecute la animale adulte;
- pădurile și resursele naturale regenerative similare;
- prototipurile, atâta timp cât servesc ca model la executarea producției de serie sau sunt supuse încercărilor în vederea omologării la producător;
- echipamentele, uniforme de serviciu și de oraș pentru elevii și militarii în termen, echipamentele și materialele sportive;
- munițiile de orice fel (bombe, rachete, torpile, etc);
- echipamentele de protecție și de lucru, îmbrăcămintea specială, accesoriile de pat, indiferent de valoarea și durata lor de utilizare.

Deși parțial investițiile imobiliare corespund criteriilor prezentate, totuși, acestea sunt urmărite de IPSAS 16 „Investiții imobiliare”. Acesta le definește drept acea proprietate (teren, construcție sau o parte a unei construcții) deținută mai degrabă pentru a lua chirie sau pentru aprecierea capitalului sau pentru amândouă, decât pentru, utilizarea în producția sau furnizarea de bunuri și servicii sau pentru scopuri administrative, precum și vânzarea în cursul normal al exploatarei. În categoria investițiilor imobiliare se încadrează: terenurile deținute de un spital pentru aprecierea capitalului, care ar putea fi vândute la un moment benefic în viitor; terenurile deținute pentru a fi utilizate într-un viitor nedeterminat; o clădire închiriată în baza unui contract de leasing operațional etc. Nu sunt incluse în această categorie:

- proprietățile imobiliare deținute pentru a fi vândute pe parcursul desfășurării normale a activității, ca, de exemplu, vânzările - cumpărările de proprietăți făcute de o administrație municipală. Acestea vor fi recunoscute în conformitate cu IPSAS 12 „Stocuri”;
- proprietățile imobiliare construite sau îmbunătățite în numele unei terțe părți. De exemplu, activitatea de service a unui departament imobiliar, care va respecta regulile din IPSAS 11 „Contracte de construcții”;
- proprietățile imobiliare utilizate de posesor în viitor sau construite pentru ca în momentul definitivării construcției sau îmbunătățirii să fie comercializate ca investiții imobiliare vor fi contabilizate conform IPSAS 17 „Imobilizări corporale”;
- proprietățile imobiliare deținute pentru a oferi un serviciu social. De exemplu, o primărie deține un număr mare de locuințe utilizate pentru familiile cu venituri mici, tarifele de închiriere fiind sub prețul pieței. Acestea vor fi contabilizate conform IPSAS 17 „Imobilizări corporale”;
- imobilizările deținute în scopuri strategice se supun normei IPSAS 17 „Imobilizări corporale”.

OMFP nr. 3471/2008 pentru aprobarea Normelor metodologice privind reevaluarea și

amortizarea activelor fixe aflate în patrimoniul instituțiilor publice și al persoanelor juridice fără scop patrimonial a instituit obligativitatea calculării amortizării pentru activele fixe care fac parte din patrimoniul privat al statului, în continuare cele aparținând patrimoniului public nefiind supuse amortizării. Plecând de la aceste considerente, tratamentul contabil aplicabil imobilizărilor corporale trebuie încadrat, în funcție de categoria din care acestea fac parte, în patrimoniul public sau patrimoniul privat al statului. Împărțirea nu este în conformitate cu IPSAS 17 „Imobilizări corporale”, acesta impunând calculul amortizării imobilizărilor, excepție fac activele de patrimoniu, care pot fi amortizate sau nu.

A determina dacă o cheltuială reprezintă un activ sau un cost poate avea un impact semnificativ asupra surplusului sau deficitului raportat. Un activ fix este **recunoscut** atunci când:

- este probabil ca beneficiile economice viitoare sau potențialul de servicii asociat cu activul să revină instituției;

- costul sau valoarea justă a activului poate fi evaluat(ă) credibil.

Pentru a determina dacă un activ satisface primul criteriu, o instituție evaluează gradul de certitudine privind fluxurile de beneficii viitoare sau potențialul de servicii pe baza dovezilor disponibile la data intrării. Al doilea criteriu pentru recunoaștere este, în general, ușor de satisfăcut deoarece tranzacția privind cumpărarea activului îi identifică și costul.

O problemă specifică o reprezintă elementele separate de active fixe. Astfel, cărțile din bibliotecă, sistemele periferice de calculator, elementele mici de echipamente, luate individual, sunt nesemnificative; totuși, dacă aplicăm criteriile la valoarea agregată pot deveni semnificative. Majoritatea pieselor de schimb și echipamentelor de rezervă sunt înregistrate drept stocuri, dar dacă se așteaptă utilizarea lor pe durata a mai mulți ani ele pot fi calificate drept active fixe. În anumite circumstanțe, este potrivită alocarea cheltuielilor totale cu un activ părților componente ale acestuia, în special în cazul în care acestea au durată de viață diferită, contabilizarea să se facă separat pentru fiecare. Spre exemplu, pavajele, structurile, curbele și canalele, aleile, podurile și iluminarea pot necesita un tratament diferit ca elemente individuale în cadrul unui drum, în cazul în care au durată de viață utilă diferită. Activele fixe se înregistrează la momentul transferului dreptului de proprietate - pentru cele achiziționate cu titlu oneros sau la data întocmirii documentelor - pentru cele construite sau produse de instituție, respectiv primite cu titlu gratuit.

**Valoarea amortizabilă** reprezintă valoarea care trebuie alocată pe o bază sistematică duratei de viață utilă. În conformitate cu, **IPSAS 17**:

**Valoarea amortizabilă = Valoarea contabilă - Valoarea reziduală**

În activitatea practică, valoarea reziduală este de cele mai multe ori nesemnificativă. Cu toate acestea, dacă se efectuează o reevaluare, valoarea reziduală poate fi reestimată. În conformitate cu, **normele naționale**:

**Valoarea amortizabilă = Valoarea contabilă**

Normalizatorul român nu a avut în vedere posibilitatea existenței valorii reziduale.

**Durata de viață utilă** generează mari diferențe. În conformitate cu, **IPSAS 17, durata de viață utilă** este o problemă de raționament și depinde de utilizarea preconizată a unui activ (producția fizică sau capacitatea așteptată a activului), uzura fizică preconizată (numărul de schimburi, programe de reparații și întreținere, factorii de exploatare), uzura morală tehnică (schimbările sau îmbunătățirile din producție sau cererea de pe piață), limitele legale privind utilizarea activului (data de expirare a contractului de leasing).

În conformitate cu, **IPSAS 17, metodele de amortizare** permise sunt: metoda lineară, metoda de diminuare a soldului (amortizare degresivă) și metoda unităților de producție. În conformitate cu, **normele naționale metoda de amortizare** permisă este cea lineară pentru imobilizările corporale.

### 3. Asemănări și deosebiri între IPSAS 17 „Imobilizări corporale” și O.M.F.P. nr. 2021/2013, inclusiv alte reglementări

IPSAS 17 „Imobilizări corporale” are ca obiectiv principal prescrierea tratamentului contabil pentru imobilizările corporale astfel încât utilizatorii situațiilor financiare să poată deduce informațiile despre investițiile unei entități în imobilizări corporale și modificările din aceste investiții. Principalele probleme în contabilizarea imobilizărilor corporale sunt recunoașterea activelor, determinarea valorilor lor contabile și costurile de amortizare și pierderile din depreciere care trebuie recunoscute în relație cu acestea. Toate aceste elemente sunt regăsite și în reglementările naționale românești, fapt pentru care din analiza realizată asupra acestei teme am realizat o comparație în ceea ce privește implementarea acestui standard în contabilitatea publică din țara noastră. În acest sens, din sinteza informațiilor asupra acestui standard am identificat o serie de **asemănări** și **deosebiri** ce sunt redată în tabelele nr. 1. și 2.

**Tabelul nr.1. Asemănări identificate între IPSAS 17 și O.M.F.P. nr. 2021/2013, inclusiv alte reglementări**

Nr. crt.	<i>Identificare asemănări</i>	<i>Explicitare asemănări</i>
1.	<b>Definiția imobilizărilor corporale (activelor fixe corporale)</b>	Imobilizările corporale (active fixe corporale) sunt elemente deținute pentru a fi utilizate în producția de bunuri sau prestarea de servicii, pentru a fi închiriate terților sau pentru a fi folosite în scopuri administrative ce pot fi utilizate pe parcursul mai multor perioade de raportare.
2.	<b>Termeni utilizați</b>	Valoarea contabilă; Costul; Amortizarea; Valoarea amortizabilă; Valoarea justă; Tranzacții de schimb; Durata de viață utilă.
3.	<b>Recunoaștere în contabilitate</b>	Costul unui element de imobilizări corporale trebuie recunoscut dacă și numai dacă: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ este probabil ca beneficiile economice viitoare sau posibilele servicii asociate cu elementul să revină entității;</li> <li>✓ costul sau valoarea justă a elementului poate fi evaluat(ă) în mod credibil.</li> </ul>
5.	<b>Evaluare la recunoaștere</b>	Un element de imobilizări corporale care îndeplinește condițiile de recunoaștere drept activ trebuie să fie evaluat la cost. Atunci când un activ este dobândit dintr-o altă tranzacție decât cele de schimb, costul său trebuie evaluat la valoarea justă de la data achiziției. <b>Costul unui element de imobilizări corporale conține:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>prețul său de cumpărare</i>, inclusiv taxele vamale și taxele de cumpărare nerambursabile, după ce sunt deduse reducerile comerciale și rabaturile.</li> <li>✓ <i>orice costuri direct atribuibile aducerii activului la locația și în condiția necesare pentru ca acesta să poată fi exploatat în condițiile preconizate de conducere.</i></li> <li>✓ <i>estimarea inițială a costurilor de dezafectare</i>, mutare a elementului și restaurare a locului pe care se află acesta, obligație pe care o entitate o suportă fie atunci când elementul este dobândit, fie drept consecință a folosirii elementului într-o anumită perioadă în alte scopuri decât pentru a produce stocuri în acea perioadă.</li> </ul> <b>Reevaluările trebuie făcute cu suficientă regularitate pentru a se asigura că valoarea contabilă nu diferă semnificativ de cea care ar fi determinată utilizându-se valoarea justă la data de raportare.</b>

6.	<b>Factorii luați în considerare pentru a determina durata de viață utilă a unui activ</b>	Gradul de utilizare preconizat; Uzura fizică preconizată; Uzura morală tehnică și comercială; Limitele legale sau alte limite similar.
7.	<b>Metoda de amortizare</b>	Liniară și degresivă
8.	<b>Informații pe care le trebuie să le conțină Situațiile financiare despre imobilizările corporale</b>	Bazele de evaluare utilizate pentru determinarea valorii contabile brute; Metodele de amortizare utilizate; Duratele de viață utilă sau ratele de amortizare utilizate; Valoarea contabilă brută și amortizarea cumulată (împreună cu pierderile cumulate din depreciere) la începutul și la sfârșitul perioadei.

**Tabelul nr. 2. Deosebiri identificate între IPSAS 17 și O.M.F.P. nr. 2021/2013, inclusiv alte reglementări**

Nr. crt.	Identificare deosebiri	Explicitare deosebiri	
		IPSAS 17	O.M.F.P. nr. 2021/2013, inclusiv alte reglementări
1.	<b>Denumire Standard</b>	„Imobilizări corporale”	„Active fixe corporale”
2.	<b>Termeni utilizați</b>	Valoarea specifică entității; O pierdere din deprecierea unui activ generator de numerar; O pierdere din deprecierea unui activ generator de fluxuri nemonetare; Valoarea recuperabilă; Valoarea reziduală	-
3.	<b>Recunoaștere în contabilitate</b>	-	Evaluare inițială și evaluare la valorificarea și scoaterea din funcțiune.
4.	<b>Metoda de amortizare</b>	Metoda unităților de producție. Cheltuielile cu amortizarea pentru fiecare perioadă trebuie recunoscute în surplus sau în deficit, în afara cazului în care sunt incluse în valoarea contabilă a unui alt activ.	Liniară și degresivă.
	<b>Calculul amortizării</b>	Valoarea amortizabilă = Valoarea contabilă - Valoarea reziduală	Valoarea amortizabilă = Valoarea contabilă
5.	<b>Informații pe care trebuie să le conțină Situațiile financiare despre imobilizările corporale</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existența și valorile restricțiilor asupra titlurilor și imobilizărilor corporale depuse drept titluri de valoare pentru garantarea datoriilor;</li> <li>✓ valoarea cheltuielilor recunoscute în valoarea contabilă a unui element de imobilizări corporale pe parcursul construcției sale;</li> <li>✓ valoarea angajamentelor contractuale pentru achiziționarea imobilizărilor corporale;</li> <li>✓ valoarea compensațiilor de la terțe părți pentru elementele de imobilizări corporale care s-au depreciat, au fost pierdute sau la care s-a renunțat, care este inclusă în surplus sau în deficit, dacă aceasta nu este prezentată separat în situația propriu-zisă a performanței financiare.</li> </ul>	-

#### 4. Concluzii

Standardele Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public reprezintă cea mai bună practică internațională de raportare financiară pentru entitățile din sectorul public. Ele se aplică situațiilor financiare de uz general întocmite pe baza contabilității de angajamente și contabilității de casă, după caz. Există preocupare atât la nivel internațional cât și în cadrul Uniunii Europene pentru normalizare și armonizare a sistemelor contabile pentru a crea o manieră procedurală unitară de înregistrare care să asigure fluiditatea operațiunilor financiare între state, de asemenea profesia contabilă este preocupată și racordată la eforturile naționale în acest sens.

Scopul implementării Standardelor Internaționale de Contabilitate în Sectorul Public, se referă la îmbunătățirea evidențelor contabile și calitatea raportărilor financiare și au ca obiectiv elaborarea și aprobarea cadrului legislativ și normativ relevant, actualizarea Sistemului de Evidență Contabilă a Autorităților Publice. Actualmente, conform Manualului de Standarde Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public, Ediția 2017, accesat de pe siteul [www.ifac.org](http://www.ifac.org), pentru sectorul public, au fost adoptate 38 de standarde IPSAS ce au fost inspirate din standardele IFRS iar altele au fost nou create pentru specificul sectorului public.

Standardul IPSAS 17 „Imobilizări corporale” se aplică imobilizărilor corporale, inclusiv: echipamentelor militare specializate și activelor de infrastructură. Acest standard nu se aplică: *activelor biologice aferente activității agricole; drepturilor miniere și rezervelor de minerale precum cele de petrol, gaze naturale și resurse neregenerative*. Standardul nu poate prescrie unitatea de măsură pentru recunoaștere, adică ceea ce constituie un element de imobilizări corporale. Astfel, se impune raționamentul profesional în aplicarea criteriilor de recunoaștere în condițiile specifice ale unei entități. Un element de imobilizări corporale care îndeplinește condițiile de recunoaștere drept activ trebuie să fie evaluat la cost. Atunci când un activ este dobândit dintr-o altă tranzacție decât cele de schimb, costul său trebuie evaluat la valoarea justă de la data achiziției. Recunoașterea costurilor în valoarea contabilă a unui element de imobilizări corporale încetează atunci când elementul se află în locul și în condiția necesară pentru ca acesta să fie exploatat în condițiile preconizate de conducere. Prin urmare, costurile suportate pentru folosirea sau redistribuirea unui element nu sunt incluse în valoarea contabilă a acelui element. Recunoașterea costurilor în valoarea contabilă a unui element de imobilizări corporale încetează atunci când elementul se află în locul și în condiția necesară pentru ca acesta să fie exploatat în condițiile preconizate de conducere.

#### Bibliografie:

1. Bidașcu C. G. (2008), *Contabilitate bugetară în contextul Standardelor Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public*, Editura Ex Ponto, Constanța, 2008.
2. Ciurea M. (2023), *Standarde Internaționale de Contabilitate pentru sectorul public (IPSAS)*, Note de curs, Petroșani
3. Criveanu M. (2018), *Contabilitate publică, Ediție revizuită și actualizată*, Editura Universitaria, Craiova
4. Gisberto A., Nisulescu-Ashrafzadeh I. (2017), *Contabilitatea în instituțiile publice*, Editura ASE, București
5. Măcriș M. (2015), *Contabilitate publică. Ediția a II-a, revizuită și adăugită*, Editura Universitas Petroșani
6. Manea M. D. (2012), *Contabilitatea instituțiilor publice, Ediția a-2-a*, Editura C.H.Beck, București
7. Radu F., Barbu N., Radu V. (2017), *Evoluția contabilității. Context național și european*, Editura Pro Universitaria, București
8. Consiliul pentru Standarde Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public (2016), *Manualul de Norme Internaționale de Contabilitate pentru Sectorul Public*, Vol. 1 și 2 (2013),



traducere, Editura CECCAR, București

9. Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 1917/2005 pentru aprobarea Normelor metodologice privind organizarea și conducerea patrimoniului instituțiilor publice, a Planului de conturi pentru instituții publice și instrucțiunile de aplicare a acestuia, Monitorul Oficial nr. 1186/29.12.2005.
10. Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 2021/2013 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind organizarea și conducerea contabilității instituțiilor publice, Planul de conturi pentru instituțiile publice și instrucțiunile de aplicare a acestuia, aprobate prin Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1.917/2005, publicat în Monitorul Oficial nr. 831/24.12.2013.
11. Ordinul Ministrului Finanțelor Publice nr. 3471/25.11.2008 pentru aprobarea Normelor metodologice privind reevaluarea și amortizarea activelor fixe corporale aflate în patrimoniul instituțiilor publice publicat în Monitorul Oficial Nr.835/2008.

## Considerente de natură financiar- contabilă privind activitatea instituțiilor publice de învățământ preuniversitar

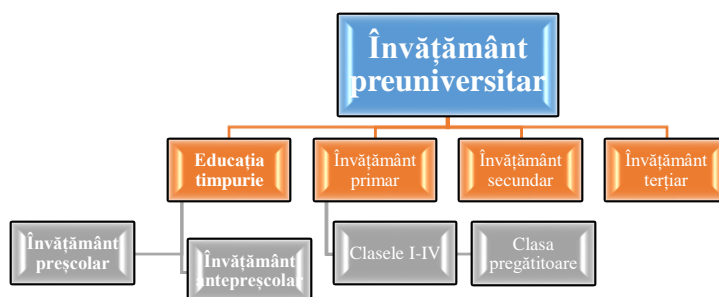
**Autor: Pociovălișteanu Diana**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** Organizing and conducting accounting in pre-university education institutions is similar to organizing and managing accounting in most public institutions. In the topic chosen by me, regarding the particularities of organizing and managing such institutions, I wanted to address the main forms of pre-university education, the particularities of budgeting incomes and expenditures, the way of financing the pre-university education institutions, as well as the main aspects regarding the organization and management of the accounting.

### 1. Introducere

În conformitate cu prevederile Legii educației naționale nr. 1/2011, sistemul național de învățământ preuniversitar este constituit din ansamblul unităților de învățământ de stat, particulare și confesionale autorizate/acreditate. Învățământul preuniversitar este organizat pe niveluri, forme de învățământ și, după caz, filiere și profiluri și asigură condițiile necesare pentru dobândirea competențelor-cheie și pentru profesionalizarea progresivă. Sistemul național de învățământ preuniversitar cuprinde următoarele **niveluri** (Figura 1):

- ✓ *educația timpurie (0-6 ani)*, formată din nivelul antepreșcolar (0-3 ani) și învățământul preșcolar (3- 6 ani), care cuprinde grupa mică, grupa mijlocie și grupa mare;
- ✓ *învățământul primar*, care cuprinde clasa pregătitoare și clasele I-IV;
- ✓ *învățământul secundar*, care cuprinde:
  - învățământul secundar inferior sau gimnazial, care cuprinde clasele V-VIII
  - învățământul secundar superior care poate fi: liceal, care cuprinde clasele de liceu IX-XII/XIII, cu următoarele filiere: teoretică, vocațională și tehnologică;
- ✓ *învățământul terțiar nonuniversitar*, care cuprinde învățământul postliceal.



**Figura 1. Nivelurile sistemului național de învățământ preuniversitar**

Învățământul liceal este organizat în două cicluri, respectiv: ciclul inferior al liceului, format din clasele a IX-a - a X-a, și ciclul superior al liceului, format din clasele a XI-a - a XII-a/a XIII-a. Învățământul liceal, vocațional și tehnologic, învățământul profesional și învățământul postliceal se

organizează pentru specializări și calificări stabilite de Ministerul Educației Naționale, în conformitate cu Registrul național al calificărilor.

Învățământul general obligatoriu este format din învățământul primar, învățământul secundar inferior și primii 2 ani ai învățământului secundar superior.

Învățământul tehnic cuprinde clasele a XII-a și a XIII-a din învățământul liceal, filiera tehnologică.

Învățământul profesional și tehnic este format din: învățământ profesional, învățământ liceal tehnologic și învățământ postliceal. Formele de organizare a învățământului preuniversitar sunt: învățământ cu frecvență și frecvență redusă.

Învățământul obligatoriu este învățământ cu frecvență. În mod excepțional, pentru persoanele care au depășit cu mai mult de 3 ani vârsta clasei, învățământul obligatoriu se poate organiza și în forma de învățământ cu frecvență redusă, în conformitate cu prevederile unei metodologii elaborate de Ministerul Educației.

## **2. Particularități ale organizării și conducerii contabilității la instituțiile publice de învățământ preuniversitar**

Organizarea și conducerea contabilității la instituțiile publice de învățământ preuniversitar este realizată de către ordonatorul de credite sau alte persoane care au obligația să gestioneze unitatea de învățământ. De regulă, instituțiile publice de învățământ organizează și conduc contabilitatea în compartimente distincte, compartimente ce sunt gestionate de către directorul economic, contabilul șef sau altă persoană desemnată să îndeplinească această funcție. Persoanele numite în funcțiile de conducere trebuie să aibă studii economice superioare, iar împreună cu personalul aflat în subordine, răspund de organizarea și conducerea contabilității, în conformitate cu legea. Desemnarea conducătorilor compartimentelor financiar-contabile din cadrul instituțiilor publice de învățământ se face cu încuviințarea șefului departamentului financiar-contabil al consiliului local.

Personalul care răspunde de organizarea și conducerea contabilității trebuie să îndeplinească, conform legii, condițiile necesare pentru întocmirea corectă și la zi a documentelor justificative privind operațiunile economice, organizarea și efectuarea inventarierii elementelor de activ și de pasiv, precum și valorificarea rezultatelor acesteia, respectarea regulilor de întocmire a situațiilor financiare, depunerea la termen a acestora la organele în drept, păstrarea documentelor justificative, a registrelor și situațiilor financiare, organizarea contabilității de gestiune adaptate la specificul persoanei juridice.

Evidența contabilă se ține în limba română și în moneda națională. Operațiunile efectuate în valută se înregistrează atât în moneda națională, cât și în valută, cele privind încasările și plățile în valută se consemnează în contabilitate la cursul, comunicat de Banca Națională a României, aferent zilei în care s-a efectuat tranzacția.

Fiecare operațiune economică realizată se consemnează într-un document care sta la baza înregistrărilor în contabilitate, în momentul efectuării acesteia, obținând astfel calitatea de document justificativ.

Registrul-jurnal, Registrul-inventar și Cartea mare, reprezintă registrele contabile obligatorii. Întocmirea, editarea și păstrarea acestora se realizează conform normelor emise de Ministerul Finanțelor Publice. Acestea se utilizează strict în funcție de destinația lor și se prezintă în mod ordonat. Registrul-jurnal reprezintă un document contabil în care sunt consemnate cronologic toate operațiunile economico-financiare. Acest registru se întocmește de către fiecare instituție de învățământ și nu numai, dar și de instituțiile aflate în subordine. Registrul-inventar, de asemenea, reprezintă un document contabil obligatoriu în care se consemnează elementele de activ și pasiv în funcție de natura lor. Acesta se întocmește anual la încheierea exercițiului într-un singur exemplar. Registrul Cartea mare reprezintă întocmai un document contabil obligatoriu, de sistematizare și sinteză. Acesta conține simbolurile conturilor debitoare, creditoare și soldul acestora.

Pentru a verifica dacă înregistrările în contabilitate s-au efectuat corect, se întocmește bilanța de verificare, cel puțin anual, la încheierea exercițiului financiar, sau la termenele de întocmire a situațiilor financiare periodice.

La nivelul fiecărei unități de învățământ preuniversitar, sistemul informatic de prelucrare automată a datelor, are obligația să asigure prelucrarea, controlul și păstrarea datelor înregistrate în contabilitate. Aceste sisteme informatice trebuie să permită tot timpul reconstituirea elementelor și conturilor, a listelor și informațiilor.

Instituțiile de învățământ preuniversitar utilizează conturile din planul de conturi aprobat prin Ordinul 2021/2013. Acesta este utilizat în organizarea și conducerea contabilității și reprezintă un sistem codificat ce are drept scop clasificarea operațiunilor și evenimentelor ce se produc în instituția de învățământ. Planul de conturi al instituțiilor publice de învățământ preuniversitar și în general a tuturor instituțiilor publice, cuprinde două **tipuri de conturi**:

✚ **Conturi generale** – conturile folosite la înregistrarea elementelor de activ și pasiv, a cheltuielilor și veniturilor corespunzătoare exercițiului financiar;

✚ **Conturi bugetare** – conturile folosite la reflectarea încasării veniturilor și cheltuielilor și la determinarea rezultatului execuției bugetare.

Exercițiul financiar reprezintă acea perioadă pentru care compartimentul financiar-contabil trebuie să întocmească situațiile financiare anuale. Și în cazul instituțiilor publice de învățământ preuniversitar un exercițiu financiar se desfășoară de la 1 ianuarie până la 31 decembrie a fiecărui an. Ministerul Finanțelor alocă anual credite consiliilor locale și județene, pentru unitățile de învățământ preuniversitar și aprobă credite bugetare Ministerului Educației pentru activitatea proprie și pentru activitatea instituțiilor aflate în subordinea sa. Primăria reprezintă ordonatorul principal de credite și are calitate de organ executiv al Consiliului local. Aceasta este responsabilă de furnizarea serviciilor educaționale și de finanțarea învățământului preuniversitar. Directorul economic al Primăriei este în măsură să se ocupe de corelarea bugetelor prezentate de unitățile de învățământ de stat și deține calitatea de ordonator terțiar de credite.

Fondurile alocate instituțiilor de învățământ preuniversitar pot fi folosite numai în scopul destinației pentru care au fost obținute. Autoritatea locală are calitatea de administrator al acestor fonduri, însă nu poate decide sau monotoriza cum vor fi folosite acestea.

Activitatea financiar contabilă în cazul instituțiilor de învățământ preuniversitar prezintă anumite particularități. Astfel, în cadrul serviciului financiar - contabil lucrează persoane cu studii superioare economice, ale căror **atribuții** sunt următoarele:

✓ *efectuează la timp înregistrările în contabilitate privind intrările de bunuri materiale, obiecte de inventar, active fixe, alți debitori și creditori și unele decontări cu bugetele locale și de stat;*

✓ *înregistrează plățile și cheltuielile din alocația bugetară în fișele de evidență pentru operațiunile bugetare pe subdiviziuni ale clasificăției bugetare;*

✓ *întocmesc și înregistrează în evidența sintetică și analitică notele contabile pentru toate operațiunile și activitățile;*

✓ *întocmesc și analizează bilanța de verificare lunară, urmărind toate corelațiile prevăzute de Legea contabilității nr.82/1991;*

✓ *întocmesc trimestrial și anual situațiile financiare;*

✓ *organizează efectuarea și valorificarea inventarierii generale și anuale;*

✓ *participă la întocmirea bugetului de venituri și cheltuieli al instituției și urmăresc realizarea acestuia pe structura clasificăției bugetare;*

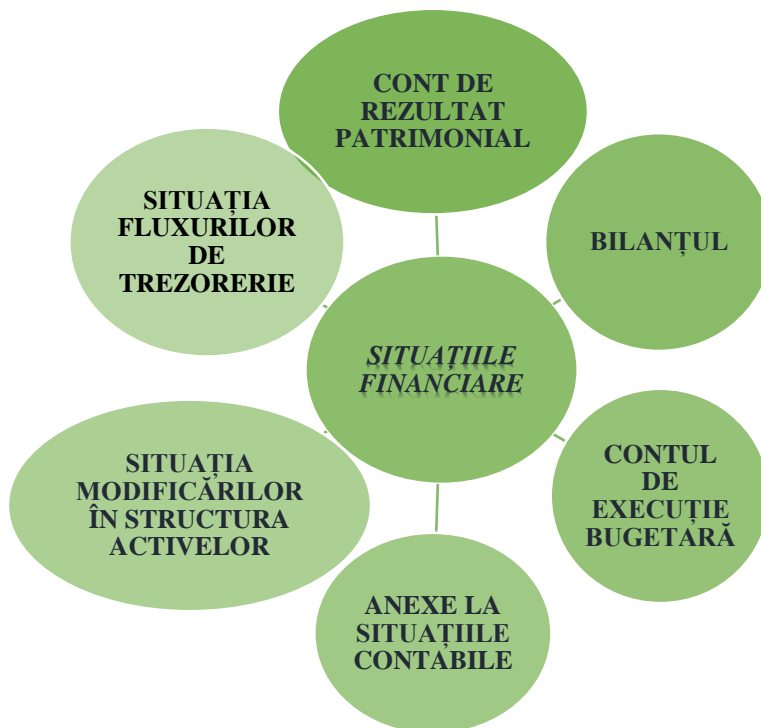
✓ *urmăresc și răspund de recuperarea pagubelor aduse entității;*

✓ *asigură la termen plata către buget a sumelor datorate;*

✓ *asigură gestionarea patrimoniului instituției în conformitate cu prevederile legale în vigoare;*

- ✓ efectuează operațiuni de încasări și plăți către persoane fizice și juridice, în numerar și prin virement, cu respectarea reglementărilor cuprinse în actele normative în vigoare;
- ✓ asigură și răspund de efectuarea corectă și la timp a calculului și a plății salariilor, precum și a celorlate drepturi de personal, în bani și în natură;
- ✓ răspund de încasarea de la persoane fizice și juridice a numerarului și depunerea acestuia la trezorerie, cu respectarea reglementărilor în vigoare;
- ✓ exercită și alte atribuții în domeniul lor de activitate, dispuse de conducerea entității în cadrul legal sau atribuții care decurg din actele normative în vigoare.

Situațiile financiare ale instituțiilor publice de învățământ preuniversitar sunt alcătuite din documente care reflectă pe de-o parte, poziția activelor aflate în administrarea statului și a unităților administrativ-teritoriale iar pe de altă parte, execuția veniturilor și cheltuielilor fiind întocmite în conformitate cu reglementările prevăzute de Ministerul Finanțelor Publice. Situațiile financiare se întocmes trimestrial și anual oferind o imagine concretă a activelor, datoriilor, poziției și performanței financiare și a rezultatului patrimonial. Componenta situațiilor financiare este reprezentată în figura 2.



Sursa : Prelucrat de autor

**Figura 2. Componenta situațiilor financiare**

În strânsă legătură cu întocmirea situațiilor financiare se află inventarierea generală a elementelor de activ și pasiv și a altor bunuri și valori aflate în gestiunea instituției, ce trebuie realizată de asemenea anual, potrivit normelor emise de Ministerul Finanțelor.

### **3. Aspecte cu privire la fundamentarea bugetului de venituri și cheltuieli în cadrul instituțiilor publice de învățământ preuniversitar**

Bugetul reprezintă documentul în care sunt prevăzute și aprobate în fiecare an veniturile și cheltuielile, în funcție de sistemul de finanțare al instituției publice. Instituțiile publice de învățământ preuniversitar au obligația de a-și întocmi bugetul propriu. Bugetul instituțiilor de învățământ preuniversitar cu personalitate juridică cuprinde și creditele bugetare pentru școlile fără personalitate juridică aflate în structura sa.

Instituțiile publice de învățământ preuniversitar arondate la alte unități de învățământ sau la instituțiile administrativ-teritoriale, își întocmesc bugetul împreună cu conducerea instituției la care sunt arondate. Întocmirea bugetului se face de către compartimentul financiar-contabil, în contextul cunoașterii ansamblului de indicatori ai instituției (numărul de elevi, numărul de posturi, categorii de personal didactic și utilități). La întocmirea proiectului de buget trebuie să fie respectate o serie de **principii generale** precum: *principiul universalității, principiul specializării bugetare, principiul transparenței și publicității, principiul unității, principiul anualității, principiul unității monetare*, dar și o serie de **principii specifice**, cum ar fi: *principiul solidarității; principiul autonomiei locale financiare; principiul proporționalității; principiul consultării*.

După ce bugetele au fost elaborate, urmează să fie prezentate administrației publice locale, astfel:

→ *Unitățile publice de învățământ a căror coordonatori au calitatea de ordonatori terțieri de credite, adică au contabilitate proprie și unitățile arondate la Primăriei, expun autorităților publice locale proiectul de buget și fundamentările corespunzătoare.*

→ *Unitățile publice de învățământ preuniversitar cu contabilitate proprie, care se ocupă și de organizarea evidenței contabile a instituțiilor arondate acestora, prezintă bugetul propriu și câte unul pentru fiecare unitate arondată, dar și un buget centralizat pentru toate instituțiile arondate și inclusiv bugetul propriu.* Consiliile locale, în funcție de sumele repartizate de la bugetul de stat, transmit bugetele aprobate, instituțiilor de învățământ și trezoreriei la care acestea sunt afiliate. Directorii unităților de învățământ se obligă ca, după aprobarea bugetelor, să facă publice bugetele anuale ale unităților de învățământ pe care le conduc.

Fundamentarea proiectului de buget se face în baza unor indicatori fizici și valorici care să prezinte realitatea necesarului de finanțare, cu indicația ca baza materială și fondurile existente să fie utilizate la maximă eficiență în interesul procesului de învățământ. La fundamentarea indicatorilor bugetului de venituri și cheltuieli trebuie să se țină cont de faptul că anul financiar bugetar nu corespunde cu anul școlar. Pe lângă fondurile alocate din bugetele locale și bugetul de stat, instituțiile publice de învățământ, utilizează și alte surse de venituri și anume veniturile proprii. Conducerea instituției de învățământ preuniversitar de stat are obligația să își fundamenteze cheltuielile pe bază de indicatori fizici și valorici care să reflecte în mod real necesarul de finanțare, aplicându-se măsuri pentru utilizarea cu maximă eficiență a bazei materiale existente și a fondurilor, în interesul procesului de învățământ și al elevilor. La fundamentarea indicatorilor din bugetul de venituri și cheltuieli se va avea în vedere că anul financiar bugetar cuprinde sfârșitul unui an școlar și începutul anului școlar următor. Veniturile extrabugetare se înscriu în bugetul de venituri și cheltuieli al activităților extrabugetare, pe surse, astfel:

➤ *venituri rezultate din activitatea de producție* (atelieri-școală, ferme agricole), prestări servicii, care cuprind sume încasate de unitatea de învățământ din activitatea de conversie și reconversie profesională, școlarizare, cursuri de inițiere în informatică, limbi străine, de producție, prestări de servicii și alte activități, în condițiile legii.

➤ *taxe de la persoane fizice și juridice.* Pentru stabilirea taxelor fiecare instituție de învățământ își estimează cheltuielile ocazionate de organizarea și desfășurarea unor examene și în funcție de numărul de elevi participanți, stabilește taxa pentru un elev. Conform acestor elemente se stabilesc și prevederile din buget la subdiviziunea respectivă. Sumele încasate la eliberarea certificatelor sau a diplomelor de absolvire, după caz, reprezintă o altă sursă proprie de venit al cărei nivel se stabilește și se comunică de inspectoratele școlare județene. Tarifele/elev, cursant percepute pentru organizarea cursurilor de pregătire solicitate de persoane juridice sau fizice se stabilesc, pe bază de convenție, cel puțin la nivelul cheltuielilor efectuate pentru desfășurarea cursurilor respective.

➤ *veniturile din închirierea spațiilor* temporar disponibile se prevăd în buget, la nivelul chiriei stabilite în contractele de închiriere, la care se adaugă obligatoriu cheltuielile de întreținere și utilitățile folosite;

- *veniturile din donații* reprezintă sumele donate de persoane fizice sau juridice pentru a fi folosite la cheltuieli de funcționare ale instituțiilor;
- *venituri din sponsorizări* primite de la persoane fizice și juridice conform legii;
- *alte venituri*.

Cheltuielile pentru activitățile extrabugetare se înscriu în buget pe titluri, articole și aliniate, în funcție de conținutul acestora, avându-se în vedere următoarele precizări:

↳ *cheltuielile pentru activitatea de producție* (ateliere-școală, ferme agricole) se stabilesc pe bază de devize întocmite pentru fiecare activitate de producție, prestări de servicii, în limita veniturilor prevăzute să fie realizate;

↳ *cheltuielile pentru desfășurarea examenelor sau a cursurilor de pregătire* solicitate de persoanele juridice și fizice se stabilesc în limita veniturilor din taxele respective;

↳ *cheltuielile necesare pentru tipărirea certificatelor sau a diplomelor de absolvire* se stabilesc în limita sumelor încasate pentru eliberarea certificatelor sau a diplomelor;

↳ *cheltuielile din veniturile încasate din închirieri de spații*;

↳ cheltuielile din sumele încasate drept donații și sponsorizări se înscriu în buget pentru realizarea acțiunii stabilite de donator sau în contractele de sponsorizare, după caz. În situația în care nu au fost stabilite destinații împreună cu sponsorii și cu donatorii, aceste sume se folosesc pentru acoperirea celorlalte cheltuieli de funcționare ale instituțiilor de învățământ preuniversitar de stat.

↳ *cheltuielile din alte surse de venituri* realizate în condițiile legii.

Bugetul anual al instituțiilor de învățământ preuniversitar cuprinde totalitatea veniturilor respectiv a fondurilor de care dispune unitatea de învățământ pe o perioadă de un an și totalitatea cheltuielilor preconizate în această perioadă, proporționale cu nevoile unității. Necesarul de resurse care va fi înscris în veniturile bugetului anual al unității de învățământ preuniversitar se va stabili pe următoarele categorii de **fonduri**:

- ✓ *fondurile corespunzătoare finanțării de bază*;
- ✓ *fondurile corespunzătoare finanțării complementare*;
- ✓ *fondurile corespunzătoare finanțării suplimentare*.

Conform legii nr. 1/2011 a educației naționale, finanțarea învățământului preuniversitar se realizează pe baza următoarelor **principii**:

- *transparența fundamentării și alocării fondurilor*;
- *echitatea distribuirii fondurilor destinate unui învățământ de calitate*;
- *adecvarea volumului de resurse în funcție de obiectivele urmărite*;
- *predictibilitatea, prin utilizarea unor mecanisme financiare coerente și stabile*;
- *eficiența utilizării resurselor*.

#### 4. Concluzii

Instituțiile publice din România joacă un rol important în societatea noastră, fiind cele care desfășoară, în general, activități în folosul comunității, cum ar fi: sănătate, învățământ, cultură și artă, justiție, protecție și autoritate publică.

În contextul actual impus de noile reglementări contabile în domeniul contabilității publice un interes deosebit îl reprezintă organizarea și conducerea activității financiar-contabile de la nivelul învățământului preuniversitar. Calitatea de ordonator de credite al acestor instituții o are directorul, care răspunde de buna gestionare a patrimoniului aflat în administrare, precum și de organizarea și conducerea contabilității. Activitatea financiar – contabilă este condusă de șeful compartimentului financiar - contabil ce are calitatea de Contabil șef și împreună cu personalul din subordine răspunde de organizarea și conducerea contabilității instituției în conformitate cu prevederile legale. Atribuțiile acestuia, precum și a personalului din subordine în domeniul contabilității, se stabilesc de către ordonatorul de credite ce are obligația gestionării patrimoniului, potrivit legii. Compartimentul

financiar- contabil primește de la directorul instituției bugetul de venituri și cheltuieli, cel mai târziu la începutul anului financiar în derulare și urmărește realizarea lui, informând conducerea despre modul de îndeplinire și încadrare în limitele de cheltuieli. Angajarea și efectuarea de cheltuieli se aprobă de ordonatorul de credite și se efectuează numai cu viza prealabilă de controlul financiar preventiv.

În ceea ce privește situațiile financiare, acestea se întocmesc trimestrial, respectiv anual și se depun la Inspectoratul Școlar Județean din raza de activitate a instituțiilor, în vederea întocmirii de către acesta a situațiilor financiare centralizate pentru întreg sistemul de învățământ preuniversitar al județului respectiv.

### **Bibliografie:**

1. Criveanu M. (2018), *Contabilitatea în instituțiile publice*, Editura Universitaria, Craiova, 2018
2. Dumitru M., Pitulice I. C., Ștefănescu A. (2014), *Cartea verde a contabilității instituțiilor publice*, Ediția a II-a, Editura RENTROP & STRATON, București
3. Gisberto A. Nișulescu I., Șendroiu C. (2018), *Contabilitatea instituțiilor publice*, Editura ASE, București
4. Ionescu L. (2016), *Contabilitatea instituțiilor publice. Principii, proceduri, situații financiare*, Editura Fundației România de Mâine, București
5. Manea M.D. (2012), *Contabilitatea instituțiilor publice*, Editura C. H. Beck, București, 2012.
6. Măcriș M. (2015), *Contabilitate publică*, Editura Universitas, Petroșani
7. Legea educației naționale nr. 1/2011
8. Legea contabilității nr. 82/1991
9. Ordinul Ministrului Finanțelor publice nr. 1917/2005, modificat și completat prin OMFP2021/2013 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice privind organizarea și conducerea contabilității instituțiilor publice, Planul de conturi pentru instituțiile publice și instrucțiunile de aplicare a acestuia, aprobate prin Ordinul ministrului finanțelor publice nr. 1.917/2005, publicat în M.O. nr. 831/24.12.2013



## Rolul și importanța ratelor în diagnosticul financiar

**Autor: Sima Georgeta Iuliana**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Popescu Mirela**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In financial statements analysis the main method used is the ratio method. Financial ratios are useful to indicate company's financial situation, through the financial diagnosis. The analysis method that has emerged in financial analysis has the advantage that it allows the financial analyst to track the progress of the company and present its picture to users. Those ratios are also important in comparative analysis of two or more companies which activates in the same field of activity.*

### 1. Introducere

În analiza poziției financiare a firmei o metodă utilizată prin excelență este metoda ratelor.

Aprofundarea analizei situației financiare pe baza bilanțului impune recurgerea la un procedeu frecvent utilizat în analiza financiară - “metoda *ratios*”.

În analiza financiară termenul englezesc *Ratio*, de origine latină (*Ratus = calculat, socotit*), utilizat la masculin, este sinonim cu: raport, coeficient, procent, *rată*. și desemnează un raport economic sau financiar semnificativ între două mărimi absolute care reprezintă două posturi sau grupe de posturi din bilanț, din contul de rezultat, sau din bilanț și din contul de rezultat. Între elementele raportului trebuie să existe omogenitate din punct de vedere al modului de evaluare și relații directe între mărimile ce se compară<sup>1</sup>.

Raportul poate fi exprimat în *procente*, în număr de zile sau ani, sau sub formă de *coeficient*, fiind utilizat în scopul obținerii unor informații mai *semnificative* decât le pot oferi valorile absolute ale mărimilor contabile sau datele extracontabile. Evident că nu pot fi raportate decât mărimi ce au *relații* între ele pentru a obține o *rată* semnificativă.

### 2. Analiza comparativă a structurii patrimoniale de Activ și Pasiv pe baza ratelor

Analiza comparativă este o formă de calcul deosebit de utilă. Calculul comparativ poate cuprinde un grup de indicatori (mărimi) referitori la activitatea unei întreprinderi ce vizează mai multe perioade de gestiune. Aceste calcule se pot extinde și asupra unităților similare.

Calculul comparativ comportă un studiu al dinamismului problematicii cercetate. Din acest punct de vedere distingem două tipuri de abordări: în timp și în spațiu.

Analiza comparativă în timp își propune să cerceteze dinamica fenomenului, procesului sau mărimii cercetate la nivelul întreprinderii sau la un nivel ierarhic superior acesteia (grup de întreprinderi, ramură, minister). Analiza în dinamică se realizează cu ajutorul:

- *modificărilor absolute* ( $\Delta$ ) ce poate fi cu bază fixă sau cu bază mobilă (în lanț):
  - a. bază fixă  $\Delta_f = M_n - M_0$
  - b. bază în lanț  $\Delta_m = M_n - M_{n-1}$
- *indicilor* ( $i$ ) cu bază fixă sau bază mobilă:
  - a. bază fixă 
$$i_f = \frac{M_n}{M_0} \times 100$$

---

<sup>1</sup> Petrescu S., *Analiză și diagnostic financiar contabil*, Editura CECCAR, București, 2010

- b. bază în lanț  $i_m = \frac{M_n}{M_{n-1}} \times 100$
- *ratelor de creștere (Re) cu bază fixă și cu bază mobilă:*
    - bază fixă  $R_{cf} = i_f - 100$
    - bază în lanț  $R_{cm} = i_m - 100$
  - *ritmului mediu de creștere ( $\bar{R}$ )*

$$\bar{R} = \left( \sqrt[n-1]{\frac{M_n}{M_0}} - 1 \right) \times 100$$

Analiza comparativă în spațiu abordează evoluția a două entități economice asemănătoare ca profil dar cu un nivel al activității diferit. Acest tip de analize au rolul de a generaliza realizările obținute într-un domeniu de activitate. Numai cu ajutorul acestora se pot evidenția influențele legate de:

- Poziția geografică a întreprinderilor;
- Dotarea tehnică și procesele tehnologice;
- Volumul și sortimentul producției.

Așadar, analiza comparativă, este o formă de calcul prin care se valorifică rezultatele istorice dar cu ajutorul ei se poate prefigura și mersul viitor al activității economice.

**Tabel. nr. 1.**

**Prezentarea ratelor ce caracterizează structura activului**

<i>Nr. crt.</i>	<i>Rate de structură ale activului bilanțului</i>	<i>Relația de calcul</i>	<i>Semnificație</i>
1.	<i>Rata activelor imobilizate</i>	$\frac{\text{Active imobilizate}}{\text{Activ total}} \times 100$	- măsoară ponderea elementelor patrimoniale utilizate permanent în totalul patrimoniului, reflectând gradul de investire a capitalului în întreprindere
1.a.	<i>Rata imobilizărilor necorporale</i>	$\frac{\text{Imobilizari necorporale}}{\text{Activ total}} \times 100$	- măsoară ponderea valorii activelor intangibile în totalul activului
1.b.	<i>Rata imobilizărilor corporale</i>	$\frac{\text{Imobilizari corporale}}{\text{Activ total}} \times 100$	- măsoară ponderea valorii activelor fixe corporale, și poate exprima și măsura în care întreprinderea poate rezista unei crize economice, întrucât o imobilizare ridicată a capitalurilor în active fixe mărește riscul netransformării rapide a acestora în lichidități
1.c.	<i>Rata imobilizărilor financiare</i>	$\frac{\text{Imobilizari financiare}}{\text{Activ total}} \times 100$	- exprimă intensitatea relațiilor financiare pe care întreprinderea le-a stabilit cu alte unități, și reflectă politica de investiții financiare a firmei

2.	<i>Rata activelor circulante</i>	$\frac{\text{Active circulante}}{\text{Activ total}} \times 100$	- reflectă ponderea activelor cu caracter temporar în totalul activelor, măsurând indirect și gradul de lichiditate al patrimoniului
2.a.	<i>Rata stocurilor</i>	$\frac{\text{Stocuri}}{\text{Activ total}} \times 100$	- reflectă ponderea stocurilor (activele cel mai puțin lichide) în totalul activelor
2.b.	<i>Rata creanțelor</i>	$\frac{\text{Creante}}{\text{Activ total}} \times 100$	- măsoară ponderea creanțelor în totalul activelor, fiind influențată și de termenele de plată practicate de întreprindere și reflectă politica de credit comercial a întreprinderii
2.c.	<i>Rata disponibilităților</i>	$\frac{\text{Disponibilitati banesti}}{\text{Activ total}} \times 100$	- măsoară ponderea disponibilităților bănești (cele mai lichide active) în patrimoniul întreprinderii și reflectă lichiditatea internă a întreprinderii

**Tabel nr. 2.**

**Ratele de structura ale Activului (Tabel centralizator)**

Nr.Crt.	Indicator	UM	Formula	Anul N-1	Anul N
1.	Rata activelor imobilizate(A)	%	Ai/AtX100	73,61	73,41
	Rata activelor imobilizate(B)	%	Ai/AtX100	72,61	77,48
	Rata activelor imobilizate(C)	%	Ai/AtX100	39,64	42,41
	Valoare maxim acceptata	%	-	60	60
1.1.	Rata imobilizarilor necorporale(A)	%	In/AtX100	0,08	0,17
	Rata imobilizarilor necorporale(B)	%	In/AtX100	0,07	0,09
	Rata imobilizarilor necorporale(C)	%	In/AtX100	0,03	0,04
1.2.	Rata imobilizarilor corporale(A)	%	Ic/AtX100	73,52	73,22
	Rata imobilizarilor corporale(B)	%	Ic/AtX100	72,53	77,38
	Rata imobilizarilor corporale(C)	%	cI/AtX100	39,46	41,46
1.3.	Rata imobilizarilor financiare(A)	%	If/AtX100	0,00	0,00
	Rata imobilizarilor financiare(B)	%	If/AtX100	0,00	0,00
	Rata imobilizarilor financiare(C)	%	If/AtX100	0,14	0,90
2.	Rata activelor circulante(A)	%	Ac/AtX100	25,74	26,18
	Rata activelor circulante(B)	%	Ac/AtX100	27,38	22,51
	Rata activelor circulante(C)	%	Ac/AtX100	60,35	57,58
	Valoare minim acceptabila	%	-	40	40
2.1.	Rata stocurilor(A)	%	S/AtX100	11,74	12,85
	Rata stocurilor(B)	%	S/AtX100	11,58	8,39
	Rata stocurilor(C)	%	S/AtX100	11,81	10,93
2.2.	Rata creantelor(A)	%	Cr/AtX100	11,59	11,00
	Rata creantelor(B)	%	Cr/AtX100	13,73	11,11
	Rata creantelor(C)	%	Cr/AtX100	43,61	43,22
2.3.	Rata disponibilitatilor banesti(A)	%	Db/AtX100	3,04	2,32
	Rata disponibilitatilor banesti(B)	%	Db/AtX100	0,67	0,47
	Rata disponibilitatilor banesti(C)	%	Db/AtX100	4,92	3,42

Calculul ratelor a fost realizat pe baza datelor din situațiile financiare anuale a 3 societăți din domeniul panificației (Societatea A – S.C. Boromir S.A.; Societatea B – S.C. Titan S.A.; Societatea C – S.C. Spicul S.A.)

Rata activelor imobilizate, pentru societățile (A) și (B) este mai mare decât valoarea maxim acceptată, semnificând faptul că ponderea imobilizărilor crește ca urmare a modificării într-o proporție mai mare a valorii activelor imobilizate în raport cu valoarea activului total. Pentru societatea (C) rata activelor imobilizate, variază sub nivelul valorii maxim admisibile astfel situația se poate considera favorabilă.

Rata activelor imobilizate necorporale, pe întreaga perioadă, înregistrează valori nesemnificative (sub 1%), în cazul celor trei societăți, ceea ce arată că acestea nu au o activitate deosebită de cercetare.

Rata imobilizărilor corporale înregistrează valori destul de ridicate, în special în cazul societăților A și B, deoarece societatea beneficiază de o infrastructură importantă în vederea realizării obiectului său de activitate.

Este nesemnificativă evoluția imobilizărilor financiare. În mod firesc, indicatorul înregistrează valori ridicate în cazul holdingurilor al căror obiect de activitate îl reprezintă gestionarea unui portofoliu de participații.

Valorile foarte reduse obținute în cazul societăților analizate (sub 1 %), relevă faptul că firma nu dezvoltă o politică activă de investiții financiare.

Rata activelor circulante înregistrează o ușoară tendință de creștere în cazul societății A ca urmare a creșterii activelor circulante într-un ritm superior creșterii activului total, sporind ponderea utilizărilor ciclice în total, însă sub valoarea minimă acceptabilă, iar pentru societățile B și C este în scădere, pentru societatea C peste valoarea minimă acceptabilă.

Rata stocurilor în cazul celor trei întreprinderi studiate înregistrează o evoluție descendentă pentru societățile B și C, ceea ce confirmă creșterea într-un ritm mai lent a stocurilor față de activele circulante. Situația întreprinderilor, din acest punct de vedere, este favorabilă, deoarece are loc o reducere a imobilizării resurselor financiare în stocuri și, de asemenea, o îmbunătățire a utilizării acestora.

Rata creanțelor în cazul întreprinderilor A și C a înregistrat o tendință ușor descrescătoare, reflectând scăderea ponderii valorii creanțelor în valoarea activelor circulante. Un ritm de creștere a creanțelor mai mare decât ritmul de creștere a cifrei de afaceri reflectă o înrăutățire a situației încasărilor, care se poate datora creșterii duratei în zile a unei rotații a clienților cu un efect negativ asupra lichidității întreprinderii. În cazul în care creanțele cresc într-un ritm inferior creșterii cifrei de afaceri, acest fapt semnifică scăderea duratei medii de încasare a creanțelor, aspect favorabil.

Rata disponibilităților bănești scade în ultimul an de analiză în cazul celor 3 societăți având ca efect scăderea lichidității activelor circulante.

**Tabel nr. 3.**

**Prezentarea ratelor ce caracterizează structura pasivului**

<i>Nr. crt.</i>	<i>Rate de structură ale pasivului bilanțului</i>	<i>Relația de calcul</i>	<i>Semnificație</i>
1.	<i>Rata stabilității financiare</i>	$\frac{\text{Capital permanent}}{\text{Pasiv total}} \times 100$	- reflectă ponderea surselor de care întreprinderea dispune în mod stabil (pentru o perioadă mai mare de 1 an) în totalul surselor de acoperire a mijloacelor economice
2.	<i>Rata autonomiei globale</i>	$\frac{\text{Capital propriu}}{\text{Pasiv total}} \times 100$	- reflectă ponderea capitalurilor proprii în totalul surselor de finanțare și pune în evidență gradul

			de dependență sau independență a întreprinderii față de terți
3.	<i>Rata datoriilor pe termen scurt (rata îndatorării curente)</i>	$\frac{\text{Datorii pe termen scurt}}{\text{Pasiv total}} \times 100$	- măsoară gradul în care resursele curente contribuie la formarea resurselor totale și participă la finanțarea activității
4.	<i>Rata îndatorării globale</i>	$\frac{\text{Datorii totale}}{\text{Pasiv total}} \times 100$	- măsoară ponderea datoriilor globale, indiferent de durata și originea lor în totalul surselor de finanțare

**Tabel nr. 4**

**Ratele de structura ale Pasivului (Tabel centralizator)**

Nr.Crt.	Indicator	UM	Formula	Anul N-1	Anul N
1.	Rata stabilitatii financiare(A)	%	Cp/PtX100	57,11	41,55
	Rata stabilitatii financiare (B)	%	Cp/PtX100	59,13	60,04
	Rata stabilitatii financiare (C)	%	Cp/PtX100	71,16	69,36
	Valoare minim acceptabila	%	-	66	66
2.	Autonomia financiara globala(A)	%	Cpr/PtX100	56,94	41,47
	Autonomia financiara globala (B)	%	Cpr/PtX100	57,12	58,42
	Autonomia financiara globala (C)	%	Cpr/PtX100	62,91	67,08
	Valoare minim acceptabila	%	-	33	33
3.	Autonomia financiara la termen(A)	%	Cpr/CpX100	99,71	99,81
	Autonomia financiara la termen(B)	%	Cpr/CpX100	96,61	97,32
	Autonomia financiara la termen(C)	%	Cpr/CpX100	88,41	96,72
	Valoare minim acceptabila	%	-	50	50
4.	Rata de indatorare globala (A)	%	Dt/PtX100	43,06	58,53
	Rata de indatorare globala (B)	%	Dt/PtX100	42,88	41,58
	Rata de indatorare globala (C)	%	Dt/PtX100	37,09	32,92
	Valoare maxim acceptata	%	-	66	66
5.	Rata de indatorare la termen(A)	%	Dtl/CpX100	0,29	0,19
	Rata de indatorare la termen (B)	%	Dtl/CpX100	3,39	2,69
	Rata de indatorare la termen (C)	%	Dtl/CpX100	11,59	3,29
	Valoare maxim acceptata	%	-	50	50

Calculul ratelor a fost realizat pe baza datelor din situațiile financiare anuale a 3 societăți din domeniul panificației (Societatea A – S.C. Boromir S.A.; Societatea B – S.C. Titan S.A.; Societatea C – S.C. Spicul S.A.)

Rata autonomiei financiare globale prezintă o creștere în ultimul an de analiză pentru societățile B și C și o scădere pentru societatea A, valoarea acesteia situându-se peste nivelul minim acceptabil de 33% în cazul tuturor celor trei societăți și anume în jurul valorii de 41% (pentru societatea A în anul N, ceea ce semnifică că aceasta își finanțează activitățile într-o proporție de 41% din resurse proprii. Pentru societatea B valoarea ratei autonomiei financiare globale este de 58%, iar pentru C de 67%), în ansamblu, întreprinderile dispunând de o autonomie financiară ridicată.

În toți anii analizați, întreprinderile au înregistrat o rata a autonomiei financiare la termen foarte ridicată, cu mult peste minimul acceptat (aspect favorabil).

Rata îndatorării globale înregistrează o tendință de scădere în cazul societăților B și C, situându-se mult sub valoarea maxim acceptabilă de 66% (în jurul valorii de 33% pentru societatea C, și respectiv 41% pentru societatea B în anul N). Acest lucru sugerează faptul că societățile au utilizat

resurse împrumutate și atrase în proporție de aproximativ 33%, respectiv 41%. Aceste reduceri ale ratei s-au datorat creșterii într-un ritm mai mic a datoriilor totale față de pasivul total. În cazul societății A rata îndatorării globale este în creștere de la 43% la 58,53% în anul N, dar sub valoarea prag de 66%.

În toți cei trei ani de analiză societățile au beneficiat de un grad redus de îndatorare la termen, aflându-se cu mult sub limita maxim acceptabilă pentru acest indicator (50%).

Analiza în dinamică a ratei stabilității financiare arată că acest indicator înregistrează o tendință de creștere în cazul societății B, aceasta semnifică o creștere a ponderii capitalurilor permanente în totalul surselor de finanțare. Situația poate fi considerată favorabilă în anul N, întrucât majorarea capitalului permanent în raport cu pasivul total se datorează creșterii capitalurilor proprii într-un ritm superior datoriilor pe termen mediu și lung, însă totuși sub nivelul minim acceptabil de 66%. Creșterea valorii indicatorului în perioada analizată reflectă reducerea ponderii resurselor ciclice în finanțarea activității întreprinderilor, acestea beneficiind de o stabilitate financiară crescută. Rata înregistrează o tendință de scădere în cazul societăților A și C, însă doar în cazul societății C, nivelul ratei stabilității financiare depășește valoarea prag minim acceptabilă de 66% , și deși a înregistrat o tendință de scădere, nivelul indicatorului situându-se în jurul valorii de 69%, fapt ce semnifică că societatea dispune de un grad ridicat de autonomie financiară.

### 3. Concluzii

Ratele sunt utile în analiză și diagnosticul financiar din următoarele considerente<sup>2</sup>:

- permit aprecierea stării de sănătate financiară a întreprinderii și evaluarea performanțelor managementului, constituind o informație sintetică atât pentru conducerea întreprinderii, cât și pentru acționari, bancă, analiști financiari, etc.
- permit vizualizarea unei evoluții, pe baza evoluției trecute putându-se preziona tendința în viitor, cu condiția să nu se producă modificări majore față de perioadele anterioare;
- asigură realizarea de comparații cu alte întreprinderi de același tip, cu întreprinderi din aceeași ramură sau cu date statistice, permițând și efectuarea unor agregări și prezentarea nivelurilor ratelor financiare, ca medii pe activități economice specifice;
- ratele sunt elemente esențiale ale tabloului de bord al întreprinderii. Ele trebuie regrupate și transcrise sub formă de grafice simple, ușor de citit și adaptate nivelului fiecărui responsabil, pentru a clarifica și sintetiza informațiile în vederea ușurării luării deciziilor.
- ratele contribuie la luarea deciziilor, recomandându-se totuși utilizarea cu prudență a acestora, fără a lansa aprecieri excesive pe baza unei singure rate.

### Bibliografie:

1. Achim, M.V., *Analiza financiară a entității economice*, Editura Risoprint, Cluj Napoca, 2011
2. Buglea, A., Lala Popa, I., *Analiză economico-financiară*, Editura Mirton, Timișoara, 2009
3. Hristea A.M., *Analiza economică și financiară a activității întreprinderii – de la intuiție la știință*, Vol 1, Editura Economică, București, 2015
4. Lezeu, D.N., *Analiza situațiilor financiare ale întreprinderii*, Editura Economică, București, 2004
5. Monea, M., *Analiză financiară. Noțiuni teoretice și studii de caz*, Editura Sitech, Craiova, 2012
6. Monea, M. *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Editura Universitas, Petroșani, 2015

---

<sup>2</sup> Lezeu D.N., *Analiza situațiilor financiare ale întreprinderii*, Editura Economică, București, 2004, pag. 152

7. Oancea-Negescu, M.D., *Analiza și evaluarea informațiilor financiare*, Editura Economică, București, 2009
8. Pătrașcu, L., *Situațiile financiare suport informațional în decizia managerială*, Editura Tehnopress, Iași, 2008
9. Păvăloaia, W., Paraschivescu, M.D., Olaru, G., Radu F., *Analiză financiară. Studii de caz*, Editura Tehnopress, Iași, 2006
10. Păvăloaia, W., Păvăloaia, D., *Analiză economico-financiară*, Editura Tehnopress, Iași, 2009
11. Petrescu, S., *Analiză și diagnostic financiar contabil*, Editura CECCAR, București, 2010
12. Robu, V., Anghel I., Șerban C., *Analiză economico-financiară a firmei*, Editura Economică, București, 2014

## Analiza structurii patrimoniale a entităților economice

**Autor: Ungur Rachela Lorena**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Popescu Mirela**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The role of the financial statements preparation is to be transmitted to third parties, to satisfy the needs of all users interested in the financial situation of the entity and its assets and liabilities. The analysis of the financial statements and assets and liability's structure, carried out for each year will show us, through the indicators obtained, the economic reality of the entity and its functioning during the analysed period.*

### 1. Introducere

Analiza structurii financiar-patrimoniale este necesară oricărui acționar sau investitor, care dorește să-și crească performanțele financiare, chiar dacă nu este un cunoscător în ramura de contabilitate. Oricare investitor își propune să realizeze profituri mari la nivelul entității indiferent de activitatea pe care o desfășoară sau forma de proprietate și de asemeni ia în calcul menținerea entității pe piață prin activitatea desfășurată în România, pe o perioadă cât mai îndelungată.

Analiza structurii patrimoniale într-o entitate evidențiază echilibrul financiar al unei entități, atât pe termen lung cât și pe termen scurt. Efectuarea analizei structurii financiar-patrimoniale, poate duce la satisfacerea pe piață a cerințelor comunicate de utilizatorii interesați, creditorii, organele fiscale ale statului pentru întocmirea bugetului de venituri și cheltuieli necesare pentru proiectele de viitor ale entității.

Printre principalele funcții ale structurii financiar-patrimoniale, este cea de instrument al managementului pentru evaluarea resurselor patrimoniale de care dispune entitatea.

### 2. Rolul analizei structurii financiar-patrimoniale

Analiza structurii financiar-patrimoniale are rolul de a folosi instrumentele și mijloacele necesare pentru a putea urmări și conduce ”funcțiunea de reglare”<sup>1</sup>, în procesul decizional al conducerii entității.

În analiza structurii elementelor patrimoniale de activ și pasiv, se pot calcula indicatorii economici, stabilirea fondului de rulment, necesarul de fond de rulment și trezoreria netă, folosind informațiile care au fost detaliate în situațiile financiare de către persoana responsabilă din entitate, la sfârșitul fiecărui an calendaristic.

Rolul întocmirii situațiilor financiare, este de a fi transmise terților, de a satisface nevoia tuturor utilizatorilor interesați de statutul financiar al entității și de patrimoniul entității.

Indicatorii financiar ne permit prin rezultatele obținute, stocuri de informații despre performanțele economice a entității, dar și poziția de clasare pe piață a acesteia în domeniul în care își desfășoară activitatea fiecare.

Practica ne arată că rezultatele analizei structurii financiar-patrimoniale întocmite pentru a analiza comparații între diferite perioade de timp, duc la reușite în economia entității și sunt în mare parte rezultatele calității în luarea deciziilor și implementarea lor în în cadrul entității.

---

<sup>1</sup>Cojocar C. Constantin, Călin Geanina, Cojocă Guoadelia Aureliana, *Analiză economică-financiară*, Editura Economică, 2003, pagina 22-23



Această analiză a structurii financiar-patrimoniale, permite o cunoaștere mai vastă a situației referitoare la patrimoniul societății, între mijloacele existente și sursele de finanțare ale entității, o comparație între performanțele realizate de entitate și performanțele pe care le realizează alți posibili concurenți.

Analiza structurii financiar-patrimoniale realizată pentru fiecare an în parte, ne va prezenta prin indicatorii obținuți realitatea economică a entității și modul de funcționare a acesteia în perioada analizată.

Din analiza activului entității putem extrage informații necesare în determinarea ratelor de structură aferente fiecărei componentă patrimonială a entității.

Rolul acestei analize a structurii financiar-patrimoniale este de a permite o cunoaștere mai vastă a situației referitoare la patrimonial entității.

Un studiu între mijloacele existente din patrimoniul entității și sursele de finanțare pe care le deține aceasta sau o comparație între succesele realizate de entitate și reușitele altor posibili concurenți pe același domeniu de activitate, ne arată eficiența entității și posibilitatea de a lua decizii acolo unde există puncte slabe.

### 3. Principalele categorii de indicatori utilizați în analiza structurii financiar-patrimoniale

Pentru a efectua o caracterizare a structurii patrimoniale a unei entități, ar presupune cercetarea elementelor de activ și pasiv înscrise în bilanț prin diferențierea ponderii în raport cu patrimonial total<sup>2</sup>.

Ratele financiare reprezintă raportul dintre o grupă de elemente care se regăsește în activ sau pasiv și valoarea totală a acestora.

Ratele care se folosesc în analiza structurii financiar-patrimoniale sunt următoarele:

- rate de structură financiară a elementelor de activ, pasiv și corelație;
- rate de bonitate sau rate de lichiditate și solvabilitate;
- rate de rotație sau rate de gestiune.

Ratele de structură ale elementelor de activ, pasiv și corelație, calculează proporțiile dintre elementele patrimoniale ale entității și modul prin care entitatea reușește să se finanțeze.

Ratele de bonitate sau ratele de lichiditate și solvabilitate au rolul de a evalua capacitatea entității prin achitarea la termen a obligațiilor de plată și de asigurarea veniturilor la scadență, pentru a putea crea un echilibru economico-financiar.

Ratele de rotație sau ratele de gestiune urmăresc viteza de rotație a capitalurilor și activelor, precum și deasemeni implicarea acestora în procesul de producție al entităților.

#### 3.1. Analiza ratelor de structură ale activului

În procesul de analiză se studiază evoluția mijloacelor economice în dinamică, a abaterilor față de perioada anterioară, a structurii acestora și a raporturilor de echilibru și de proporționalitate dintre diferitele categorii de active nete cu ajutorul relațiilor următoare<sup>3</sup>:

$$\Delta Ai = Ai_1 - Ai_0; \quad \Delta Ac = Ac_1 - Ac_0; \quad (1)$$

$$\Delta Ai\% = \frac{\Delta Ai}{Ai_0} \times 100 = \frac{Ai_1 - Ai_0}{Ai_0} \times 100 \quad (2)$$

$$\Delta Ac\% = \frac{\Delta Ac}{Ac_0} \times 100 = \frac{Ac_1 - Ac_0}{Ac_0} \times 100 \quad (3)$$

$$I_{Ai} = \frac{Ai_1}{Ai_0} \times 100; \quad I_{Ac} = \frac{Ac_1}{Ac_0} \times 100 \quad (4)$$

<sup>2</sup>Lucian Bușe, Marian Siminică, Nicu Marcu, *Analiză economico-financiară*, Editura scrisul românesc, 2003, pagina 57-80

<sup>3</sup>Monea Mirela, *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Ed. Universitas, Petroșani, 2015, pag 245, 246.

$$G_{Ai(Ac)} = \frac{Ai(Ac)}{At} \times 100 \quad \Delta G = G_1 - G_0 \quad (5)$$

Unde :  $A_i$ - active imobilizate;  
 $A_c$ - active circulante;  
 $A_t$ - active totale;  
 $I_{Ai}$ - indicele de modificare a activelor imobilizate;  
 $I_{Ac}$ - indicele de modificare a activelor circulante.

✚ **Rata activelor imobilizate  $R_{ai}$**  se calculează ca raport între activele imobilizate și activul total, reflectând ponderea elementelor patrimoniale utilizate permanent în totalul patrimoniului<sup>4</sup>.

$$R_{ai} = \frac{\text{Active imobilizate}}{\text{Activ total}} \times 100 \quad (6)$$

unde :

$R_{ai}$  - Rata activelor imobilizate

Analizată în dinamică se pot întâlni următoarele situații<sup>5</sup>:

- $R_{ai1} > R_{ai0}$  - rata activelor imobilizate prezintă o tendință de creștere semnificând faptul că ponderea elementelor patrimoniale cu utilizare permanentă crește față de perioada de bază ca efect al modificării într-o proporție mai mare a valorii activelor imobilizate în raport cu valoarea activului total.

- $R_{ai1} = R_{ai0}$  - respectiv rata activelor imobilizate înregistrează aceeași mărime, semnifică faptul că ponderea activelor imobilizate în total active rămâne nemodificată.

- $R_{ai1} < R_{ai0}$  - rata activelor imobilizate prezintă o tendință de reducere, respectiv, ponderea activelor imobilizate scade față de perioada de bază.

**Tabel nr.1**

**Structura activelor imobilizate**

Active imobilizate în anul N-1	43.467.938	Active imobilizate în anul N	50.612.274	Diferențe	7.144.336
Activ total în anul N-1	111.491.140	Activ total în anul N	115.335.771	Diferențe	3.844.631
Pondere în activ total în anul N-1	39 %	Pondere în activ total în anul N	43,89 %	Abatere	4,89 %

*Prelucrări după Bilanțul contabil al S.C ABC S.A*

Se observă că  $R_{ai1} > R_{ai0}$ , adică ponderea activelor imobilizate crește în totalul activului în anul N față de anul N-1. Ponderea activelor imobilizate în totalul activului patrimonial în perioada 0 este de 39 %, iar ponderea activelor imobilizate în totalul activului patrimonial în perioada 1 este de 43,89%. Activele imobilizate au crescut în exercițiul financiar din anul N față de anul N-1 cu 4,9 %. Această creștere se datorează efectuării unor cheltuieli de cercetare dezvoltare, achiziționare de alte instalații, utilaje și mobilier și reclassificarea titlurilor pe termen scurt în imobilizări financiare.

✚ **Rata activelor circulante  $R_{ac}$**

Se calculează ca raport între activele circulante și totalul activului:

$$R_{ac} = \frac{\text{Active circulante}}{\text{Activ total}} \times 100 \quad (7)$$

<sup>4</sup> Monea Mirela, *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Ed. Universitas, Petroșani, 2015, pag 246

<sup>5</sup> Monea Mirela, *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Ed. Universitas, Petroșani, 2015, pag 247

Unde:

$R_{ac}$  - Rata activelor circulante

Se pot întâlni următoarele situații:

- $R_{ac1} > R_{ac0}$  - ponderea activelor circulante crește în perioada curentă față de perioada de bază.
- $R_{ac1} = R_{ac0}$  - ponderea activelor circulante rămâne neschimbată.
- $R_{ac1} < R_{ac0}$  - activele circulante scad în perioada curentă față de perioada de bază.

**Tabel nr.2.**

**Structura activelor circulante**

Active circulante în anul N-1	68.015.050	Active circulante în anul N	64.656.611	Diferențe	-3.358.439
Activ total în anul N-1	111.491.140	Activ total în anul N	115.335.771	Diferențe	3.844.631
Pondere în activ total în anul N-1	61 %	Pondere în activ total în anul N	56,05 %	Abatere	-4,95 %

*Prelucrări după Bilanțul contabil al S.C ABC S.A*

Se observă că  $R_{ac1} < R_{ac0}$ , adică ponderea activelor circulante din perioada curentă a scăzut față de perioada de bază cu 4,95%. Această scădere este influențată ca urmare a modificării valorii activului total și o scădere a activelor circulante. Dar și datorită transferului titlurilor pe termen scurt la categoria imobilizări financiare.

### 3.2. Analiza ratelor de structură ale surselor de finanțare

Pentru desfășurarea în bune condiții a activității entitățile trebuie să dispună de surse financiare pentru acoperirea tuturor nevoilor și pentru constituirea mijloacelor economice necesare activității. Sursele de finanțare pot fi grupate în:

- Capitaluri permanente formate din capital propriu și datorii pe termen mediu și lung.
- Datorii pe termen scurt.

Ratele surselor de finanțare reflectă politica de finanțare a întreprinderii, evidențiind gradul de stabilitate financiară, autonomia financiară și gradul de îndatorare. Ratele de structură ale surselor de finanțare permit aprecierea modului de structurare a acestora în funcție de exigibilitatea lor sau de proveniență.

Structura surselor de finanțare poate fi apreciată astfel prin intermediul unor categorii de indicatori ce vizează aspectele anterior menționate, respectiv:

- Rata stabilității financiare.
- Rata autonomiei financiare, determinată sub două forme:
  - Rata autonomiei financiare globale.
  - Rata autonomiei financiare la termen.
- Gradul de îndatorare, exprimat prin intermediul:
  - Rata de îndatorare globală.
  - Rata de îndatorare la termen rata datoriilor pe termen scurt<sup>6</sup>.

<sup>6</sup> Monea Mirela, *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Ed. Universitas, Petroșani, 2015, pag 254.

✚ **Rata stabilității financiare**

Prin intermediul ratei stabilității financiare  $R_{sf}$  se reflectă ponderea surselor permanente de finanțare în totalul surselor de finanțare.

$$R_{sf} = \frac{\text{Capital permanent}}{\text{Total surse de finanțare}} \times 100 \quad (8)$$

$R_{sf}$  - Rata stabilității financiare

Capitalul permanent = Capital propriu + Datorii pe termen mediu și lung.

Total surse de finanțare (total pasiv) = Capital propriu + Datorii totale (datorii pe termen mediu și lung + datorii pe termen scurt)

✚ **Rata autonomiei financiare**

a) **Rata autonomiei financiare globale**  $R_{afg}$  - reflectă ponderea capitalurilor proprii în total surse de finanțare.

$$R_{afg} = \frac{\text{Capital propriu}}{\text{Total surse de finanțare}} \times 100 \quad (9)$$

$R_{afg}$  - Rata autonomiei financiare globale

b) **Rata autonomiei financiare la termen**  $R_{aft}$  - rezultatul acesteia reflectă structura capitalurilor permanente.

$$R_{aft} = \frac{\text{Capital propriu}}{\text{Capital permanent}} \times 100 \quad (10)$$

✚ **Rata de îndatorare**  $R_i$  – prin intermediul acesteia se reflectă ponderea datoriilor în totalul surselor de finanțare.

La rândul ei rata de îndatorare este structurată în:

a) Rata de îndatorare globală  $R_{ig}$

$$R_{ig} = \frac{\text{Datorii totale}}{\text{Total surse de finanțare}} \times 100 \quad (11)$$

b) Rata de îndatorare la termen  $R_{it}$

$$R_{it} = \frac{\text{Datorii pe termen mediu și lung}}{\text{Capital permanent}} \times 100 \quad (12)$$

✚ **Rata datoriilor pe termen scurt**  $R_{dts}$  - reflectă ponderea datoriilor pe termen scurt în totalul surselor de finanțare.

$$R_{dts} = \frac{\text{Datorii pe termen scurt}}{\text{Total surse de finanțare}} \times 100 \quad (13)$$

✚ **Rata de finanțare a activelor imobilizate din surse permanente**  $R_{fai}$  - exprimă gradul în care activele imobilizate sunt finanțate din surse permanente

$$R_{fai} = \frac{\text{Capital permanent}}{\text{Active imobilizate}} \quad (14)$$

✚ **Rata de finanțare a activelor imobilizate din capital propriu**  $R_{faip}$  - măsoară ponderea participării capitalului propriu la finanțarea activelor imobilizate

$$R_{faip} = \frac{\text{Capital propriu}}{\text{Active imobilizate}} \quad (15)$$

Pe baza datelor preluate din bilanțul contabil al S.C. ABC S.A. am determinat principalele categorii de rate ale surselor de finanțare.

În literatura de specialitate se consideră că autonomia financiară este asigurată dacă capitalul propriu este cel puțin jumătate din capitalul permanent. În cazul de mai sus rezultă că autonomia financiară este asigurată, deoarece valorile sunt cu mult peste jumătate.

Tabel nr. 3.

Situația ratelor de structură ale surselor de finanțare

Nr crt	Specificație	Anul N-1	Anul N	Diferențe +/-
1	Rata stabilității financiar	71,54%	62,56%	-8,98%
2	Rata autonomiei financiare globale	70,38%	61,73%	-8,65%
3	Rata autonomiei financiare la termen	98,38%	98,67%	0,29%
4	Rata de îndatorare globală	29,61%	38,26%	8,65%
5	Rata de îndatorare la termen	1,61	1,32	-0,29
6	Rata datoriilor pe termen scurt	24,45%	37,43%	12,98%
7	Rata de finanțare a activelor imobilizate din surse permanente	1,69	1,29	-0,4
8	Rata de finanțare a activelor imobilizate din capital propriu	1,66	1,28	-0,38

Prelucrări după Bilanțul contabil al S.C ABC S.A

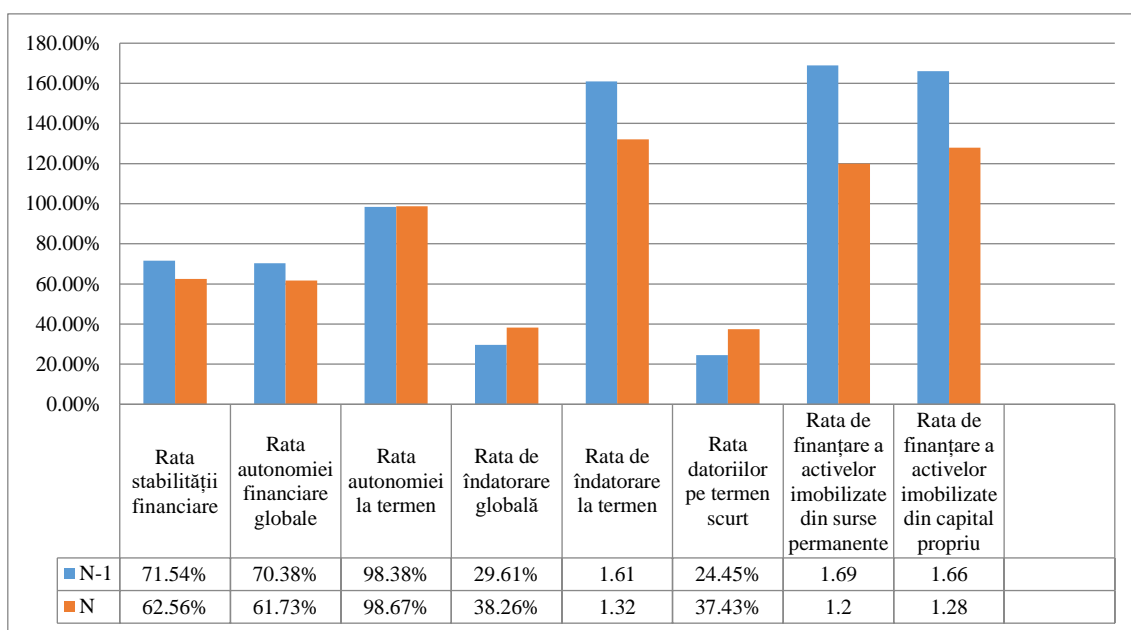


Figura nr. 1 Evoluția ratelor de structură ale surselor de finanțare în cadrul S.C ABC S.A

Rata stabilității financiare -  $R_{sf1} < R_{sf0}$  (tendință de creștere), reflectă o scădere a ponderii capitalurilor permanente în totalul surselor de finanțare, situație apreciată ca fiind favorabilă doar dacă este determinată de reducerea datoriilor pe termen lung fără ca acestea să scadă sub anumite limite dacă întreprinderea beneficiază de efectul de levier<sup>7</sup>. Această scădere este influențată de

<sup>7</sup> Monea Mirela, *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Ed. Universitas, Petroșani, 2015, pag 255.

scăderea capitalului propriu în anul curent și creșterea datoriilor pe termen lung și scăderea datoriilor pe termen scurt.

Rata autonomiei financiare globale  $R_{afg1} < R_{afg0}$ , reflectă o diminuare a autonomiei financiar globale în anul N cu 8,65 % comparativ cu anul N-1. Acest rezultat este influențat de modificarea capitalului propriu într-un sens negativ față de totalul surselor de finanțare.

Rata de îndatorare a crescut în anul N comparativ cu anul N-1 cu 8,65 %. Această creștere pentru entitate semnifică un aspect negativ. O rată cât mai mică permite o creștere a autonomiei financiare globale.

Rata datoriilor pe termen scurt în cazul de față se situează puțin peste limita considerată acceptabilă, valoare care oscilează în jurul valorii de 33 %. Din rezultatele obținute reiese faptul că rata datoriilor pe termen scurt a crescut în anul N cu 12,98 %, comparativ cu anul anterior N-1. Această creștere este influențată de creșterea datoriilor pe termen scurt.

## Concluzii

Domeniul unde entitatea economică își desfășoară activitatea este reflectat în situațiile financiare ale acesteia. Scopul analizei economico-financiare efectuate asupra entității economice este studiul activității desfășurate de către întreprindere atât cel dinamic cât și cel static, din care să se obțină rezultate și concluzii cu privire la structura elementelor de activ, ale surselor de finanțare, echilibru financiar, lichiditate și solvabilitate.

Astfel, indicatorii de structură ai activelor și ai surselor de finanțare servesc nu doar pentru analize retrospective, ci și pentru analize prospective. Aceștia trebuie analizați nu doar independent ci și în interdependența și corelarea lor. Un singur indicator, folosit individual poate genera erori, de aceea pentru asigurarea corelației analizei este necesară abordarea tuturor indicatorilor de bază.

## Bibliografie:

1. Achim M. V., Borlea S. N., *Ghid pentru analiza diagnostic a stării financiare*, Editura Risoprint Cluj Napoca, 2017.
2. Dura C., Isac C., Niță D., *Economia Întreprinderii*, Editura Universitatea din Petroșani, Petroșani, 2011.
3. Hristea A. M., *Analiza economică și financiară a activității întreprinderii. De la intuiție la știință, Vol. I, Vol. II*, Editura Economică, București, 2013.
4. Ionescu Luiza, *Analiză economico-financiară*, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Ed.Pro Universitaria, 2016.
5. Mangu S. I., Monea M., *Evaluarea întreprinderii – note de curs-*, Ed Litografia Universității, Petroșani, 2012.
6. Matîș D., Pop A., *Contabilitate financiară*, Ed. Casa Cărții de Știință, ediția a III-a, Cluj-Napoca, 2010.
7. Monea, Mirela, *Analiză financiară. Noțiuni teoretice și studii de caz*, Editura Sitech, Craiova, 2012
8. Monea, Mirela, *Analiza economico-financiară a activității firmei*, Editura Universitas, Petroșani, 2015
9. Monea Mirela, *Analiză economico-financiară: teste grilă și lucrări aplicative*, Ed Universitas, Petroșani, 2015.
10. Munteanu M, Solomon C.D, *Analiză economico-financiară aprofundată*, Ed. Alma Mater, Bacău, 2015.
11. Pântea P. I., Bodea G., *Contabilitate financiară*, Ed. INTELCREDO, Deva, 2014.
12. Petrescu S., *Analiză și diagnostic financiar-contabil, Ghid teoretico-aplicativ*, Editura CECCAR, București, 2010.

13. Răscolean I., Dura C., Isac C., *Economia și gestiunea întreprinderii – Fundamente teoretice și studii de caz*, Ed. SITECH, Craiova, 2014.
14. Raport anual S.C ELECTROARGEȘ S.A 2017.
15. Răvaș B., *Contabilitate – noțiuni generale, termeni, concepții și exemplificări*, Ed. Universitas, Petroșani, 2016.
16. Robu V., Anghel I., Șerban E. C., *Analiza economico-financiară a firmei*, Ed.Economică, București, 2014.
17. State V., Voinea C. M., Tănase L. C., *Contabilitatea financiară a societăților comerciale : Elemente de teorie și aplicații practice*, Ediția a II-a revizuită și adăugită, Ed. Pro Universitaria, București, 2017.
18. Tăbîrcă A. I., *Analiza financiară a conturilor consolidate*, Ed. Pro Universitaria, București, 2016.
19. Toma C., *Contabilitate financiară, Ediția a III-a, revizuită și adăugită*, Ed TipoMoldova, Iași, 2018.

*Secțiunea*  
***MANAGEMENT ȘI MARKETING***



## Promovarea online a afacerii

**Autor: Ciubotaru Andreia**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In the past years, the technology has greatly evolved globally. Therefore, enterprises, new founded and experienced alike, were forced to adapt to the new criterias, so the online advertisement became crucial. In the following paperwork I will talk about this matter and also about the advantages and disadvantages of this tool.*

### Introducere

Promovarea este un cuvânt cheie în economia de piață, reprezentând ansamblul proceselor prin care un produs sau un serviciu este descris cât mai amănunțit, cu scopul de a-i convinge pe consumatori să îl achiziționeze. Odată cu dezvoltarea tehnologiei, acest concept a căpătat și el mai multă importanță, firmele fiind nevoite să se conformeze noilor cerințe pentru a rezista pe piață.

În literatura de specialitate, promovarea este acea parte a comunicării care are ca scop fixarea unui produs sau serviciu în mintea consumatorului, astfel încât să fie stimulată cererea.

### Strategia de promovare

Strategia de promovare totalizează tehnicile de promovare și grupează în mixuri promoționale adaptate fiecărei afaceri și se identifică prin:

- Un buget specific pentru promovare;
- Alegerea mediilor de comunicare;
- Alegerea mesajelor pentru publicitate;
- Stabilirea mixului de marketing cu tehnicile aferente;
- Execuția acțiunilor de promovare.

Ca și componentă a strategiei de promovare, publicitatea are mai multe caracteristici prezentate în literatura de specialitate, cele mai importante fiind următoarele:<sup>1</sup>

- Caracter public- se referă la faptul că publicitatea se adresează publicului larg;
- Puterea de influențare- Este un mijloc de comunicare ce poate fi folosit de mai multe ori de către o persoană, astfel permițând consumatorului să compare mesajele de la mai mulți concurenți;
- Caracter impersonal- adesea, comunicarea cu clienții nu este directă, deci nu implică un dialog ci mai degrabă, un monolog.

### Publicitatea și ciclul de viață al produselor/serviciilor

Implementarea instrumentelor de publicitate trebuie adaptate la ciclul de viață al produselor și serviciilor de pe piață, astfel:

- Etapa de creștere: se stimulează cererea, adică cererea pentru o anumită marcă este în creștere împreună cu accentul pus pe publicitate;
- În etapa de maturitate sunt folosite relațiile publice și publicitatea, având ca scop convingerea consumatorilor;
- În faza de declin se reduce efortul promoțional, afacerile bazându-se pe Internet, pentru a reduce costurile, platformele preferate fiind Facebook și Instagram.

---

<sup>1</sup> Ph. Kotler, G. Armstrong, J. Sounders, V. Wong, *Principiile marketingului*, Ed. Teora, București

Scopul pentru care o firmă implementează programe de promovare, se referă la: promovarea de produse, servicii și/sau afaceri; creșterea cererii pentru produse; eliminarea sau diminuarea reclamelor concurenților; îmbunătățirea imaginii produselor/ serviciilor sau a firmei; crearea preferințelor și a loialității față de marcă.

În funcție de scopul urmărit, specialiștii în marketing, recomandă ca structura unei reclame să cuprindă:

- Titlul: este cea mai importantă parte a reclamei, deoarece acesta ar trebui să atragă clientul spre citirea conținutului;
- Detalierea: reprezintă textul în care se prezintă produsul/serviciul, dar și modul în care se respectă promisiunea din titlu;
- Probarea afirmației printr-o perioadă de garanție extinsă, mostre, demonstrații etc. ;
- Acțiunea: comandă prin poștă, magazin etc. ;
- Ilustrația- însoțirea textului de o imagine, video.

Aceste elemente ale reclamei pot fi adaptate de forma în care se face promovarea, astfel:

- Promovare offline: Bannere (des utilizate pentru promovarea unor reduceri, evenimente sau concerte), panouri, afișe; flyere, cataloage broșuri, conferințe; târguri; expoziții;
- Promovare online: E-mail marketing, social media( organic sau plătit), Instagram, Tik-tok, Youtube, marketing afiliat;
- Vânzarea/ promovarea prin mai multe tipuri de catalog printat: catalog pentru magazine, pentru creșterea traficului la magazinele fizice( ex. Kaufland, LIDL, Profi, Jysk); catalog „full line merchandise”, dedicat unei anumite linii de produse; catalog cu produse speciale( ex.:mobilă, produse sport etc.); catalog cu linie industrială dedicată( catalog în care sunt prezentate toate campaniile din domeniul construcțiilor).

Atât intensificarea concurenței locale și globale, cât și dezvoltarea pe care a cunoscut-o Internetul la nivel mondial, au determinat multe firme să privească ca o necesitate prezența în mediul online. Cele mai importante motivații ale promovării online sunt:<sup>2</sup> inițierea unei prezențe în spațiul virtual; propagarea informației de afaceri; deservirea clienților; sporirea interesului publicului; acces la piețe țintă importante: persoane care au un venit.

În acest context, **avantajele promovării online**, sunt tot mai evidente:

- Rezultate măsurabile în timp real;
- Interacțiune permanentă cu clienții;
- Costuri mai mici;
- Targetare mult mai bună;
- Oferă oportunități extraordinare în ceea ce privește creația, deoarece pot fi combinate imaginile în mișcare cu sunetul;
- Poate fi accesată de un număr considerabil de persoane în același timp, astfel că promovarea online poate face mai complexe mesajele reclamelor. Acestea pot conține texte, sunete, imagini;
- Spațiu nelimitat în ceea ce privește difuzarea reclamelor;
- Vizibilitate: reclamele pot fi văzute oricând, oriunde, 365 de zile/an.

Chiar dacă sunt tot mai puține, dezavantajele promovării online se referă la:

- Poate fi afectată relația client-vânzător deoarece produsele nu pot fi testate înainte de a fi achiziționate;
- Promovarea online acoperă doar o parte din consumatori, deoarece sunt și persoane care nu au acces la Internet;
- Consumatorii au tendința să ignore bannerele publicitare chiar dacă acestea pot conține informații prețioase pentru aceștia.

---

<sup>2</sup> Morozan Cr., *Extinderea importanței publicității în spațiul virtual*, Editura Independența Economică, 2011

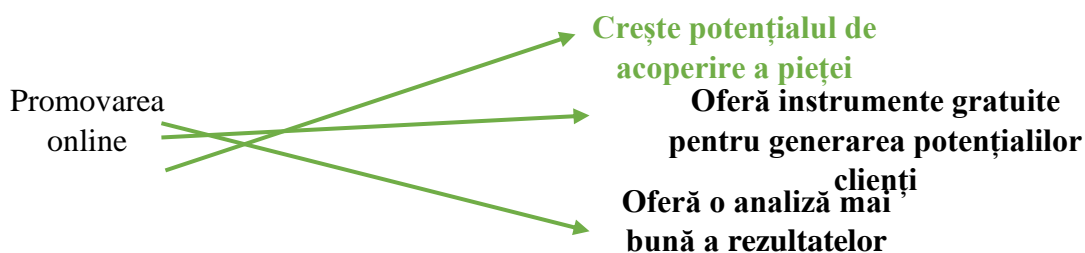


Figura nr.1. Efectele promovării online

- Pentru a fi cât mai eficientă, pentru promovarea online se pot utiliza următoarele instrumente:<sup>3</sup>
- SEO: Optimizarea pentru motoarele de căutare: este un proces care ajută site-ul firmei să fie mai vizibile în motoarele de căutare folosind expresii și/sau cuvinte cheie;
  - Pay per Click(PPC) - promovarea online se plătește per click;
  - SEM (Marketing prin motoare de căutare): generează trafic pe site atât timp cât bugetul alocat nu este epuizat;
  - Marketing de conținut: reprezintă o strategie de marketing ce are ca scop crearea și distribuirea de conținut relevant pentru captarea atenției unor anumite categorii de consumatori, având ca rezultat achiziția de produse sau servicii.
  - SMM( Marketing prin rețele sociale) ;
  - Marketing prin e-mail;
  - Marketing afiliat: constă într-o strategie de marketing ce presupune distribuirea de link-uri către produse sau servicii, percependu-se un comision din fiecare vânzare.

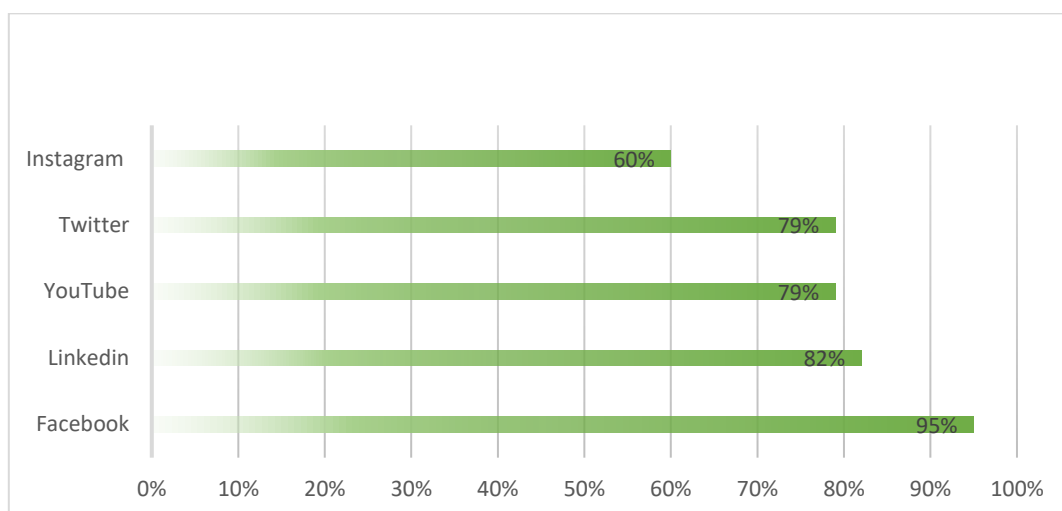


Figura nr. 2. Platformele de socializare preferate de antreprenori cu scopul promovării online

Potrivit graficului de mai sus, cea mai preferată platformă pentru promovare, de către antreprenori, este Facebook, în procent de 95%, urmată de LinkedIn(82%) și la egalitate, Youtube și Twitter cu un procent de 79%. De menționat este că, datele de referință sunt din anul 2018, astfel că, mai ales din pandemie până în prezent, Instagram s-a autodepășit, concurând acum cu Facebook.

<sup>3</sup> Milovan Anca-Maria, Dobre Costinel, *Marketing online si social media*, Ed. C.H.Bech, 2019

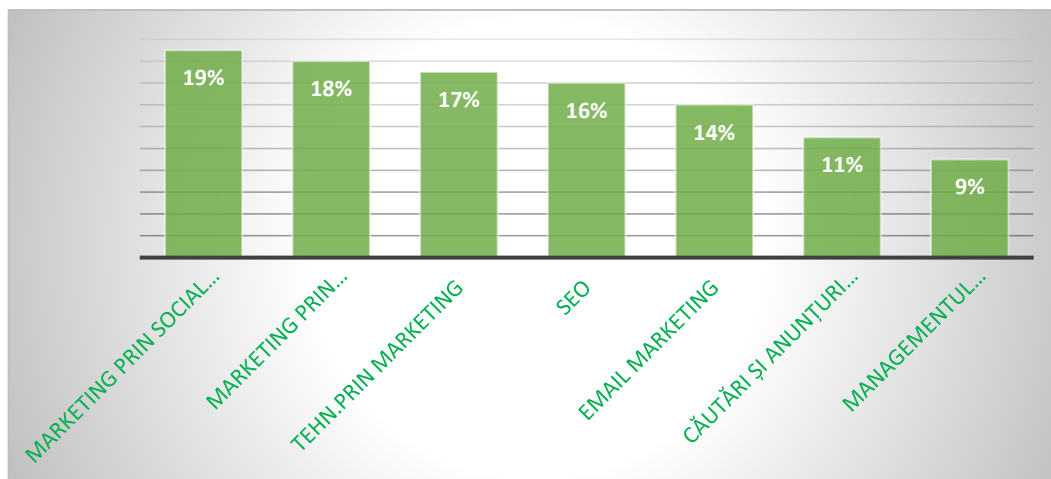


Figura nr. 3. Cele mai eficiente tehnici de marketing digital în 2018  
Sursa: Omnicoreea gency, 2018

Conform imaginii de mai sus, cele mai eficiente tehnici de marketing digital în anul 2018, au fost marketing-ul prin Social Media în procent de 19%, marketing-ul prin conținut(18%) și tehnici prin marketing (17%).

Potrivit lui Amstrong și Kotler, marketing-ul continuă să evolueze din cel în ce mai mult pe Internet, iar acesta va acapara cea mai mare parte a cheltuielilor de marketing și vânzări.

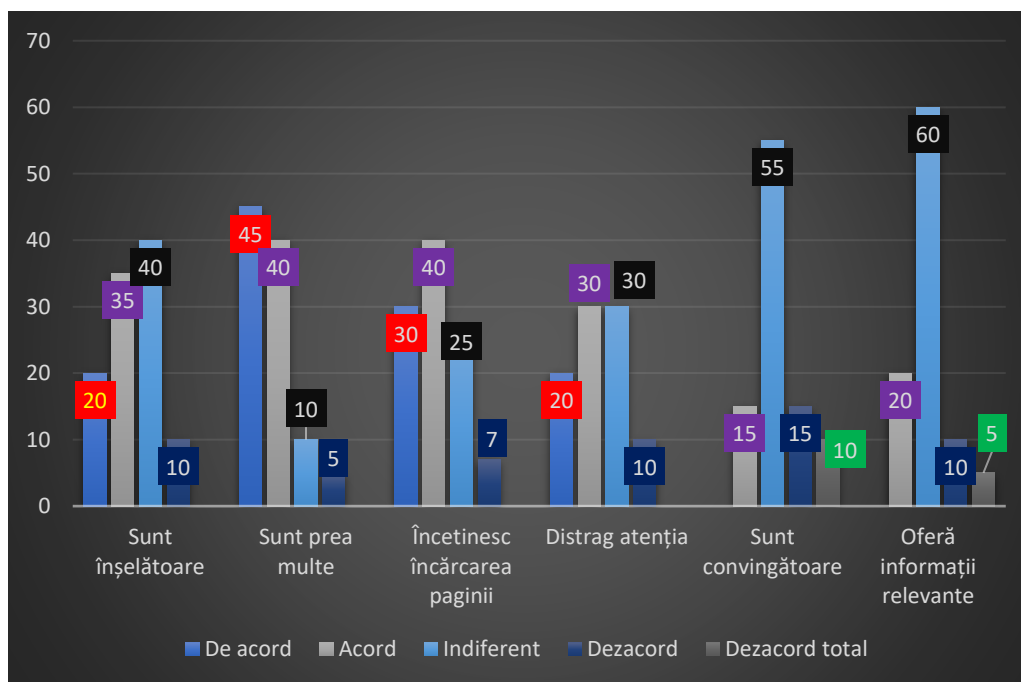


Figura nr. 4. Aprecierea promovării online de către consumatori

Deși unii respondenți cred că promovarea online distrage atenția, peste 50% dintre aceștia consideră că reclamele sunt convingătoare și relevante.

Conform [www.statistica.com](http://www.statistica.com), veniturile din comerțul electronic în 2021 se preconizau a fi de 4,2 trilioane de dolari, însă au depășit cu 0,738 trilioane de dolari, totalizând 4,938 trilioane de dolari, iar în anul 2022, au atins 5,7 trilioane de dolari. În timp ce indicele compus al Bursei de Valori din New York a crescut între 2019 și 2021 cu 17%, prețurile acțiunilor pentru platformele Facebook și Apple, au crescut cu 55%, respectiv 144%.

## Concluzii

După cum spuneam la începutul lucrării, tehnologia, implicit internetul, au evoluat constant. Astfel, firmele au început să deplindă de Internet. Astfel, la momentul actual, este recomandat ca orice afacere să fie prezentă în mediul online, nu doar în cel offline. De ce? Pentru că potrivit statisticilor, de exemplu, mai mult de 95% din consumatori folosesc platforma Facebook, nu doar pentru comunicare, ci și pentru cumpărături de orice fel, astfel existând posibilitatea creșterii profitului firmei.

## Bibliografie:

1. Balaure T., *Tehnici promoționale. Probleme, analize, studii de caz*, Editura Uranus, București
2. Kotler Ph., Armstrong G., Sounders J., Wong V., *Principiile marketingului*, Editura Teora, București
3. Morozan Cr., *Extinderea importanței publicității în spațiul virtual*, Editura Independența Economică, 2011
4. Milovan A., Dobre C., *Marketing online Și social media*, Editura C.H.Bech, 2019
5. Nicola M., Petre D., *Publicitate și reclamă*
6. <https://www.facebook.com/agentiatadepublicitatemarketingsicomunicare>
7. <https://ibuhu.eu/marketing-online-avantaje-si-dezavantaje/>
8. [www.statistica.com](http://www.statistica.com)

## Abandonul școlar – cauză a unui management defectuos?

**Autor: Doni Mihaela**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Nadia Stoicuța**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Starting from the fact that Romania is among the EU 27 countries with the highest rate of early school dropout, I proposed to carry out an analysis of the causes of school dropout in this paper. Based on this analysis, carried out both for Romania and for the EU27, but also following the solutions and measures taken by the competent bodies to stop and combat this extremely harmful phenomenon for society, in the end I will conclude if school dropout is a phenomenon that is the cause to a faulty management, or it is a reality that is tried to be fought by any means.*

### 1. Introducere

Abandonul școlar reprezintă fenomenul de părăsire a sistemului educațional înainte de obținerea unei diplome de finalizare a studiilor. Acesta generează pe de o parte sărăcie și probleme de sănătate, iar pe de altă parte șomaj și excluziune socială. Mai mult, nivelul educațional al unei persoane are un impact direct, atât asupra capacității sale de inserție profesională, cât și asupra calității locului de muncă obținut [1].

Motivele pentru care se ajunge la abandon școlar sunt multiple și variate, pornind de la probleme personale sau familiale, dificultăți de învățare sau o situație economică precară și ajungând la atmosfera din școli, la relațiile dintre profesori și elevi sau chiar la buna funcționare a sistemului de învățământ. Este în interesul societății, în ansamblul său, să se asigure că un procent cât mai mare din populație finalizează ciclul obligatoriu de educație și formare [4].

Cei mai mulți tineri parcurg cu succes etapele sistemului de învățământ și își continuă studiile sau profită de oportunitățile de formare, ori intră în câmpul muncii. Cu toate acestea, unul din șapte tineri europeni abandonează sistemul de învățământ fără a deține competențele sau calificările considerate în prezent necesare pentru o tranziție reușită către piața muncii și pentru o participare activă în cadrul economiei actuale, bazate pe cunoaștere. Cu alte cuvinte, în prezent aproximativ 3,2 milioane de tineri din Uniunea Europeană sunt clasificați drept tineri care abandonează școala timpuriu [3].

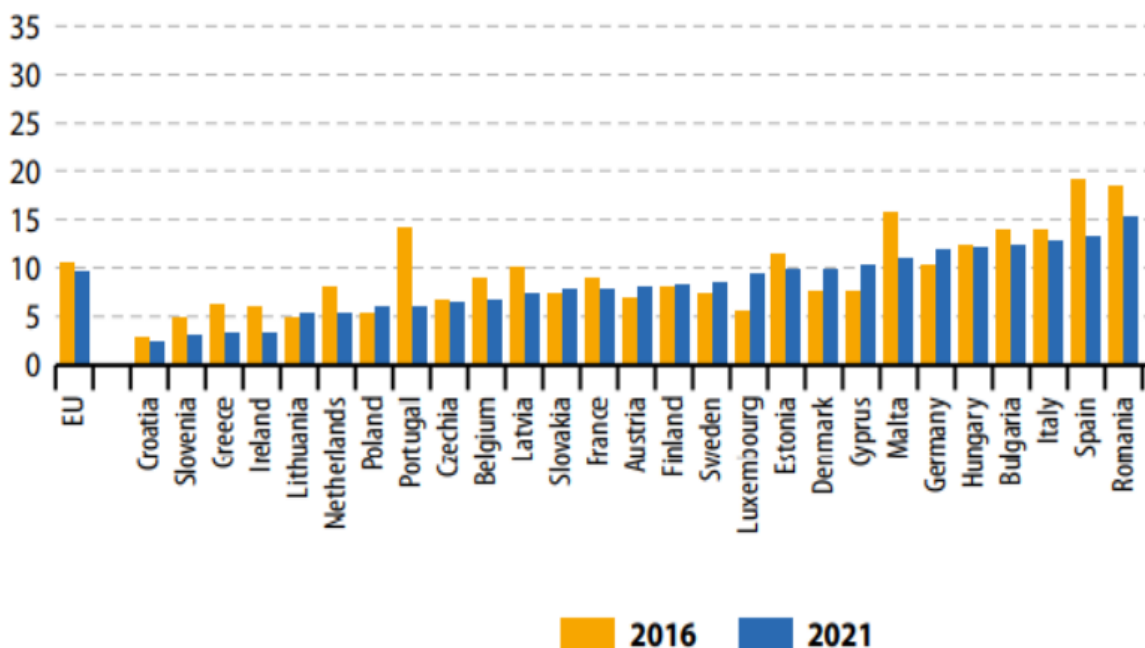
Din păcate, în România, cele mai recente informații statistice indică o situație îngrijorătoare privind nivelul de educație al populației, rata abandonului școlar înregistrând una dintre cele mai mari valori din Uniunea Europeană. Astfel, potrivit Raportului Eurostat (ediția 2022), în anul 2021, raportat la numărul persoanelor din țara noastră cu vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani, 15,3% nu terminaseră mai mult de clasa a VIII-a. Astfel, nu a fost atins obiectivul propus în strategia privind reducerea părăsirii timpurii a școlii în România, acela de a înregistra valoarea de 11,3% în 2020 [].

### 2. Analiza comparativă a ratei abandonului școlar timpuriu din România versus UE27

În acord cu obiectivele în materie de educație ale Uniunii Europene, investirea în educație este esențială pentru îmbunătățirea productivității muncii, a dezvoltării profesionale și, în cele din urmă, a creșterii economice în Uniunea Europeană (UE).

În consecință, cadrul strategic pentru cooperarea europeană în educație și formare și-a stabilit un obiectiv de a reduce ponderea celor care părăsesc timpuriu educația și formarea sub 9%, până în 2030.

În figura de mai jos, sunt reprezentate procentual ratele abandonului școlar timpuriu atât la nivel de UE27, cât și la nivel de state membre. Analiza este efectuată pe grupe de vârstă cuprinse între 18 și 24 de ani, raportarea făcându-se pentru anul 2016, respectiv pentru anul 2021.



**Fig. 1. Rata abandonului școlar timpuriu, în funcție de țară, anii 2016 și 2021 (% din populația cu vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani)**

Așa cum se observă, Uniunea Europeană a înregistrat un procent de sub 10% în anul 2021, în ceea ce privește rata abandonului școlar timpuriu, ceea ce face ca la nivel European obiectivul strategic cu privire la combaterea acestui fenomen a fost atins. Nu același lucru, se poate spune însă, și despre România, care se află pe ultimul loc în ceea ce rata abandonului școlar, înregistrând în anul 2021 un procent de 15,3%, cu aproximativ 4% mai mică ca în anul 2016. Această diferență arată că mergem pe drumul cel bun, însă mai este mult de lucru în ceea ce privește abandonul școlar în România. De asemenea, se observă că în coada clasamentului în ceea ce privește rata abandonului școlar alături de România se află Spania și Italia (ambele aprox. 13%), precum și Bulgaria, Ungaria cu aprox 12% fiecare. La polul opus, statele membre UE care au o rată a abandonului școlar scăzută (sub 5%) în anul 2021, sunt Croația, Slovenia, Grecia și Irlanda.

Peste 15% dintre cei cu vârsta cuprinsă între 18 și 24 de ani au terminat cel mult clasa a VIII-a și nu și-au continuat studiile obligatorii. Cu alte cuvinte, dintr-o clasă cu 25 de copii, 4 dintre ei renunță la școală până la clasa a VIII-a sau imediat după finalizarea ei.

În ceea ce privește raportarea abandonul școlar din României și Uniunea Europeană, în cadrul următoarei figuri sunt reprezentate în tandem graficele părăsirii timpurii a școlii în funcție de categoria de vârstă 18-24 de ani, pe o perioadă de 12 ani (2010-2021).

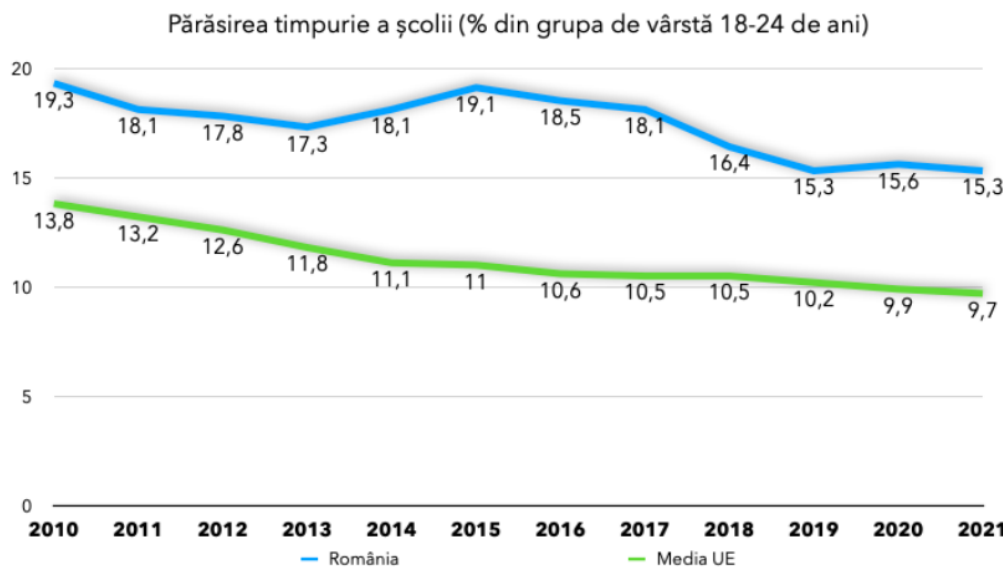


Figura 2. Reprezentările grafice ale ponderii abandonului școlar din România și media UE27

Sursa: Edupedu [2]

Analizând aceste date, se observă că valorile procentuale ale abandonului școlar din România sunt mult peste media europeană, chiar dacă trendul este unul descrescător.

### 2.1. Cauzele abandonului școlar timpuriu

Întrucât motivele pentru care elevii abandonează școala sunt diverse, complexe și de multe ori interconectate, s-a ajuns la concluzia că acestea pot fi evaluate din trei perspective:

**1. Cauze psihologice** care țin de personalitatea și starea de sănătate a elevului: motivație școlară scăzută, lipsă de interes, încredere scăzută în educația școlară, oboseală, anxietate, autoeficacitate scăzută, imagine de sine deteriorată, sentimente de inferioritate, abilități sociale reduse, pasivitate, refuzul de a adera la o alegere făcută de alții (reacție la presiunea exercitată de dorințele adulților);

**2. Cauze sociale** care țin de familie, condițiile socio-economice ale familiei, sărăcie, stil parental indiferent, neglijent, familii dizarmonice, părinți foarte ocupați sau plecați în străinătate;

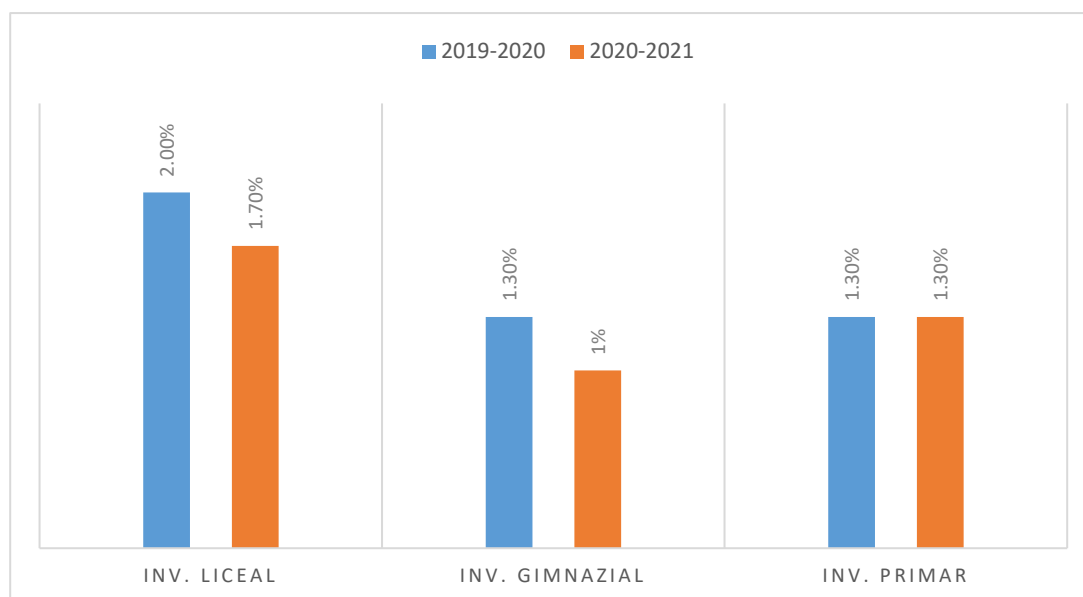
**3. Cauze psihopedagogice** care țin de contextul școlar specific (inclusiv relația profesor-elev): presiunea grupului, supraîncărcarea școlară, comunicarea defectuoasă elev-profesor (ironizarea, umilirea elevului) evaluarea subiectivă, frica de evaluare, conflictul cu colegii, practicile educative percepute de elevi ca fiind nedrepte și frustrante, incompatibilitate între aspirațiile elevului, trebuințele de învățare și oferta educațională a școlii; formă de apărare-împotriva disciplinei excesiv de rigidă și severă, politici proabsenteiste ale școlii la elevii din clasele terminale (în școlile de „elită”).

În perioada pandemiei cu virusul COVID-19, închiderea școlilor și accesul limitat la învățământul la distanță au reprezentat principalul motiv de abandon școlar. Astfel, în cursul anului școlar 2020/2021, aproximativ 65 000 de elevi nu au frecventat școala deloc (Unicef, 2021). Închiderea școlilor i-a afectat în mod disproporționat pe copiii vulnerabili din zonele rurale, deoarece aceștia au avut acces limitat la echipamente digitale și nu au fost suficient de pregătiți pentru predarea de la distanță (Comisia Europeană, 2022). Într-un raport recent al Unicef s-a afirmat că aproape 70 % din totalul copiilor din România nu au putut avea acces la un învățământ online de calitate în timpul în care școlile au fost închise.

Rata abandonului a înregistrat în anul școlar 2020/2021 următoarele valori: 1,7% în învățământul liceal și profesional, 1,3% în învățământul primar, respectiv 1% în învățământul gimnazial. În anul școlar anterior (2019-2020), rata abandonului a fost cu 0,3% mai mare decât în



anul școlar 2020/2021 în ceea ce privește învățământul liceal și profesional, și s-a menținut constată în cadrul învățământului primar. Rata abandonului în învățământul gimnazial a fost mai mare cu 0,3% față de perioada precedentă.



**Figura 3. Rata abandonului școlar în România pe categorii de forme de învățământ**

La nivel European, în prezent una din cauzele abandonului școlar este migrația. Alte motive care pot explica de ce unii tineri renunță prea devreme la studii: probleme personale sau familiale, dificultăți de învățare sau o situație socioeconomică precară. Alți factori importanți sunt funcționarea sistemului de învățământ, atmosfera din școli și relațiile dintre profesori și elevi.

## 2.2. Soluții și inițiative luate de România pentru combaterea abandonului școlar

Cea mai importantă reformă pe care a aplicat-o România în ceea ce privește combaterea abandonului școlar este **reorganizarea sistemului de învățământ**. Astfel, începând cu anul școlar 2022-2023 au intrat în vigoare o serie de schimbări atât în organizarea anului școlar cât și în ceea ce privește evaluarea elevilor. Ca parte a noii structuri, cinci perioade de învățare de 6-8 săptămâni vor înlocui semestrele tradiționale, care au fost considerate prea lungi pentru copii. O abordare similară este aplicată în Belgia și Franța, unde elevii beneficiază de perioade de învățare mai scurte, în timp ce numărul total de zile de școală rămâne același. În plus, va fi introdusă o „săptămână verde” pentru a-i sensibiliza pe copii cu privire la schimbările climatice și la mediu. Împreună cu noua structură a anului școlar, România a decis să pună în aplicare un nou sistem de evaluare, care va fi mai bine aliniat la modulele de învățare. Obiectivul este de a pune capăt practicii actuale de a solicita elevilor să susțină o lucrare scrisă în fiecare semestru („tezele semestriale”) și de a înlocui această cerință cu evaluări standardizate la nivel școlar la începutul și la sfârșitul anului școlar.

Un alt obiectiv pe care România îl urmărește în ceea ce privește reducerea abandonului școlar este **îmbunătățirea învățării digitale și consolidarea competențelor digitale**. În 2021, doar 50 % dintre adolescenții cu vârste cuprinse între 16 și 19 ani din România aveau competențe digitale de bază sau peste nivelul de bază. Acest lucru a însemnat că România s-a clasat pe ultimul loc în rândul țărilor din UE în ceea ce privește competențele digitale. Media UE a fost de 69 % pentru această categorie de vârstă cu competențe digitale de bază sau peste nivelul de bază, iar performanța României s-a situat sub obiectivul de 80 % al „Deceniului digital” al UE pentru 2030.

Începând cu anul 2021, în România, există un așa numit **Program național privind reducerea abandonului școlar** prin care se urmărește reducerea abandonului școlar în minim 25% din unitățile de învățământ în perioada 2021-2026, îmbunătățirea rezultatelor obținute de elevi la

evaluarea națională, precum și creșterea participării absolvenților învățământului gimnazial la evaluarea națională și a ratei de tranziție către învățământul liceal [9].

Ținând cont de cele de mai sus, observăm că Ministerul Învățământului, guvernul României, au luat o serie de măsuri destul de revoluționare, dacă ne referim la reforma cu privire la reorganizarea sistemului de învățământ. Cu toate acestea, implementarea programului național privind abandonul școlar este unul anevoios, fără a se vedea rezultate semnificative la acest capitol.

### **2.3. Indicatori de măsurare a abandonului școlar**

Pentru a putea monitoriza și cuantifica rata abandonului școlar organele abilitate au introdus o serie de indicatori în funcție de care se apreciază riscul de abandon școlar. Printre aceștia, enumerăm:

- ✓ procentul profesorilor suplitori raportat la numărul total al profesorilor din unitatea de învățământ;
- ✓ rata de absolvire a învățământului gimnazial, definită ca raportul dintre numărul de absolvenți ai clasei a VIII-a și numărul de elevi înscriși în clasa a VIII-a la începutul anului școlar;
- ✓ raportul dintre numărul elevilor repetenți și în abandon școlar și numărul total de elevi din învățământul gimnazial;
- ✓ rata de participare a absolvenților învățământului gimnazial la evaluarea națională pentru absolvenții clasei a VIIIa, definită ca raportul dintre numărul absolvenților învățământului gimnazial care participă la examen și numărul total al absolvenților învățământului gimnazial;
- ✓ procentul absolvenților învățământului gimnazial care au obținut note sub 6 la evaluarea națională pentru absolvenții clasei a VIII-a din totalul absolvenților învățământului gimnazial.

Pentru colectarea datelor cu privire la acești indicatori se utilizează modulul informatic MATE, dezvoltat în cadrul Sistemului informatic integrat al învățământului din România. Pe baza indicelui de vulnerabilitate stabilit prin MATE se stabilește prioritatea de intervenție - ridicată, medie și scăzută la nivelul unității de învățământ, în scopul reducerii riscului de abandon școlar și de părăsire timpurie a școlii [9].

### **3. Concluzii**

Pornind de la obiectivul realizării acestei lucrări, acela de a vedea cât de bine gestionează cei în măsură, riscul abandonului școlar, putem trage următoarele concluzii:

- ✓ Pornind de la categoriile de cauze ale abandonului școlar, observăm că statul român este responsabil de incidența cazurilor de abandon școlar, dacă ținem cont mai ales de faptul că foarte multe persoane cu copii sunt în pragul sărăciei, sau sunt nevoiți să părăsească țara pentru a obține venituri mai mari, prin aceasta neglijând ceilalți membri ai familiei, inclusiv copiii;
- ✓ De asemenea, există multe situații, mai ales în mediul rural în care unitățile de învățământ sunt la foarte mare distanță de locuințele copiilor înscriși în învățământul gimnazial și liceal. Datorită faptului că autoritățile locale de cele mai multe ori sunt indiferente și nu pun la dispoziție transport adecvat pentru școlari, aceștia renunță la școală și consideră că treburile gospodărești sunt mult mai importante;
- ✓ Pe de altă parte, părinții școlarilor sunt de cele mai multe ori dezinformați cu privire la actul educațional, considerând că mediul social nu le oferă foarte multe posibilități de angajare persoanelor cu studii de orice formă. Aici ar trebui să intervină statul

român, prin punerea eficientă în aplicare a unor pachete informative cu privire la beneficiile pe care le aduce educația asupra societății:

- ✓ Potrivit Acordului de Parteneriat 2014-2020, dintre România și UE [10], principala cauză a abandonului școlar este de natură economică. Din nou, această problemă poate fi transpusă indirect pe seama statului.
- ✓ Problema bullyingului este o cauză importantă în abandonul școlar. Cu toate că autoritățile au introdus o serie de modificări în legea educației naționale nr. 1/2011, prin care se definește, previne și interzice violența psihologică în unitățile de învățământ, implementarea acestor măsuri lasă de cele mai multe ori de dorit.
- ✓ Nu în ultimul rând, există situații în care abandonul școlar apare datorită proastei administrări a directorilor de școli.

Prin urmare, autoritățile din România, își asumă o parte din vina abandonului în rândul elevilor, dar nu sunt singurele vinovate. De cele mai multe ori neputința implementării anumitor programe, chiar dacă dorința există, împiedică organele abilitate să prevină și să stopeze acest fenomen care dă mari bătaii de cap.

### **Bibliografie:**

1. <https://www.autocv.ro/wp-content/uploads/2019/12/Curs-abandon-scolar.pdf>
2. [https://www.edu.ro/sites/default/files/\\_fi%C8%99iere/Minister/2022/Transparenta/Starea\\_invata\\_mantului/Raport-Starea-invatamantului-preuniversitar-2021-2022.pdf](https://www.edu.ro/sites/default/files/_fi%C8%99iere/Minister/2022/Transparenta/Starea_invata_mantului/Raport-Starea-invatamantului-preuniversitar-2021-2022.pdf)
3. <https://anp.gov.ro/wp-content/uploads/2023/01/Studiul-privind-incidenta-si-cauzele-abandonului-scolar-in-randul-minorilor.pdf>
4. <https://education.ec.europa.eu/ro/education-levels/school-education/early-school-leaving>
5. [https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag\\_file/350-354\\_6.pdf](https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/350-354_6.pdf)
6. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/460048/IPOL-CULT\\_ET\(2011\)460048\(SUM01\)\\_RO.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/join/2011/460048/IPOL-CULT_ET(2011)460048(SUM01)_RO.pdf)
7. <https://education.ec.europa.eu/ro/education-levels/school-education/early-school-leaving>
8. <https://op.europa.eu/webpub/eac/education-and-training-monitor-2022/ro/country-reports/romania.html>
9. [https://blog.ilegis.ro/content\\_page/item/540-programul-national-pentru-reducerea-abandonului-scolar](https://blog.ilegis.ro/content_page/item/540-programul-national-pentru-reducerea-abandonului-scolar)
10. [https://www.fonduri-ue.ro/files/documente-relevante/acord/Acord\\_de\\_Parteneriat\\_2014-2020\\_RO.pdf](https://www.fonduri-ue.ro/files/documente-relevante/acord/Acord_de_Parteneriat_2014-2020_RO.pdf)

## Obiective și strategii în managementul clasei de elevi

**Autor: Foszto (Drăgoi) Irina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Stoicuța Olimpiu**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper provides a comprehensive insight into how student classroom management can contribute to the improvement of the educational process and the development of students in an appropriate manner. By identifying the strategies and key skills required for student classroom management, this paper provides a useful guide for educators and classroom managers who wish to maximize the effectiveness of the learning process and improve student achievement.*

*The paper focuses on the goals and strategies needed to effectively manage the classroom. In the context of education, classroom management refers to the ability to plan, organize and control learning activities and maintain a positive learning environment. The paper outlines key strategies to achieve a positive learning environment, such as defining clear goals, establishing an appropriate system of rewards and sanctions, communicating effectively with students and parents, and creating a safe and supportive learning environment.*

*Also discussed are the essential skills a classroom manager needs to have, such as organizational and planning skills, the ability to manage time and tasks, and the ability to motivate and support students. In addition, the paper also addresses technologies and tools useful for student classroom management, such as online educational applications and platforms, software for tracking and evaluating student progress, and effective communication methods. Finally, the advantages and disadvantages of classroom management are analyzed.*

*The paper emphasizes the importance of classroom management in the current context of virtual and blended learning. This paper provides a complete insight into how student classroom management can contribute to the improvement of the educational process and the development of students in an appropriate manner.*

### 1. Importanța managementului clasei de elevi

Managementul clasei de elevi reprezintă o abordare strategică și coordonată a gestionării mediului de învățare într-o clasă de elevi. Acesta implică dezvoltarea și aplicarea unor strategii eficiente pentru a crea un mediu de învățare pozitiv, productiv și sigur pentru elevi și profesori. Managementul clasei de elevi include planificarea și organizarea activităților, dezvoltarea relațiilor elev-profesor și a unor strategii pentru a preveni sau gestiona comportamentele problematice,

precum și pentru a gestiona situațiile de criză educatională. Scopul managementului clasei de elevi este de a crea un mediu de învățare care să permită elevilor să își realizeze potențialul maxim.

Managementul clasei de elevi poate contribui semnificativ la îmbunătățirea performanței academice și comportamentale a elevilor, reducerea absenteismului și îmbunătățirea relațiilor dintre elevi și între elevi și profesori. De asemenea, poate ajuta la reducerea stresului și a anxietății în rândul elevilor și la creșterea încrederii în sine și a satisfacției acestora în ceea ce privește procesul educațional.

Pentru a atinge aceste obiective, un manager de clasă trebuie să dezvolte și să implementeze strategii specifice pentru managementul clasei de elevi. Aceste strategii includ definirea obiectivelor educaționale, stabilirea unui mediu de învățare pozitiv, dezvoltarea unui

sistem de recompense și sancțiuni, comunicarea cu elevii și părinții și multe altele.

Un manager de clasă eficient trebuie să aibă, de asemenea, competențe esențiale, cum ar fi abilitățile de gestionare a timpului și sarcinilor, abilitățile de organizare și planificare, dar și capacitatea de a motiva elevii și de a le oferi suport.

Tehnologiile și instrumentele moderne pot fi, de asemenea, utile pentru managementul clasei de elevi. Aplicațiile și platformele educaționale online pot ajuta la organizarea și gestionarea sarcinilor și activităților didactice, în timp ce software-urile de urmărire și evaluare a progresului elevilor pot ajuta la monitorizarea și evaluarea performanței acestora.

În contextul educațional, managementul clasei de elevi este esențial pentru o învățare eficientă. O clasă bine gestionată permite elevilor să se concentreze pe procesul de învățare și să-și dezvolte abilitățile, fără a fi distrasi de probleme de comportament sau alte situații conflictuale. În plus, un profesor sau un educator care are o clasă bine gestionată poate crea o relație pozitivă și de încredere cu elevii, ceea ce poate duce la o mai mare implicare în procesul de învățare și o dezvoltare mai bună a abilităților sociale și emoționale.

## **2. Strategii de management al clasei de elevi**

Pentru a asigura un mediu de învățare optim și pentru a maximiza succesul elevilor, este esențial să se aplice strategii adecvate de management al clasei de elevi. Există o serie de strategii de management al clasei de elevi care pot fi utilizate pentru a crea un mediu pozitiv de învățare și pentru a încuraja comportamentul adecvat al elevilor. Aceste strategii includ:

1. Definirea obiectivelor este primul pas în dezvoltarea unei strategii de management al clasei de elevi. Aceasta implică stabilirea unor obiective specifice de învățare pentru fiecare elev, precum și stabilirea obiectivelor de clasă și ale școlii în general. Obiectivele ar trebui să fie SMART (specifice, măsurabile, realizabile, relevante și cu un termen limită) și să fie comunicate clar elevilor și părinților.

2. Stabilirea unui climat pozitiv de învățare: Profesorul trebuie să creeze un mediu plăcut și sigur în clasă, care să faciliteze învățarea și dezvoltarea personală a elevilor. Acest lucru poate fi realizat prin stabilirea unor reguli clare și aplicarea consecventă a acestora, precum și prin utilizarea sistemelor de recompense și consecințe pentru a încuraja comportamentul adecvat.

3. Stabilirea unor reguli clare și coerente în clasă: Profesorul ar trebui să stabilească reguli clare pentru comportamentul în clasă și să le comunice elevilor. Regulile ar trebui să fie aplicate consecvent și să fie coerente cu valorile și obiectivele clasei.

4. Utilizarea sistemelor de recompense și consecințe: Profesorul poate utiliza sistemul de recompense și consecințe pentru a încuraja comportamentul adecvat și pentru a descuraja comportamentul inadecvat. Acestea ar trebui să fie aplicate într-un mod echitabil și coerent.

5. Utilizarea unor activități interactive: Activitățile interactive, cum ar fi jocurile de rol și proiectele de grup, pot fi utilizate pentru a crește participarea și implicarea elevilor în procesul de învățare. Aceste activități ar trebui să fie concepute pentru a fi stimulative și pentru a încuraja cooperarea între elevi.

6. Folosirea diverselor stiluri de predare: Profesorul ar trebui să utilizeze o varietate de stiluri de predare pentru a asigura că toți elevii învață într-un mod care se potrivește cu stilul lor de învățare. Acest lucru poate include utilizarea de exemple practice, prezentări și activități practice.

7. Implicarea activă a elevilor în procesul de învățare: Profesorul trebuie să implice elevii în procesul de învățare și să îi facă să se simtă valorizați. Acest lucru poate fi realizat prin utilizarea activităților interactive, prin încurajarea elevilor să ia decizii în ceea ce privește modul de organizare și desfășurare a activităților de învățare, precum și prin utilizarea diverselor stiluri de predare.

8. Stabilirea relațiilor pozitive între elevi și profesor: Profesorul trebuie să stabilească relații pozitive cu elevii, bazate pe respect și încredere reciprocă. Acest lucru poate fi realizat prin

comunicare regulată și deschisă cu elevii, prin oferirea de feedback pozitiv și constructiv, precum și prin dezvoltarea unei relații de mentorat cu elevii.

9. Implicarea elevilor în luarea deciziilor: Profesorul ar trebui să implice elevii în procesul de învățare și să îi facă să se simtă valorizați. Acest lucru poate fi realizat prin încurajarea elevilor să ia decizii în ceea ce privește modul de organizare și desfășurare a activităților de învățare.

10. Comunicarea regulată cu părinții și tutorele: Profesorul ar trebui să comunice regulat cu părinții și tutorele elevilor pentru a discuta performanța lor și pentru a aborda orice probleme de comportament sau de învățare care pot apărea. Această comunicare poate fi realizată prin intermediul întâlnirilor față în față sau prin intermediul unui sistem de comunicare electronică.

În general, strategiile de management al clasei de elevi ar trebui să fie adaptate la nevoile și caracteristicile specifice ale fiecărei clase și ale fiecărui elev. Implementarea acestor strategii poate ajuta la crearea unui mediu de învățare pozitiv și productiv, în care elevii pot atinge succesul lor maxim.

### **3. Competențe esențiale ale unui manager de clasă**

Un manager de clasă eficient este un profesor care se concentrează pe dezvoltarea unui mediu de învățare pozitiv și eficient pentru elevii săi. Acesta trebuie să aibă anumite competențe cheie pentru a-și îndeplini sarcinile cu succes, trebuie să fie un bun comunicator, să aibă o atitudine pozitivă și să fie capabil să gestioneze problemele de comportament în clasă, pentru a asigura un mediu sigur și productiv pentru toți elevii. De asemenea, un manager de clasă trebuie să fie capabil să creeze și să mențină un mediu pozitiv de învățare, să comunice eficient cu elevii și părinții, să fie flexibil și să fie deschis la feedback și îmbunătățiri continue.

Iată câteva competențe esențiale ale unui manager de clasă:

1. Abilități de comunicare eficientă: un manager de clasă trebuie să fie un comunicator excelent, capabil să transmită idei și să îi ajute pe elevi să înțeleagă concepte dificile.

2. Capacitatea de a-și organiza și gestiona timpul: un manager de clasă trebuie să fie organizat și să planifice bine activitățile didactice pentru a se asigura că elevii învață cât mai mult în timpul petrecut în clasă.

3. Abilitatea de a motiva și a inspira elevii: un manager de clasă trebuie să fie capabil să îi motiveze și să îi inspire pe elevi să învețe și să își dezvolte abilitățile, prin intermediul feedback-ului pozitiv și al încurajării.

4. Capacitatea de a gestiona comportamentul elevilor: un manager de clasă trebuie să fie capabil să gestioneze comportamentul elevilor în clasă și să identifice și să abordeze problemele de comportament într-un mod pozitiv și constructiv.

5. Abilități de colaborare: un manager de clasă trebuie să fie capabil să colaboreze cu colegii și părinții elevilor pentru a asigura un mediu de învățare eficient și pentru a ajuta elevii să își dezvolte abilitățile sociale.

6. Capacitatea de a planifica și de a adapta programele de învățare: un manager de clasă trebuie să fie capabil să planifice și să adapteze programele de învățare pentru a se potrivi cu nevoile și abilitățile elevilor săi.

7. Capacitatea de a fi un model pozitiv pentru elevi: un manager de clasă trebuie să fie un model pozitiv pentru elevii săi, prin comportamentul său și prin felul în care își desfășoară activitățile didactice.

Acestea sunt doar câteva dintre competențele esențiale ale unui manager de clasă. Este important ca acesta să își dezvolte constant abilitățile și să își adapteze stilul de predare în funcție de nevoile elevilor săi.

Odată ce aceste competențe esențiale sunt dezvoltate și aplicate în mod corespunzător, managerul de clasă poate fi capabil să ofere elevilor o experiență educațională excelentă și să îi ajute să atingă succesul școlar.

#### **4. Tehnologii și instrumente utile pentru managementul clasei de elevi**

În ultimii ani, tehnologia a avansat semnificativ și a adus multe instrumente și tehnologii utile pentru managementul clasei de elevi. Iată câteva exemple de tehnologii și instrumente utile pentru acest scop:

1. **Sisteme de management al claselor:** Acestea sunt platforme online care permit profesorilor să monitorizeze comportamentul elevilor, să urmărească progresul acestora și să comunice cu părinții. Aceste sisteme oferă adesea un sistem de punctaj sau de recompense pentru comportamentul adecvat, precum și o metodă simplă de a împărtăși informații cu părinții.

2. **Aplicații mobile pentru gestionarea clasei:** Există o varietate de aplicații mobile care permit profesorilor să monitorizeze comportamentul elevilor, să trimită notificări părinților, să distribuie sarcini și să organizeze programul de lucru al elevilor. Aceste aplicații pot fi utile în special pentru profesorii care călătoresc mult sau care au nevoie de acces rapid la informații despre elevi.

3. **Instrumente de colaborare online:** Acestea includ platforme de e-learning și suite de colaborare online, precum Google Classroom, Microsoft Teams și Moodle. Aceste instrumente permit profesorilor să încarce materiale de învățare, să organizeze activități de grup și să comunice cu elevii și părinții prin intermediul unor funcții specifice.

4. **Camere web și microfoane:** Acestea pot fi utile pentru a îmbunătăți calitatea comunicării online și pentru a asigura că toți elevii aud și văd tot ceea ce se întâmplă în clasă. Aceste instrumente pot fi, de asemenea, utilizate pentru a înregistra lecții sau prezentări și a le împărtăși ulterior cu elevii sau cu părinții.

5. **Softuri de monitorizare și control al computerelor elevilor:** Acestea permit profesorilor să monitorizeze activitatea pe calculator a elevilor, să blocheze site-uri web inadecvate și să limiteze accesul la anumite aplicații sau programe. Aceste softuri pot fi utile pentru a evita distragerile și pentru a asigura că elevii utilizează calculatorul numai în scopuri educaționale.

6. **Whiteboard-uri interactive și proiectoare:** aceste instrumente pot fi utilizate pentru a face prezentări interactive și pentru a permite elevilor să lucreze împreună la proiecte în clasă.

7. **Aplicații de comunicare cu părinții:** există o serie de aplicații care permit profesorilor să comunice cu părinții elevilor. Exemple de astfel de aplicații sunt Remind și ClassDojo.

8. **Softuri de gestiune a bibliotecii școlare:** astfel de software-uri sunt utile pentru a gestiona catalogul de cărți, împrumuturile și returnările și pentru a organiza biblioteca școlii.

Acestea sunt doar câteva exemple de tehnologii și instrumente utile pentru managementul clasei de elevi. Este important ca profesorii să exploreze și să utilizeze aceste instrumente pentru a facilita un mediu de învățare eficient și pentru a-i ajuta pe elevi să se dezvolte în mod optim.

#### **5. Avantaje și dezavantaje**

Există atât avantaje, cât și dezavantaje în ceea ce privește managementul clasei de elevi. Iată câteva exemple:

##### **Avantaje:**

1. Un mediu de învățare organizat și bine gestionat poate facilita procesul de învățare și poate îmbunătăți performanțele elevilor.
2. Un manager de clasă eficient poate crea o atmosferă pozitivă și sigură în clasă, ceea ce poate duce la creșterea încrederii și motivației elevilor.
3. Comunicarea deschisă și eficientă între profesor și elevi poate ajuta la identificarea și soluționarea problemelor într-un stadiu incipient.
4. Utilizarea tehnologiilor și instrumentelor moderne poate facilita procesul de învățare și poate îmbunătăți implicarea elevilor în clasă.

5. Îmbunătățirea comportamentului elevilor: prin stabilirea unui mediu de învățare pozitiv, dezvoltarea unui sistem de recompense și sancțiuni și comunicarea eficientă cu elevii și părinții, managerul de clasă poate ajuta la îmbunătățirea comportamentului elevilor și la menținerea unui nivel ridicat de disciplină în clasă.
6. Creșterea nivelului de angajament și motivație: prin dezvoltarea unor strategii eficiente de management al clasei, cum ar fi utilizarea tehnologiei și a instrumentelor online, managerul de clasă poate ajuta elevii să fie mai motivați și implicați în procesul de învățare, ceea ce poate duce la rezultate academice mai bune.
7. Creșterea productivității și eficienței: prin dezvoltarea abilităților de organizare și planificare, precum și prin utilizarea instrumentelor online și a altor tehnologii, managerul de clasă poate crește productivitatea și eficiența în gestionarea sarcinilor și a timpului.

Cu toate acestea, există și câteva dezavantaje asociate cu implementarea unor strategii de management al clasei.

**Dezavantaje:**

1. Un management slab al clasei poate duce la un mediu de învățare haotic și neproductiv.
2. Stilurile de management ineficiente pot duce la probleme în relația profesor-elev, ceea ce poate afecta performanța academică a elevilor și nivelul lor de motivare.
3. Unele abordări de management al clasei de elevi pot fi prea restrictive sau autoritare, ceea ce poate afecta creativitatea și libertatea de exprimare a elevilor.
4. Utilizarea tehnologiilor și instrumentelor poate fi costisitoare și poate fi dificilă în cazul unor școli sau comunități cu resurse financiare limitate.
5. Necesitatea de timp și efort: dezvoltarea și implementarea unor strategii eficiente de management al clasei necesită timp și efort din partea managerului de clasă. Acesta poate fi nevoit să investească mult timp și resurse pentru a găsi cele mai bune strategii și metode.
6. Rezistența la schimbare: uneori, elevii și părinții pot fi rezistenți la schimbare și pot fi reticenți în a accepta noile strategii de management al clasei. Acest lucru poate face dificilă implementarea acestor strategii și poate necesita efort suplimentar din partea managerului de clasă pentru a-i convinge pe toți că acestea sunt benefice.
7. Posibilitatea de a nu funcționa pentru toți elevii: strategiile de management al clasei nu pot funcționa pentru toți elevii, deoarece fiecare elev are nevoi și stiluri de învățare diferite.
8. Managerul de clasă trebuie să fie deschis la feedback și să adapteze strategiile și metodele la nevoile specifice ale fiecărui elev.

Avantajele managementului clasei de elevi depășesc de obicei dezavantajele, iar cu o planificare și implementare atentă, dezavantajele pot fi minimizate.

**Concluzie**

Managementul clasei de elevi este un aspect crucial al procesului educațional. Un manager de clasă eficient trebuie să aibă competențe esențiale, precum abilități de comunicare și organizare, capacitatea de a gestiona comportamentul elevilor și de a stabili o relație pozitivă cu aceștia. În plus, tehnologia a adus multe instrumente și tehnologii utile pentru managementul clasei de elevi, precum platforme de gestionare a claselor online, aplicații pentru planificare și organizare, instrumente de feedback online, whiteboard-uri interactive și proiectoare, aplicații de comunicare cu părinții și softuri de gestiune a bibliotecii școlare. Utilizarea acestor tehnologii poate facilita un mediu de învățare mai eficient și poate ajuta elevii să se dezvolte în mod optim. Prin urmare, un manager de clasă eficient trebuie să fie deschis la inovație și să utilizeze cele mai bune practici și tehnologii disponibile pentru a asigura o experiență de învățare de calitate pentru elevi.

Managementul clasei de elevi este esențial pentru a asigura un proces de învățare productiv și pozitiv. Profesorii trebuie să fie pregătiți să dezvolte abilitățile și competențele necesare și să utilizeze tehnologiile și instrumentele disponibile pentru a sprijini procesul de învățare și a-i ajuta



pe elevi să atingă potențialul maxim.

În general, un management eficient al clasei, pe lângă putinele dezavantaje menționate, poate avea multe avantaje în ceea ce privește procesul de învățare și dezvoltarea elevilor, dar este important să se ia în considerare și posibilele dezavantaje și să se găsească un echilibru potrivit între abordările tradiționale și cele moderne.

**Bibliografie:**

1. Cucuș Constantin, Sava Daniela, *Ghid practic de management al clasei de elevi*
2. Dumitrescu Gabriela, *Managementul clasei de elevi. Strategii eficiente pentru o educație de calitate*
3. Ionașcu Angela, Iordache Steluța, *Managementul clasei de elevi. Cum să fii un profesor eficient*
4. Niculescu Maria, *Managementul clasei de elevi*, Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, 2016

## Mixul de marketing la SC Boromir Prod S.A.

**Autor: Gîrbaciu (Miclea) Izabela**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Dura Codruța**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** While achieving their goals in the market, modern companies undertake considerable efforts to meet the needs and exigencies of future and present costumers. To this end, they combine various marketing tools which sum up the marketing mix concept, also known in the literature as "the four P's", i.e. product, price, placement and promotion. These are the core ingredients of an effective marketing strategy which can easily be put into practice by conceiving a corresponding marketing plan. The paper deals with the systematic presentation of the main alternatives for the marketing-mix policies in the case of Boromir Group, the second largest company in the milling, baking and confectionary domain. It turned out that the design of a coherent and complete marketing strategy represents a complex operation, subject both to the objectives arising from the need to completely satisfy consumers' demands and to those aimed at increasing the financial performance of the company, in the context of the miscellaneous relationships between various stakeholders.*

### 1. Conceptul de marketing mix în literatura de specialitate

Realizarea obiectivelor strategice în sfera marketingului incumbă întreprinderea unor acțiuni specifice denumite eforturi de marketing, care sunt orientate spre domenii precum: analiza și estimarea dimensiunilor și capacităților piețelor de desfacere, identificarea alternativelor de penetrare pe noi piețe, adaptarea ofertei de produse și servicii la exigențele consumatorilor, fixarea nivelului prețurilor, realizarea distribuției mărfurilor, promovarea produselor etc.

Preocupările cercetătorilor de a realiza o prezentare coerentă a instrumentelor de marketing la care pot apela firmele și a modului de implementare eficientă a lor, în combinații și doze variate, în raport cu limitările impuse de resursele proprii și coordonatele de evoluție ale mediului extern, au condus la emergența conceptului de **marketing mix**, care ocupă în prezent un loc proeminent în teoria și practica de marketing.

Fondatorul conceptului respectiv, profesorul Neil H. Borden de la Universitatea din Harvard, a pus la punct inițial nu mai puțin de 12 instrumente specifice: dezvoltarea produsului, ambalarea, prețul, marca, canalele de distribuție, vânzarea personală, publicitatea (plătită), promovarea vânzărilor, etalarea, serviciile post-vânzare, logistica, culegerea și analiza informațiilor. Evoluția ulterioară a conceptului de marketing mix a fost realizată și prin contribuția altor specialiști, ale căror abordări au permis regruparea mijloacelor respective și includerea lor în categoria variabilelor endogene, aflate la dispoziția întreprinderii.

În urma eforturilor de sintetizare și restructurare întreprinse de J. Mc Carthy, s-a ajuns la un șablon larg acceptat în ceea ce privește componentele mixului de marketing, prin gruparea tuturor tehnicilor și instrumentelor specifice în jurul a patru „piloni” ai activității de marketing, cunoscuți sub formula generică „cei 4 P” (după denumirile lor originale din limba engleză): produsul (*product*), prețul (*price*), promovarea (*promotion*) și distribuția (*placement*). În această concepție, mixul de marketing desemnează un arsenal de instrumente pe care le operaționalizează compania pentru a-și realiza obiectivele sale în domeniul marketingului.

La nivelul fiecăreia dintre cele patru elemente ale mixului se pot distinge o serie de instrumente distincte, din selecția cărora se constituie așa-numitele „submixuri” de produs, preț, distribuție și promovare.



**Figura nr. 1. Structura clasică a mixului de marketing**

Structura orientativă a sub-mixurilor de marketing este prezentată în continuare:

- *mixul produsului* include: caracteristici ale produsului și ambalajelor, imagine, branding, sortimentație, disponibilitate, consiliere post-vânzare, garanții etc.;
- *mixul prețului* cuprinde prețul de bază, acordarea de discounturi și alte facilități, termene de plată și condiții de creditare etc.;
- *mixul promoțional* se referă la publicitate, promovarea vânzărilor, relațiile publice, forțele de vânzare, participarea la manifestările expoziționale etc.;
- *mixul distribuției* acoperă o serie de elemente cum sunt: canalele și sistemele de distribuție, localizarea acestora, tehnicile de vânzare, logistica mărfurilor etc.

Conceperea unui mix de marketing eficient incumbă parcurgerea următoarelor etape:

- identificarea și descrierea celor patru componente și a sub-mixurilor care le caracterizează;
- determinarea alternativelor posibile pentru fiecare componentă în parte;
- selectarea combinației optime de alternative;
- elaborarea planurilor și stabilirea acțiunilor practice necesare pentru implementarea variantelor selectate;
- controlul realizării, analiza rezultatelor, concluzii.

## 2. Succintă prezentare a Grupului Boromir

Al doilea operator pe piața produselor de morărit și panificație din România, Grupul Boromir a fost creat în anul 1994, primind inițial numele de ”Societatea Comercială Boromir”. Deși această afacere s-a dezvoltat de la zero, având ca punct de pornire o simplă moară de grâu cu o capacitate de producție de doar 24 tone/zi care a luat ființă în anul 1994 în orașul Râmnicu Vâlcea, putem afirma că expansiunea Grupului a urmat un trend exponențial dacă ne raportăm la faptul că, în mai puțin de 30 de ani, au fost acaparate segmente de piață importante, ajungându-se în prezent la un procent de aproximativ 15% din vânzările totale provenite din activitatea de morărit de la

nivel național. Grupul Boromir a achiziționat instalații de morărit și fabrici de pâine în orașele Deva, Sibiu, Buzău, Iași și Râmnicu Vâlcea, având 48 de magazine proprii în locațiile menționate și atingând un nivel al capacității de producție de 1300 tone/zi. Pe lângă cele menționate, alte 2 unități de tip Comcereal (în proximitatea orașului Sibiu), benzinăriile Boromir și fabrica de cherestea Hardwood se află în proprietatea aceluiași Grup.

Compania a dezvoltat, în decursul timpului, o gamă diversificată de produse din grupa produselor de panificație și cofetărie: mălaiul, făina, prăjiturile, covrigii, cozonacii, biscuiții, bomboanele și dropsurile, produsele de panificație vândute în stare congelată, sucurile naturale etc.

Din totalul afacerilor pe care le operaționalizează Boromir în prezent, divizia de morărit deține ponderea de 55%, divizia de panificație asigură 15% din cifra de afaceri, urmate de realizarea și comercializarea de dulciuri și prăjituri cu procentul de 20%. Celelalte activități menționate – magazine, benzinării, activități de distribuție – asigură un procent de 10% din cifra de afaceri.

În 2021, compania a raportat o cifră de afaceri de 464.405.675 lei, profit de 15.100.636 lei (marjă de 3,25%) și avea un efectiv salarial de 940 persoane, având ca obiect principal de activitate codul CAEN 1061 (Fabricarea produselor de morărit) – Tabelul nr. 1.

**Tabelul nr. 1**

**Evoluția indicatorilor economico-financiari la Boromir în perioada 2012-2021**

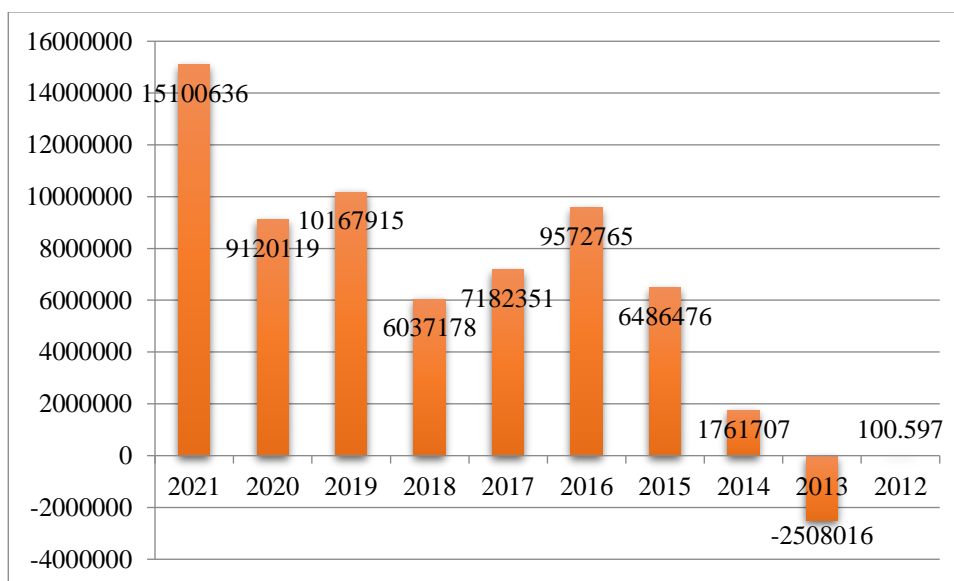
Anul	Cifra Afaceri - Lei	Profit Net - Lei	Angajati
2021	464.405.675	15.100.636	940
2020	351.630.986	9.120.119	1.117
2019	313.966.969	10.167.915	1.134
2018	267.762.092	6.037.178	698
2017	254.818.424	7.182.351	732
2016	231.384.283	9.572.765	746
2015	236.232.259	6.486.476	678
2014	239.695.831	1.761.707	647
2013	222.085.972	-2.508.016	674
2012	245.874.231	100.597	764

Sursa: <https://www.risco.ro/verifica-firma/boromir-ind-cui-6334476>

În figura nr. 2 se prezintă evoluția profitului net al companiei Boromir în perioada 2012-2021. Se constată că în pofida crizelor suprapuse manifestate în mediul extern al companiei în perioada 2020-2021, profitul net al acesteia s-a majorat substanțial, lucru care reflectă o strategie eficientă, proactivă, de adaptare la modificările manifestate pe segmentele de piață pe care activează. Cu o cifră de afaceri de 464.405.675 lei în 2021, față de un total înregistrat în acest domeniu de activitate de 4.153.113.328 lei, Boromir deține o cotă de piață de 14,29% din piața produselor de panificație – figura nr. 2.

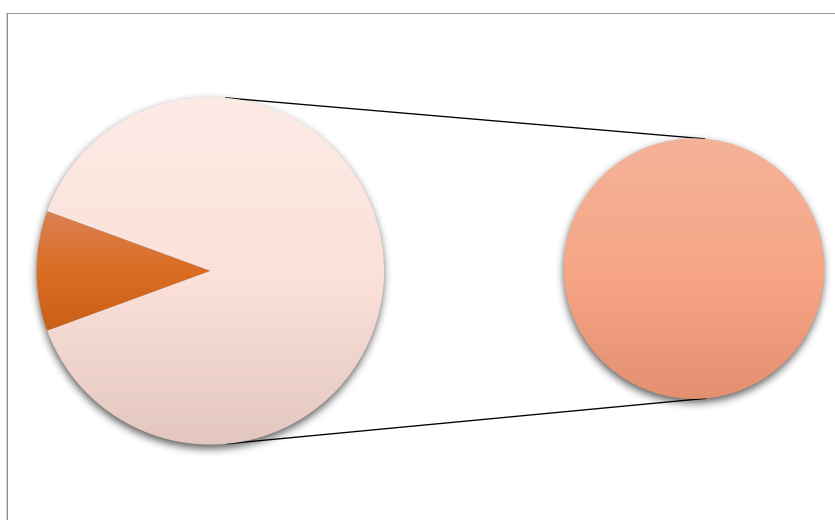
În general, Boromir își vinde produsele pe acele piețe unde deține în proximitate fabricile sale de pâine: Vâlcea – 13 magazine (cu o pondere de 60% în vânzările companiei); Buzău - 18 magazine (reprezintă a două mare piață de desfacere a Grupului), Hunedoara - 6 magazine, Iași – 6

magazine proprii, Sibiu - 5 magazine. Pe lângă rețeaua proprie de vânzare adaptată nevoilor consumatorilor persoane fizice, Grupul Boromir deservește piața clienților persoane juridice, formată dintr-o serie retaileri de notorietate, dar și din comercianți de dimensiuni mai reduse. În pofida greutăților inerente pe care le-a adus criza pandemică în ceea ce privește desfășurarea operațiunilor companiei, Grupul a continuat să investească sume importante din profiturile realizate, cu scopul de a răspunde cerințelor tot mai nuanțate ale consumatorilor. Astfel, în anul 2020, a fost realizată o investiție de 3 milioane de Euro în lina de fabricație a pâinii de la Buzău, urmată de un alt efort investițional estimat la 5 milioane de Euro pentru silozurile de cereale și creșterea capacității de producție a mălaiului în locațiile de la Sibiu, Deva și Buzău.



**Figura nr. 2. Evoluția profitului net al companiei Boromir în perioada 2012-2021**

Sursa: <https://www.risco.ro/verifica-firma/boromir-ind-cui-6334476>



**Figura nr. 3. Cota de piață deținută de compania Boromir în 2021 din totalul pieței produselor de panificație**

Sursa: <https://www.risco.ro/verifica-firma/boromir-ind-cui-6334476>

Asemenea investiții au fost destinate acoperirii unor nevoi legate de constanța materiei prime pentru procesele de producție, respectiv de scurtarea lanțului logistic de la fermieri la depozitele deținute de companie.

### 3. Politicile mixului de marketing în cadrul Grupului Boromir

În pofida succeselor obținute în ultimii ani, managementul Boromir manifestă o preocupare continuă pentru ameliorarea componentelor mixului de marketing prin: *politica de produs* axată pe diversificarea ofertei de produse concomitent cu îmbunătățirea constantă a calității; *politica de preț* construită pe strategii care să permită practicarea unor prețuri rezonabile, concomitent cu acordarea de discounturi și facilități clienților fideli; *politica de distribuție* – bazată pe optimizarea proceselor logistice; *politica de promovare* – care îmbină în mod armonios instrumentele promoționale off line cu cele on line.

#### 3.1. Alternative în politica de produs

În acest domeniu, este de remarcat faptul că Grupul Boromir a realizat în ultimii ani, conform celor detaliate în paragrafele precedente, o serie de investitii remarcabile în tehnologii moderne. Aceste eforturi investiționale au fost subordonate obiectivului de a pune la dispoziția clienților un portofoliu de produse de cea mai înaltă calitate. Astfel, se remarcă o diversitate sortimentală mare, atât în ceea ce privește pâinea și produsele de panificație, cât și gama produselor de patiserie oferite de companie. În ceea ce privește politica de produs, în continuare se recomandă luarea în considerare a următoarelor alternative:

- *Dezvoltarea ofertei de produse și servicii, cu luarea în considerare a specificului local asociat diferitelor alternative de produs* (exemplu: oferta de cozonac Boromir, turtă dulce, produse de post);
- *Extinderea gamei de produse semipreparate*. Astfel, modificările în stilul de viață al consumatorilor români, balanța activitate profesională – viață privată și majorarea veniturilor anumitor categorii de persoane permit creșterea producției de aluaturi congelate pentru a acoperi un segment de cerere important din partea marilor retaileri care se aprovizionează în prezent din import cu aceste produse;
- *Diversificarea gamei produselor semiambalate destinate consumatorilor care adoptă un stil de viață sănătos* – ca urmare a tendinței de sporire a cererii pentru aceste categorii de produse. În ultimii doi ani, s-a constatat o creștere cu peste 30% a cererii pentru produse de panificație și cofetărie obținute din făină de secară, făină graham, făină cu adaosuri de tărâțe, semințe etc.;
- *Inserarea, în ambalajele unor produse, a unor rețete culinare destinate consumatorilor*. De exemplu, în ambalajele produselor din făină ar putea fi introduse rețete de produse care pot fi preparate rapid cu ajutorul acestui produs: prăjituri, pizza, cozonaci etc.
- *Deschiderea unor locații noi de comercializare a produselor proprii, inspirate din conceptul european Boromir Pan Cafe*. Această inovație s-a născut din nevoia de racordare la evoluțiile recente din domeniul retail, dar și din cea de a întâmpina nevoile de relaxare ale consumatorilor în timpul meselor și/sau pauzelor de lucru. O parte dintre aceste locații au fost deja inaugurate iar funcționarea lor are la bază sistemul "coffee to go", oferind în același timp zone de relaxare, de servire a snack-urilor și băuturilor răcoritoare într-o atmosferă prietenoasă și reconfortantă.

Preocuparea companiei față de elaborarea unei politici de produs corelată cu nevoile și cerințele pieței este confirmată de analiza constantă a preferințelor consumatorilor, atât la nivel local, cât și la nivel național. Aceste analize s-au materializat, în anii precedent, prin lansarea unor produse noi care se aliniază tendințelor actuale ale pieței.

### 3.2. Alternative în politica de preț

Luând în considerare aria în care activează compania, segmentele de piață acoperite și particularitățile produselor comercializate, Boromir folosește două strategii pentru lansarea noilor produse pe piață:

**a. Strategia de fructificare a avantajului de piață:** are drept principală particularitate vânzarea noului produs la **un nivel de preț ridicat** pentru a obține un volum cât mai mare al profitului într-un interval de timp relativ redus. Este recomandabil să fie aplicată o astfel de strategie de preț în următoarele situații:

- atunci când produsul este destinat unui segment limitat de consumatori care dispun de resursele financiare necesare și doresc să-l achiziționeze;
- atunci când diferențierea în raport cu produsele concurenților este una semnificativă;
- atunci când produsul poate fi imitat relativ rapid și facil de către companiile concurente (prețul ridicat este, în aceste circumstanțe, o alternativă pentru a amortiza cheltuielile pe care le incumbă aducerea sa pe piață);
- atunci când cererea este slab elastică în raport cu oscilațiile prețului.

În perioada care urmează lansării pe piață, prețul produselor noi ale Boromir a fost redus în mod gradual, pentru a stimula sporirea cererii și amplificarea volumelor de vânzări, înainte ca concurența să poată deveni capabilă de a acoperi segmente importante din piață.

Strategia prețurilor ridicate a fost aplicată celor mai noi produse lansate către Grupul Boromir: Kraffen Boromir sau Croissante Boromir. De asemenea, aceeași strategie a fost implementată și pentru alte alternative de produs intens mediatizate, cu scopul a acoperi cheltuielile cu publicitatea și promovarea acestor produse. Aplicarea corectă a acestei strategii de preț se află în corelație și este condiționată de eficiența strategiilor de produs și de promovare.

**b. Strategia prețurilor joase** presupune practicarea unor prețuri reduse la anumite produse din gama sortimentală, urmărindu-se în principal antrenarea creșterii cererii și atingerea unei cote de piață înalte. Strategia este aplicată de către Grupul Boromir pentru produse precum pastele, pâinea sau produsele de morărit, datorită elasticității ridicate a cererii care atrage după sine volume de vânzări superioare în condițiile practicării unor prețuri joase.

În același timp însă, chiar dacă Grupul Boromir folosește această strategie, compania nu poate să nu ia în calcul trendurile crescătoare în sfera prețurilor grâului și a pâinii, fenomen datorat unor factori de influență inevitabili precum: accentuarea fenomenului încălzirii globale, respectiv manifestarea crizelor suprapuse de tip financiar și sanitar care determină majorări în lanț ale prețurilor la electricitate, motorină, materii prime etc. Aceste dinamici au cauzat nivele ale costurilor de producție mai mari pentru majoritatea producătorilor. Un alt determinant al prețului pâinii care acționează în sensul creșterii acestuia este reprezentat de volumul investițiilor pe care companiile producătoare trebuie să le realizeze pentru a asimila noi tehnologii și a respecta normele de protecție a consumatorilor implementate la nivel european.

Chiar și în aceste condiții destul de dificile care s-au manifestat constant în mediul ambiant al corporației în ultimii ani, Grupul Boromir a reușit să-și controleze costurile de producție și să ofere produsele de panificație de strictă necesitate - în corelație cu stilul de viață și obiceiurile de consum ale românilor - la niveluri de preț considerate rezonabile de majoritatea consumatorilor.

**c. Strategia prețurilor promoționale** reprezintă o alternativă aplicată atât pentru produsele vândute clienților en detail, cât și pentru clienții en grossiști - supermarketuri, hypermarketuri, restaurante etc. Ambelor categorii de clienți, li se acordă discounturi în proporții variabile, cuprinse între 5 și 10% din preț în cazul unei game largi de produse care poartă marca Boromir. În plus, Grupul practică prețuri preferențiale pentru consumatorii care achiziționează produse direct de la sediul firmei, cu plata pe loc, aceștia beneficiind de o reducere de 5 % din cunatumul prețului înregistrat la raft.

### 3.3. Opțiuni în politica de distribuție

Strategia de distribuție reprezintă acea componentă a mixului de marketing care realizează legătură dintre distribuție și consum. În cadrul opțiunilor analizate pentru stabilirea coordonatelor politicii de distribuție la Boromir, au fost evidențiate următoarele soluții:

1. *diminuarea costurilor de distribuție* prin amplificarea gradului de utilizare a capacității de transport și a capacității de depozitare a companiei, stabilirea unui nivel optim al rutelor de distribuție, evaluarea furnizorilor și îmbunătățirea relațiilor cu partenerii de distribuție;
2. *elaborarea și aplicarea unui standard de mercantizare* care să fie utilizat în cadrul tuturor locațiilor deschise și pentru toate produsele Boromir. În felul acesta se va realiza creșterea vânzărilor printr-o selecție riguroasă a produselor, comunicarea nivelurilor de prețuri și stocuri pentru fiecare categorie de produs inclusă în standard, activități de ambalare de calitate și amplasarea produselor pe rafturile de vânzare astfel încât consumatorii să poată adopta deciziile de achiziție optime în funcție de produsele expuse etc.;
3. *penetrarea unor segmente de piață externe* - cele mai vizate sunt piețele din Moldova, Serbia, Ucraina, Bulgaria, deoarece prezintă o serie de caracteristici apropiate pieței românești (care derivă din obiceiurile de consum similare), dar și piețe noi precum cele din Italia sau Spania unde activează și trăiesc un număr mare de români. Această strategie vizează fie achiziționarea de fabrici de pâine cu o capacitate de producție de cel puțin 500-600 de tone/zi, fie realizarea de investiții pentru construcția de fabrici noi;
4. *creșterea volumelor de produse de panificație și patiserie tradiționale românești exportate* în țările în care există comunități mari de români - criosante, cozonaci, pișcoturi pentru șampanie etc.;
5. *implicarea în activitățile de furnizare de produse și servicii în cadrul unor programe guvernamentale*. Amploarea acestor proiecte poate determina efecte pe orizontală în tot segmentul vizat: dezvoltarea producției, crearea de ferme zootehnice, dezvoltarea rețelelor logistice prin mărirea parcului de mașini, îmbunătățirea activităților de ambalare etc.;
6. *extinderea în sistem franciză a magazinelor specializate* construite în acord cu conceptul testarea conceptului Boromir Pan Cafe.



Figura nr. 4. Operaționalizarea conceptului european Boromir Pan Cafe

Sursa: <https://balajelalexandra.weebly.com/boromir-pancafe.html>

### 3.4. Alternative strategice în politica promoțională

În momentul demarării afacerii, Grupul Boromir nu a alocat bugete semnificative campaniilor de promovare pe care le-a întreprins. Compania și-a făcut simțită prezența pe piață prin



prezența cu produsele sale în aproape toate unitățile comerciale din țară, folosind în mod preponderent *strategia de „împingere” a produselor* prin toate canalele de distribuție. În timp, Boromir a îmbinat această abordare cu *strategia de atragere a clienților* prin diverse tehnici promoționale. Mixul promoțional considerat oportun la ora actuală pentru Grupul Boromir va include în mod obligatoriu cel puțin următoarele: *publicitatea* (realizată prin vehicule media precum Internetul, presa scrisă, radioul, canalele TV etc.); *promovarea vânzărilor*; *participarea la târguri și expoziții*; *relațiile publice* ș.a.

**A. Publicitatea** reprezintă orice formă de expunere în canalele media a informațiilor cu privire la produsele, serviciile, mărcile sau organizațiile de afaceri interesate, cu scopul de a determina modificarea comportamentelor unor consumatori în sensul adoptării deciziilor de achiziție și transformării cererii de consum în comportament de cumpărare manifest. Cele mai cunoscute medii publicitare sunt:

**A.1. Website-ul organizației de afaceri** - Orice companie modernă va lua în calcul în mod obligatoriu importanța website-ului pentru promovarea imaginii și a produselor sale, oferind consumatorilor posibilitatea de a accesa în mod eficient și facil informații relevante despre companie. Din această perspectivă, site-ul companiei Boromir este unul destul de complet, util și ușor navigabil din punct de vedere al disponibilității informațiilor despre gama de produse comercializate, acțiunile promoționale, locațiile de distribuție și vânzare etc.



Figura nr. 5. Pagina de start [www.boromir.ro](http://www.boromir.ro)

Sursa: [www.boromir.ro](http://www.boromir.ro)

**A.2. Utilizarea rețelelor de socializare în sfera marketingului** presupune adesea îmbinarea mai multor instrumente on line/off line cu scopul creșterii interacțiunilor și a volumului de trafic pe site-urile afacerilor mici. Cea mai la îndemână strategie de marketing constă în marcarea cu ajutorul unui "tag" a unui articol pe o temă de business de pe un blog și a apoi viralizarea acestuia cu ajutorul Facebook, Instagram sau Tweet. Pornind de la această idee, se pot întreprinde *campanii de promovare* mai ample care să includă și prezentarea unor materiale în format video cu privire la afacere/produs pe TikTok sau pe Youtube.

Pe de altă parte, rețelele de socializare reprezintă adevărate "instrumente de aspirare" a utilizatorilor, care pot fi cu ușurință redirecționați către site-ul afacerii:

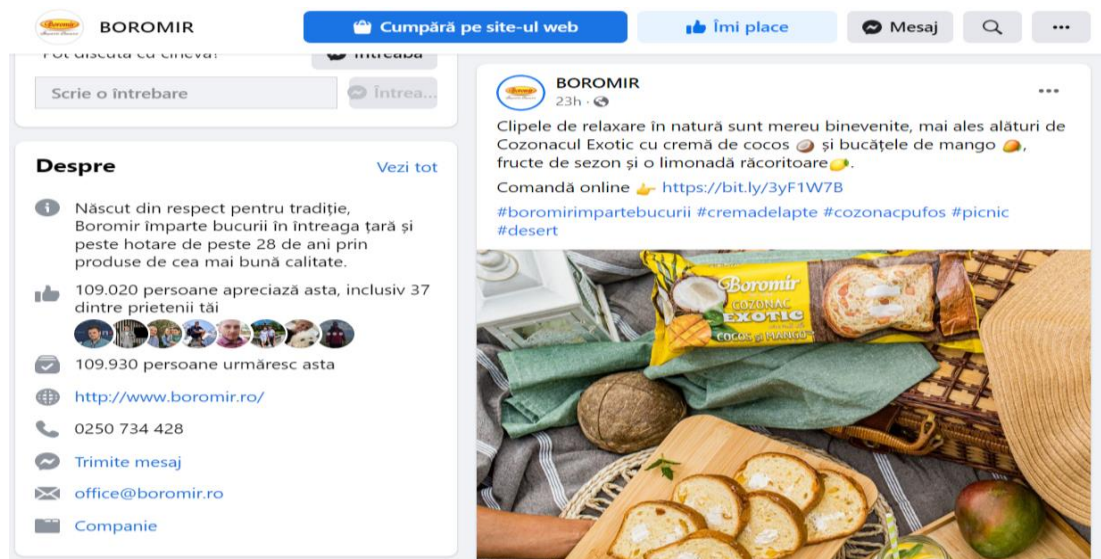


Figura nr. 6. Pagina de Facebook Boromir

Google Ads reprezintă un model de publicitate contextuală care a fost lansat în anul 2003 de către Google. Denumit inițial Google AdWords, mecanismul de funcționare al acestei tehnici promoționale are în vedere publicitatea on line axată pe cuvinte cheie și plătită de către antreprenor în sistemul *pay-per-click*. Antreprenorii vor crea anunțuri publicitare relevante bazate pe cuvintele cheie pe care estimează că le vor utiliza consumatorii potențiali care caută pe Internet produse și servicii similare celor pe care le comercializează afacerea lor. De exemplu, folosind drept cuvinte cheie relevante: ”producător morărit panificație Râmnicu Vâlcea” pe motorul Google, sistemul le va returna site-ul Boromir printre rezultatele căutării (figura nr. 7).

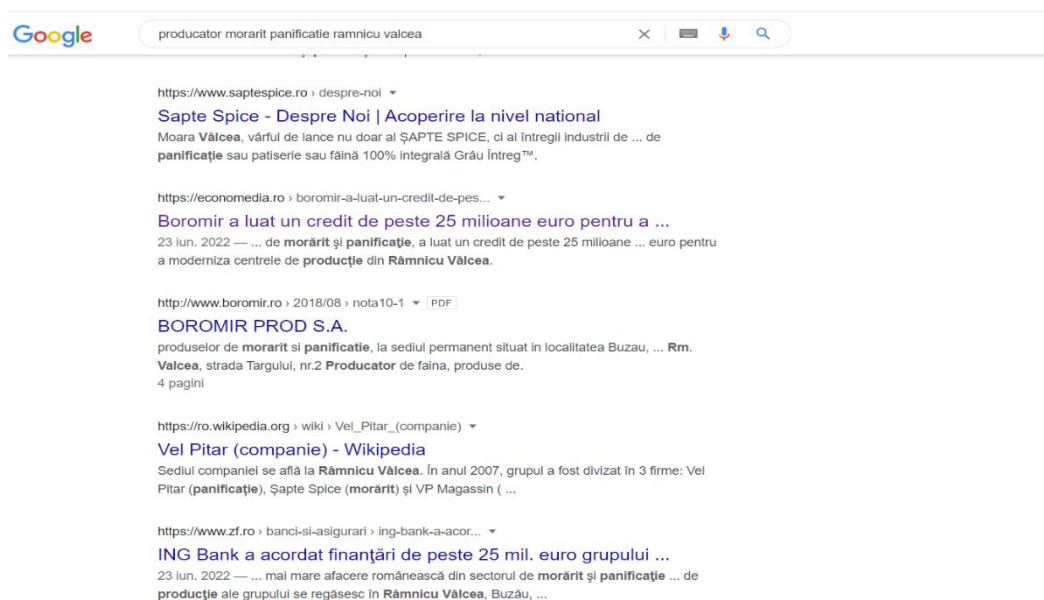


Figura nr. 7. Publicitate prin Google Ads

**B. Promovarea vânzărilor** presupune utilizarea tehnicilor și mijloacelor de stimulare, impulsioneare și creștere a vânzărilor de bunuri și servicii care formează oferta companiei prin **reduceri de prețuri, vânzări grupate, jocuri și concursuri, demonstrații și degustări, activități publicitare la locurile de vânzare** etc. În activitatea sa de promovare, Boromir se atâră asupra consumatorilor final, ci asupra distribuitorilor săi sau, altfel spus, asupra partenerilor săi în afaceri.

Un astfel de exemplu este reprezentat de concursul „Descopera Exoticul la Deep Forest Fest” organizat în perioada **5.07.2022 – 17.07.2022**. Campania a fost deschisă participării tuturor persoanelor fizice cu domiciliul/reședința în România, cu vârsta minimă de 18 ani împliniți până la data începerii campaniei. În cadrul acestui concurs s-au acordat 12 premii astfel:

**Tabelul nr. 2**

**Premii acordate în cadrul concursului promoțional „Descopera Exoticul la Deep Forest Fest” organizat de Boromir**

Tip premiu	Număr premii	Valoare unitară cu TVA	Valoare totală
O invitație dubla la Festivalul Deep Forest care se desfășoară la Fetești, Județul Valcea, în perioada 29.07.2022-31.07.2022, un Pachet care conține: un Cozonac Exotic cu mar și vanilie + un Cozonac Exotic cu fistic și ciocolata albă + un Cozonac Exotic cu mango și cocos	4	434 RON	1,736 RON
Un Pachet care conține: un Cozonac Exotic cu mar și vanilie + un Cozonac Exotic cu fistic și ciocolata albă + un Cozonac Exotic cu mango și cocos	8	36 RON	288 RON

Înainte de a se înscrie în concurs pe una dintre cele două platforme de socializare, utilizatorul trebuia să apese click pentru Follow profilului BOROMIR\_IMPARTI\_BUCURII de pe Instagram: [https://www.instagram.com/boromir\\_imparte\\_bucurii/](https://www.instagram.com/boromir_imparte_bucurii/) sau să dea like profilului BOROMIR de pe Facebook: <https://www.facebook.com/boromir.ro>. De asemenea, consumatorul trebuia să lase, la postarea destinată, un comentariu în care să eticheteze o altă persoană cu care vrea să împartă experiența consumului de produse Boromir.

### **C. Participarea la târguri și expoziții**

Pe lângă campaniile de promovare, sampling, jocuri, concursuri și promoții, un alt instrument promoțional implementat de către Boromir este participarea la târguri și expoziții. Cea mai importantă manifestare care suscită interesul managerilor companiei este IndAgra, o expoziție internațională de echipamente și produse în domeniul agriculturii, zootehniei și alimentației.

Începând cu anul 2002, compania a luat parte la fiecare ediție a târgului, în cadrul Complexului Expozițional Romexpo București, având de fiecare dată un stand atractiv amplasat în pavilionul brutarilor și distribuitorilor de utilaje de brutărie și distribuitorilor de amelioratori și ingrediente. La fiecare ediție, la standul Boromir sunt expuse atât cele mai noi produse lansate de companie, dar și produse proaspete, din categoria celor reprezentative.

Mai recent, în cadrul **Târgului Internațional Anuga desfășurat între 9-13 octombrie 2021 la Koln**, cel mai important târg european din domeniul alimentar și al băuturilor, prăjiturelele de Crăciun marca Boromir cu portocale, nuci sau tiramisu și-au încântat vizitatorii cu gusturile și texturile deosebite, în timp ce *Colecția Prăjitura Îngerilor* de la Boromir au adus o serie de elemente de noutate datorită a trei noi sortimente cu gusturi diferite, cu arome și creme fine de fistic, mango sau cocos.





Figura nr. 8. Standul Boromir de la Târgul Anuga 2021

Printre variantele de cozonaci de la Boromir expuși în cadrul târgului internațional Anuga 2021, s-au făcut remarcate următoarele: Cozonacii cu unt sau Cozonacii cu umpluturi de ciocolată, stafide, nuci și fructe confiate. Alte colecții speciale foarte bine apreciate de participanți au fost reprezentate de gama de *Cozonaci Royal* (cu chipsuri de ciocolată și creme catifelate), respectiv de noua gamă de *Cozonaci Vegan*, ideali pentru perioadele de post (variantele cu ciocolată, respectiv varianta cu nuci și stafide). Ceea ce este inedit este însă faptul că ultimele noutăți de la Boromir prezentate în cadrul Târgului Anuga 2021, se află la un click distanță, pe **boromirmarket.ro**.

#### 4. Concluzii

Analizând politicile și strategiile de marketing din cadrul grupului Boromir observăm că a doua cea mai mare companie românească din sectorul morărit și panificație, depune eforturi considerabile pentru a găsi cele mai eficiente combinații ale mixului, astfel încât să își atingă obiectivele fixate pe piața țintă.

În cazul *politicilor și strategiilor de produs*, este de remarcat faptul că s-a făcut investiții masive în tehnologii moderne și inovatoare, pentru a oferi clienților produse de cea mai bună calitate, pentru a furniza siguranță alimentară și garanția că clientul este primul care atinge produsul final. Un alt punct forte al politicilor și strategiilor de produs îl constituie marea diversitate sortimentală, atât în ceea ce privește produsele de panificație, cât și în gama produselor de patiserie, biscuiți, turtă dulce, crochete etc. Preocuparea companiei față de nevoile și cerințele consumatorilor este confirmată de analiza constantă a pieței și a preferințelor consumatorilor, atât la nivel local, cât și la nivel național. Aceste analize s-au materializat prin lansarea unor produse noi care se aliniază tendințelor actuale ale pieței.

În cazul *submixului de preț*, am evidențiat faptul că Boromir încearcă să implementeze politici de preț cât mai convenabile pentru clienți, fie ei consumatorii finali sau clienții engros. În acest sens, compania optează pentru prețurile joase pentru pâinea, produsele de panificație proaspete și cele de morărit și prețuri mai ridicate pentru produsele nou intrate pe piață, acolo unde concurența nu este mare. Strategia prețurilor promoționale se îmbină în mod armonios cu politica de promovare, acordându-se discounturi, prețuri preferențiale și premii pentru clienții fideli.

*Conceperea submixului de distribuție* are în vedere atât soluții pentru reducerea substanțială a costurilor de distribuție, cât și alternative de penetrare a unor segmente de piață externe, implicarea în activitățile de furnizare de produse în cadrul unor programe guvernamentale sau extinderea magazinelor specializate Boromir Pan Café în sistem franciză.

*Submixul politicii promoționale* este focalizat asupra îmbinării eficiente a instrumentelor din sfera marketingului digital cu cele specifice marketingului off line, astfel încât interacțiunea cu

clienții și vânzarea de produse/servicii să mijlocească succesul strategiilor de consolidare și extindere a segmentelor de piață deținute. Se pune accent pe publicitatea clasică, dar și pe publicitatea on line, prezența pe rețelele de socializare, publicitatea contextuală, participarea la târguri și expoziții, promovarea vânzărilor prin jocuri și concursuri etc.

Astfel, proiectarea unui mix de marketing coerent și complet trebuie să fie o operațiune complexă, subordonată atât obiectivelor care decurg din necesitatea satisfacerii cerințelor consumatorilor, cât și celor care au în vedere creșterea performanțelor financiare ale afacerii, în contextul hățișului de relații și interdependențe sunt desfășurate simultan în sistem off line și on line între companie și stakeholderii săi.

### **Bibliografie:**

1. Balaban D. C.; Szambolics J. (2021), *Social media, influencerii și rolul lor publicitar*, Editura Tritonic, București
2. Cruceru, A. (2018), *Marketing. O abordare strategică din perspectiva competiției*, Editura ASE, București, 2018
3. Filip A. (2020), *Customer Relationship Management*, Editura ASE, București, 2020
4. Nedelea Al. (2019), *Politici de marketing în afaceri*, Editura Economică, București
5. Nedelea Al. (2021), *Ghid practic de marketing*, Editura Economică, București
6. Nedelea, Al.; Cioban G. L.; Cioban, C. I. (2021), *Marketingul firmei. Studii de caz*, Editura Economică, București
7. Orzan Gh., Orzan M. (2007), *Cybermarketing*, Editura Uranus, București
8. Thabit, T. H.; Raewf, M. B. (2018), *The Evaluation of Marketing Mix Elements: A Case Study*, International Journal of Social Sciences & Educational Studies, 4 (4), 100-109, Disponibil la:  
[https://www.researchgate.net/profile/Thabit-Thabit/publication/324923406\\_The\\_Evaluation\\_of\\_Marketing\\_Mix\\_Elements\\_A\\_Case\\_Study/links/5aeb827a458515f59981df6e/The-Evaluation-of-Marketing-Mix-Elements-A-Case-Study.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Thabit-Thabit/publication/324923406_The_Evaluation_of_Marketing_Mix_Elements_A_Case_Study/links/5aeb827a458515f59981df6e/The-Evaluation-of-Marketing-Mix-Elements-A-Case-Study.pdf) [12 Februarie 2023]
9. <http://www.boromir.ro/>
10. <http://www.zf.ro/>
11. <https://www.risco.ro/>

## Importanța și rolul marketingului cultural în instituțiile de cultură

**Autor: Măcriș Maria - Andrada**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Ciurea Maria**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Marketing in cultural institutions developed with the understanding of its purpose. Thus, the importance given to the product or service may suggest that the orientation of marketing towards culture or art is actually the orientation towards the product and certainly, the specialization of marketing in areas such as culture has led to new theories and investigations leading to an evolution according to current trends. Through this paper, we aimed to achieve a theoretical approach regarding the importance and role of cultural marketing in cultural institutions, within which, among others, aspects of the culture consumer, the marketing of cultural services, the marketing mix were targeted cultural.*

### 1. Introducere

De-a lungul timpului cultura a fost definită în diferite feluri de către diverșii autori ai domeniului. Astfel, cultura este un fenomen colectiv ce a fost modelat de mediul social al indivizilor și nu de indivizii înșiși. În esență, cultura reprezintă întreaga moștenire a unei societăți, transmisă prin viu grai, literatură sau alte forme de comunicare, dar și modul de viață și de gândire al acelei societăți care se transmite din generație în generație. Cultura reflectă latura umană a mediului economic, ea fiind o sumă a caracteristicilor comportamentale înrudite și învățate, care sunt împărtășite de membrii societății.

Domeniul culturii, complex și mereu în schimbare, este adesea considerat secundar în raport cu factorii de dezvoltare cei mai cunoscuți: economici, juridici, politici. Însă, în realitate, elaborarea unei politici culturale coerente și echilibrate constituie una dintre cele mai complexe și dificile probleme pentru guvernarea democratică. Este recunoscut faptul că marketingul continuă să-și definească cât mai exact obiectul de studiu, mai ales în ramuri care experimentează principii, concepte, metode și tehnici de cercetare, cum sunt marketingul educațional, marketingul politic, marketingul ecologic sau marketingul cultural. În aceste domenii el are o dublă finalitate - economică și socială, dar, datorită obiectivelor urmărite, accentul trece pe latura socială a strategiei. Totodată, marketingul cultural presupune adaptarea conceptelor specifice marketingului, cum ar fi: piața culturală, segmente de piață, cerere de cultură, ofertă culturală, consum de cultură, componentele mixului de marketing.

Cultura se află printre ultimele domenii care au înglobat marketingul în sfera activităților practicate. Pe de o parte, acesta este rezultatul unei aparente neconcordanțe între artă și economie, dar pe de altă parte lipsa de preocupare pentru marketing provine și din confortul pe care îl oferă bugetele acordate de stat domeniului cultural. Însă, oricât de dezbătute ar fi existența sau utilitatea marketingului cultural, situațiile cu care se confruntă tot mai des instituțiile de cultură, mai ales în ceea ce privește creșterea și diversificarea publicului, subliniază o nevoie din ce în ce mai accentuată de a-și schimba modul de gândire. Cultura include astăzi nu numai arta și patrimoniul ci și moduri de viață, religii, norme de conviețuire socială, limbi și structure mentale, asociate cu valori particulare și particularizante. Doar o parte generează procese de schimb și doar o parte poate fi direct detașată și tratată ca „marfă”.

Consumul de cultură declanșează, la rândul lui, adevărate bătălii printre producători pentru că include și activarea unor judecăți de gust. Deși mitul comun postulează faptul că gusturile nu se

discută, acest lucru nu poate fi lăsat deoparte atunci când trebuie analizate mecanismele și resorturile modului în care se decide alegerea între două tipuri de produse/servicii culturale. Arta-divertisment poate genera și produse sau servicii care nu pot primi întotdeauna eticheta de act cultural.

Abordarea de marketing în domeniul culturii necesită cercetarea pieței, studiul sistematic al nevoilor și așteptărilor consumatorului, anticiparea lor și chiar crearea de noi nevoi la nivelul unor segmente de piață. Exigențele metodologice ale marketingului în cultură presupun evaluarea dimensiunii și structurii ofertei, corelarea ei cu cerințele de consum ale populației, investigarea gradului de satisfacție a consumatorilor, a motivațiilor și a comportamentului cultural.

Influența culturii asupra activităților economice a fost studiată încă de la începutul secolului al XX-lea, relifându-se că cultura are un impact puternic asupra activității de marketing. Marketingul presupune câștigarea de profit prin satisfacerea nevoilor, dorințelor umane și cerințelor umane. Pentru a le satisface cât mai bine trebuie înțeleasă cultura pieței-țintă. O modalitate de înțelegere a culturii este de a analiza componentele acesteia. Mai relevante pentru impactul asupra deciziilor privind mixul de marketing sunt următoarele componente ale culturii: cultura materială, limba, religia, estetica, educația, valorile, normele, tradițiile și obiceiurile, organizarea socială.

Marketingul cultural trebuie acceptat ca instrument în permanentă schimbare, iar cunoașterea și dobândirea limbajului specific și a tehnicilor clasice din marketingul tradițional, reprezintă doar punctul de plecare pentru înțelegerea mecanismelor lui de funcționare. Din punct de vedere al eficienței, logica oricărui tip de marketing presează spre o orientare preponderentă spre beneficiar; orientare care restructurează inclusiv modul de producție culturală, fapt ce obligă la luarea în considerare, încă din faza de creație, a unor bariere de receptare.

## 2. Scopul primordial al marketingului cultural

Filosofia marketingului este strâns legată de conceptul de profitabilitate și chiar dacă în decursul ultimilor ani a devenit destul de evident că scopul aplicării marketingului în cultură nu este unul strict financiar, se mai apelează încă la obiective cantitative pentru justificarea aplicării sale. În realitate, cultura este pentru marketing un instrument, o perspectivă de abordare prin prisma căreia toate elementele economice și sociale capătă sens și devin aplicabile.

Marketingul cultural nu te poate face să înțelegi mai bine opera sau muzica clasică sau formele abstracte de artă vizuală, pentru că marketingul cultural nu vinde produse propriu-zise, ci facilitează consumul lor. Sarcina lui principală nu se termină cu ocazia primului schimb de produse sau servicii, ci abia începe la acel moment, deoarece întreaga filosofie a marketingului cultural se construiește în jurul cultivării unui obicei de consum.

Prin urmare, *scopul marketingului este crearea unui tip de consumator mai bun și mai fidel pe măsură ce consumă mai mult și pe măsură ce își diversifică pretențiile față de produsul cultural deoarece, în acest mod, el devine și un reper critic prețios într-un domeniu care urmărește permanent performanța și autodepășirea nivelului atins. Un alt scop al marketingului cultural este creșterea și educarea consumatorilor, deoarece producătorilor de bunuri și servicii culturale nu le este indiferent cine e consumatorul, dar și datorită unui schimb de energii culturale de calitate, care potențează creativitatea artiștilor sau producătorilor de toate categoriile.*

Din punct de vedere teoretic, marketingul cultural are caracteristici împrumutate din mai multe tipuri de marketing, păstrând câteva metode și tehnici din marketingul comercial obișnuit și astfel situându-se destul de aproape de metodele și tehnicile marketingului serviciilor cu toate caracteristicile sale. Datorită varietății foarte mari de manifestare a produselor culturale, aceste metode sau tehnici capătă preponderent caracter comercial de marketing de produs sau de marketing de servicii, ceea ce modifică în mod fundamental modalitatea de abordare strategică. În ceea ce privește caracteristicile produselor culturale acestea pot fi, într-o măsură mai mică sau mai mare, „comercializabile” în funcție de câteva însușiri specifice, care le fac mai ușor de achiziționat direct, în forme materiale, la prețuri accesibile. Alte produse sunt deprivate complet de manifestări materiale,

iar consumul lor necesită condiții speciale. Prin acest aspect nu înseamnă însă că scopul marketingului cultural devine doar vânzare și profit în sine, ci în mod obișnuit, scopul ar trebui să nu balanseze în zona comercială, nici măcar atunci când aparent, costurile de producție trebuie acoperite de achiziționarea copiei produsului sau a biletului de acces.

O altă particularitate a produselor culturale este aspirația lor spre autodepășire, care le face să evolueze și să se diversifice, chiar pe parcursul consumului, ceea ce multe dintre produsele obișnuite nu o pot face. În funcție de locul de consum, marketingul cultural poate fi extrem de diferit dacă ne raportăm la cartea cumpărată și pusă în biblioteca personală, la obiectul de artă unicat achiziționat pentru plăcerea estetică proprie, sau dacă este vorba de participarea în spații publice, la concerte sau spectacole din categoria produselor complet nestocabile.

Așadar, consumul de cultură necesită o cu totul altă abordare, de tipul: muzică sau film, intermediat de dezvoltarea tehnologiilor care presupun un alt comerț de infrastructură dedicată. Prin urmare, plaja metodelor și tehnicilor marketingului cultural este direct proporțională cu tipurile de produse materiale sau imateriale puse în circulație. Necesită a fi menționat faptul că, marketingul cultural nu poate fi utilizat ca instrument eficient, de către nicio instituție de cultură în care nu se face un management corespunzător. Cu alte cuvinte este imposibil de imaginat o abordare de marketing într-o instituție de cultură fără viziune, misiune, obiective sau fără planificare și fără ținte realiste. Lipsa acestor elemente manageriale, esențiale, face întregul proces de marketing lipsit de obiect și de sens. Pe de altă parte, o instituție culturală fără marketing specializat este o entitate condamnată la izolare, generând doar costuri, fără șansa de a-și dovedi utilitatea și de a-și îndeplini scopul.

### 3. Consumatorul de cultură

În vederea realizării unei bune strategii de marketing trebuie înțeles comportamentul de consum al publicului țintă. Astfel specialiștii în domeniu, de-a lungul timpului, au încercat să răspundă la o serie de **întrebări care pot apărea în cazul marketingului cultural**, precum:

- *Ce motivează o persoană să cumpere un bilet?*
- *Să cumpere sau să reînnoiască un abonament?*
- *Ce factori creează satisfacție sau stimulează loialitatea față de instituțiile de cultură?*

Schimbările intervenite în societate au un rol important pentru o bună strategie de marketing, deoarece viața actuală este mult diferită de cea anterioară, oamenii muncesc mai mult și au din ce în ce mai multe responsabilități. Datorită progresului din tehnologie actualmente se experimentează muzica și artele vizuale din propria locuință și din cauza costurilor mari de transport consumatorii au din ce în ce mai puțin contact direct cu alte culturi. Sarcina instituțiilor de cultură s-a schimbat mult, cât și competiția. Actualmente, principalii concurenți nu mai sunt doar cei care oferă arte similare, ci și toate formele de artă. Noutatea acestui secol este că și potențialii clienți s-au schimbat și poartă numele de consumatori culturali, ce sunt interesați de orice tip de artă, indiferent dacă este un concert pop sau operă.

Ca urmare a acestor aspecte, instituțiile de cultură încearcă să înțeleagă cum este privită cultura și mai ales cum este consumată. Totodată, ele trebuie să gândească ca un membru al comunității, să-și perceapă produsele sau serviciile ca un lucru pe care vor să-l împărtășească și cu alții.

Există o serie de **factorii care influențează comportamentul consumatorului de cultură**, care pot fi astfel structurați:

- **tendințele macromediului:** *social, politic, economic, tehnologic;*
- **factori culturali:** *naționalitate, subculturi, clase sociale;*
- **factori sociali:** *grupuri de referință, opiniile liderilor;*
- **factori psihologici:** *personalitate, credințe și atitudini, motivație.*
- **factori personali:** *ocupație, circumstanțe economice, familie, ciclul de viață.*

Așadar, consumatorul de cultură apelează la tot felul de bunuri și servicii pentru satisfacerea propriilor nevoi. Totodată, din studiile de specialitate reiese că femeile sunt cele care domină cu



prezența la evenimentele culturale, uneori fiind însoțite și de către partenerii lor. Cu toate acestea nu există o explicație logică pentru diferențele dintre sexe. Consumatorul de cultură, indiferent de categoriile în care se încadrează, se poate găsi în dublă ipostază, respectiv ca practicant sau angajat al domeniului sau ca spectator. Cel mai important criteriu de segmentare în cultură este considerat a fi vârsta.

#### 4. Specificul mix-ului de marketing în cultură

Mixul de marketing rămâne unul dintre elementele cel mai utilizate în practica și teoria de marketing, ca principal instrument de planificare, dar și de decizie și reprezintă tacticile prin care sunt susținute diferitele propuneri prin care se creează valoare într-o entitate, pentru fiecare segment țintă, cu prețul și serviciile corespunzătoare, prin canale, procese și dovezi care să le susțină. Acesta este o colecție de variabile care pot influența sau schimba cererea pentru un produs sau serviciu și performanța de marketing, chiar dacă nu stau neapărat sub controlul unui department în domeniu.

Pentru construirea unui mix de marketing adecvat și eficient, entitățile trebuie să aibă în vedere următoarele **aspecte**:

- *niciodată nu trebuie acționat asupra pieței și al mediului cu ajutorul unui singur mijloc sau instrument, ci cu o multitudine de mijloace și instrumente care, în fapt constituie componentele sau elementele mixului de marketing;*

- *gradul de integrare a mijloacelor, metodelor și instrumentelor folosite trebuie să fie ridicat, deoarece utilizarea acestora într-un mod izolat, fără o relație de interdependență, reduce semnificativ eficiența mixului;*

- *în vederea alocării de resurse și investiții, se va ține seama de specificul, mărimea și puterea entității și se va concentra pe distribuția corectă și judicioasă pe toate elementele mixului de marketing.*

Particularitățile mixului în domeniul culturii pun în evidență funcții specifice ale marketingului cultural, funcții care îl diferențiază de celelalte discipline. Indiferent de domeniu și de scara aplicării lui, marketingul cultural are o serie de **funcții generale** care constau în:

- ↗ *investigarea pieței, a consumului de cultură și a mediului economic și social;*
- ↗ *adoptarea continuă a politicilor de marketing la cerințele mediului;*
- ↗ *dimensionarea serviciilor culturale în consens cu nevoile, gusturile, așteptările, exigențele calitative ale consumatorilor, dar și cu dezideratele politicii culturale;*
- ↗ *promovarea unui management eficient al resurselor umane care, împreună cu resursele materiale și informaționale, să stimuleze efecte sinergice ale valorilor și serviciilor culturale și să asigure realizarea obiectivelor prestabilite.*

Alături de îndeplinirea acestor funcții promovarea marketingului în domeniul culturii necesită din partea managerilor multă dedicare și perseverență. Ca și în cazul marketingului tradițional, **mix-ul de marketing în cultură** este format din *produs, preț, distribuție și promovare*.

- ↗ **Produsul** este cel care înglobează atât bunuri materiale cât și serviciile culturale. Astfel că, în funcție de natura relației cu produsele culturale, serviciile respective pot:

- ✓ *difuza creații culturale*: servicii editoriale, de lectură;
- ✓ *crea ele însele cultură*: teatru, spectacole sau concerte muzicale.

Însă, marea majoritate a serviciilor culturale nu se pot realiza fără prezența consumatorilor: târguri de carte, case de cultură. În schimb în cazul emisiunilor radio sau TV, prezența fizică a publicului țintă nu este necesară.

- ↗ **Prețul**. Strategia de stabilire a prețului în marketingul cultural este de realizare a diferențierii acestuia în funcție de natura serviciului oferit, de costurile difuzării, gradul de noutate, cererea de piață și notorietatea artiștilor.

- ↗ **Distribuția** face referire la faptul că este necesar a fi stabilită o relație cu un număr cât mai mare de consumatori la costuri cât mai mici. Prin urmare, canalul de distribuție a produsului/

serviciului cultural este format dintr-un sistem de canale de unități intermediare specializate în acest domeniu. Aceste canale sunt complexe și diferă funcție de arta aleasă și de modalitatea de distribuție. Intermediarii sunt foarte importanți deoarece aduc arta consumatorilor. Distribuția trebuie să lucreze și să completeze o altă componentă a mixului de marketing și anume produsul. Tipul acestuia are foarte mari influențe asupra deciziilor de distribuție.

↳ **Promovarea.** Ca și în cazul marketingului tradițional, promovarea are un rol semnificativ în instituțiile de cultură. Prin comunicarea promoțională se asigură ca publicul țintă să aibă acces la informațiile necesare pentru a participa la evenimentele culturale. Cele mai des întâlnite metode sunt afișele publicitare și reclamele televizate, situație în care se recurge la promovarea vânzărilor, respectiv: reduceri de preț sau oferirea de cadouri. În cazul marketingului cultural cea mai întâlnită este oferirea de reduceri pentru grupuri de persoane.

## 5. Abordări cu privire la marketingul serviciilor culturale

În ultimele decenii marketingul a pătruns și în alte domenii situate dincolo de frontiera activității economice propriu-zise cum ar fi educație, sănătate sau cultură. În aceste domenii marketingul are o dublă finalitate: economică și socială, cu accent totuși pe latura socială.

În conformitate cu opiniile unor autori (Moldoveanu & Franc, 1997) serviciile culturale sunt activități prestate în beneficiul consumatorilor de cultură, cu sau fără participarea lor directă, cu scopul de a împlini anumite nevoi și a le produce satisfacțiile așteptate de ei. Astfel, serviciile culturale constituie o categorie distinctă de servicii, iar evaluarea calității lor se face numai de către consumatori și numai după realizarea prestațiilor, cumpărând servicii înainte de a le percepe valoarea. Prin urmare, un bun material se autodefineste, un serviciu nu. Cel care definește serviciul este consumatorul, care la început dispune de informații insuficiente cu privire la valoarea prestației. Informațiile despre personalitățile care vor evolua într-un act de cultură, despre preț sau alte facilități de vânzare, despre mesajele publicitare, de exemplu, pot contribui la formarea unei prime imagini a serviciului însă neconcludentă pentru evaluarea exactă a prestației culturale. De aceea, intangibilitatea și inseparabilitatea caracterizează în mare măsură și serviciile culturale.

**În funcție de conținutul prestațiilor și a mijloacelor utilizate, serviciile culturale** pot fi astfel structurate:

✓ **pentru domeniul spectacolelor:** *teatru, film, muzică, dans, formații artistice, festivaluri;*

✓ **pentru domeniul artelor plastice:** *galerii și expoziții de artă, colecții particulare, artă populară;*

✓ **pentru domeniul creațiilor culturale oferite pe suporturi specifice și servicii de difuzare specializate:** *film, studiouri de film, cinematografe, cinecluburi; carte, reviste, edituri, saloane și târguri de carte, servicii de lectură publică; fotografie artistică; casete audio-video și disc;*

✓ **pentru sistemul instituțional de promovare a culturii la nivelul colectivităților umane:** *biblioteca, muzee, instituție teatrală, filarmonică/operă, casă de cultură, agenții specializate în turism cultural;*

✓ **pentru domeniul comunicațiilor de masă, împreună cu mijloacele tehnice de receptare, redactare și difuzare a mesajelor:** *presă scrisă, radio, televiziune, agenții de presă, studiouri, redacții, rețele de difuzare.*

**În funcție de natura relației cu produsele culturale,** avem următoarele tipologii:

✓ **servicii care difuzează creații culturale:** *servicii editoriale, servicii de lectură publică, servicii muzeale;*

✓ **servicii care creează ele însele cultura:** *teatrul TV, producția de film, spectacole muzicale.*

**În funcție de gradul de participare a consumatorilor,** regăsim:

✓ **servicii ale căror prestații nu se pot realiza fără prezența consumatorilor:** spectacole, târguri de carte;

✓ **servicii care nu presupun participarea consumatorilor, deși publicul este un element de referință al prestației culturale:** activitatea editorială, expoziții de artă, emisiuni radiofonice.

Serviciile culturale mai pot fi diferențiate și după **alte criterii** cum ar fi: *piețele, distribuția, rentabilitatea, inteligibilitatea standardelor valorice, capacitatea de persuasiune.*

Indiferent de conținutul prestațiilor și de natura mijloacelor utilizate, ele oferă informații, cunoștințe, valori, simboluri, modele și idealuri menite să satisfacă o diversitate de **nevoi umane**, cum ar fi: *nevoia de cunoaștere/de informare; nevoia de acțiune și de participare; nevoia de control asupra contextului; nevoia de relevare a propriei identități, de afirmare și prestigiu în societate; nevoia de justiție; nevoia de securitate; alte nevoi psihice cum sunt nevoia de imaginar, de evadare din mediul cotidian.*

Dezvoltarea cererii de cultură și diversificarea tipurilor de servicii au condus la asimilarea în domeniul culturii a unor metode și tehnici de marketing. În fond, armonizarea ofertei cu nevoile publicului consumator este obiectivul strategic al oricărui agent de piață.

Prin urmare, afirmarea marketingului în domeniul culturii presupune: asimilarea, la nivelul teoriei și acțiunii culturale, a conceptelor semnificative din domeniul marketingului; crearea de concepte noi și îmbogățirea celor existente cu alte accepțiuni sugerate de practica culturală; generalizarea teoretică și reflecția continuă asupra ideilor generate de practică; experimentarea unor metode noi de investigare a consumului cultural și a comportamentului consumatorilor; elaborarea unor instrumente eficiente de previzionare a fenomenelor pieței culturale. Astfel, **concepte** cum sunt *pieța, consum, strategie, nevoi, difuzare, concurența, preț, promovare* dobândesc **noi înțelesuri**, cum ar fi *pieța editorială, consumul mass-media, strategia bibliotecară, nevoia de artă, difuzarea cărții, prețul informației.*

Totodată, abordarea de marketing în domeniul culturii necesită cercetarea pieței, studiul sistematic al nevoilor și așteptărilor consumatorului, anticiparea lor și chiar crearea de nevoi la nivelul unor segmente de piață. Exigențele metodologice ale marketingului în cultură presupun evaluarea calității și a dimensiunii ofertei, armonizarea ei cu cerințele de consum ale populației, investigarea gradului de satisfacție a consumatorilor, a motivației și comportamentelor culturale. Determinarea non-consumului și atragerea unor noi segmente de consumatori impune însușirea unor instrumente riguroase de analiză și de acțiune eficientă. Ținându-se seama de specificitatea produselor și a serviciilor culturale, cercetările de marketing trebuie să evedențieze metodele cele mai relevante de promovare a valorilor și personalităților creatoare.

## 6. Concluzii

Cu o istorie de peste 50 de ani, marketingul cultural este unul dintre cele mai dinamice domenii din punct de vedere al vitezei cu care instrumentele sale specifice se dezvoltă și se transformă, concomitent cu evoluția societății. În momentul actual, la nivel internațional, marketingul cultural este orientat către implicarea activă a entităților în societate, educarea publicului și creșterea calității vieții. Marketingul cultural este procesul și în același timp arta de a oferi produsul artistic acelor categorii de public cărora li se adresează, prin corelarea acestuia cu instrumente precum prețul, plasarea, promovarea și personalul instituțiilor de cultură, cu scopul de a îndeplini obiectivele de management. Contrar modului de funcționare al marketingului în logica economiei moderne de piață, produsul artistic nu răspunde unei cereri exprimate a consumatorilor, ci identifică publicul potrivit pentru o ofertă deja existentă și creează un orizont de așteptare. Simultan, marketingul cultural urmărește o relație reciproc avantajoasă dintre o instituție de cultură și consumatori. Instituția culturală este cea care facilitează actul de creație, dar și serviciile conexe acestuia, oferind resursele necesare conturării unei experiențe unice pentru public.

Dezvoltarea marketingului cultural în România este strâns legată atât de obiceiurile de consum cultural ale populației, cât și de mediul extern instituțiilor de cultură care include factori politici, economici, sociali și tehnologici. Dintre toate informațiile necesare specialiștilor în elaborarea strategiilor cel mai dificil de obținut sunt cele referitoare la opiniile consumatorilor care provin, în general, din cercetări de marketing. Astfel, marketingul cultural se conturează ca un proces de durată, ale cărui rezultate sunt vizibile în timp, care are ca scop organizarea coerentă a instrumentelor din cadrul instituțiilor de cultură pentru cunoașterea, creșterea și diversificarea publicului, maximizarea veniturilor și îmbunătățirea experienței actului cultural. Așadar, marketingul trebuie să contribuie la includerea actelor culturale în viețile oamenilor din jurul nostru dezvoltând noi categorii de public, presupunând în același timp o preocupare constantă față de educația viitoarelor generații de consumatori.

### **Bibliografie:**

1. Bădin L.A. (2021), *Marketing cultural: strategii de marketing în serviciile culturale*, Editura Universitară, București
2. Becuț A., Chelcea L. (2009), *Diagnoza sectorului cultural, instrument pentru managementul culturii*, Iași, Polirom
3. Cîntec Oltița (2010), *Cultura ca piață*, Editura Universității „Al. I. Cuza, Iași
4. Cojanu V., Croitoru C. Becuț a. (2015), *Sectoarele culturale și creative în România. Importanța economică și contextul competitiv*, Editura Pro Universitaria, București
5. Croitoru C. (2017), *Particularități ale marketingului cultural*, Editura ProUniversitaria, Craiova
6. Croitoru C., Cojanu V., Mucică D., Becuț A. (2016), *Cartea albă pentru activarea potențialului economic al sectoarelor culturale și creative din România*, Editura Pro Universitaria, București
7. Dragicevic M. (2002), *Cultura - management, mediere, marketing*, Fundația Interart Triade, Colecția „Cultură și management”, Timișoara
8. Kotler Ph. (1998), *Managementul marketingului*, Editura Teora, București
9. Kotler Ph., Lee N. (2008), *Marketingul în sectorul public*, Traducere Dan Criste, Editura Meteor Press, București
10. Kotler P., Armstrong G. (2017), *Principles of marketing*, 18th Global Edition, Pearson
11. Moldoveanu M., Franc V. I.(1997), *Marketing și cultură*, Editura Expert, București
12. Toffler A. (1997), *Consumatorii de cultură*, Editura Antet, București

## Tehnici de promovare turistică implementate la Vila Alpin din Straja

**Autor: Motău (Jitaru) Aurora**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Dura Codruța  
Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Alpin Villa \*\*\* is located in the heart of the resort of Straja ( Lupeni), at about 1400 m altitude. The accommodation unit has 60 places that satisfy the tastes of various categories of tourists, including those with high expectations. Situated in a fairy-tale natural setting, between two ski slopes equipped with night-time installations, the guesthouse offers an impressive panoramic view of the Retezat mountains. The tourist activity carried out in this guesthouse includes both accommodation and catering services and other related services: ski equipment rental, sledging, ski lessons etc. Bearing in mind the definition of the touristic promotion concept - as the concern of an organization to issue persuasive messages that act as impulses, either to push the product, service or organization towards the consumer, or to attract the target audience to the product, service or organization - the managers of the Alpin Villa employ a mix of promotional techniques in which classical approaches are harmoniously blended with the modern ones: classic and on line advertising, social media networks, sales promotion, public relations etc.*

### 1. Coordonate ale dezvoltării activităților turistice în zona Văii Jiului

În proximitatea Munților Retezat – Godeanu (gupă a Carpaților Meridionali), de-a lungul râului Jiu, este amplasată depresiunea intramontană Valea Jiului, cunoscută în mod deosebit prin bogățiile subsolului exploatate de statul român de-a lungul istoriei, dar mai recent, prin prisma patrimoniului natural și antropic de o frumusețe aparte.

Situată în partea de sud a Județului Hunedoara, zona include orașele Petroșani, Vulcan, Petrila, Aninoasa, Lupeni și Uricani. Dacă zăcămintele de huilă descoperite aici au fost intens exploatate de-a lungul istoriei acestea contribuind la conturarea profilului monoindustrial al regiunii, nu se poate spune același lucru despre cadrul natural și patrimoniul cultural al zonei, elemente care au început să fie dezvoltate abia în ultimii ani, când valorificarea durabilă a specificului local a fost abordată drept unul dintre pilonii de bază ai *Strategiei de dezvoltare economică, socială și de mediu a Văii Jiului (2021-2030)* (PwC & Comisia Europeană, 2021).

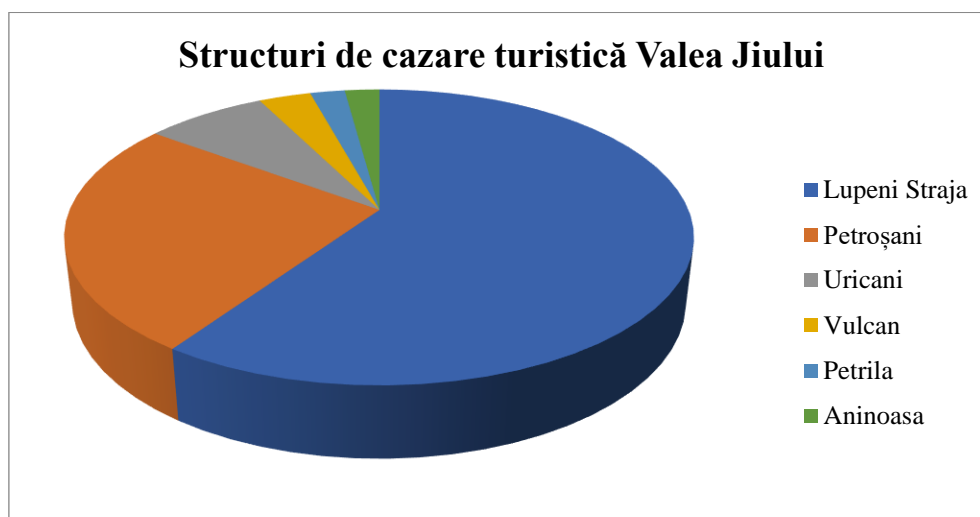
Potrivit datelor culese de firma de consultanță PriceWaterhouseCoopers în anul 2019, Valea Jiului dispunea de capacități de cazare restrânse comparativ cu potențialul său, numărul total al structurilor de primire turistică fiind de doar 94, acestora corespunzându-le un total de 2455 de locuri. Cele mai multe hoteluri, pensiuni sau cabane erau situate, la momentul respectiv în zona Lupeni-Straja, și anume 56 de structuri de primire turistică ce totalizau 1290 de locuri de cazare. Locul al doilea în acest clasament era ocupat de Municipiul Petroșani care deținea 24 de structuri de cazare cărora le corespundeau 809 de locuri, în timp ce la Vulcan funcționau doar 3 structuri de cazare, la Uricani erau operaționale 7 astfel de structuri, iar la Petrila și Aninoasa se găseau doar 2 astfel de structuri turistice (tabelul 1 și figura 1). Prin urmare, alternativele de a identifica spații de cazare adecvate pentru familiile care își doresc să efectueze un sejur de câteva zile în Valea Jiului erau extrem de limitate. Locurile de cazare disponibile pentru practicantii sporturilor de iarnă și participanții la competițiile sportive care sunt organizate anual în regiune sunt insuficiente.

În pofida unui trend crescător al numărului de turiști cazați în județul Hunedoara în ultimii ani, durata medie a sejurului înregistrează la nivelul Văii Jiului o medie de doar 1,4 zile, cifra aflată cu mult atât sub media înregistrată la nivel național (2,3 zile), cât și sub media calculată pentru acest

indicator la nivelul stațiunilor montane din România (2,1 zile). Actualemente, doar două stațiuni montane din zona Văii Jiului sunt incluse pe *Lista localităților atestate ca stațiuni turistice de interes național/local*: zona Parâng – Petroșani (clasificată ca stațiune de interes național) și zona Straja (considerată stațiune turistică de interes local).

**Tabelul nr. 1**  
**Numărul de turiși și capacitatea unităților de cazare din Valea Jiului (2021)**

Oraș	Structuri de primire turistice cu funcțiuni de cazare	Capacitate de cazare	Sosiri turiști	Înnoptări turiști	Durata medie de ședere
Petrila	2	63	847	1037	1,2
Petroșani	24	809	14746	22191	1,5
Aninoasa	2	82	1918	4631	2,4
Vulcan	3	61	-	-	-
Lupeni	56	1290	16488	21496	1,3
Uricani	7	150	2745	3365	1,2
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>2455</b>	<b>36744</b>	<b>52720</b>	<b>1,4</b>



**Figura nr. 1. Distribuția structurilor de cazare turistică pe localități în zona Văii Jiului**

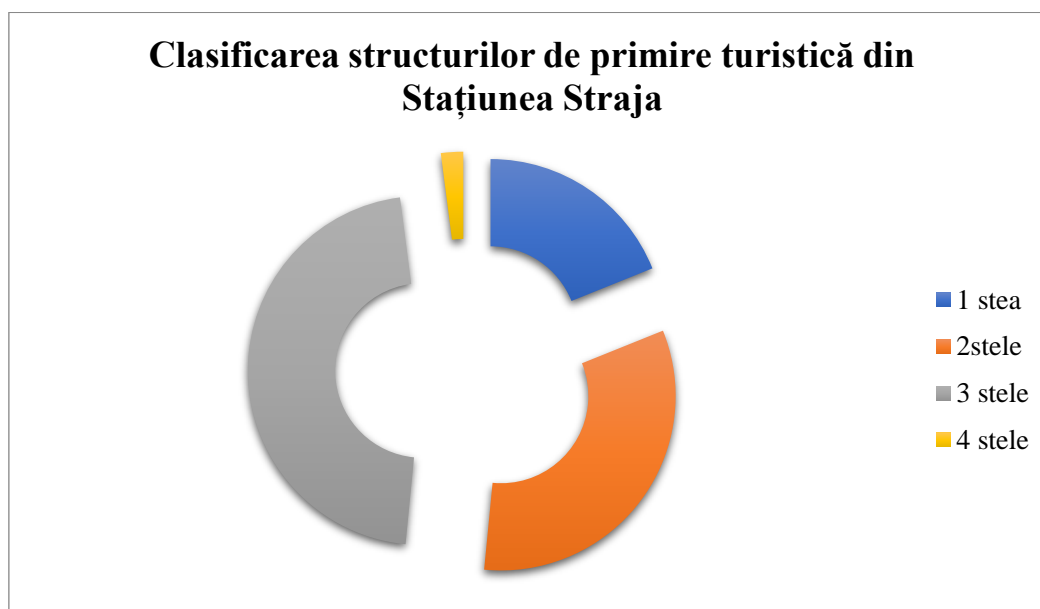
Sursa: <https://www.replicahd.ro/doar-94-de-structuri-de-cazare-turistica/>

Situată într-un cadru natural deosebit de pitoresc, în proximitatea municipiului Lupeni (la o distanță de doar 9 km pe șosea), Stațiunea Straja se găsește la o altitudine cuprinsă între 1350-1880 m, pe versantul nordic al Munților Vâlcan, marcat de Vârful Straja (1868 m). Alături de versantul sudic al Munților Retezat, aceste formațiuni delimitează Valea Jiului de Vest, respectiv localitățile Lupeni, Paroșeni și Vulcan. De-a lungul celor 230 m de diferență de nivel, se întâlnesc pădurile de foioase, pădurile de rășinoase și pășunile care marchează începutul golului alpin. Deși începuturile dezvoltării turistice a zonei pot fi asimilate perioadei 1914-1916 când este construită prima Cabană Straja, zona a fost dezvoltată exploziv abia după 1990, în pofida inexistenței, la data respectivă a unui plan urbanistic coerent. După 2002, zona este atestată, prin intermediul unei Hotărâri de Guvern, ca stațiune turistică montană de interes local. În aceste condiții, Consiliul Local al Municipiului Lupeni a fost investit cu o serie de atribuții și responsabilități privind urmărirea respectării unor reglementări riguroase de urbanism, protejare a mediului și dezvoltare sustenabilă a activităților turistice din zonă.

Actualmente, în Stațiune funcționează un număr total de 12 pârtii de schi care sunt dotate cu instalații de transport pe cablu (teleski), 5 dintre acestea având montate și instalații de nocturnă. Pârțiile sunt amplasate sub forma unui evantai, astfel încât dispunerea lor în teritoriu conduce la formarea unor mari suprafețe schiabile, cu o lungime totală de aproximativ 5 km. Fiind amenajate pe versantul nordic al Munților Vâlcău, pârțiile sunt, de regulă, acoperite de zăpadă din luna noiembrie până în luna aprilie a fiecărui an. Pentru că există un număr atât de mare de pârtii și acestea sunt dispuse în mod diferit în raport cu verticala formațiunilor montane, la Straja este posibil, cel mai frecvent, să se practice schiul, chiar în condiții meteorologice care sunt considerate dificile pentru alte stațiuni montane, lucru care explică afluența mare de turiști din ultimii ani.

Cele mai recente date furnizate de Lista Structurilor de primire turistice cu funcțiuni de cazare clasificate dată publicității de către *Ministerul Economiei, Antreprenoriatului și Turismului* în luna mai 2023 arată că în Stațiunea Lupeni Straja funcționau 60 de structuri de primire turistică, ce ofereau un număr total de 1373 de locuri de cazare.

Dintre acestea, 50% ofereau condiții de cazare modeste, fiind clasificate cu doar 1 stea/2 stele (30 de structuri), în timp ce doar 5% puneau la dispoziția turiștilor opțiuni excelente de petrecere a unui sejur la munte, fiind clasificate la 4 stele (adică doar 3 structuri: *Platoul Soarelui*, *Best View Straja* și *Crial*) - figura nr. 2.



**Figura nr. 2: Distribuția structurilor de primire turistică din Stațiunea Straja după categoria de confort**

Sursa: <https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/>

## 2. Promovarea activităților turistice la Vila Alpin din Straja

Vila Alpin<sup>\*\*\*</sup>, clasificată la 3 stele este amplasată în stațiunea Straja din Municipiul Lupei, la cca 1400 m altitudine. Unitatea de cazare dispune de 60 locuri de cazare care satisfac gusturile diverselor categorii de turiști, inclusiv celor cu pretenții ridicate. Amplasată într-un cadru natural de poveste, între două pârtii de schi dotate cu instalații de nocturnă, pensiunea oferă o vedere panoramică impresionantă asupra munților Retezat. Activitatea turistică desfășurată în cadrul acestei structuri de primire include atât servicii de cazare, cât și servicii de alimentație publică și alte servicii adiacente: închiriere echipament de schi, săniuțe, monitori de schi.

Având în vedere aspectele evidențiate în primul paragraf al lucrării cu privire la numărul restrâns al structurilor de cazare turistică din Stațiunea Straja și la condițiile modeste de cazare oferite de majoritatea acestora, Pensiunea Vila Alpin dispune de o serie de avantaje competitive

care au determinat includerea sa în categoria unităților de cazare clasificate la 3 stele: poziționarea excelentă; dotarea modernă și confortabilă a celor 24 de camere duble și 3 apartamente; restaurant și bar propriu cu regim prelungit de funcționare; meniuri deosebit de gustoase și servicii de alimentație prompte; conectare permanentă la Internet prin rețea Wi-Fi; parcare gratuită; locuri de joacă pentru copii; servicii de închiriere și păstrare echipamente sportive etc.

Pornind de la definirea conceptului de promovare turistică drept „preocuparea unei organizații de a emite mesaje persuasive care să acționeze sub forma unor impulsuri, fie în sensul împingerii produsului, serviciului sau organizației către consumator, fie în vederea atragerii publicului țintă către produs, serviciu sau organizație” managerii Vilei Alpin utilizează un mix de tehnici promoționale în cadrul cărora abordările clasice se împletesc în mod armonios cu cele moderne (Popescu, 2003). Dintre acestea, le voi prezenta în detaliu pe cele mai relevante:

**A. Publicitatea clasică** - include un set de acțiuni subordonate obiectivului de informare a consumatorilor cu privire la elementele componente ale ofertei, calitatea și locația în care poate fi accesat produsul firmei, în scopul stimulării vânzărilor. Publicitatea se poate concretiza prin intermediul uneia sau mai multe canale sau medii menționate în continuare: *agențiile de turism partenere* care vor expune afișe, pliante, broșuri legate de prezentarea detaliată a ofertei unității de cazare; articole, reportaje și anunțuri publicate *în presa scrisă*; crearea și difuzarea de spoturi publicitare la *posturile radio și TV locale și naționale*; participarea la *târguri de turism, saloane și alte manifestări cu caracter expozițional* etc. Un exemplu de anunț publicitar publicat în mediul on line de Agenția de Turism ”România Turistică” cu privire la oferta specială pentru un sejur de 6 zile (5 nopți) la Vila Alpin din Straja în perioada 04.12.2022-19.03.2023, împreună cu facilitățile oferite este prezentat în captura de ecran din figura 3.



Sejur la Schi in statiunea Straja  
Vila Alpin Straja  
3 \*\*\* Stele  
Sejur 6 Zile, 5 Nopti cazare, masa si ski la Straja  
Preț: 1 300 Ron/Persoană  
Ofertă valabilă în perioada 04.12.2023 - 19.03.2023

**OFERTA CONTINE:**

**Cazare 5 nopti cu intrare duminica.**  
Fise cont de 110 Ron/ persoana /zi pentru masa.  
Discount 15% la serviciile de masa ce depasesc fisa cont, clientii nu sunt conditionati de meniu sau de ora mesei.  
Copiii care nu ocupa loc separat si sunt cazati cu 2 adulti beneficiaza de gratuitate la cazare, daca solicita pat suplimentar costa 30 Ron/zi

IN PLUS BENEFICIEZI DE:

- 20% reducere la teleschiurile Platoul Soarelui, banda pentru incepatori si partia de SNOWTUBING in intervalul: Duminica ora 14:00 – Vineri ora 12:00.
- 20 % reducere la Scoala de Schi Platoul Soarelui.
- 30% reducere la inchiriere echipamente de schi/ snowboard la centrul de inchirieri Platoul Soarelui.

Figura nr. 3: Captură de ecran anunț publicitar publicat de Agenția de Turism ”România Turistică”

Sursa: <http://www.romaniaturistica.ro/sejur-la-schi-in-statiunea-straja>



De asemenea, produsele turistice pot fi comercializate în sistem off line și prin intermediul cataloagelor și broșurilor. *Broșura turistică* constituie un material de prezentare tipărit într-un număr mare de exemplare, care poate disemina prin rețeaua de centre de promovare turistică și de agenții de turism. Principalul avantaj al acestui vehicul promoțional este reprezentat de faptul că, prin intermediul imaginilor atractive, a mesajelor și simbolurilor incluse în conținutul său, broșura turistică joacă rolul de substituent al produsului în perioada care să scurge între accesarea primelor informații legate de ofertele turistice și actul de cumpărare efectivă. Figura nr. 4 prezintă, cu titlul de exemplu, coperta Ghidului turistic „*Tradiții și cultură în Stațiunea Straja*” care prezintă în detaliu evenimente cu caracter cultural care atrag un număr mare de persoane în zonă: *Drumul Crucii* organizat în perioada Sărbătorilor Pascale, *Nedeia Sânzienelor* (24 iunie), *Măsuratul oilor* (Sărbătoarea Sfinților Constantin și Elena), *Colindul Craiului* (Ajunul Crăciunului) etc. Scopul acestor activități etno-culturale este acela de a menține vii tradițiile și obiceiurile populare locale, dar și de a promova și fructifica potențialul turistic al zonei.



Figura nr. 3: Coperta Ghidului turistic „*Tradiții și cultură în Stațiunea Straja*”

Sursa: <http://www.traditiistraja.ro/>

**B. Publicitatea on line** – Mediul World Wide Web reprezintă este cel mai recent și dinamic canal de transmitere a mesajelor publicitare. Formele prin care se poate materializa publicitatea on line cuprind practic totalitate alternativelor specifice mediului fizic, respectiv precum spoturile audio și video, banner-ele postate în locurile cu trafic intens pe rețea, mesajele publicitare de tip text, ofertele de tipul marketingului direct, și multe alte mijloace care exercită dubla funcție de atracție a internauților către site-ul propriu, respectiv de creștere a notorietății organizației turistice și a serviciilor oferite. Toate aceste obiective pot fi atinse fie cu ajutorul unui site-ul Web propriu, fie prin închirierea unui spațiu virtual pe o pagină distinctă de Internet.

**Prima pagină** a site-ului cuprinde un calup bogat de informații despre unitatea de cazare, fiind evidențiate în mod deosebit **ofertele speciale**, care se referă la: *petrecerea Sărbătorilor de Crăciun*; *organizarea Revelionului 2023*; pachetul turistic *O săptămână la ski*; *organizarea taberelor de Vară* destinate elevilor și studenților. Trebuie menționat faptul că pagina de sosire are un rol foarte important în cadrul unui site, fiind care includ o serie de activități instructive și educative pentru persoanele de vârstă tânără. cea care poate determina un vizitator să continue

navigarea pe site sau să îl părăsească imediat, așa că trebuie acordată toată atenția ca acesta să fie cât mai reușită.

În mod firesc, vizita virtuală a oricărui Internaut care accesează site-ul va continua cu analiza paginii dedicate **informațiilor despre cazare**. Sunt prezentate succint facilitățile oferite de Vila Alpin de la rețea internet, restaurant și bar propriu, săli de conferințe, acces la pârtiile de ski și locuri de joacă pentru copii, până la ofertele pentru programe specifice iubitorilor de munte: disponibilitate ghizi montani pentru traseele turistice, activități de rafting pe râul Jiu; activități în parcul de aventură; instructori de alpinism pentru turiștii pasionați de escalade etc. De asemenea, tarifele de cazare percepute în funcție de sezon și tipul de cameră sunt clar prezentate, alături de dotările aferente fiecărui tip de cameră și regulile de comportament civilizată ale celor care doresc să se cazeze în unitatea respectivă.

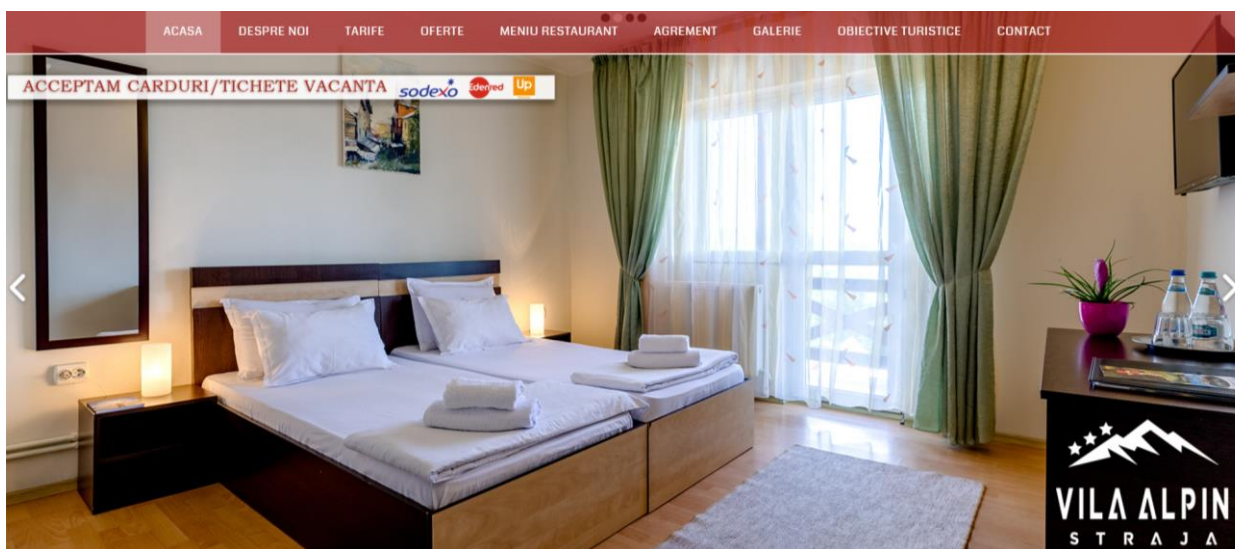


Figura nr. 4: Pagina de start a site-ului Vilei Alpin

Sursa: <https://www.alpinstraja.ro/>

De asemenea, pe secțiunea dedicată **Meniului**, orice turist interesat poate lua contact cu oferta bogată de preparate culinare și băuturi alcoolice și non-alcoolice care pot fi consumate de către clienții Restaurantului și Barului Vilei Alpin.

Pe secțiunea **Agrement** a paginii [www.alpinstraja.ro](http://www.alpinstraja.ro) sunt descrise ofertele și tarifele pentru organizarea de excursii și tabere școlare, precum și posibilitățile de vizitare a parcului de aventură, alternativele de închiriere a bicicletelor downhill roller, opțiunile de realizare a traseelor montane cu ghizi specializați, respectiv de efectuare a unor trasee turistice cu mașini de teren 4x4.

**Galeria foto** conține o colecție de imagini vizuale extrem de atractive cu facilitățile și serviciile unității de cazare, fiind structurată pe mai multe secțiuni și invitând potențialul turist să deschidă individual fiecare imagine: *Camere, Restaurant, Parcul de Aventură, Cantonamente, Evenimente, Sala de Conferințe, Schitul Straja, Pârtiile de ski* etc.

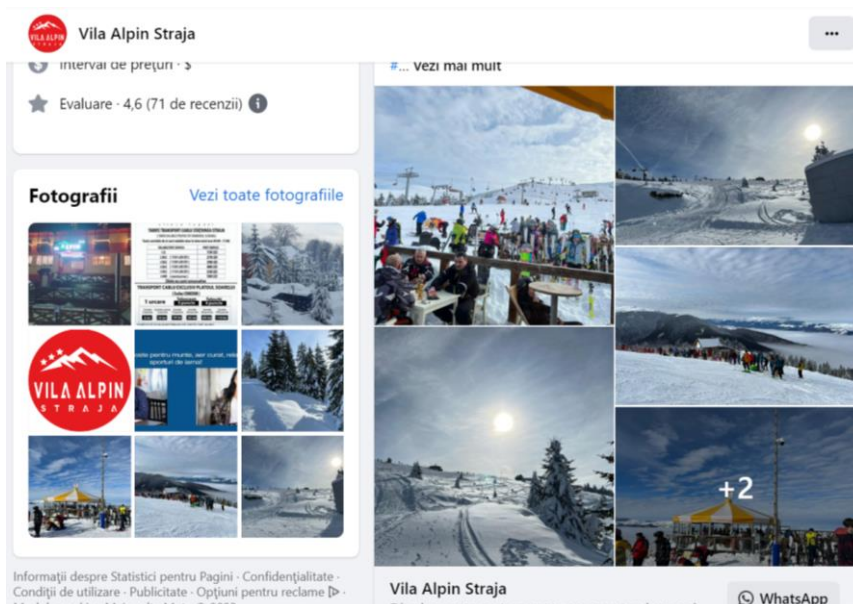
Prin modalitatea de structurare și informațiile oferite, site-ul oferă posibilități ample de documentare de care are nevoie orice turist atunci când se află într-un proces de investigare on line pentru identificarea unei locații atractive și interesante în care să petreacă câteva zile de relaxare, agrement sau mișcare în aer liber.

**C. Publicitatea prin rețelele de socializare** - Acestea reprezintă adevărate ”instrumente de aspirare” a utilizatorilor, care pot fi cu ușurință redirecționați către site-ul unității de cazare. Pe lângă oportunitățile fantastice oferite pentru promovare, sunt de reținut și alte utilizări ale acestor canale media în scopul atingerii unor obiective de marketing:

- *Îmbunătățirea comunicării*: este vorba, pe de o parte, despre consolidarea *relației dintre companie și consumator* (prin care se furnizează detalii privind: web-siteul afacerii, locația fizică, produse, mărci, modalități de achiziție etc.), respectiv despre *conținuturile generate de utilizatori*. Cu alte cuvinte, rețelele de socializare au condus la apariția unor noi forme de *word-of-mouth* prin care utilizatorii împărtășesc experiențe legate de utilizarea produselor, generează/primesc feed-backuri, publică recenzii, influențează alte categorii de persoane în deciziile lor de cumpărare etc.;
- *Identificarea de noi clienți*: rețelele de socializare preiau în ultima perioadă o parte dintre funcțiile motoarelor de căutare, iar folosirea hashtagurilor potrivite pe Instagram îl poate ajuta pe antreprenor în atragerea de noi utilizatori;
- *Dezvoltare relațională și programe de fidelitate*: pentru a îmbunătăți relațiile durabile cu consumatorii, întreprinzătorii pot să pună la punct programe de fidelitate ce mijlocesc oferirea de bonificații sau premii clienților fideli care se prezintă în mod regulat într-o anumită locație.

În țara noastră, *Facebook* ocupă poziția de leader în topul rețelelor de socializare cu peste 12,04 milioane utilizatori activi lunari. Pe locul al doilea în acest clasament se întâlnește *Youtube* (12 milioane utilizatori), în timp ce *TikTok* (5,4 milioane utilizatori) a ajuns deja pe locul al treilea, devansând în ultimul an cunoscuta rețea *Instagram* (cu 5 milioane utilizatori). Pentru români, accesarea contului de Facebook a devenit un gest comun, care se încadrează în rutina zilnică. Studiile realizate la nivel național care au abordat analiza comportamentului utilizatorului român de rețele de socializare a dezvăluit faptul că acesta are mai degrabă o abordare pasivă prin care urmărește informațiile afișate și materialele media, implicându-se mai puțin în crearea și distribuirea unui conținut propriu. În acest context, antreprenorii din turism sunt avantajați, deoarece li se oferă un canal de promovare cu acoperire largă și costuri reduse.

Pe pagina de Facebook a Vilei Alpin sunt postate informații cu privire la: serviciile de cazare și facilitățile oferite, starea pârtiilor, excursii organizate și obiectivele turistice din regiune, drumeții, turismul de aventură, organizarea taberelor de vară etc.



**Figura nr. 5: Pagina de Facebook Vila Alpin Straja**

Sursa: <https://www.facebook.com/alpinstraja>

Cu ajutorul social media, comunicarea în format electronic a devenit, în ultimii ani, mai flexibilă și mai rapidă pentru antreprenorii de la Vila Alpin. Aceasta deoarece furnizarea de

informații este posibilă non-stop, pagina este accesibilă din orice locație din țară sau străinătate, iar atașarea de link-uri cu informații suplimentare și imagini reprezentative face comunicarea mai explicită. Avantajul major al rețelelor de socializare față de site-urile web rezidă în aceea că pe lângă caracteristica de accesibilitate, informațiile pot fi up-datate prin modificările și completările pe care le aduc utilizatori. Practic, conceptul de *social networking* se traduce prin implicare și relaționare, lucru extrem de important pentru unitățile turistice din categoria IMM-urilor, care, sub impactul dimensiunilor limitate și al bugetelor promoționale modeste, nu sunt capabile întotdeauna să comunice eficient cu stakeholderii și organizațiile din mediul în care își desfășoară activitatea.

**D. Promovarea vânzărilor.** Pensiunea ” Vila Alpin” folosește următoarele tehnici și instrumente în promovarea vânzărilor:

1. *Oferirea de reduceri temporare de preț la anumite produse turistice în extrasezon* pentru consumatorii cu venituri mai modeste, care nu-și pot permite o vacanță în perioada de vârf a sezonului când prețurile sunt foarte ridicate;

2. *Organizarea de concursuri, având drept premiu câștigarea unui weekend gratuit la ” Vila Alpin”.* Un astfel de concurs a fost derulat în vara anului 2022 și a solicitat, din partea potențialilor turiști următoarele:

- Înscrierea ca Fan *Vila Alpin Straja – Călătoria perfectă*, de pe contul personal de Facebook;
- *Apăsarea butonului Share pentru pagina de Facebook a Vilei Alpin Straja și a concursului pe Wall-ul potențialului client;*
- *Căutarea în ofertele de pe pagina de concurs Călătoria perfectă.ro și postarea unui comentariu cu privire la sugestii posibile de îmbunătățire a serviciilor turistice la Vila Alpin Straja și/sau eliminarea unor eventuale aspecte nefavorabile.*

3. *Oferta de Team building - Școala de corporatiști de la Vila Alpin*, din Straja, dispune de personal calificat care oferă grupurilor organizate și nu numai, o serie de procedee și exerciții menite să consolideze relațiile sociale din cadrul grupului, având drept scop rezolvarea unor probleme interpersonale, stabilirea unor relații organizatorice, ducând la îmbunătățirea performanțelor și rezultatelor colectivului.

**E. Relațiile publice** – implică din partea unității turistice cultivarea unor contacte directe, menținute în mod sistematic, cu diferite categorii ale publicului, cu persoane situate pe poziții de influență în organismele de management ale unor organizații de afaceri din țară sau străinătate, cu reprezentanții instituțiilor media, cu delegații puterilor publice, lideri de opinie etc., în scopul obținerii sprijinului acestora pentru realizarea obiectivelor sale. Un exemplu de eveniment PR susținut de Vila Alpin este Tabăra de Pictură, organizată în stațiunea Straja, în perioada primăverii. Tabăra reunește artiști plastici din România și Moldova care aleg ca surse de inspirație pentru picturile lor de peisaj Stațiunea Straja și alte frumuseți pe care județul Hunedoara le oferă, aceștia având parte, suplimentar, de mici excursii pentru a cunoaște zonele ce dau culoare Văii Jiului. Organizatorii taberei realizează, la finalul manifestării, un vernisaj în cadrul căruia, cei care doresc să vadă creațiile artiștilor pot lua parte la expoziția deschisă permanent la Vila Alpin. Prin intermediul acestei inițiative, stațiunea Straja și Vila Alpin, ca una dintre cele mai ofertante instituții de cazare din zonă realizează promovarea eficientă a stațiunii Straja pe plan național și internațional.





Figura nr. 6: Artiști plastici din România și Moldova, la Tabăra de Pictură de la Straja

Sursa: <http://romanioliberal.ro/>

### 3. Concluzii

Promovarea în turism constă în transmiterea de mesaje și informații menite să le comunice atât operatorilor de turism, cât, mai ales, segmentelor de consumatori potențiali informații detaliate produsului turistic ce urmează a fi pus în vânzare, respectiv asupra caracteristicilor acestuia și a elementelor componente ale serviciilor turistice oferite spre comercializare. Pe de altă parte, promovarea vizează dezvoltarea unei atitudini pozitive față de produsele turistice și de prestatorii de servicii turistice, astfel încât transformările favorabile în mentalitatea și obiceiurilor turiștilor să găsească terenul fertil necesar pentru a putea fi puse în aplicare.

Într-un mediu de business caracterizat de turbulențe accentuate, capacitatea prestatorilor turistici de a comunica în mod eficace cu clienții, reprezintă un determinant major al succesului înregistrat pe piață. Prin politica promoțională și instrumentele cu ajutorul cărora aceasta este pusă în aplicare, prestatorul de servicii turistice urmărește o diseminare cât mai amplă a unor informații de anvergură privind activitatea, produsele și serviciile sale, dar și obținerea unui feed back realist legat de modul în care aceste informații sunt primite și apreciate de destinatari. Dezvoltarea Internetului și a tehnologiei informațiilor creează oportunități fantastice pentru îmbunătățirea activității de marketing, iar mutația de la abordarea clasică la marketingul digital reprezintă actualmente doar o chestiune de timp.

### Bibliografie:

1. Balaban D. C., Szambolics J. (2021), *Social media, influencerii și rolul lor publicitar*, Editura Tritonic, București
2. Curmei C. V. (2015), *Planificarea activității de marketing în întreprinderile mici și mijlocii*, Editura ASE, București
3. Neacșu N.; Băltărețu A.; Neacșu M.; Drăghilă M (2011)., *Resurse și destinații turistice interne și internaționale*, Editura Universitară, București
4. Nedelea, A. M. (2019), *Politici de marketing în afaceri*, Editura Economică, București

5. Nedelea, A. M.; Cioban, G. L.; Cioban, C. I. (2021), *Turism. Studii de caz*, Editura Economică, București, 2021
6. Nedelea, M., O.; Nedelea, A. M. (2018), *Politici de marketing. Studii de caz*, Editura Economică, București
7. Nedelea, A. M. (2017), *Cercetarea de marketing*, Editura Economică, București
8. Popescu, I.C. (2003), *Comunicarea în marketing*, Editura Uranus, București
9. Zimmerman J., *Social Media Marketing. All-in-One for Dummies*, Willey, 2015
10. \*\*\*, Green Business (2015), *Strategia de dezvoltare a Municipiului Lupeni pentru perioada 2014-2020*,  
Disponibilă la: [https://www.municipiullupeni.ro/dm\\_lupeni/portal.nsf/AllByUNID/strategie-de-dezvoltare-0000398a?OpenDocument](https://www.municipiullupeni.ro/dm_lupeni/portal.nsf/AllByUNID/strategie-de-dezvoltare-0000398a?OpenDocument) Accesat la 5 Februarie 2023]
11. \*\*\*, PwC & Comisia Europeană, *Strategia de dezvoltare economică, socială și de mediu a Văii Jiului (2021-2030)*, Disponibilă la: <https://mfe.gov.ro/initiativa-valea-jiului/strategia-de-dezvoltare-economica-sociala-si-de-mediu-a-vaii-jiului-2021-2030/> [Accesat la 1 Martie 2023]
12. <https://turism.gov.ro/web/autorizare-turism/> [Accesat la 23 Martie 2023]
13. <https://romania.directbooking.ro/> [Accesat la 2 Aprilie 2023]
14. <http://romanioliberal.ro/> [Accesat la 3 Februarie 2023]
15. <https://smarters.ro/> [Accesat la 15 Februarie 2023]

## Magia consumului durabil în societatea actuală

**Autori: Popescu Nicoleta Mariana, Berca Maria Emilia**

**Coordonator: Prof. univ. dr. Țîrcă Diana Mihaela**

**Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu**

**Abstract:** *In this paper we present aspects regarding consumption and how it can become sustainable. For this we must aim to use natural resources sparingly so that they can also be used by future generations, halving global food waste by reducing potential hunger, responsible management of chemicals and substantial reduction of environmental waste, elimination of distortions to the market that encourages wasteful consumption - reducing the amount of waste resulting from the waste of excessive consumption, and understanding the sustainable lifestyle - adapting to a more rational and environmentally friendly lifestyle.*

### 1. Consumul durabil – delimitări conceptuale

Consumul durabil a fost definit în cadrul Simpozionului de la Oslo (1994) ca fiind „utilizarea de bunuri și servicii care răspund nevoilor de bază și aduc o calitate mai bună a vieții, reducând în același timp la minimum utilizarea resurselor naturale, a materialelor toxice și a emisiilor de deșeuri și poluanți pe parcursul ciclului de viață, pentru a nu pune în pericol nevoile generațiilor viitoare.” (Ofstad et al., 1994) Consumul durabil este adesea paralel cu producția durabilă; consumul se referă la utilizarea și eliminarea/reciclarea nu doar de către indivizi și gospodării, ci și de către guverne, întreprinderi și alte organizații.

În 2002, consumul și producția durabilă (CPD) au fost recunoscute în Planul de Implementare de la Johannesburg, unul dintre rezultatele Summit-ului Mondial pentru Dezvoltare Durabilă. Planul de implementare de la Johannesburg a subliniat necesitatea dezvoltării unui cadru de 10 ani de programe în sprijinul inițiativelor regionale și naționale pentru a accelera trecerea către CPD. În anul 2015, SCP a devenit una dintre cele mai importante componente ale Agendei 2030 pentru Dezvoltare Durabilă. Al doisprezecelea obiectiv de dezvoltare durabilă din cele 17 al Agendei urmărește asigurarea modelelor CPD (Izzet, Riza, 2020). Consumul și producția durabile (SCP) ar trebui să joace un rol proeminent în formularea și implementarea obiectivelor de dezvoltare durabilă (ODD).

Trebuie să ne conectăm producția durabilă cu consumul durabil. Acest lucru înseamnă înțelegerea prezentele și viitoare modele de consum, deci valorificarea inovației pentru a se dezvolta produse și servicii mai durabile, precum și inițiative de schimbare a comportamentului.

Consumul durabil a fost definit de mai mulți specialiști. Astfel, el a fost considerat o abordare practică pentru atingerea dezvoltării durabile, încorporând economia, societatea și mediul înconjurător (Brinzan et al. 2012).

Consumul sustenabil este strâns legat de producția durabilă și de stilurile de viață durabilă. „Un stil de viață durabil minimizează ecologic impacturi, permițând în același timp o viață înfloritoare pentru indivizi, gospodării, comunități și nu numai. Este produsul unor decizii individuale și colective cu privire la aspirații și la satisfacerea nevoilor și adoptarea de practici, care sunt la rândul lor condiționate, facilitate și constrânse de normele societale, instituțiile politice, politicile publice, infrastructurile, pietele și cultură.”

SCP este un concept de promovare a eficienței resurselor și a energiei, a infrastructurii durabile și a accesului la servicii de bază și de a oferi locuri de muncă verzi și decente și o calitate mai bună a vieții pentru toți. Este o abordare holistică care minimizează impacturile negative asupra

mediului ale sistemelor de consum și producție, promovând în același timp calitatea vieții pentru toți (Akenji et al., 2014)

Consumul durabil are o serie de caracteristici comune și este strâns legat de producția durabilă și dezvoltarea durabilă.

Consumul durabil, ca parte a dezvoltării durabile, face parte din lupta mondială împotriva provocărilor privind dezvoltarea durabilă cum ar fi schimbările climatice, epuizarea resurselor, foametea și poluarea mediului.

Dezvoltarea durabilă, precum și consumul durabil se bazează pe următoarele premise:

- Utilizarea eficientă a resurselor și reducerea la minimum a deșeurilor și a poluării;
- Utilizarea resurselor regenerabile în limita capacității lor de reînnoire;
- Reutilizarea și reciclarea ciclurilor de viață ale produselor, astfel încât articolele de consum să fie utilizate la maximum;
- Echitate intergenerațională și intragenerațională.

Pentru ca, consumul durabil să devină o practică obișnuită, este necesară schimbarea stilurilor de viață adoptate de indivizi (Hobson 2002; Newman et al. 2012).

## **2. Afacerile și consumul durabil**

Creșterea populației și dezvoltarea economică stimulează consumul în întreaga lume și vor continua să o facă, deoarece miliarde de consumatori – în special în China, India și alte economii emergente – se adaugă la cererea de bunuri și servicii. Presiunea de pe piață creată de cheltuielile competitive și de consumul evident transformă prosperitatea unora în excluderea multora.

Afacerile pentru consum durabil se referă la ideea de a produce și vinde bunuri și servicii care să răspundă nevoilor generației prezente fără a compromite capacitatea generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi. Aceasta implică utilizarea eficientă a resurselor și reducerea deșeurilor și a poluării, luând în considerare și impactul social și de mediu al producției și consumului.

Conceptul de consum durabil a devenit din ce în ce mai important pe măsură ce societatea a devenit mai conștientă de impactul negativ al practicilor tradiționale de afaceri asupra mediului și asupra bunăstării sociale. Afacerile care adoptă practici de consum durabil recunosc că au responsabilitatea de a contribui la un viitor mai durabil și că pot beneficia financiar din acest lucru.

Câteva exemple de practici de consum durabil includ utilizarea surselor de energie regenerabilă, reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, conservarea apei și a altor resurse naturale, aprovizionarea cu materii prime din surse durabile și etice, proiectarea de produse durabile și ușor de reparat sau reciclat și promovarea unui comportament responsabil al consumatorilor.

Pe lângă beneficiile de mediu, întreprinderile care adoptă practici de consum durabil pot obține, de asemenea, un avantaj competitiv, atrăgând la consumatori care acordă prioritate durabilității și responsabilității sociale atunci când iau decizii de cumpărare. Ele pot beneficia, de asemenea, de costuri reduse și eficiență sporită ca urmare a conservării resurselor și a reducerii deșeurilor.

În general, întreprinderile care acordă prioritate practicilor de consum durabil pot contribui la un viitor mai durabil, beneficiind, de asemenea, din punct de vedere financiar și sporindu-și reputația de cetățeni corporativi responsabili din punct de vedere social.

Întreprinderile care se concentrează pe consumul durabil sunt cele care se străduiesc să furnizeze produse și servicii care să răspundă nevoilor consumatorilor, reducând în același timp impactul negativ asupra mediului și social. Aceasta înseamnă că astfel de afaceri nu iau în considerare doar profitabilitatea, ci și sustenabilitatea și responsabilitatea socială.

Consumul durabil poate lua mai multe forme, dar implică în general reducerea deșeurilor și utilizarea mai eficientă a resurselor. De exemplu, o afacere poate dezvolta produse care sunt fabricate din materiale reciclate sau poate utiliza surse regenerabile de energie în operațiunile lor. Ei s-ar putea concentra, de asemenea, pe reducerea impactului asupra mediului al lanțurilor lor de



aprovizionare, de exemplu prin aprovizionarea cu materiale de la furnizori locali pentru a reduce emisiile din transport.

Un aspect important al consumului durabil este transparența. Afacerile care sunt transparente cu privire la impactul lor asupra mediului și social pot ajuta consumatorii să facă alegeri în cunoștință de cauză și să construiască încredere cu clienții lor. Acest lucru poate fi realizat prin măsuri precum raportarea durabilității, etichetarea ecologică și programele de certificare.

Alt aspect important al consumului durabil este colaborarea. Întreprinderile pot lucra împreună cu consumatorii, guvernele și alte părți interesate pentru a dezvolta soluții durabile și pentru a promova consumul responsabil. Acest lucru ar putea implica parteneriate pentru dezvoltarea de noi tehnologii sau inițiative pentru a încuraja un comportament durabil.

În general, afacerile pentru consum durabil se referă la echilibrarea succesului economic cu responsabilitatea socială și de mediu. Luând în considerare impactul operațiunilor lor asupra planetei și societății, întreprinderile pot crea un viitor mai durabil pentru toți.

Din perspectiva afacerilor, consumul durabil este un concept semnificativ doar în contextul mai larg al unei piețe durabile și se bazează pe trei piloni: dezvoltarea de produse, procese și modele de afaceri durabile; utilizarea comunicațiilor de marketing și a altor mijloace pentru a permite și încuraja consumatorii să aleagă și să utilizeze produsele mai eficient; și eliminarea produselor și serviciilor nedurabile de pe piață (cum ar fi inițiative comune cu comercianții cu amănuntul și autoritățile). Aceste trei concepte pot fi numite „inovație durabilă”, „influențarea alegerii” și, respectiv, „editarea alegerii”. „Editarea alegerii pentru durabilitate” descrie modul în care comercianții cu amănuntul elimină opțiunea de a cumpăra produse cu un istoric de mediu sau social slab (SDC 2006b).

Inovarea presupune creșterea disponibilității unor produse și servicii mai durabile prin integrarea durabilității și a proceselor ciclului de viață în inovația de proiectare a produselor, care nu face compromisuri în ceea ce privește calitatea, prețul sau performanța de pe piață.

Influențarea alegerilor presupune crearea unei piețe pentru produse și modele de afaceri durabile lucrând în parteneriat cu consumatorii și alte părți interesate cheie pentru a demonstra că produsele și stilurile de viață durabile oferă performanțe superioare la cele mai bune prețuri. Utilizarea comunicațiilor de marketing pentru a influența alegerea și comportamentul consumatorilor.

Editarea alegerii presupune editarea produselor, componentelor produsului, proceselor și modelelor de afaceri nedurabile în parteneriat cu alți actori din societate, cum ar fi factorii de decizie și comercianții cu amănuntul.

Din perspectiva afacerilor, inovația este un motor esențial al unui consum mai durabil. Scopul inovării durabile este de a oferi niveluri ridicate de valoare emoțională și funcțională, minimizând în același timp utilizarea resurselor și impactul asupra mediului. Inovația este o funcție de bază bine-cunoscută. Inovația în afaceri răspunde provocării consumului durabil prin: măsuri de eco-eficiență, inovare și design de produs, managementul lanțului de producție și aprovizionare și inovare a modelului de afaceri.

Influențarea alegerii se referă la orice mod în care o companie (sau, într-un context mai larg, orice actor altul decât consumatorul, cum ar fi guvernul sau ONG-urile) încearcă să influențeze comportamentul consumatorului – pentru un consum mai durabil. Din perspectiva afacerii, influențarea alegerii se referă la un parteneriat între afaceri și consumator, care se extinde de la producția și proiectarea durabilă a produselor până la selecția, utilizarea și eliminarea acestora. Întreprinderile dezvoltate au început deja să abordeze această problemă de afaceri din ce în ce mai relevantă de a influența alegerea consumatorilor și utilizarea produselor pentru a promova consumul durabil. Câteva exemple de abordări care au început să apară includ: marketing responsabil, publicitate și sponsorizare (cum ar fi tutunul, alcoolul și alimentele pentru copii), parteneriate cu formatori de opinie cheie, cum ar fi ONG-urile și mass-media, inovația socială și decuplarea consumului de materiale de valoarea consumatorului.

Editarea alegerilor se referă la deciziile care controlează direct impactul consumului. Grupurile de consumatori și factorii de decizie tind să prefere editarea alegerilor ca o abordare eficientă pentru schimbarea comportamentului consumatorilor și atingerea obiectivelor de a avea doar cele mai durabile produse disponibile pe piață. Companiile editează alegerea controlând elementele lanțului lor de aprovizionare sau eliminând componentele produsului care prezintă un risc pentru mediu sau sănătatea umană. Factorii de decizie pot modifica alegerile prin dezvoltarea legislației care ar interzice un produs sau o substanță. Comercianții cu amănuntul pot alege să modifice decizia de a elimina produsele de pe rafturi sau cerând anumite standarde ale lanțurilor lor de aprovizionare. „Rolul afacerilor este de a influența și educa consumatorii cu privire la modul de a duce stiluri de viață durabile. Pentru ca editarea alegerilor să reușească, întreprinderile și părțile interesate de pe întreg lanțul valoric trebuie să fie implicate în dezvoltarea de soluții, inclusiv procesatorii și comercianții cu amănuntul.

Transparența este esențială pentru a câștiga încrederea consumatorilor, așa că întreprinderile trebuie să dezvolte un set comun și robust de indicatori și o modalitate clară și semnificativă de raportare a performanței în ceea ce privește performanța economică, de mediu și socială. Responsabilitatea pentru consumul durabil este împărțită între întreprinderi și consumatori, astfel încât parteneriatele sunt vitale. Consumatorii nu sunt dispuși să sacrifice prețul sau performanța pentru durabilitate, așa că este responsabilitatea afacerilor să ofere bunuri și servicii durabile, care sunt, de asemenea, de bună calitate și rentabile. Clienții industriali și furnizorii ar trebui să lucreze împreună pentru a dezvolta cunoștințe comune, expertiză și politici privind consumul durabil.

Guvernele, consumatorii și mediul de afaceri au toate roluri importante în promovarea consumului durabil. Forțele atât ale cererii, cât și ale ofertei influențează producția și consumul de produse și servicii. Întreprinderile (producătorii și furnizorii acestora, comercianții cu amănuntul, reciclatorii și companiile de gestionare a deșeurilor) aleg modul în care resursele sunt extrase, procesate, vândute și gestionate la sfârșitul vieții. Aceste alegeri sunt influențate de alegerile privind cumpărăturile și stilul de viață ale consumatorilor, precum și de instituțiile financiare (prin politici de creditare și rating) și guverne (prin legi, taxe, reglementări și îndrumări).

Întreprinderile pot juca un rol important în promovarea consumului durabil prin furnizarea de valoare durabilă societății și consumatorilor, ajutându-i pe consumatori să-și aleagă și să-și folosească bunurile și servicii în mod durabil și promovarea unor stiluri de viață durabile care contribuie la reducerea consumului general de materiale și resurse.

### **3. Consumul sustenabil și ce facem noi pentru consum**

Echivalentul a peste 500 de kilocalorii de alimente per persoană pe zi se pierde în lanțul de aprovizionare din America Latină și Caraibe înainte de a ajunge chiar la consumatorul final. Prin reducerea acestor deșeuri și prin promovarea reciclării, reutilizării și a practicilor mai eficiente în economiile cu consum ridicat și în cele foarte dependente de resursele naturale, (Producția și consumul sustenabil) urmărește să întărească mecanismele pentru dezvoltarea durabilă. Producția și consumul sustenabil urmărește „a face mai mult sau mai puțin”, creșterea câștigurilor nete de bunăstare din activități economice prin reducerea utilizării resurselor, a degradării și a poluării. Acesta implică diferite părți interesate de-a lungul întregului ciclu de producție, inclusiv afaceri, consumatori, factori de decizie, mass-media și comunități. Acesta abordează aspecte care variază de la utilizarea resurselor și a substanțelor chimice până la pierderea alimentelor, deșeurile solide, reciclarea, comportamentul consumatorilor, subvenții, tehnologie, turism și achiziții publice.

Echilibrarea utilizării resurselor naturale pentru a stimula creșterea încurajează utilizarea eficientă și gestionarea durabilă a resurselor naturale. Diferența dintre producția și consumul național – schimbarea indusă de politică a bogăției unei țări – este măsurată prin economiile nete ajustate. Aceasta ia în considerare investițiile în capitalul uman, deprecierea capitalului fix, epuizarea resurselor naturale și daunele cauzate de poluare. Ratele de economisire în mod constant

negative indică scăderea bogăției și o dezvoltare nedurabilă. Economiiile pozitive formează baza creșterii viitoare. Țările bogate în resurse care depind în mare măsură de industriile extractive echilibrează în mod ideal epuizarea resurselor lor naturale prin investiții în alte forme de capital, cum ar fi construirea capitalului uman prin educație. Renunțarea la un anumit consum prin creșterea economiilor și reinvestirea chiriilor din resurse este o propunere dificilă în țările mai sărace, unde standardele de viață sunt deja scăzute. Dar îmbunătățirea gestionării durabile și eficiente a resurselor în aceste țări va fi esențială pentru creșterea și dezvoltarea pe termen lung.

#### 4. Concluzii

Consumul durabil este o provocare sistemică. Întreprinderile, guvernele, societatea civilă și consumatorii au toți puterea de a afecta schimbarea, uneori în moduri care nu sunt percepute în mod tradițional ca fiind rolul lor. Consumatorii pot simți responsabilitatea morală de a trăi în mod durabil, însă nu pot face acest lucru fără sprijin efectiv din partea guvernelor, ONG-urilor și a întreprinderilor cu care interacționează. Întreprinderile, guvernele și societatea civilă trebuie să fie aliniată la aceste valori, deoarece depind de cheltuielile și voturile indivizilor.

Consumul sustenabil este cheia pentru viitorul societății umane, al mediului înconjurător și al resurselor noastre naturale. De la un singur deșeu reciclat la o întreagă mulțime de oameni dornici de a consuma mai rațional și a salva planeta ce ne găzduiește, sustenabilitatea este șansa prin care putem împiedica evoluția distructivă a poluării. De la o alegere rațională de a economisii, la o amplă resetare a stilului de viață putem aduce speranță și lumină pentru generațiile viitoare și pentru viața omenirii.

Din toate acestea numai în mâinile noastre se află magia consumului sustenabil.

#### Bibliografie:

1. Akenji L, Bengtsson M (2014) Making sustainable consumption and production the core of sustainable development goals. *Sustainability* 6(2):513–529
2. Brinzan O, Tigan E, Radu D (2012), *Food consumption and sustainability*. *J Environ Prot Ecol* 13(1):253–257
3. Călin Diana, Ciobanu Natalia, Georgescu Anamaria, et al. (2021), *Respect pentru resurse: Manual altfel de educație pentru sustenabilitate*, Editura Seneca, București
4. Costache Cătălina Elena, Dumitrașcu Dănuț Dumitru (2022), *Sustenabilitatea, factor de succes pentru întreprinderile mici și mijlocii*, Editura Pro Universitaria, București
5. Hobson, K. (2022), *Competing Discourses of Sustainable Consumption: Does the “rationalisation of Lifestyles” Make Sense?*, *Env. Polit.*, 11, 95–120
6. Izzet Ari, Riza Fikret Yikmaz (2019), *Greening of industry in a resource- and environment-constrained world* in Sevil Acar, Erinc Yeldan (Ed.), *Handbook of Green Economics*, Ed. Academic Press, Pages 53-68, Disponibil la: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780128166352000043>
7. Newman, C.L.; Howlett, E.; Burton, S.; Kozup, J.C.; Tangari, A.H.(2022), *The Influence of Consumer Concern about Global Climate Change on Framing Effects for Environmental Sustainability Messages*, *Int. J. Advert.*, 31, 511–527
8. Pohoata, Ion, Diaconasu, Delia Elena, Crupenschi, Vladimir Mihai (2022), *Teoria dezvoltării sustenabile. O abordare critica*, Editura Polirom, București
9. Strawbridge Dick, Stawbidge James (2022), *Enciclopedia auto-sustenabilității. Ghidul complet al gospodăriei autonome*, Editura Casa, Oradea
10. Sustainable Consumption Roundtable (2006b) *I will if you will, Towards Sustainable Consumption*. London: Sustainable Development Commission. Disponibil la: <http://www.ncc.org.uk/responsibleconsumption/iwillifyouwill.pdf>

11. World Business Council for Sustainable Development (2018), *Sustainable Consumption Fact and Trends From a Business Perspective*. Disponibil la: <https://www.wbcsd.org/Archive/Sustainable-Lifestyles/Resources/Sustainable-consumption-facts-trends>

## Diagnostic comercial la SC Agro Dam Expert SRL

**Autor: Tabacariu Mădălina Elena**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** The paper shows the importance of commercial diagnosis within the company. The work is divided into two chapters, the first chapter entitled "analysis of the enterprise's products and services" presents all the products of the company S.C. Agro Dam Expert SRL, and in the second chapter is presented the position occupied by the S.C. Agro pam Expert SRL company on the market.

### 1. Analiza produselor și serviciilor întreprinderii

Firma S.C. Agro Dam Expert SRL face parte din cadrul firmelor cu cod CAEN: 4776 Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate după profit. Astfel tipul de produse comercializate de către aceasta se împart pe mai multe categorii de produse astfel:

Oferă informații semnificative pentru a determina valoarea întreprinderii. În acest demers se pot urmări:

- a) analiza structurală a vânzărilor pe produse;
  - b) analiza preșurilor produselor;
  - c) analiza vânzărilor pe ciclul de viață al produselor.
- a) Analiza structurală a vânzărilor pe produse se împart în:
- ❖ Produse pentru protecția plantelor:

#### ***Insecticidele***

Sunt substanțe special realizate pentru a avea un efect de neutralizare asupra diferitelor tipuri de insecte. Firma comercializează acest produs cu un procentaj de 40% din totalul de produse comercializate care fac parte din categoria din protecția plantelor. Produsele se vând în fiole de diferite dimensiuni: fiole de dimensiuni mici, între 2 și 5 ml, fiole de dimensiuni mari de 200ml sau mai mult și fiole de dimensiuni mari între 500ml și 1l. Cele mai comercializate produse sunt Coragen, Mospilan, Decis Expert.

#### ***Fungicidele***

Se folosesc pentru a elimina bolile și diferitele tipuri de ciuperci prin intoxicarea acestora. Firma S.C. Agro Dam Expert SRL comercializează fungicide cu un procentaj de 30% din totalul de produse din categoria protecției plantelor. Produsele se vând în cantități diferite, între 5g și 50g cu un procentaj de 35%, între 50g și 250g cu un procentaj mai ridicat de 50% și cele peste 250g se vând cu un procentaj scăzut de 15%. Cele mai comercializate produse sunt: Champ cu un procentaj de 40%, Folpan 15%, Captadin 20%, Score 15% și Cabrio Top 10%.

#### ***Erbicidele***

Sunt produse chimice toxice ce au o acțiune selectivă, practic o acțiune îndreptată doar spre anumite specii de vegetație, cum ar fi omoară buruiana din porumb, etc. Acestea se împart în produse pentru:

- vița de vie care se vinde cu un procent de 35%;
- pentru pomii fructiferi procentul este de 30%;
- bolile legumelor cu un procentaj scăzut de 15% și erbicide de 20%.

Cele mai comercializate produse sunt cele la litru cu un procent de 60%, cele la jumătate de litru au un procenta mai scăzut respectiv 30% și ultimul produs de 100ml cu un procent de 10%.

Astfel avem următoarele produse: Radial Extra cu un procent de 35%, Cosmic fiind cele mai cumărat produs al firmei S.C. Agro Dam Expert SRL 40%, , Amino cu un procent de 15% , Dicopur D și Dicopur Top 10% fiind cele mai puțin cumărate produse din categoria erbicidelor.

### **Semințe**

Semințele se impart pe mai multe categorii de sortimente astfel:

- semințe pentru legume: castraveți, ardei, morcovi, ceapă, fasole, salată, varză, vinete, etc au un procent de 40% din totalul de semințe comercializate;
- materialul săditor: pomi, arbuști, vița de vie, plante ornamentale, trandafiri, floarea soarelui cu un procent de 35%;
- plante furajere: lucerne, trifoi pitic, etc 25%.

#### ❖ Produse de igienă publică

Aceste produse se comercializează cu un procent foarte scăzut în firma S.C. Agro Dam Expert SRL, respectiv 3%, față de alte produse, prinde produsele vândute se numără raticit pentru rozătoare astfel: Glodacid cu un procent de 60% fiind cel mai vândut produs împotriva rozătoarelor, grăușor pentru șoareci și capcanele pentru șoareci se vând cu un procent de 40%. Produsele pentru dezinfectarea spațiilor de locuit sunt următoarele: Ectocid Forte cu un procent de 35% , Quick Bayt fiind mult mai vândut decât restul produselor pentru spațiile de locuit cu un procent de 40% și Ectocid Cyper cu 25%.

#### ❖ Îngrășăminte solide și lichide

În firma S.C. Agro Dam Expert SRL se comercializează diferite îngrășăminte solide sau lichide, cum ar fi:

- Îngrășăminte solide: Complexe NPC: Azot (N) si Fosfor (P) si Potasiu (K) fiind cel mai comercializat produs din această categorie cu un procent de 70%, Uree cu un procent de 30%;
- Îngrășăminte lichide: Bionat cu cel mai scăzut procent de 10%, Solar Verde cu 30% și Solfert cu un procent ridicat de 60%.

#### ❖ Articole de grădină

Cele mai comercializate produse sunt accesoriile pentru sistemele de irigații cu un procent de 45%, pompe de stropit cu 24%, sisteme pentru palisat (legat) cu un procent asemănător de 24% și cele mai puțin cumpărate sunt unelte de grădină cu un procent de 7%.

#### b) Analiza prețurilor produselor

Analiza prețurilor vizează evidențierea aspectelor de risc legate atât de dinamica prețurilor de vânzare ale firmei comparativ cu evoluția economică generală, cât și corelația între dinamica prețurilor de vânzare și cea a prețurilor de aprovizionare. Acest din urmă aspect poate evidenția puterea de negociere a firmei cu furnizorii, respectiv clienții întreprinderii, fiind un aspect important în estimarea riscului afacerii.

După cum se poate observa în tabelul de mai jos, prețurile produselor sunt în egală măsură egale cu cererea de pe piață. În cea ce privește insecticidele Mospilan este unul dintre cele mai ieftine produse, în timp ce Coragen se vinde cu 6 lei bucata. Fungicidele se vând aproximativ toate cu același preț, 5 lei bucata, cum ar fi Folpan și Captadin. În cea ce privește erbicidele Amino și Doscopur D se vând la prețul de 50 lei litrul. Astfel gama de produse ale firmei S.C. Agro Dam Expert SRL este una foarte diversificată pentru domeniul de activitate pe care îl desfășoară, fiind un adevărat concurent pe piață.

**Tabel nr. 1.**  
**Prețurile celor mai comercializate produse ai firmei S.C. Agro Dam Expert SRL în anul 2023**

<i>Denumire</i>	<i>U.M</i>	<i>Preț achiziție</i>	<i>Preț vânzare cu TVA</i>	<i>% TVA vânzare</i>
coragen 1,5ml, 10 ml, 50 ml	buc	3,76	6	9
decis expert 2,5ml, 7,5 ml, 100ml	buc	2,41	5	9
mospilan 20sg 1,5g, 3g	buc	1,5	3,5	9
captadin 50wp 15gr, 150 gr	buc	2,7	5	9
folpan 80 wdg 15gr, 150 gr, 1kg	buc	1,89	5	9
amino 1l, 500ml	l	24	50	9
radial extra 250ml, 500ml, 1l	buc	15,6	30	9
solar verde 1l	l	14,16	25	9
clipsuri palisare	buc	64	100	19
homevo paduchi gaina 50gr	buc	7,69	15	19
floarea soarelui expres	sac	250	300	9
pomi fructiferi	buc	14,17	17	9
dicopur d 1l	l	32,5	50	9

c) Analiza vânzărilor pe ciclul de viață al produselor

Se referă la studierea cifrei de afaceri pe stadii ale ciclului de viață al produselor: lansare, creștere, maturitate și declin. Un asemenea diagnostic este important deoarece se poate aprecia potențialului de evoluție a firmei față de punctul critic al rentabilității și al asigurării surselor necesare.

În firma S.C. Agro Dam Expert SRL cele mai perisabile produse sunt: materialul săditor, erbicidele, îngrășăminte și semințe.

Piața de desfacere a firmei, reprezintă un segment important al diagnosticului comercial, care nu poate fi complet dacă nu se analizează și competiția, ca element fundamental al pieței. Analiza concurenței trebuie să aibă în vedere nominalizarea principalilor concurenți. Firma S.C. Agro Dam Expert SRL are ca principali concurenți în județul Vaslui în cadrul firmelor cu cod CAEN: 4776 **Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate după profit**, firme ca Trandafirul SRL, Biodem Chim SRL, Art-Decora SRL.

## 2. Analiza clienților întreprinderii

Urmărește vânzările efectuate de către clientelă pe baza cifrei de afaceri, astfel este necesar să se țină seama de poziția întreprinderii prin fabricarea și consumului unui produs. Evoluția cifrei de afaceri pe principalii clienți interni și externi evidențiază stabilitatea firmei, ceea ce atestă existența unor relații tradiționale, relații ce se pot constitui că suport pentru evoluția viitoare a vânzărilor societății comerciale. O asemenea concluzie este importantă pentru evaluator, îndeosebi în ceea ce privește proiecția activității firmei pentru aplicarea metodelor de randament.

Principalii clienți ai firmei S.C. Agro Dam Expert SRL sunt:

- Marii fermieri cu peste 50 și 100 hectare, sunt în proporție de 2%;
- Fermieri mijlocii până în 50 de hectare, în proporție de 10%;
- Mici fermieri sub 50 de hectare, în proporție de 20%;
- Cea mai mare pondere de clienții sunt grădinarii, cu un procent de 68%.



## 1. Analiza furnizorilor

„Potrivit dex online furnizorul este numit o persoană fizică sau juridică care furnizează”<sup>1</sup> sau furnizează profesional un anumit bun sau serviciu altor persoane sau companii, ca formă de activitate economică și în schimbul unei contraprestații.

Astfel principalii furnizori ai firmei S.C. Agro Dam Expert SRL sunt caracterizați pe mai multe categorii, în funcție de produsele pe care le furnizează. Principalii furnizori de protecția plantelor sunt: NetArto SC, Solarex Impex SRL, Agrii, SC Mifalchim Group SRL. Seminte de legume: SC Agrosem Impex SRL, Prima Sementi SRL, Kertimag, Agro Flor Prod. Furnizorii pentru porumb sunt RodBun Grup SA, pentru pomi principalul furnizor este Syngenta. Ciumbrud Plant este principalul furnizor pentru materialul săditor. În cea ce privește igiena, furnizorii sunt: Balexin, Activ Med. Produsele pentru grădină sunt furnizate de către doi mari furnizori: Verdon, Master Tools. Îngrășămintele sunt furnizate de către: ROfert România și Alcedo SRL.

## 2. Poziția pe piață

În județul Vaslui există multe firme cu un impact mult mai mare decât S.C. Agro Dam Expert SRL, cum ar fi Plantagro-com, Vanbet, Safir, dar firma S.C. Agro Dam Expert SRL este una dintre firmele care ocupă locul doi dintre cei mai mari agenți economici din județ care activează în domeniul **comerțului cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate.**

Top national	Top judet	Top localitate
1. OMV PETROM SA	1. PLANTAGRO-COM SRL	1. PLANTAGRO-COM SRL
2. AUTOMOBILE-DACIA SA	2. VANBET SRL	2. SAFIR SRL
3. OMV PETROM MARKETIN...	3. SAFIR SRL	3. VASCAR SA
⋮	⋮	⋮
100739. ZOOM MENT SERVI...	895. GISAN TUR SRL	304. MINIPROD S.R.L.
100740. VYKSIR INSTAL SRL	896. BLUHAF S.R.L.	305. BLUHAF S.R.L.
100741. SEVELIN SRL	897. COMPANIA EMO SRL	306. COMPANIA EMO SRL
100742. AGRO DAM EXPERT...	898. AGRO DAM EXPERT SRL	307. AGRO DAM EXPERT SRL

Sursa: <https://www.topfirme.com/afacere/agro-dam-expert-srl/505fi6031k/>

**Figura nr. 1. Poziția ocupată de S.C. Agro Dam Expert SRL în anul 2021 după cifra de afaceri**

După cum se poate observa în figura de mai sus, S.C. Agro Dam Expert SRL ocupă la nivel național locul 100742, în județul Vaslui locul 898 iar la nivel de localitate locul 307.

<sup>1</sup> <https://dexonline.ro/definitie/furnizor>



Top national CAEN	Top judet CAEN	Top localitate CAEN
1. DIVA SOL SRL	1. TRANDAFIRUL SRL	<b>1. AGRO DAM EXPERT SRL</b>
2. AGROLAND BUSINESS SY...	<b>2. AGRO DAM EXPERT SRL</b>	2. ART-DECORA SRL
3. PET NETWORK EUROPE S....	3. BIOEDEN CHIM SRL	3. FLORIAN ANGEL SRL
⋮	4. ART-DECORA SRL	4. VOALANTIC SRL
154. MONSTERA SRL	5. FLORIAN ANGEL SRL	5. BIOMIRNUT S.R.L.
155. ESPREMIO S.R.L.	6. FLORA BUCHET SRL	6. GEOROPSEM S.R.L.
156. ATA MANOLO AGRO SRL	7. PETSHOP SI ACVARISTIC...	7. GARDENPLAZ SRL
<b>157. AGRO DAM EXPERT SRL</b>	8. VOALANTIC SRL	8. TARCOVIS SRL

Sursa: <https://www.topfirme.com/afacere/agro-dam-expert-srl/505fi6031k/>

**Figura nr. 2. Poziția ocupată de S.C. Agro Dam Expert SRL în anul 2021 în cadrul firmelor cu cod CAEN: 4776 după cifra de afaceri**

În anul 2021 între firmele cu cod CAEN: 4776 Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate, S.C. Agro Dam Expert SRL ocupă locul 2 în județul Vaslui și locul 1 în orașul Vaslui iar la nivel național locul 157.

Top national CAEN	Top judet CAEN	Top localitate CAEN
1. AGROLAND BUSINESS SY...	1. TRANDAFIRUL SRL	1. ART-DECORA SRL
2. COMGABY MOLN SRL	2. ART-DECORA SRL	2. FLORIAN ANGEL SRL
3. TRIA'S AMWAY SRL	3. FLORIAN ANGEL SRL	3. GARDENPLAZ SRL
⋮	⋮	<b>4. AGRO DAM EXPERT SRL</b>
502. FARMREX VET SRL	5. MARIDONA SRL	5. VOALANTIC SRL
503. SZIROM DEKOR SRL	6. GARDENPLAZ SRL	6. GHERASIM SRL
504. RED DOG DEVELOPMEN...	7. CRISORCHIM SRL	7. BIOMIRNUT S.R.L.
<b>505. AGRO DAM EXPERT SRL</b>	<b>8. AGRO DAM EXPERT SRL</b>	8. TARCOVIS SRL

Sursa: <https://www.topfirme.com/afacere/agro-dam-expert-srl/505fi6031k/>

**Figura nr. 4. Poziția ocupată de S.C. Agro Dam Expert SRL în anul 2021 în cadrul firmelor cu cod CAEN: 4776 Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate după numărul de angajați**

Poziția ocupată de S.C. Agro Dam Expert SRL în anul 2021 în cadrul firmelor cu cod CAEN: 4776 Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate după numărul de

angajați firma ocupă locul 505 la nivel național, locul 8 la nivel de județ și la nivel de localitate locul 4.

Profitul este un indicator de profitabilitate foarte reprezentativ iar S.C. Agro Dam Expert SRL în toată perioada funcționării a avut profit. Se poate observa că în figura 2.15., în anul 2021 în cadrul tuturor firmelor din România cu cod CAEN: 4776 **Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate după profit** firma ocupă locul 81, la nivel de județ pe locul 2 iar în localitatea Vaslui este pe locul 1.

Top national CAEN	Top județ CAEN	Top localitate CAEN
1. DIVA SOL SRL	1. TRANDAFIRUL SRL	<b>1. AGRO DAM EXPERT SRL</b>
2. COMGABY MOLN SRL	<b>2. AGRO DAM EXPERT SRL</b>	2. TARCOVIS SRL
3. PET NETWORK EUROPE S...	3. MARIDONA SRL	3. ART-DECORA SRL
⋮	4. BIOEDEN CHIM SRL	4. GHERASIM SRL
78. FROZEN ROSE INTERNAT...	5. FLORA BUCHET SRL	5. BIOMIRNUT S.R.L.
79. CHEM AVITALA SRL	6. TARCOVIS SRL	6. GEOROPSEM S.R.L.
80. OLTEO S.R.L.	7. DADA FLOWER BOUTIQUE ...	7. VOALANTIC SRL
<b>81. AGRO DAM EXPERT SRL</b>	8. ART-DECORA SRL	8. VIDOROS S.R.L.

Sursa: <https://www.topfirme.com/afacere/agro-dam-expert-srl/505fi6031k/>

**Figura nr. 5. Poziția ocupată de S.C. Agro Dam Expert SRL în anul 2021 în cadrul firmelor cu cod CAEN: 4776 Comerț cu amănuntul al florilor, plantelor și semințelor, comerț cu amănuntul al animalelor de companie și al hranei pentru acestea, în magazine specializate după profit**

Astfel, prin prisma analizei comerciale firma S.C. Agro Dam Expert SRL, este o firmă consolidată pe piață, fiind pe primul loc în localitatea Vaslui și locul doi în județ în cadrul fitofarmaciiilor, fiind una dintre cele mai căutate firme, cu o vastă experiență în domeniu, mai exact cu o vechime de 10 ani. Firma dispune de un personal de specialitate, cu o solidă pregătire profesională, experimentat și motivat, care urmăresc satisfacerea în totalitate a cerințelor clienților prin serviciile și produsele de calitate oferite în folosul acestora pentru protecția culturilor.

## Bibliografie

1. Isac Claudia, Dura Codruța, *Strategii investiționale în afaceri*, Editura Universitas, Petroșani, 2008;
2. Monea Mirela, *Analiza organizațională*, Editura Universitas, Petroșani, 2019;
3. <https://dexonline.ro/definitie/furnizor>;
4. <https://www.facebook.com/agrodamexpert>;
5. <https://www.risco.ro/financiare/agro-dam-expert-cui-32385975>;
6. <https://www.topfirme.com/afacere/agro-dam-expert-srl/505fi6031k/>.

## Exemple de distribuții ale densităților de probabilitate

**Autor: Tronciu Gianina**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Stoicuța Nadia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** Currently there are a large number of repartition density (probability) functions characterizing various continuous economic phenomena. This paper presents the most used probability density distributions for continuous stochastic variables. The graphic representations were made in the Mathcad program for their different values. These probability densities are used in many fields, but in the article, we refer to their applications in econometrics.

### 1. Introducere

O variabilă aleatoare (stohastică) este o marime reală care, în raport cu rezultatul unui experiment, poate lua orice valoare dintr-o mulțime bine definită de valori reale.

**Definiția matematică.** Se numește *variabilă aleatoare* o funcție  $f: E \rightarrow \mathbb{R}$  așa încât mulțimea  $\{x \in \mathbb{R} \mid f(x) \in [0,1]\} \in K$ , unde  $E$  este mulțimea rezultatelor posibile (mulțimea evenimentelor) și  $K = P(E)$  mulțimea părților lui  $E$ .

Variabilele aleatoare se clasifică după mulțimea pe care sunt definite. Astfel variabilele aleatoare pot fi discrete și continue.

**Variabilele aleatoare discrete** sunt definite pe o mulțime  $E$  cel mult numărabilă de evenimente, de forma  $E = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ . Numărul valorilor posibile ale unei variabile aleatoare discrete poate fi finit sau infinit. Variabilele aleatoare de tip discret se notează în general cu majuscule  $X, Y, Z$ . Fie dată variabila aleatoare  $X$  care are următoarea reprezentare:

$$X: \begin{pmatrix} x_1 & x_2 & \cdots & x_n \\ p_1 & p_2 & \cdots & p_n \end{pmatrix} \text{ sau } X: \begin{pmatrix} x_i \\ p_i \end{pmatrix}, i = \overline{1, n} \quad (1)$$

Mărimea  $p_i$  poartă denumirea de *probabilitate* asociată apariției unui rezultat (experiment)

$$x_i, i = \overline{1, n}, \text{ și satisface următoarele condiții: } \begin{cases} p_i \geq 0, & i = \overline{1, n} \\ \sum_{i=1}^n p_i = 1 \end{cases} .$$

**Variabilele aleatoare continue** sunt definite pe o mulțime continuă  $E = [0,1]$ . Variabila aleatoare continuă poate lua orice valoare între două numere. Numărul valorilor posibile ale unei variabile aleatoare continue este finit sau infinit.

În cazul continuu, variabila aleatoare se notează  $X(f(x))$ ,  $x \in [a, b]$ , capetele  $a$  și  $b$  putând fi finite sau infinite. Funcția  $f$  se numește *densitate de probabilitate* (sau *densitate de repartiție*) și

$$\text{îndeplinește condițiile următoare: } \begin{cases} f(x) \geq 0, \forall x \in [a, b] \\ \int_a^b f(x) dx = 1 \end{cases} .$$

În următorul paragraf vom introduce cele mai cunoscute și utilizate distribuții ale densităților de probabilitate ale unor variabile aleatoare de tip continuu, ce au aplicații în Econometrie.

## 2. Exemple de distribuții ale variabilelor aleatoare de tip continuu

În econometrie, aceste distribuții ale densităților de probabilitate se aplică pentru verificarea diferitelor fenomene specifice modelelor econometrice. În general, valorile acestor distribuții sunt utilizate sub formă tabelară și se compară cu valori calculate ale unor indicatori ce caracterizează fenomene precum autocorelarea reziduurilor, normalizarea acestora sau depistarea unor fenomene precum homoscedasticitatea (varianțe ale reziduurilor constante).

### 2.1. Distribuția de tip normal (Gauss)

Una dintre cele mai importante distribuții aplicate în Econometrie ale unei variabile aleatoare de tip continuu, este cea de tip Gauss a cărei densitate de probabilitate este dată de expresia:

$$f(x) = \frac{1}{\sigma\sqrt{2\pi}} e^{-\frac{(x-\bar{x})^2}{2\sigma^2}}, \quad \bar{x} \in \mathbb{R}, \sigma^2 > 0 \quad (2)$$

unde  $\bar{x}$  este valoarea medie a variabilei aleatoare, iar  $\sigma^2$  este dispersia sau varianța. Graficul funcției de densitate de probabilitate este cunoscut sub denumirea de „clopotul lui Gauss”.

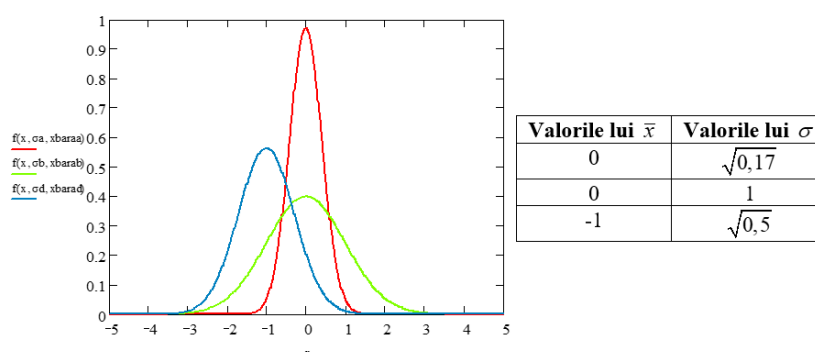


Figura 1. Funcția densitate de probabilitate pentru distribuția normală

Principalii indicatori ai funcției densității de probabilitate pentru distribuția normală sunt:

**Valoare medie :**  $M(x) = \bar{x}$       **Mediană:**  $Me = \bar{x}$

**Modul:**  $Mo = \bar{x}$       **Dispersie:**  $D(x) = \sigma^2$ .

Pentru o valoare dată a lui  $\sigma$ , concavitățile curbei crește sau scade odată cu creșterea, respectiv descreșterea acestui parametru. În econometrie, valorile tabelate ale acestei distribuții sunt comparate cu valorile calculate ale celor doi indicatori ce măsoară asimetria și aplatizarea. De asemenea, distribuția de tip normal este reprezentată în cadrul programului Eviews, un program specializat pe analiza seriilor de date, sub forma unei histogramme, ca în figura următoare.

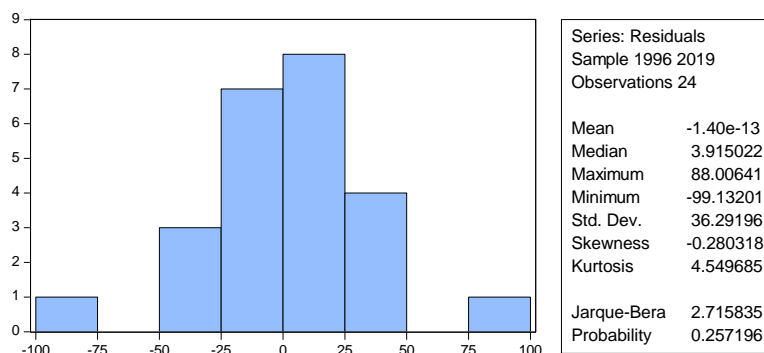


Figura 2. Exemplu de histogramă a unui densități de probabilitate de tip normal

În cadrul acestui program, se afișează de asemenea un tabel în care se regăsesc valoarea medie, mediana, valorile maxime și minime ale variabilei reziduale, dar și valorile deviației standard și a celor doi coeficienți specifici formei și distribuției (coeficientul de asimetrie-Skewness și coeficientul de boltire - Kurtosis). Testul Jarque-Bera este aplicat pentru a verifica dacă seria de date a variabilei reziduale are o distribuție de tip normal.

## 2.2. Distribuția de tip exponențial

Distribuția exponențială este distribuția probabilității dintre evenimentele unui proces de tip Poisson (adică un proces în care variabilele apar în mod continuu și independent cu o valoare medie constantă). Este un caz particular al distribuției Gamma și este analogul continuu al distribuției geometrice. O caracteristică importantă a acestei distribuții este aceea că este fără memorie. Lipsa memoriei în teoria probabilităților, se caracterizează prin faptul că probabilitățile nu țin cont de istoria procesului analizat. Aceasta apare atunci când distribuirea unui perioade de timp de așteptare până la un anumit experiment, nu depinde de trecut, ci trebuie uitat în permanență starea în care se află fenomenul economic analizat.

În acest caz, domeniul de variație al variabilei aleatoare este  $[0, \infty)$ , iar expresia funcției densității de probabilitate este dată de  $f : [0, \infty) \rightarrow \mathbb{R}^+$ ,

$$f(x) = \begin{cases} \lambda e^{-\lambda x}, & \text{dacă } x \geq 0, \lambda > 0 \\ 0, & \text{dacă } x < 0 \end{cases} \quad (3)$$

unde  $\lambda$  este parametrul distribuției denumit și *parametru de scară inversă* sau *parametru de rată*. Graficul densității de probabilitate de tip exponențial este reprezentat în Figura 4.

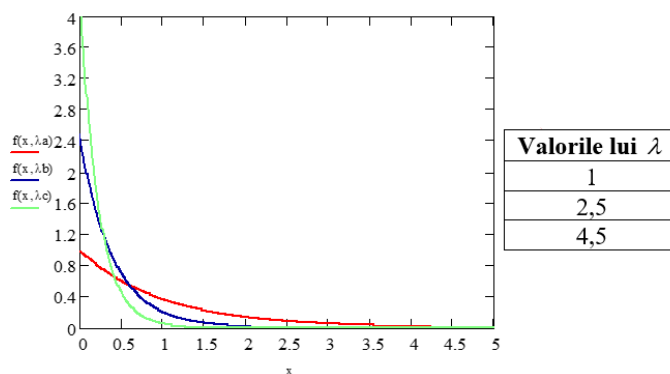


Figura 3. Funcția densității de probabilitate a unei distribuții exponențiale

Principalii indicatori ai densității de probabilitate pentru distribuția de tip exponențial sunt:

**Valoare medie :**  $M(x) = 1/\lambda$       **Mediană:**  $Me = \ln 2/\lambda$

**Modul:**  $Mo = 0$       **Dispersie:**  $D(x) = 1/\lambda^2$

## 2.3. Distribuția Weibull

Funcția de densitate de probabilitate pentru distribuția Weibull biparametrică este definită pentru  $x \in (0, \infty)$  prin relația:

$$f(x) = \begin{cases} \lambda k x^{k-1} e^{-\lambda x^k}, & \text{dacă } x \geq 0 \\ 0, & \text{dacă } x < 0 \end{cases} \quad (4)$$

unde  $\lambda > 0$  este factorul de scară, iar  $k > 0$  este un factor ce caracterizează asimetria și excesul. Pentru  $k = 1$  se obține distribuția exponențială, iar pentru  $k = 2$  se obține distribuția Rayleigh.

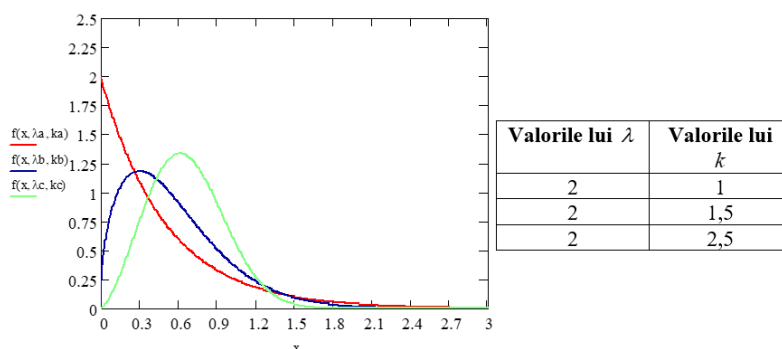


Figura 4. Funcția densității de probabilitate a unei distribuții Weibull

Variabila Weibull triparametrică a cărei densitate este următoarea:

$$f(x) = \begin{cases} \frac{k}{\lambda} \left( \frac{x-c}{\lambda} \right)^{k-1} e^{-\left( \frac{x-c}{\lambda} \right)^k}, & \text{dacă } x \geq 0 \\ 0, & \text{dacă } x < 0 \end{cases} \quad (5)$$

unde  $\lambda$  este factorul de scară,  $k$  este parametru ce caracterizează forma (asimetria),  $c$  este parametru de localizare (exces). Avantajul utilizării variabilei triparametrice este legat de evidențierea explicită a celor trei parametri (factor de scară, asimetrie și exces). Principalii indicatori ai funcției densității de probabilitate sunt:

$$\begin{aligned} \text{Valoare medie: } M(x) &= \lambda \Gamma\left(1 + \frac{1}{k}\right) & \text{Mediană: } Me &= \lambda (\ln 2)^{\frac{1}{k}} \\ \text{Modul: } Mo &= \begin{cases} \lambda \left(\frac{k-1}{k}\right)^{\frac{1}{k}}, & k > 1 \\ 0, & k \leq 1 \end{cases} & \text{Dispersie: } D(x) &= \lambda^2 \left[ \Gamma\left(1 + \frac{2}{k}\right) - \left( \Gamma\left(1 + \frac{1}{k}\right) \right)^2 \right] \end{aligned}$$

## 2.4. Distribuția Beta

În acest caz, domeniul de variație al variabilei aleatoare este  $[0,1]$  sau  $(0,1)$ , iar expresia densității de probabilitate este dată de relația

$$f: [0,1] \rightarrow \mathbb{R}, \quad f(x) = \frac{1}{B(\alpha, \beta)} x^{\alpha-1} (1-x)^{\beta-1} \quad \text{unde } B(\alpha, \beta) = \frac{\Gamma(\alpha)\Gamma(\beta)}{\Gamma(\alpha+\beta)} \quad (6)$$

unde  $\Gamma$  este funcția Gamma,  $\alpha > 0$  și  $\beta > 0$  sunt parametrii reali.

Principalii indicatori ai funcției densității de probabilitate sunt:

$$\begin{aligned} \text{Valoare medie: } M(x) &= \frac{\alpha}{\alpha + \beta} & \text{Mediană: } Me &\approx \frac{\alpha - 1/3}{\alpha + \beta - 2/3}, \alpha, \beta > 1 \\ \text{Modul: } Mo &= \frac{\alpha - 1}{\alpha + \beta - 2}, \alpha, \beta > 1 & \text{Dispersie: } D(x) &= \frac{\alpha\beta}{(\alpha + \beta)^2 (\alpha + \beta + 1)}. \end{aligned}$$

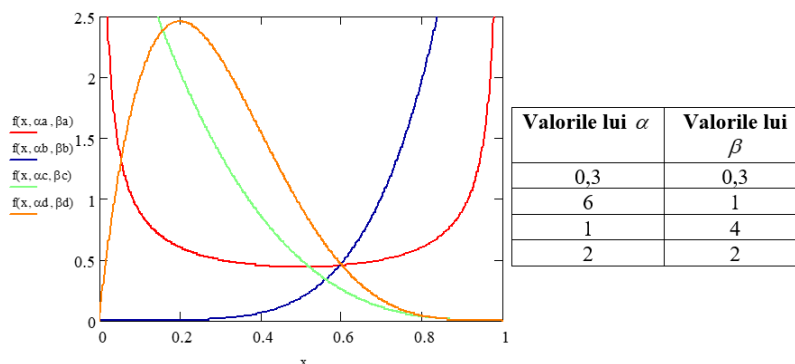


Figura 5. Funcția densitate de probabilitate pentru distribuția Beta

### 2.5. Distribuția Gamma

Există trei tipuri de parametrizări a funcției de distribuție Gamma:

1. Un parametru de forma  $k$  și un parametru de scară  $\theta$ ;
2. Un parametru de forma  $\alpha = k$  și un parametru de scară inversă  $\beta = \frac{1}{\theta}$  parametru de rată;
3. Un parametru de forma  $k$  și un parametru mediu  $\mu = k\theta = \frac{\alpha}{\beta}$ .

În fiecare din cele trei forme, ambii parametri sunt numere reale pozitive. Domeniul de variație al variabilei aleatoare este  $(0, \infty)$ , iar expresia densității de probabilitate pentru parametrizare în  $k$  și  $\theta$  este dată de relația:

$$f(x) = \frac{x^{k-1} e^{-\frac{x}{\theta}}}{\theta^k \Gamma(k)}, \quad k > 0, \theta > 0 \quad (7)$$

unde  $\Gamma(k) = (k-1)!$  este funcția gamma. Dacă utilizăm parametrizarea în  $\alpha$  și  $\beta$ , cu  $\theta = 1$  atunci funcția densitate de probabilitate devine:

$$f(x) = \frac{\beta^\alpha x^{\alpha-1} e^{-\beta x}}{\Gamma(\alpha)} \quad \text{unde } \Gamma(\alpha) = (\alpha-1)! \quad (8)$$

pentru toate numerele întregi pozitive. Aici  $\alpha$  este un parametru de forma  $\alpha = k$  și  $\beta$  este un parametru de scară inversă de forma  $\beta = 1/\theta$  denumit parametru de rată, ambii parametri fiind numere reale pozitive.

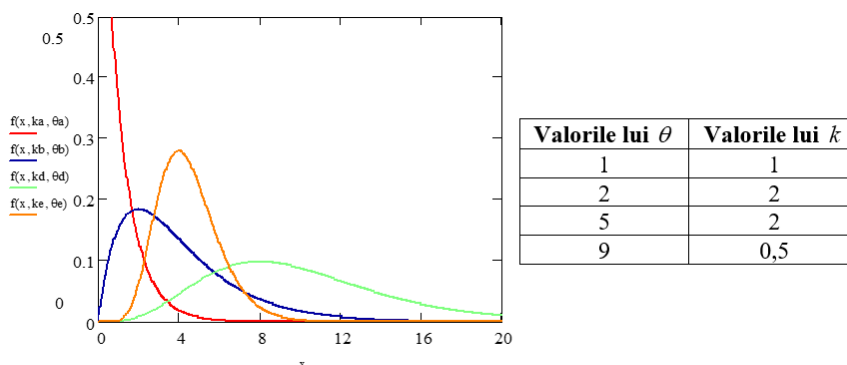


Figura 6. Funcția densitate de probabilitate pentru distribuția gamma

Principalii indicatori ai funcției densității de probabilitate în parametrizare cu  $k$  și  $\theta$  sunt:

**Valoare medie :**  $M(x) = k\theta$       **Mediană:** nici o formă simplă închisă

**Modul:**  $Mo = (k-1)\theta, k \geq 1$       **Dispersie:**  $D(x) = k\theta^2$

În econometrie cea mai frecventă parametrizare a distribuției de tip Gamma este cea cu  $k$  și  $\theta$  și este utilizată în demografie în general (testarea vieții, timpul de așteptare până la moarte).

## 2.6. Distribuția $\chi^2$ (Pearson)

Distribuția  $\chi^2$  este un caz special al distribuției Gamma și este una dintre cele mai utilizate distribuții de probabilitate, în special în testarea ipotezelor modelelor econometrice și în construcția intervalelor de încredere.

Funcția densitate de probabilitate are următoarea distribuție:

$$f(x) = \begin{cases} \frac{1}{2^{\frac{\nu}{2}} \alpha^{\nu} \Gamma\left(\frac{\nu}{2}\right)} x^{\frac{\nu}{2}-1} e^{-\frac{x}{2\alpha^2}}, & \text{dacă } x \geq 0 \\ 0, & \text{dacă } x < 0 \end{cases} \quad (9)$$

unde  $\alpha$  este pragul de semnificație. Graficul lui funcției densitate de probabilitate depinde de valorile celor doi parametri specificați mai sus.

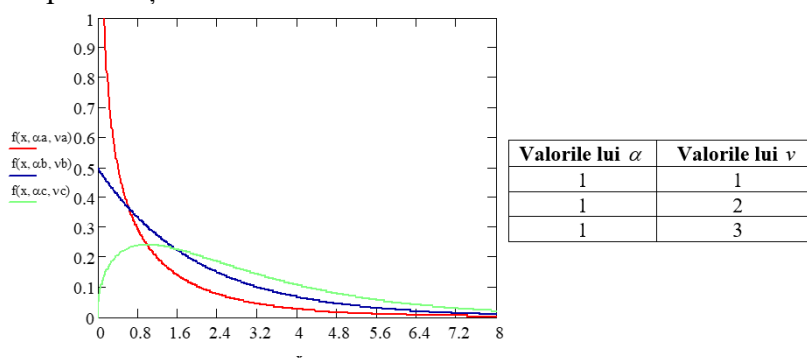


Figura 7. Funcția densității de probabilitate a unei distribuții  $\chi^2$

În acest caz cei patru indicatori ai funcției densității de probabilitate sunt:

**Valoare medie :**  $M(x) = \nu$       **Mediană:**  $Me \approx \nu \left(1 - \frac{2}{9\nu}\right)^3$

**Modul:**  $Mo = \max(\nu - 2, 0)$       **Dispersie:**  $D(x) = 2\nu$

În econometrie, distribuția Pearson se utilizează în verificarea ipotezei de homoscedasticitate, prin aplicarea testului White, și statisticii  $LM = n \cdot R^2$  (Lagrange Multiplicator). În exemplul de mai jos, se observă că inegalitatea  $LM = 32 < \chi_{2,0,05}^2 = 5,99$  nu este verificată, deci ipoteza prin care varianța variabilei reziduale este constantă nu este verificată.

Tabelul 1. Testul White aplicat în cadrul programului Eviews 10.1.

Heteroskedasticity Test: White			
F-statistic	1.03E+23	Prob. F(20,11)	0.0000
Obs*R-squared	32.00000	Prob. Chi-Square(20)	0.0433
Scaled explained SS	60.68220	Prob. Chi-Square(20)	0.0000



## 2.7. Distribuția t-Student

Funcția de densitate de probabilitate pentru distribuția t-Student este definită prin relația:

$$f: \mathbb{R} \rightarrow \mathbb{R}, \quad f(x) = \begin{cases} \frac{\Gamma\left(\frac{\nu+1}{2}\right)}{\sqrt{\nu\pi}\Gamma\left(\frac{\nu}{2}\right)} \left(1 + \frac{t^2}{\nu}\right)^{-\frac{\nu+1}{2}}, & x \geq 0 \\ 0, & x < 0 \end{cases} \quad (10)$$

unde  $\nu > 0$  este numărul de grade de libertate, iar  $\Gamma$  este funcția Gamma.

Distribuția t-Student este simetrică și în formă de clopot, la fel ca distribuția de tip normal, dar are curbele mai mici și mai largi. Cu cât numărul gradelor de libertate crește cu atât distribuția t-Student se apropie de distribuția normală de medie 0 și varianță 1. Din acest motiv  $\nu$  mai poartă denumirea de parametru de normalitate. Principalii indicatori ai funcției densității de probabilitate ai distribuției t-Student sunt:

**Valoare medie:**  $M(x) = 0, \nu > 1$  altfel nedefinită      **Mediană:**  $Me = 0$       **Modul:**  $Mo = 0$

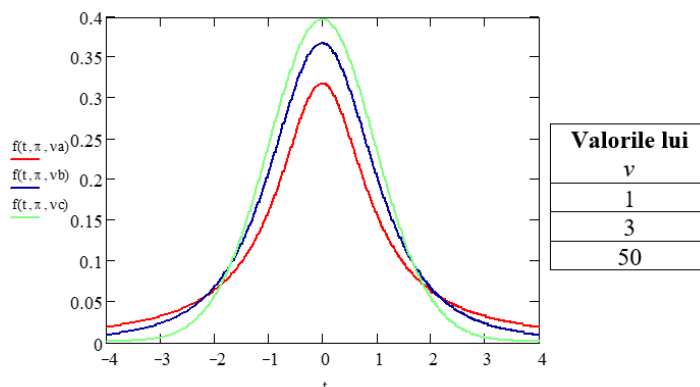
**Dispersie:**  $D(x) = \frac{\nu}{\nu-2}, \nu > 2$  și 0 pentru  $1 < \nu \leq 2$

În econometrie, se aplică așa numitul test Student pentru verificarea semnificației modelului econometric analizat, dar și pentru testarea semnificației estimatorilor parametrilor acestui model. Estimatorii parametrilor modelului econometric pot fi considerați semnificativ diferiți de zero dacă sunt verificate inegalitățile  $t - \text{Statistic} > t_{\alpha, n-2}$ . De exemplu, pentru a verifica dacă estimatorul termenului liber  $C$  este semnificativ diferit de zero, pe exemplul din tabelul următor, verificăm inegalitatea  $t - \text{Statistic} = 12,75 > t_{0,05;30} = 2,042$ .

**Tabelul 2. Aplicarea testului student pe un model econometric ARMA**

Dependent Variable: Y  
Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)  
Included observations: 32

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	21207444	1662171.	12.75889	0.0000
X	4.056506	2.221602	1.825937	0.0789
AR(1)	0.992323	0.049507	20.04414	0.0000
MA(1)	0.381588	0.300768	1.268711	0.2154



**Figura 8. Funcția densității de probabilitate a unei distribuții t-Student**

## 2.8. Distribuția F (Fisher-Snedecor)

Funcția de densitate de probabilitate pentru distribuția F are următoarea expresie, cu  $x \in (0, \infty)$  dacă  $d_1 = 1$  și  $x \in [0, \infty)$  în rest:

$$f : [0, \infty) \rightarrow \mathbb{R}, \quad f(x) = \frac{\sqrt{\frac{(d_1 \cdot x)^{d_1} \cdot d_2^{d_2}}{(d_1 \cdot x + d_2)^{d_1 + d_2}}}}{x \cdot B\left(\frac{d_1}{2}, \frac{d_2}{2}\right)} \quad (11)$$

unde  $x > 0$ , parametrii  $d_1$  și  $d_2$  sunt numere întregi pozitive, iar  $B$  este funcția Beta.

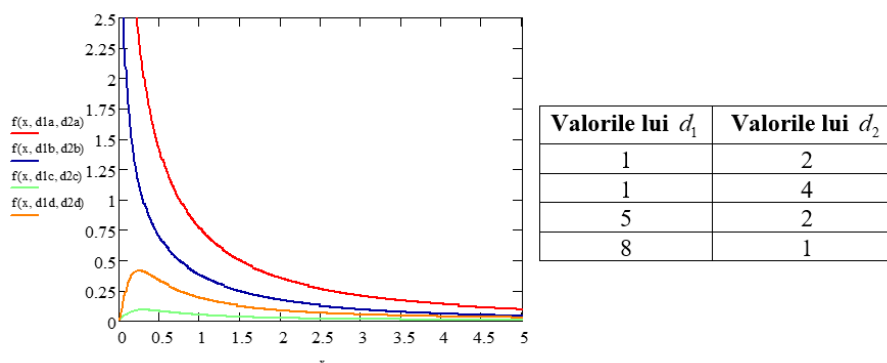


Figura 9. Funcția densității de probabilitate a unei distribuții F

Valorile celor trei indicatori ai funcției densității de probabilitate pentru distribuția F sunt:

**Valoare medie :**  $M(x) = \frac{d_2}{d_2 - 2}, d_2 > 2$       **Modul:**  $Mo = \frac{d_1 - 2}{d_1} \frac{d_2}{d_2 + 2}, d_1 > 2$

**Dispersie:**  $D(x) = \frac{2d_2^2 (d_1 + d_2 - 2)}{d_1 (d_2 - 2)^2 (d_2 - 4)}$ .

## 3. Concluzii

În cadrul acestei lucrări am studiat principalele tipuri de distribuții ale unor densități de probabilitate utilizate în Econometrie. Reprezentările grafice au fost realizate în programul Matcad, fiecare distribuție fiind reprezentată pentru valori diferite ale indicatorilor ce intervin în expresiile de calcul ale acestora.

În econometrie, aceste distribuții ale densităților de probabilitate, intervin în compararea valorilor acestor densități de probabilitate, cu valorile calculate ale unor indicatori discriptivi, ce caracterizează natura seriilor de date ce intervin în modelarea unui fenomen la nivel micro sau macroeconomic. Pentru exemplificare, au fost utilizate tabele obținute în cadrul programului Eviews 10.1.

## Bibliografie:

1. Bălan, V., Burada, D.C., *Matematică și Statistică*, Editura ARVES, Craiova, 2011
2. Bobeica G., *Econometria seriilor de timp*, note de curs, Master DOFIN, 2010
3. Stoicuta N., *Complete econometric analysis of the correlation between the total real average monthly incomes and expenses of a Romanian household*, Annals of the University of Petroșani, Economics, 21(1), pp. 137-150, 2021

*Secțiunea*  
***ADMINISTRAȚIE PUBLICĂ***

## Intrarea în insolvență a orașului Aninoasa

**Autori: Bogdan Octavian-Nicolae, Dicanu Andrei Radu, Călina Bogdan**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In my project for the symposium I chose the theme being "The insolvency of Aninoasa city". This city is in the vicinity of Petrosani and was the first city in Romania to go into insolvency, being something inaudible for a territorial administrative unit to go into insolvency. Countless local, national and even international news have come here to Aninoasa to make reports about this thing that has not happened before.*

### 1. Aspecte legale despre insolvență

La începuturile sale, insolvența era restrânsă la procedura falimentului și reprezenta o modalitate specială de executare silită prin lichidarea activului debitorului și stingerea pasivului prin plata datoriilor. De-a lungul timpului această procedură a cunoscut modificări și, în prezent, legea oferă creditorilor un instrument special de acoperire a creanțelor asupra debitorului aflat în imposibilitate de a face față datoriilor, respectiv procedura insolvenței comerciale.

Conform Legii nr. 85/2006 privind procedura insolvenței, insolvența este acea stare a patrimoniului debitorului care se caracterizează prin insuficiența fondurilor bănești disponibile pentru plata datoriilor certe, lichide și exigibile. Insolvența este prezumată ca fiind *vădită*, atunci când debitorul, după 30 de zile de la scadență, nu a plătit datoria sa față de unul sau mai multi creditori și este *iminentă* atunci când se dovedește că debitorul nu va putea plăti, la scadență, datoriile exigibile angajate, cu fondurile bănești disponibile la data scadenței. Această procedură se deschide, la cererea debitorului sau a creditorilor și poate include procedura de reorganizare și/sau pe cea de faliment. Prin urmare, relația dintre celelalte două sub-proceduri - faliment și reorganizare - este cea de la parte la întreg.

Principalele etape care se derulează în implementarea procedurii insolvenței sunt<sup>1</sup>: *declanșarea procedurii insolvenței, derularea perioadei de observație, implementarea procedurii de reorganizare judiciară, implementarea procedurii de faliment.*

*Declanșarea procedurii insolvenței se face pe baza unei cereri introdusă la tribunal de către debitor sau de către creditori, precum și de orice alte persoane sau instituții prevăzute de lege. Această cerere trebuie să fie însoțită de următoarele documente<sup>2</sup>:*

✓ *situațiile financiare anuale; balanța de verificare pentru luna precedentă datei înregistrării cererii de deschidere a procedurii;*

✓ *situația bunurilor debitorului, incluzând toate conturile și băncile prin care debitorul își rulează disponibilitățile bănești;*

✓ *lista completă a creditorilor și valoarea datoriilor către aceștia, precum și forma lor, certe sau sub condiție, lichide ori nelichide, scadente sau nescadente, necontestate ori contestate, arătându-se suma, cauza și drepturile de preferință;*

✓ *lista plăților și transferurilor patrimoniale efectuate de debitor în cele 120 de zile anterioare înregistrării cererii introductive;*

✓ *lista activităților curente pe care intenționează să le desfășoare în perioada de observație;*

---

<sup>1</sup> Turcu I., *Legea procedurii insolvenței. Comentariu pe articole*. Ediția a IV-a, Ed. C.H.Beck, București, 2011

<sup>2</sup> <http://legeaz.net/dictionar-juridic/deschiderea-procedurii-insolventei>

✓ *situația asociațiilor sau acționarilor*, după caz;

✓ *declarația debitorului* prin care își arată intenția de intrare în procedura simplificată sau de reorganizare, conform unui plan, prin restructurarea activității ori prin lichidarea, în tot sau în parte, a averii, în vederea stingerii datoriilor sale;

✓ *declarație pe propria răspundere*, autentificată la notar ori certificată de un avocat, sau un certificat de la registrul societăților agricole ori, după caz, oficiul registrului comerțului în a cărui rază teritorială se află domiciliul profesional/sediul social, din care să rezulte dacă a mai fost supus procedurii prevăzute de prezenta lege într-un interval de 5 ani anterior formulării cererii introductive;

✓ *certificat de admitere la tranzacționare* pe o piață reglementată a valorilor mobiliare sau a altor instrumente financiare emise.

În 2010 s-a anunțat ca “Primăriile pot intra în insolvență sau în criză financiară”, urmată de Ordonanța de Urgență a Guvernului 46/2013 privind criza financiară și insolvența unităților administrativ-teritoriale obligă primarii să ceară Tribunalului să declare insolvența, dacă autoritatea locală are datoriile neplătite mai vechi de 120 de zile și care depășesc 50% din bugetul general.

## **2. Insolvența la Primăria Aninoasa, județul Hunedoara**

### **2.1. Etapele insolvenței la Primăria Aninoasa**

✓ trimiterea cererii de intrare în insolvență, instituția având arierate de aproximativ șase milioane de lei către furnizori și stat,

✓ deschiderea procedurii de insolvență la 17 iunie 2013 când Tribunalul Hunedoara a dispus deschiderea procedurii de insolvență solicitată de Primăria Aninoasa, numind ca administrator judiciar SCP Tudor & Asociații SPRL.

✓ primarul unității administrativ-teritoriale a orașului Aninoasa va păstra atribuțiile de ordonator principal de credite până la solicitarea de suspendare a atribuțiilor. În cinci zile, administratorul judiciar a anunțat toți creditorii menționați în lista depusă la dosar. S-a fixat termen-limită pentru înregistrare de admitere a creanțelor data de 15 august. De asemenea, s-a stabilit data de 11 septembrie 2013 termen-limită pentru verificarea creanțelor, întocmirea, afișarea și comunicarea tabelului preliminar al creanțelor, iar eventuale contestații vor fi soluționate până în data de 28 septembrie. Termenul de afișare a tabelului definitiv cu lista creanțelor va fi 9 octombrie 2013.

✓ Hotărârea magistraților a fost comunicată Direcției Generale a Finanțelor Publice Hunedoara pentru înscriere în registrul local al spațiilor de insolvență a UAT.

✓ întocmirea un plan de redresare, deoarece de exemplu, penalitățile pentru un credit de 3 milioane de lei sunt de 1.500 de lei pe zi. Urmate de mai multe credite accesate de peste 9,5 milioane lei. În plus, orașul are o situație economică precară, oameni care nu mai vor să lucreze și care nu au cu ce bani să plătească taxele și impozitele locale.

### **2.2. Avantajele și dezavantajele insolvenței**

Consecințele declarării Orașului Aninoasa în insolvență au fost că această procedură a fost preluată și în trei comune din țară, Ardeoani (județul Bacău), Nalbant (județul Tulcea) și Năruja (județul Vrancea), iar de marginea prăpastiei financiare se apropie și alte localități, nu doar din mediul rural, ci și din mediul urban.

Avantajele procedurii de insolvență pentru unitățile administrativ-teritoriale ar fi că:

✓ la data deschiderii procedurii toate dobânzile și penalitățile aferente datoriei se stopează, nimeni nu poate să mai adauge sume accesorii;

✓ furnizorii de utilități, apă, curent, telefonie, internet, deci serviciile esențiale asigurate populației, nu pot fi întrerupte de furnizori, pentru că așa este prevăzut în OUG 46.

Principalele dezavantaje, ar fi:

- ✓ imposibilitatea de a mai iniția proiecte noi de investiții;
- ✓ posibila intrerupere a investițiilor pe perioada derulării programului de redresare financiară.

Avantajele aplicării acestei proceduri trebuie văzute din perspectiva faptului că, conform datelor de la Ministerul Finanțelor, 638 de instituții administrativ-teritoriale (primării comunale, orașenești și municipale, dar și consilii județene) înregistrează întârzieri la plată de peste 90 de zile. Între județele în care datoriile localităților sunt cele mai mari, Vâlcea este primul, urmat de Tulcea și de Hunedoara. De altfel, în aceste județe se regăsesc și primele localități care au intrat în insolvență din cauza incapacității de a-și plăti datoriile. Printre orașele cu cele mai mari datorii, aflate în faza critică dinaintea intrării în insolvență se numără Lupeni, județul Hunedoara (41,4 milioane de lei total restante) și Voineasa, județul Vâlcea (40,1 milioane de lei).

### **3. Prezentarea orașului Aninoasa, județul Hunedoara**

Aninoasa (în maghiară: Aninósza) este un oraș în județul Hunedoara, Transilvania, România, format din localitatea componentă Aninoasa (reședința), și din satul Iscroni. Are o populație de 3720 locuitori, fiind declarat oraș în anul 1989.

#### **3.1. Prezentare generală**

Orașul Aninoasa este situat în partea de sud a județului Hunedoara, în bazinul carbonifer Valea Jiului, având următorii vecini: nord-est- municipiul Petrosani; sud - județul Gorj; vest- orașul Vulcan.

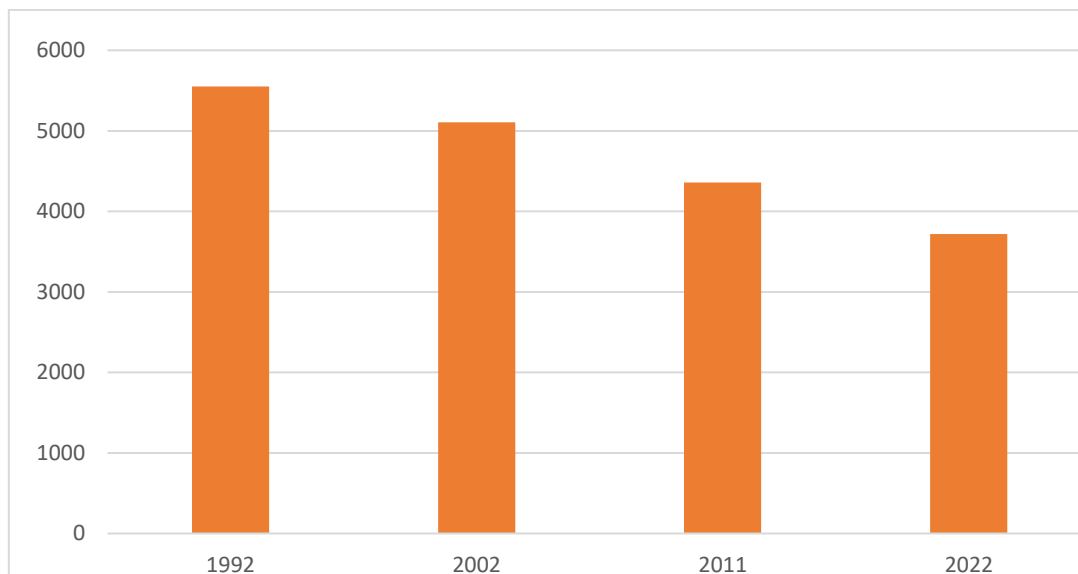
Aninoasa este localizat în depresiunea Valea Jiului, o depresiune destul de înaltă, altitudinea ei medie fiind de 556 m la confluența Jiurilor față de 800 m spre marginile de est și vest. În această regiune se găsesc munți cu înălțimi de peste 2000 m acoperiți cu păduri de foioase și conifere: Munții Parâng și Munții Vâlcan

Orașul Aninoasa este străbătut de pârâul Aninoasa, de-a lungul căruia se întinde mare parte a orașului. Forma alungită a localității a fost determinată de rețeaua hidrografică. Cel mai important râu este Jiul de Vest, care desparte orașul Aninoasa în două unități geografice: Iscroni și Aninoasa. Iscroniul este mult mai mic decât Aninoasa și se întinde în regiunea cuprinsă între podul de peste râu și DN66.

#### **3.2 Aspecte sociale**

Din 1992 de la aproximativ 5552 de locuitori ai orașului Aninoasa, a scăzut treptat în 2002 la 5106 persoane, apoi în 2011 la o scădere drastică la 4360 iar ultimele informații arată o populație de 3720 locuitori pentru anul 2022. Populația a scăzut datorită faptului că o parte a locuitorilor s-au mutat spre zone mai dezvoltate din punct de vedere economic fie din România, fie din alte țări europene, populația tânără se mută frecvent, în mare parte plecând la studii universitare, ulterior rămânând în alte orașe și există o mica parte a plecărilor spre zone rurale ale țării, unde pensionarii se retrag.

În concluzie, orașul Aninoasa are un grad ridicat de persoane pensionate și bătrâni, o altă componentă a populației este cu venituri extram de mici sau doar cu alocații sociale și care nu-și permite să plece în altă localitate. Astfel, un număr foarte mic de locuitori au o situație financiară și social stabilă care să constituie un fundament pentru un nivel de trai bun. Figura nr. 1.

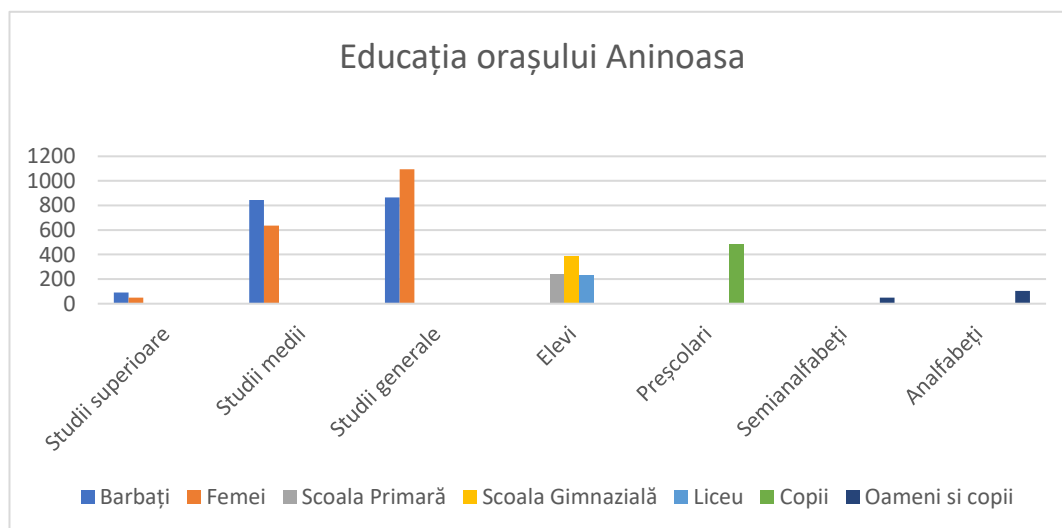


**Figura nr. 1. Evoluția numărului de locuitori în orașul Aninoasa în perioada 1992-2022**

Sursă: Wikipedia, de la recensământul din 2002, disponibil online pe:

<https://ro.wikipedia.org/wiki/Aninoasa>

În următoarea diagramă am prezentat în detaliu, pe genuri, evoluția educației la nivel local. După cum se observă din figura nr. 2, la studiile medii genul predominant este masculin, dar la studiile generale genul predominant este femininul. La nivelul copiilor este sub 1000 de elevi la școli primare, generale și liceu. Dar este o rată mai mare la preșcolari. Din păcate avem și un cumul de oameni și copii needucați, sub 50 la semianalfabeți și aproximativ 150 la analfabeți. După publicarea rezultatelor după ultimul recensământ vom afla ultimele informații legate de educația populației acestui oraș.



**Figura nr. 2. Diagrama educației la nivel local**

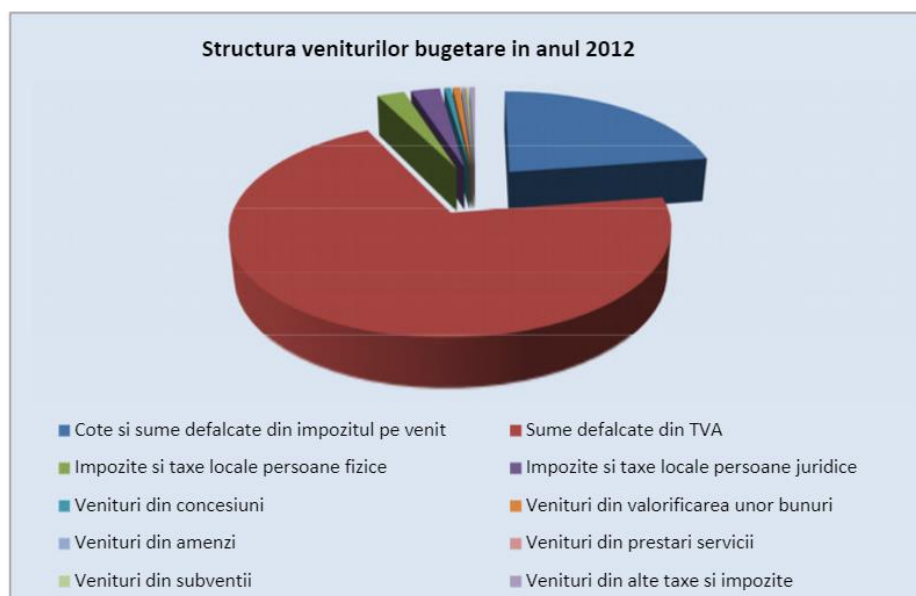
Sursă: Wikipedia, de la recensământul din 2002, disponibil online pe:

<https://ro.wikipedia.org/wiki/Aninoasa>

#### 4. Aspecte ale datoriilor Primăriei Aninoasa la declanșarea insolvenței

Principalul contribuabil la Bugetul local al Primăriei Aninoasa a fost Exploatarea Miniera până în momentul închiderii, în anul 2006. Închiderea Exploatarea Miniere Aninoasa din 2006 a avut numeroase implicații negative la bugetul local al Orașului Aninoasa, cum ar fi:

- ✓ au fost reduse semnificativ veniturile proprii ale bugetului local, Exploatarea Miniera fiind cel mai important contribuabil la veniturile bugetului local;
- ✓ având în vedere că majoritatea populației active din zonă se ocupa cu mineritul, rata șomajului a crescut.
- ✓ scăzând veniturile locuitorilor, a scăzut atât gradul de colectare al taxelor și impozitelor
- ✓ de la persoane fizice, cât și sumele repartizate de la Bugetul Consiliului Județean.



**Figura nr. 3. Structura veniturilor bugetare în anul 2012 la Primăria Aninoasa**

În anul 2012 observăm următoarea situație:

- ✓ ponderea în totalul veniturilor a sumelor defalcate din TVA înregistrează o creștere de 12,88 % față de anul 2011 până la 69,92 procente;
- ✓ iar ponderea cotelor și sumelor defalcate din impozitul pe venit scade cu 4,89 procente față de anul anterior, până la valoarea de 22,62 procente;
- ✓ ponderea veniturilor proprii cunoaște din nou o scădere până la valoarea de 7,23 procente în scădere cu 6,98 procente față de anul anterior, acest fapt reflectând o situație dificilă

**Tabelul nr.1.**

#### Situația sumelor neîncasate din impozite și taxe de la persoane fizice la 31.12.2013

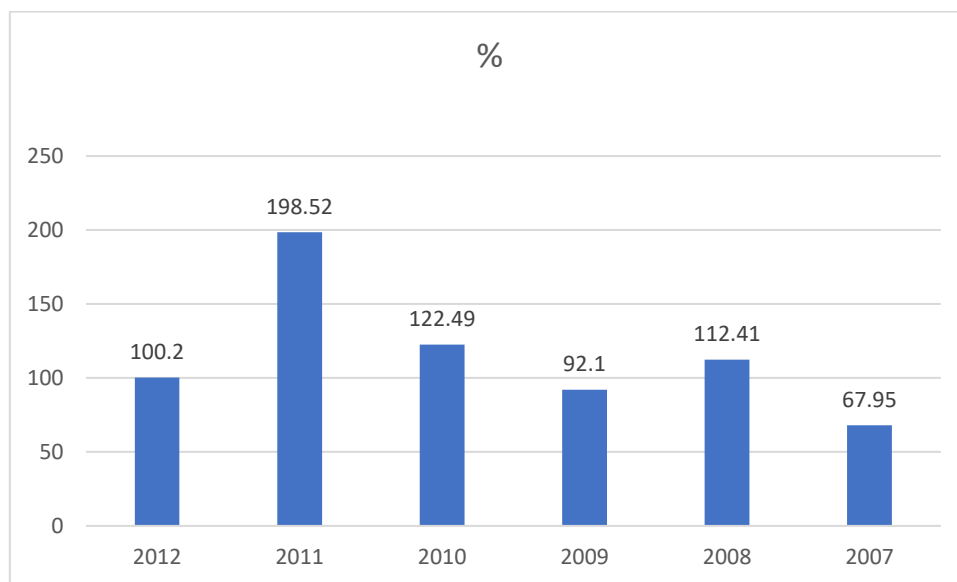
Nr crt	Felul obligatiei	Suma
1	Debite curente	277,433.00
2	Debite restante	1,032,515.00
3	Majorari și penalitati	602,504.00
<b>Total impozite și taxe-persoane juridice neincasate</b>		<b>1,912,452.00</b>

Din situația sumelor neîncasate din impozite și taxe persoane fizice la data de 31.03.2013, observăm faptul că, debitele restante neîncasate din anii anteriori de la persoane fizice reprezintă un procent de 53,99 procente din totalul sumelor neîncasate din impozite și taxe persoane fizice, ceea



ce reflectă faptul că instituția întâmpină dificultăți în colectarea impozitelor și taxelor de la persoanele fizice.

Majorările și penalitățile prezintă o pondere de 31,50% din totalul sumelor neîncasate din impozite și taxe persoane fizice, pe când debitele curente neîncasate reprezintă doar 14,51%. Această stare de fapt denotă o situație dificilă caracterizată prin gradul scăzut de colectare al impozitelor și taxelor de la persoane juridice din anii anteriori.



**Figura nr. 4. Evoluția gradului de îndatorare în perioada 2007-2012**

Sursa: Raport asupra cauzelor și împrejurărilor care au dus la insolvența UAT-ului Aninoasa, disponibil online pe: <https://dokumen.tips/documents/raport-asupra-cauzelor-i-mprejurrilor-care-au-dus-aninoasa-este-localizat.html?page=8>

Din studierea evoluției gradului de îndatorare al Primăriei Aninoasa, se observă o evoluție oscilantă pornind de la 67,95% cât se înregistrează în anul 2007 ajungând la valoarea de 100,20 % în anul 2012. În anul 2012, comparativ cu anul 2011, gradul de îndatorare al instituției cunoaște o scădere semnificativă de 98,32%, fapt datorat achitării unor datorii din arierate. Cu toate acestea valoarea gradului de îndatorare înregistrată la sfârșitul anului 2012 rămâne la un nivel ridicat și anume 100,20%. Figura nr. 5.

Scăderea nivelului datoriilor totale ale instituției de la valoarea de 10.561.927,00 înregistrată în anul 2011 până la valoarea de 6.599.872,00 ce se înregistrează la sfârșitul anului 2012 se datorează în special, achitării unor arierate din sumele primite de la Consiliul Județean conform OUG 47/2012, precum și din compensațiile care au fost realizate cu operatorii economici furnizori de bunuri, servicii ori lucrări ai unității administrativ-teritoriale și instituțiilor publice finanțate integral din bugetele locale care aveau obligații fiscale restante la bugetul de stat, bugetul asigurărilor sociale și fondurilor speciale conform Ordonanței nr.13/23.08.2012.

## Concluzii

Principalele cauze care au dus la apariția stării de insolvență au fost:

- ✓ Supraîndatorarea instituției publice prin contractarea unui credit pentru investiții în valoare totală de 2.783.992,98 lei în anul 2006 și lipsă resurselor necesare acoperirii ratelor de capital și a dobânzilor aferente;
- ✓ Gradul scăzut de colectare al impozitelor și taxelor;
- ✓ Situația economică dificilă la nivelul zonei având în vedere faptul că veniturile bugetare sau diminuat semnificativ, datorită faptului că multe societăți din zona au intrat în procedura

insolvenței iar șansele de a recupera debitele restante de la acestea sunt foarte reduse, iar ponderea acestor debite restante în totalul veniturilor se ridică la procentul de 66,95% la 31.03.2013;

- ✓ Închiderea Exploatării Miniere Aninoasa în anul 2006 care a avut numeroase implicații negative cu privire la veniturile bugetului local atât din punct de vedere al taxelor și impozitelor locale care trebuiau încasate de Primaria Aninoasa, al caror quantum se ridică în anul 2006 la suma de 52.125 lei, cât și la nivelul social al creșterii numărului de șomeri din zonă și implicit scăderea gradului de colectare al impozitelor și taxelor locale;
- ✓ Acumularea de datorii care la data de 31.12.2012 se cifrau la suma de 6.599.872,00 lei, iar gradul de îndatorare era de 100,20%;
- ✓ Ponderea mare a Cheltuielilor de personal în total cheltuieli bugetare datorită numărului de personal supradimensionat în raport cu nevoia de personal a unității administrative-teritoriale, care în anul 2010 se situa la nivelul de 126 de persoane pentru că în perioada 2011-2012 sa scadă până la numărul de 94, respectiv 78 de persoane.

### Bibliografie:

1. Cristel B. (2013) *Romania's bankrupt town*, Disponibil la: <https://widerimage.reuters.com/story/romania-bankrupt-town> [Accesat la 19 Martie 2023]
2. Dobrescu M. (2013) *Primăria Aninoasa a intrat oficial în insolvență*, Disponibil la: <https://www.curentul.info/special/primaria-aninoasa-a-intrat-oficial-in-insolventa/> [Accesat la 22 Martie 2023]
3. Ionescu C. (2010) *Primăriile pot intra în insolvență sau în criză financiară!*, Disponibil la:
4. <https://ibani.stirileprotv.ro/social/primariile-pot-intra-in-insolventa-daca-nu-mai-pot-plati-datorii-mai-vechi-de-3-luni.htm> [Accesat la 22 Martie 2023]
5. Străuț D. (2014) *Aninoasa, la un an după intrarea în insolvență. A fost urmată de trei comune, iar pe marginea prăpastiei financiare sunt tot mai multe localități*, Disponibil la: <https://adevarul.ro/economie/aninoasa-la-un-an-dupa-intrarea-in-insolventa-a-1544226.html> [Accesat la 14 Martie 2023]
6. Turcu I., *Legea procedurii insolvenței. Comentariu pe articole*. Ediția a IV-a, Ed. C.H.Beck, București, 2011
7. <http://legeaz.net/dictionar-juridic/deschiderea-procedurii-insolventei>[Accesat la 19 Martie 2023]
8. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Aninoasa> [Accesat la 21 Martie 2023]
9. <https://dokumen.tips/documents/raport-asupra-cauzelor-i-mprejurilor-care-au-dus-aninoasa-este-localizat.html?page=8> [Accesat la 31 Martie 2023]

## **Oportunități și obstacole de comunicare în relația dintre comunitățile de romi și administrația publică locală** **- cazul localității Hășdat, județul Hunedoara -**

**Autor: Ignat (Livezan) Paulina Doinița**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** This article seeks to investigate the communication process between a local public administration and its Roma community, namely the way in which members of this community make use of the mayor's public programme of audiences. The Roma community chosen for the empirical research is that of Hasdat.*

*In the context of the new public management (NPM) with a focus on transparency, responsibility and participation, we argue that the mayor as public manager could be seen as community's leader. In his capacity as leader, he could and even should boost responsibility and furthermore the collaboration with citizen by empowering them to take part on the decision making process aiming at formulating and implementing public policies. Within rather small sized (rural) communities face to face communication is more likely to be more efficient in promoting dialogue between the main stakeholders (the public service of commune and citizen).*

*There is a win-win situation both for the Roma people and mayor. On one hand they get solutions for their problems and on the other hand the mayor tends to capitalize politically his support to Roma people as their community is rather big and important from the electoral perspective.*

### **1. Conducătorul administrației publice locale – liant al comunicării cu cetățenii**

Un rol important în procesul de comunicare în dublu sens, față în față, îl joacă conducătorul administrației publice locale și calitatea cu care acesta este identificat de toți factorii interesați (decidenți politici, funcționari publici subordonați, organizații neguvernamentale, cetățeni). Astfel, el poate fi identificat ca manager, care, prin funcțiile specifice managementului, încearcă să planifice, să coordoneze și să facă performanță cu serviciul public pe care îl conduce. Acesta, însă, poate să-și depășească condiția de manager, devenind un adevărat lider, prin capacitatea de a-și pune în valoare calitățile personale, carisma și puterea informală pe care o poate deține. O distincție foarte clară între rolul de manager și cel de lider o face Boynton și Wright (2001) care atribuie rolul de manager, în sensul de gestionar, city-manager-ului și cel de lider, primarului. Astfel, primarului îi revine sarcina de a interacționa, de a comunica cu publicul, cu cetățenii din comunitatea respectivă, această relație conferindu-i acestuia calitatea de lider, calitate care nu este la îndemâna niciunuia dintre ceilalți actorii implicați în formularea politicilor publice, la nivel local. Dialogul direct cu cetățenii este un astfel de mijloc de comunicare, din care ambele părți au de câștigat.

Cel mai la îndemână mijloc de comunicare direct, față în față, aplicabil comunităților de mici dimensiuni este utilizarea programului de audiențe. Primarul, care de cele mai multe ori este și liderul comunității se folosește de acest mijloc de comunicare, pentru a interacționa direct cu membrii comunității, cu cetățenii care se confruntă cu o serie de probleme. El are tot interesul să răspundă nevoilor cu care se confruntă cetățenii, membrii comunității, deoarece, pe lângă faptul că le poate rezolva problemele, are și posibilitatea, să-i coopteze, prin participare, în identificarea și implementarea unor politici publice cu o adresabilitate la nivelul întregii comunități.

## 2. Comunicarea dintre cetățeni și administrația publică la nivelul comunităților locale

Valorificând cunoștințele acumulate pe parcursul celor trei ani de facultate, precum și propriile puncte de vedere, am putut construi un model care ne arată relația directă, între administrația locală și cetățeni. Dezvoltarea comunității locale, bunăstarea locuitorilor ei, depinde de succesul formulării și implementării unor politici publice eficiente, care să răspundă și să rezolve nevoile cu care aceasta se confruntă. Această relație se bazează pe comunicare, realizată în diferite grade de implicare a factorilor interesați, de la comunicarea publică și consultare, ca procese unidirecționale, la comunicarea bidirecțională, dialogul direct, față în față dintre cele două părți.

Acestea au roluri bine determinate, administrația publică asigurând transparența acțiunilor sale responsabile, iar cetățenii își exprimă interesul și preocuparea față de soluțiile pe care le propune aceasta, mergând până la a se implica direct și nemijlocit, participând la identificarea acestor soluții. Liderul comunităților de mici dimensiuni, identificat în persoana primarului, joacă un rol esențial în acest construct, fiind liantul comunicării care poate influența în mod decisiv succesul sau insuccesul demersurilor administrației locale.

O reprezentare schematică a acestei relații este prezentată în Fig. 1:

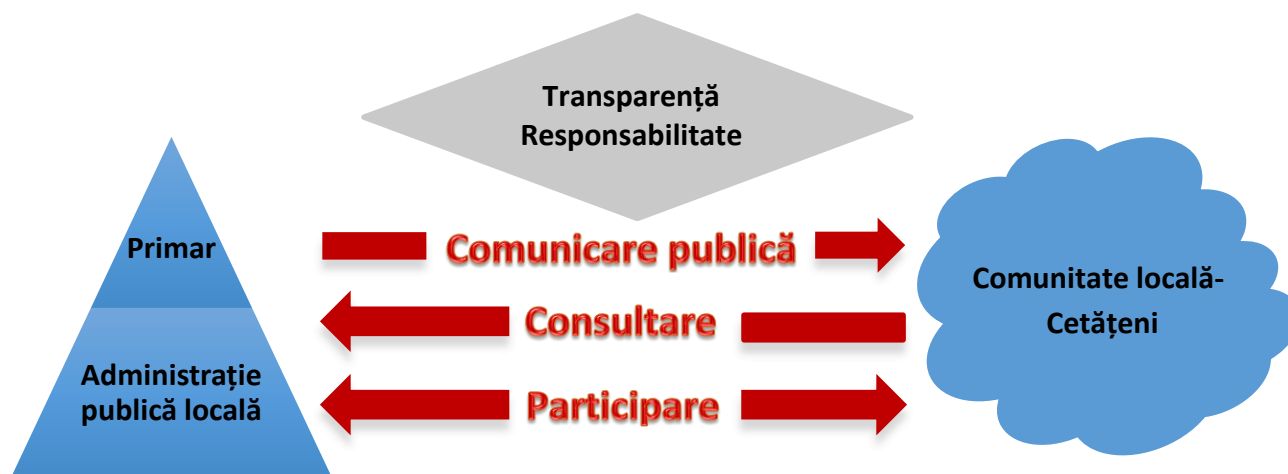


Fig. 1- Schema comunicării între cetățeni și administrație publică la nivelul comunității locale

Modelul prezentat în figura s-a constituit în fundamentul teoretic care a stat la baza cercetării efectuate în localitatea Hășdat, județul Hunedoara, acolo unde, un întreg sat aparținător reprezintă, de fapt, o comunitate locală a romilor. Cercetarea își propune să investigheze modalitatea în care primarul, ca lider al comunității și conducător al administrației locale, comunică direct, prin intermediul programului de audiențe cu romii din localitate, pe de o parte și măsura în care romii se folosesc de această modalitate de participare.

## 3. Aspecte metodologice și contextuale ale studiului acestui caz

Pentru a evalua cât mai exact eficiența utilizării programului de audiențe de către populația romă, am apelat la o serie de interviuri de profunzime cu reprezentanții uneia dintre cele mai importante comunități de romi din județul Hunedoara, anume cea din localitatea Hășdat. Populația de etnie roma este în număr de aproximativ 390 locuitori, iar 70% din aceștia sunt asistați social, neavând nici un venit, decât ocazional. Gradul de tradiționalitate în rândul populației de etnie roma este scăzut, la bază, conform dialectului vorbit, au fost romi căldărari, însă urmare a amestecului dintre neamuri, putem vorbi actualmente de romi carpatici, cu foarte puține sărbători și obiceiuri, portul tradițional pierzându-se.

Am optat pentru această comunitate de romi din două considerente. Primul considerent, cel obiectiv, se referă la faptul că această comunitate de romi, din localitatea Hășdat este, prin număr și localizare, una dintre cele mai importante și reprezentative din județul Hunedoara. Considerentul subiectiv, ține de interesul personal față de comunitatea romilor din Hășdat, precum și de accesibilitatea facilă, în condițiile în care aceasta este localizată foarte aproape de municipiul Hunedoara, localitatea mea de domiciliu.

Interviurile au fost realizate în perioada decembrie 2022- aprilie 2023. Subiecții pentru interviuri au fost aleși în urma consultării registrului de evidență al audiențelor, în care s-au identificat persoanele rome care au solicitat audiențe în ultimele șase luni ale anului 2022. Identificarea subiecților ca fiind de etnie roma s-a realizat pe baza adresei menționate în registru. Aceasta a fost un bun indicator, în condițiile localității Hășdat, fiind și singurul valid, deoarece, dacă s-ar fi utilizat, de exemplu, datele de la Serviciul de evidență al populației, ar fi existat riscul ca o parte din persoanele vizate să nu se fi declarat ca aparținând etniei rome. Or, din registrul de audiențe am extras acele persoane care indicau ca au adresa în localitatea unde este de notorietate faptul că este concentrată comunitatea de romi din municipiul Hunedoara. S-au identificat un număr de 8 persoane care au fost în audiență la primar în ultimele 6 luni ale anului. Interviurile au fost semi-structurate, având durate cuprinse între 20 și 30 de minute.

Întrebările de cercetare care au ghidat interviurile sunt următoarele:

*IC1. Care este natura relației dintre subiecții intervievați, ca membri ai comunității rome și primarul comunei, în calitatea sa de reprezentant al autorității publice locale?*

Prin această întrebare de cercetare am urmărit să clarific cu precădere cadrul general în care are loc audiența. Am considerat că este important de urmărit de ce s-a apelat la acest instrument de comunicare și nu la altul și în ce măsură există un istoric în acest sens. Am fost interesat să aflu cum interacționează cele două părți pe parcursul desfășurării audienței, care sunt relațiile de putere între acestea și în ce măsură încearcă să-și maximizeze rezultatele.

*IC2. Care sunt problemele pentru care romii apelează la audiențe?*

Un inventar al problemelor pentru care romii apelează la audiențe se impune. Care sunt problemele cu care se confruntă romii și ale căror rezolvare o caută la cabinetul primarului? Sunt ele de natură socială? Sau mai degrabă de natură economică? Este o problemă personală sau una de ordin general, valabilă la nivelul întregii comunități de romi? Sau, pur și simplu romii vin la primar pentru orice fel de probleme, cu speranța că acesta le va rezolva?

*IC3. Care este gradul de satisfacție în ceea ce privește rezolvarea problemelor ridicate în cadrul audienței?*

În ce măsură demersul romilor, de a apela la programul de audiență, a fost unul de succes? Au reușit ei să convingă primarul să le rezolve problemele? A fost o metodă de abordare eficientă? Sunt întrebări, derivate din întrebarea de cercetare, care își caută răspunsuri și care ne vor permite să avem o imagine mai clară asupra eficienței acestui canal de comunicare, care este audiența.

#### **4. Analiza și interpretarea rezultatelor**

Grila utilizată pentru interviurile semi-structurate realizate, pornind de la cele trei întrebări de cercetare stabilite, au permis o bună analiză și structurare a principalelor teme și idei care se constituiau în preocupări ai membrilor comunităților de romi intervievați. Cu alte cuvinte, grila a oferit avantajul de a urmări aspectele legate de tematica cercetării, pe de o parte, «ghidarea structurată» a intervievaților către anumite teme de discuție, iar pe de altă parte, a oferit acestora din urmă posibilitatea de a relata experiența audienței, cu propriile trăiri, sentimente, cu trimiteri directe la dialogurile purtate pe parcursul audienței.

Ca o observație generală, se poate afirma că programul de audiențe al primarului este unul dintre puținele canale de comunicare directă, în dublu sens, utilizate de către subiecții intervievați. O

bună parte dintre ei nu știu să scrie, sau chiar dacă știu, nu le este la îndemână să apeleze la cereri/memorii scrise.

#### **4.1 Natura relațiilor dintre membrii comunității rome și primarul localității**

Motivul principal pentru care subiecții au apelat la audiențe este cel legat de notorietatea primarului și de faptul că acesta, în viziunea lor, este singurul în măsură să rezolve aproape orice problemă. O parte bună dintre aceștia consideră că, nu numai că este în măsură, dar are și obligația să o facă. Pe lângă acest motiv, unii dintre subiecți au mai exprimat convingerea că apelând la serviciile primăriei, funcționarii care lucrează în diferitele structuri ale primăriei nici nu i-ar băga în seamă.

Toți subiecții au fost de acord că primarul este un soi de șef atotputernic, dovada faptului că văd în el și singura persoană care ar putea să le rezolve problemele. În viziunea lor, primarul este responsabil și este «în spatele» a tot ceea ce se întâmplă în localitate, atât bune cât și rele.

Cu alte cuvinte, primarul comunei se impune ca un lider al comunității în care oamenii au încredere chiar dacă sunt la curent și cu unele aspecte negative din activitatea acestuia. Pe de altă parte, chiar această deschidere a primarului către dialogul direct cu cetățenii localității, inclusiv cu cei de etnie romă, așa cu afirmau și Boynton și Wright (2001), îl legitimează ca lider al comunității.

Cea mai mare parte a subiecților au apreciat pozitiv faptul că primarul i-a primit și a fost dispus să discute cu ei, percepend acest lucru ca pe o favoare acordată fiecăruia în parte de către primar, neconștientizând că este vorba de un drept al oricărui cetățean.

Calitatea de lider al primarului, în sens pozitiv, este umbrită de tendința acestuia de a se comporta ca un șef atotputernic, care nu consideră că este foarte important să acorde atenția cuvenită cetățenilor și să asigure, astfel, o atitudine responsabilă față de aceștia.

#### **4.2 Problemele cu care se confruntă romii**

Toate problemele ridicate în timpul audiențelor la primar au fost de natură personală și nu de natură comunitară. Romii au apelat la primar pentru a le rezolva anumite probleme punctuale care îi afectau personal sau cel mult familia lor. Acestea au fost de natură socială și economică, probleme de natură administrativă sau în relația cu administrația publică și chiar de arbitraj.

Cele mai multe solicitări au fost în legătură cu acordarea ajutorului social, romii invocând necooperarea asistenților sociali care le solicită prea multe documente pentru întocmirea dosarului. O parte dintre subiecți nu primeau sau nu se calificau pentru primirea ajutorului social și cereau primarului să li se facă dreptate. Doi dintre subiecți au protestat împotriva faptului că au fost debransați de la rețeaua publică de electricitate. Aici este de menționat faptul că, deși acționau în nume propriu, au menționat că nu numai ei au fost debransați ci mai multe gospodării, din cauza faptului că nu s-au plătit facturile.

Respondenții nu conștientizează exercițiul participării publice, în sensul arătat de Rowe și Frewer (2005) și, în dialogul cu autoritatea publică, se limitează la a solicita rezolvarea unor cazuri punctuale, personale. Nu conștientizează drepturile pe care le au și datorită administrației publice să acționeze în interesul lor, ci mai degrabă, o posibilă rezolvare este percepută ca o favoare care li se acordă.

#### **4.3 Audiența și-a atins scopul?**

Părerea în unanimitate a subiecților este aceea că administrația este coruptă, că sunt promovate și rezolvate doar interesele personale ale angajaților din primărie și că problemele lor sunt rezolvate «pe ici, pe colo». Totuși, în accepțiunea lor, primăria este singurul loc unde pot veni și încerca să-și rezolve problemele.

Pe parcursul interviurilor, au fost momente când primarul a fost lăudat și în alte momente, acesta a fost criticat. În binomul primărie/primar, instituția nu contează, ceea ce contează este persoana primarului. Așa cum se desprinde din afirmațiile acestora, primarul este în același timp și tipul «gospodarului» dar și tipul «șmecherului» care, atunci când întrevede și un interes personal, se implică în rezolvarea problemelor solicitantului.

Circa jumătate din subiecți au fost mulțumiți de rezultatul audienței, în sensul în care, primarul le-a promis și s-a și ținut de cuvânt, rezolvându-le solicitările.

## 5. Concluzii

În cazul comunităților locale și mai ales acelea de mici dimensiuni, comunicarea directă dintre administrația publică și cetățeni este foarte importantă. Primarul, ca lider al comunității joacă un rol foarte important în asigurarea și stimularea dialogului între cetățeni și administrație. La rândul lor, cetățenii sunt atenți la soluțiile propuse de administrație și, mai mult, se implică și participă nemijlocit la identificarea acestora.

Din cercetare reiese faptul că reprezentanții comunității de romi nu conștientizează importanța participării publice și nu se implică în procesul de luare a deciziilor cu privire la acțiunile autorității publice care îi interesează în mod direct. Este clar că în viziunea subiecților, primarul este «tătucul» care le rezolvă pe toate și că trebuie abordat direct și nemijlocit. Cu alte cuvinte, există premisele pentru a-l considera pe primar, un lider al comunității care se folosește de instrumentele de comunicare pe care le are la dispoziție, astfel încât să asigure atât un anumit grad de transparență și responsabilitate, cât și participarea publică a cetățenilor.

Din interviurile realizate, reiese, pe de o parte, că romii din Hășdat nu conștientizează că însumarea problemele lor personale reprezintă, de fapt, problemele comunității din care fac parte și că organizându-se, acționând concertat, prin intermediul unei organizații neguvernamentale care să-i reprezinte în relațiile cu autoritățile, ar avea mai mult succes în rezolvarea problemelor cu care se confruntă. Practic, ei au apelat la primar, folosindu-se de programul de audiențe, doar pentru rezolvarea strictă a problemelor personale cu care se confruntă. Pe de altă parte, în relația primar-membri ai comunității de romi se poate constata, în sensul celor susținute de Vigoda (2002), o anumită grijă a primarului în sensul de responsabilitate față de cetățeni, cât și de o componentă de colaborare pe care primarul încearcă să o inducă acestora.

## Bibliografie:

1. Bennis, W. and Nanus, B. (1985) „Leaders: The Strategies for Taking Charge”. New York: Harper & Row
2. Berner, M., Amos, J., & Morse, R. (2011). „What constitutes effective citizen participation in local government? Views from city stakeholders”. *Public Administration Quarterly* 35(1).
3. Bevir, M. (2010) „Democratic Governance”. Princetown University Press, Princetown, New Jersey.
4. Boynton, P,R, and Wright, D,S. (2001) „Mayor-Manager Relationships in Large Council-Manager Cities: a Reinterpretation”. *Public Administration Review*
5. Clarke, J. (2005) „Reconstituting Europe: governing a European People?” în *Remaking Governance*, The Policy Press, Bristol, pp. 17-37
6. Cole, M., Parston, G. (2006) „Unlocking Public Value –A New Model For Achieving High Performance in Public Service Organisations”. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
7. Ebdon. C. (2002). „Beyond the public hearing: Citizen participation in the local government budget process”. *Journal of Public Budgeting, Accountability and Financial Management*, 14(2), pp. 273-294.

8. Ebdon, C., & Franklin, A. (2004). „Searching for a role for citizens in the budget process”. *Public Budgeting and Finance*, 24(1), 32–49.
9. Fișa de prezentare a unității administrativ-teritoriale a localității Hășdat, Hunedoara
10. Franklin, A.L., Ho, A.T., & Ebdon, C. (2009). „Participatory budgeting in midwestern states: Democratic connection or citizen disconnection”. *Public Budgeting and Finance*, 29(3), 52–73.
11. Johansson, H., Hvinden, B., (2005). „Welfare governance and the remaking of citizenship” în *Remaking Governance*, The Policy Press, Bristol, pp. 101-118.
12. King, C., Feltey, K.M., & Susel, B.O. (1998). „The question of participation: Toward authentic public participation in public administration”. *Public Administration Review*, 58(4), 317–326.
13. Kotter, J. (1990) „What Leaders Really Do”. *Harvard Business Review*, May–June.
14. Orosz, J.F. (2002). „Views from the field: Creating a place for authentic citizen participation in budgeting”. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management* 14(3), pp. 423-442
15. Osborne, D., Gaebler, T. (1992) „Reinventing Government: How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector”. Reading, MA: Addison Wesley Publishing Company.
16. Roberts, N. (2004). „Public deliberation in an age of direct citizen participation”. *American Review of Public Administration*, 34(4), pp. 315–353.
17. Rowe, G., Frewer, L.J. (2005) „A typology of public engagement mechanisms”. *Science, Technology & Human Values*, 30(2):251–290.
18. Vigoda, E. (2002) „From Responsiveness to Collaboration: Governance, Citizens, and the Next Generation of Public Administration”. *Public Administration Review* 62 (2002):527–40.
19. Zhang, Y, Liao, Y. (2011) „Participatory budgeting in local government”. *Public Performance & Management Review*, Vol. 35, No. 2, December 2011, pp. 281–302.



## Fondurile europene sursă de finanțare pentru dezvoltarea durabilă a României

**Autor: Joița Angela**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** Romania's integration into the European Union allowed access to non-reimbursable financing intended to support some activities in areas for which there are not enough financial resources accessible on a regular basis. Thus, the business environment has also developed in areas where there is a greater need for financial resources than availability. In this paper I have presented the most important aspects regarding the implementation of European projects, over the three periods, each of them having its own implementation characteristics, starting from objectives, funding directions, financial mechanisms, etc.*

### 1. Introducere

Problema finanțării este unul dintre factorii importanți care determină în țările cu economie în dezvoltare o rată mai lentă a progresului către atingerea nivelurilor prezente ale eficienței energetice din țări cu economie de piață. În România, într-un mediu financiar caracterizat încă de blocaje financiare, managerii trebuie să-și stabilească politici clare de finanțare, care să permită atragerea fondurilor la momentul potrivit, la costul cel mai scăzut și cu o utilizare cât mai eficientă.

În contextul integrării României în Uniunea Europeană, cea mai importantă sursă de finanțare o reprezintă finanțările nerambursabile destinate sprijinirii unor activități din domenii pentru care, nu există resurse financiare suficiente accesibile în mod curent sau din domenii în care există în mod tradițional o nevoie de resurse financiare mai mare decât disponibilitățile. Sistemul finanțărilor nerambursabile publice externe este una din componentele mecanismelor mai ample de colaborare dintre diverse state, el având conotația unui sprijin acordat pentru rezolvarea unor situații deosebite în care statul beneficiar nu are resursele financiare necesare.

La fel ca fondurile de preaderare (Sapard, Phare, Ispa), fondurile structurale sunt o formă de finanțare nerambursabilă în valoare de peste 28 miliarde euro sunt operationale și în România din 2007, odată cu integrarea României în U.E.. Fondurile structurale reprezintă instrumente financiare prin care Uniunea Europeană acționează pentru eliminarea disparitatilor economice și sociale între regiuni, în scopul realizării coeziunii economice și sociale și sunt alocate spre diverse proiecte prin intermediul programelor de dezvoltare care contin anumite direcții de dezvoltare și măsuri eligibile pentru a primi astfel de finanțări.

Prin crearea și dezvoltarea Uniunii Europene s-a urmărit în permanență realizarea progresului economic și social, dezvoltarea armonioasă a regiunilor defavorizate, asigurarea unui înalt nivel de convergență interregională, îmbunătățirea condițiilor de viață și de muncă ale cetățenilor, garantarea concurenței loiale și a unui înalt nivel de competitivitate pe piață, deziderate care sunt reflectate prin concepte precum prosperitatea, modernizarea și sustenabilitatea.<sup>1</sup>

În acest context, fondurile europene alocate României și oricărei altei țări europene reprezintă o resursă cheie pentru dezvoltarea pe termen scurt, mediu și lung a economiei și societății românești, precum și un element al sustenabilității bugetare, prin prisma strategiei investiționale și a caracterului nerambursabil al acestora.

---

<sup>1</sup> Deleanu S. *Dreptul european al afacerilor*, Ed. Universul juridic, București, 2021

Pentru a putea fi beneficiară a sprijinului oferit prin intermediul fondurilor europene, România a fost împărțită în opt regiuni de dezvoltare. Astfel, prin Legea nr. 314 din 28 iunie 2004 privind dezvoltarea regională în România, s-au instituit regiunile de dezvoltare care funcționează și în prezent în țara noastră. Potrivit dispozițiilor prezentate în Anexa legii menționate, România este formată din următoarele regiuni de dezvoltare:<sup>2</sup>

1. Regiunea de Dezvoltare Nord-Est – județele Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava și Vaslui;
2. Regiunea de Dezvoltare Sud-Est – județele Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Vrancea și Tulcea;
3. Regiunea de Dezvoltare Sud-Muntenia – județele Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova și Teleorman;
4. Regiunea de Dezvoltare Sud-Vest Oltenia – județele Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt și Vâlcea;
5. Regiunea de Dezvoltare Vest – județele Arad, Caraș-Severin, Hunedoara și Timiș;
6. Regiunea de Dezvoltare Nord-Vest – județele Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Sălaj, Satu Mare și Maramureș;
7. Regiunea de Dezvoltare Centru – județele Alba, Brașov, Covasna, Harghita, Mureș și Sibiu;
8. Regiunea de Dezvoltare București-Ilfov – municipiul București și județul Ilfov.

Programele Operaționale sunt elaborate de către Autoritățile de Management și stabilesc domeniile majore de intervenție ale F.S.C., conform prevederilor regulamentelor europene. Elaborarea lor se realizează prin coordonarea Ministerului Finanțelor Publice. Finanțarea acțiunilor indicative din Programele Operaționale se realizează din fonduri europene și naționale (buget de stat, bugete locale, alte surse publice, surse private).

În continuare, voi prezenta sintetic aspectele cele mai importante referitoare la implementarea proiectelor europene, pe cele trei perioade, fiecare dintre ele având caracteristici proprii de implementare, pornind de la obiective, direcții de finanțare, mecanisme financiare etc.

## 2. Fonduri europene în perioada 2007-2013

Conform Planului Național de Dezvoltare, 2017-2013<sup>3</sup>, obiectivele României pentru dezvoltare au urmărit:

- ✓ creșterea competitivității economice și dezvoltarea economiei bazate pe cunoaștere;
- ✓ dezvoltarea și modernizarea infrastructurii de transport;
- ✓ protejarea și îmbunătățirea calității mediului;
- ✓ dezvoltarea resurselor umane, promovarea ocupării și a incluziunii sociale și întărirea capacității administrative;
- ✓ dezvoltarea economiei rurale și creșterea productivității în sectorul agricol;
- ✓ diminuarea disparităților de dezvoltare între regiunile țării.

În perioada 2007-2013 România a beneficiat de fonduri europene structurale și de coeziune (FSC) în valoare de aproximativ 21,4 miliarde euro. Cea mai mare parte a studiilor existente cu privire la impactul acestor transferuri identifică un efect pozitiv și semnificativ asupra creșterii economice. Comisia Europeană (2016) concluzionează, analizând perioada 1994-2011, că FSC au avut un impact pozitiv asupra creșterii economice la nivelul regiunilor de dezvoltare. Fondul Monetar Internațional (FMI, 2017) confirmă acest rezultat pe un eșantion de țări din Europa Centrală, de Est și Sud-Est. Pentru perioada de programare 2007-2013, România a avut 7 *Programe Operaționale în cadrul Obiectivului „Convergență”* (Creșterea competitivității economice, Mediu, Transport, Dezvoltare regională, Dezvoltarea resurselor umane, Dezvoltarea capacității administrative și Asistență tehnică) și colaborează cu țările vecine și alte state membre UE la elaborarea altor 7 *Programe Operaționale sub Obiectivul „Cooperare teritorială europeană”*.

---

<sup>2</sup> Legea 314/2004 privind dezvoltarea regională în România;

<sup>3</sup> Guvernul României, Planului Național de Dezvoltare, 2017-2013

Regiunile României au cunoscut un progres semnificativ în ceea ce privește modernizarea și dezvoltarea economică și socială, în comparație cu perioadele anterioare aderării la U.E., chiar dacă s-a confruntat în această perioadă cu criza economico-financiară și efectele sale devastatoare, evoluțiile neașteptate privind securitatea granițelor unionale, diverse fenomene ale migrațiilor, Brexit-ului UK etc.

În perioada 2007-2013, prin Fondul Social European s-a asigurat modernizarea în sectoarele resursei umane și capacității administrative prin absorbția de resurse financiare în valoare de 3684 miliarde de Euro – reprezentând aproximativ 85% din valoarea totală alocată României, de 4,3 miliarde de Euro.<sup>4</sup>

Putem afirma că, fondurile europene au contribuit la îmbunătățirea calității vieții prin următoarele rezultate:<sup>5</sup>

- ✚ Au fost create peste 35000 de locuri de muncă noi, peste 13000 în echivalent normă întreagă în IMM-uri și peste 1000 de posturi de cercetare;
- ✚ 3200 IMM-uri au beneficiat de sprijin în perioada 2007-2013;
- ✚ În domeniul infrastructurii au fost modernizate 3400 km de drumuri, 122 km de căi ferate și construite 368 km de drumuri noi, din care 314 km din rețeaua transeuropeană de transport și 22 km de linii de cale ferată noi;
- ✚ În sectorul calității mediului au fost construite 142 instalații de tratare a apelor uzate și au fost închise 300 de depozite de deșeuri, neconforme cu normele comunitare;
- ✚ În ceea ce privește dezvoltarea calității vieții, sprijinul unional a contribuit la reabilitarea a 100 de spitale și centre ambulatorii;
- ✚ În domeniul cercetării și dezvoltării au fost sprijinite 560 de proiecte;
- ✚ În vederea dezvoltării sectorului de educație și cultură au fost modernizate 500 de unități de învățământ;
- ✚ Din punct de vedere social 43725 de români au fost încadrați în muncă și 348893 au obținut o calificare.

### 3. Fonduri europene în perioada 2014-2020

Programele europene pentru perioada 2014-2020 au o altă abordare în materie de programare strategică pentru politica de coeziune în comparație cu perioada anterioară. Astfel, conform obiectivelor Strategiei Europa 2020<sup>6</sup>, care a implicat următoarele obiective:

1. Consolidarea cercetării, dezvoltării tehnologice și inovării
2. Îmbunătățirea accesului și a utilizării și creșterea calității TIC
3. Îmbunătățirea competitivității IMM-urilor, a sectorului agricol (în cazul FEADR) și a sectorului pescuitului și acvaculturii (pentru FEPAM)
4. Sprijinirea tranziției către o economie cu emisii scăzute de carbon în toate sectoarele
5. Promovarea adaptării la schimbările climatice, prevenirea și gestionarea riscurilor
6. Protecția mediului și promovarea utilizării eficiente a resurselor
7. Promovarea sistemelor de transport durabile și eliminarea blocajelor din cadrul infrastructurilor rețelelor majore
8. Promovarea sustenabilității și calității locurilor de muncă și sprijinirea mobilității forței de muncă
9. Promovarea incluziunii sociale, combaterea sărăciei și a oricărei forme de discriminare
10. Investițiile în educație, formare și formare profesională pentru competențe și învățare pe tot parcursul vieții

---

<sup>4</sup> Parlamentul European, Notă de informare, 2017

<sup>5</sup> [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/ro/information/](https://ec.europa.eu/regional_policy/ro/information/)

<sup>6</sup> Strategia Europa 2020. O strategie europeană pentru o creștere inteligentă, ecologică și favorabilă incluziunii. [https://www.mae.ro/sites/default/files/file/Europa2021/Strategia\\_Europa\\_2020.pdf](https://www.mae.ro/sites/default/files/file/Europa2021/Strategia_Europa_2020.pdf)

Prin **Programul Operațional Capital Uman (POCU)** obiectivele specifice și acțiunile asumate de către România în domeniul resurselor umane, au continuat investițiile realizate prin Fondul Social European în perioada 2007-2013 și au urmărit atingerea obiectivului general al Acordului de Parteneriat (AP 2014-2020) - implicit al Fondurilor Europene Structurale și de Investiții din România, și anume, de a reduce disparitățile de dezvoltare economică și socială dintre România și Statele Membre ale UE.

**Programul Operațional Competitivitate (POC)** a susținut investiții menite să răspundă nevoilor și provocărilor legate de nivelul redus al competitivității economice, în special în ceea ce privește (a) sprijinul insuficient pentru cercetare, dezvoltare și inovare (CDI) și (b) infrastructura subdezvoltată de TIC și implicit servicii slab dezvoltate, poziționându-se astfel ca un factor generator de intervenții orizontale în economie și societate, de natură să antreneze creștere și sustenabilitate.

Alăturarea celor doi vectori – Cercetare-Dezvoltare-Inovare și Tehnologia Informației și a Comunicațiilor – în cadrul aceluiași program operațional este justificată strategic de rolul multiplicator al acestor domenii și de sprijinul direct prin care acestea contribuie la obiectivele de specializare inteligentă și promovează noi oportunități de creștere, în special într-un număr limitat de domenii prioritare concentrate pe avantajele comparative ale României.

**Programul Operațional Infrastructură Mare<sup>7</sup> (POIM)** a urmărit realizarea obiectivelor de dezvoltare ale României identificate în Acordul de Parteneriat 2014-2020<sup>8</sup> și în acord cu Cadrul Strategic Comun și Documentul de Poziție al serviciilor Comisiei Europene. Strategia POIM este orientată spre obiectivele Strategiei Europa 2020, în corelare cu Programul Național pentru Reformă și cu Recomandările Specifice de Țară, concentrându-se asupra creșterii durabile prin promovarea unei economii bazate pe consum redus de carbon prin măsuri de eficiență energetică și promovare a energiei verzi, precum și prin promovarea unor moduri de transport prietenoase cu mediul și o utilizare mai eficientă a resurselor<sup>9</sup>.

**Programul Operațional Regional (POR) 2014-2020<sup>10</sup>** a fost succesorul Programului Operațional Regional 2007-2020 și unul dintre programele prin care România a accesat fondurile europene structurale și de investiții provenite din Fondul European pentru Dezvoltare Regională (FEDR). Viziunea strategică privind nevoile de dezvoltare cărora trebuie să le răspundă POR 2014-2020 porneau de la analiza strategică a situației economice și sociale a regiunilor României<sup>11</sup>, care a dus la identificarea mai multor situații care au necesitat finanțare, ca de exemplu: transfer limitat al rezultatelor cercetării în piață și nivel scăzut de asimilare a inovării în firme; sectorul IMM-urilor insuficient dezvoltat, cu impact negativ asupra competitivității economiilor regionale și un grad redus de cultură antreprenorială – reflectat prin densitatea relativ scăzută a afacerilor consumuri energetice nesustenabile și potențial de economisire ridicat în infrastructurile publice, inclusiv clădiri publice și clădiri rezidențiale, resurse valoroase de patrimoniu cultural slab valorificate etc.

**Programul Operațional Capacitate Administrativă<sup>12</sup> (POCA)** a urmărit crearea unei administrații publice moderne, capabilă să faciliteze dezvoltarea socio-economică, prin intermediul unor servicii publice competitive, investiții și reglementări de calitate, care să contribuie la atingerea obiectivelor Strategiei Europa 2020. Pentru acest obiectiv, administrația publică are nevoie de resurse umane competente și bine gestionate, un management eficient și transparent al utilizării resurselor, o structură instituțional-administrativă adecvată, precum și de proceduri clare, simple și predictibile de funcționare iar POCA a facilitat realizarea acestuia prin resurse financiare corespunzătoare.

---

<sup>7</sup> <https://mfe.gov.ro/programul-operational-infrastructura-mare-poim/>

<sup>8</sup> <https://www.fonduri-ue.ro/acord-parteneriat>

<sup>9</sup> <https://mfe.gov.ro/programul-operational-infrastructura-mare-poim/>

<sup>10</sup> <https://www.fonduri-ue.ro/por-2014>

<sup>11</sup> Ministerul dezvoltării regionale și administrației publice. Strategia Națională pentru Dezvoltare Regională 2014-2020

<sup>12</sup> <http://www.poca.ro/>

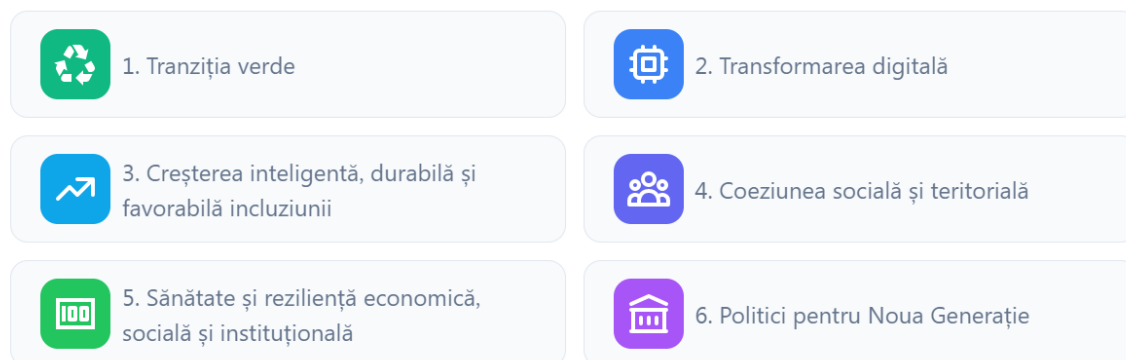
**Programul Operațional Ajutorarea Persoanelor Defavorizate<sup>13</sup> (POAD)** a asigurat pe întreaga perioadă 2014 - 2020 distribuția gratuită de ajutoare alimentare în toate localitățile din țara în favoarea persoanelor dezavantajate și a fost o continuare a Programului European de Ajutorare a Defavorizaților (PEAD) derulat în perioada 2007 -2013. A fost finanțat în proporție de 85% din Fondul de ajutor european destinat celor mai defavorizate persoane și în proporție de 15% din bugetul național.

**Programul Operațional Asistență Tehnică<sup>14</sup> (POAT)** a urmărit asigura capacitatea și instrumentele necesare pentru o eficientă coordonare, gestionare și control al intervențiilor finanțate din Fondurile Europene Structurale și de Investiții, precum și o implementare eficientă a POAT, Programului Operațional Infrastructură Mare (POIM) și a Programului Operațional Competitivitate (POC).

#### 4. Fonduri europene în perioada 2021-2026

**Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR)** din România urmărește obiectivele generale ale Mecanismului de Redresare și Reziliență (MRR), mecanism creat la nivelul Uniunii Europene (UE) ca instrument financiar temporar pentru a sprijini redresarea în urma crizei provocate de pandemia de COVID-19. Sursa de finanțare este reprezentată de fondurile alocate pentru România în cadrul Mecanismului de redresare și reziliență. Scopul final al PNRR este să accelereze implementarea reformelor sustenabile și a investițiilor publice conexe, respectiv asigurarea ameliorării stării economiei naționale după criza generată de COVID-19, creșterea economică și crearea de locuri de muncă necesare pentru incluziunea forței de muncă, sprijinirea tranziției verzi și a celei digitale pentru promovarea creșterii durabile.

Costul total al planului se ridică la 29,2 miliarde EUR, sau 13,1 % din produsul intern brut (PIB) al țării în 2019. Această alocare, ce reprezintă 4 % din volumul total al Mecanismului de redresare și reziliență (MRR), include întreaga alocare inițială de subvenții (14,2 miliarde EUR) și o parte considerabilă (14,9 miliarde EUR) din alocarea disponibilă a împrumutului. În iunie 2022, alocarea de subvenții destinate României a fost revizuită în sens descrescător cu 2,1 miliarde EUR, ajungând la 12,1 miliarde EUR (-14,9 %). Obiectivele acestui plan urmăresc să faciliteze tranziția verde și digitală a țării, precum și să se concentreze asupra tineretului prin consolidarea sectorului educației. Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR) din România cuprinde un pachet de reforme și investiții publice care trebuie implementate până în anul 2026. Alocarea financiară totală pentru România, este de 29,2 mld euro, din care 14,24 mld euro sub forma de granturi și 14.94 mld euro sub formă de împrumuturi<sup>15</sup>.



**Figura nr.1. Direcții de finanțare ale PNRR**

<sup>13</sup> <https://www.fonduri-ue.ro/poad-2014>

<sup>14</sup> [https://www.fonduri-ue.ro/files/programe/AT/POAT\\_2014/Sinteza.POAT.pdf](https://www.fonduri-ue.ro/files/programe/AT/POAT_2014/Sinteza.POAT.pdf)

<sup>15</sup> [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733641/EPRS\\_BRI\(2022\)733641\\_RO.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733641/EPRS_BRI(2022)733641_RO.pdf)

Planul conține 171 de măsuri (64 de reforme și 107 investiții), structurate în 15 componente ce contribuie la toți cei șase piloni definiți în Regulamentul (UE) nr. 2021/241, precum și un calendar indicativ pentru implementarea reformelor și a investițiilor care trebuie încheiate până în data de 31 august 2026.

## 5. Concluzii

Fondurile structurale sunt o parte integrantă a politicilor Uniunii Europene. Acestea contribuie la punerea în aplicare a politicilor regionale, sociale sau agricole în țările membre. Intervențiile fondurilor structurale joacă un rol crucial în îmbunătățirea coeziunii sociale și economice a Uniunii Europene. O atenție aparte se acordă fondurilor structurale aferente regiunilor Obiectiv 1, care au rămas în urmă în ceea ce privește PIB-ul lor pe cap de locuitor. Valoarea acestui indicator este mai mică de 75 la sută din media Uniunii Europene. Suma de investiții, care este finanțată prin fondurile structurale de la Uniunea Europeană este substanțială și, prin urmare, legislația acesteia impune evaluarea fondurilor structurale.

### Bibliografie:

1. Dornean A., *Gestiunea fondurilor structural europene*, Editura C.H. Beck, București, 2016
2. Droj L., *Bancabilitatea proiectelor de investiții finanțate din fonduri structurale europene*, Editura Economică, București, 2013
3. Marin M., *Absorbția fondurilor europene pentru comunele din România*, Editura Lumen, Iași, 2015
4. Ministerul dezvoltării regionale și administrației publice. *Strategia Națională pentru Dezvoltare Regională 2014-2020*
5. <http://www.poca.ro/>
6. <https://www.fonduri-ue.ro/poad-2014>
7. [https://www.fonduri-ue.ro/files/programe/AT/POAT\\_2014/Sinteza.POAT.pdf](https://www.fonduri-ue.ro/files/programe/AT/POAT_2014/Sinteza.POAT.pdf)
8. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733641/EPRS\\_BRI\(2022\)733641\\_RO.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2022/733641/EPRS_BRI(2022)733641_RO.pdf)
9. <https://mfe.gov.ro/programul-operational-infrastructura-mare-poim/>
10. <https://www.fonduri-ue.ro/acord-parteneriat>
11. <https://mfe.gov.ro/programul-operational-infrastructura-mare-poim/>
12. <https://www.fonduri-ue.ro/por-2014>

## Performanța în administrația publică din România

**Autor: Pietrar Kristina**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila**

**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** Performance in local administration is a concept that requires a complex multidisciplinary definition in the context of current challenges faced by local administration authorities in their work to solve problems of community, in the short, medium or long term.*

*The evolution of performance in the local administration implies a multifactorial analysis, taking into account the needs of the community, the economic potential, the available resources, respecting the principle of economy efficiency.*

*The analysis of performance in local public administration must be conducted in terms of general indicators, defined based on the responsibilities established by the legal framework for local public administration authorities, but especially by how executive and deliberative authorities in the administrative-territorial unit meet their assumed strategic and electoral objectives.*

*In order to increase performance, the activity of the local administration must be analyzed and adjusted permanently by modern and efficient means, being focused especially on the needs of the citizen.*

### 1. Introducere

Această lucrare se dorește a fi o scurtă analiză teoretică cu privire la performanța în administrația publică locală din România. Studiul are la bază o analiză a performanței în administrația publică locală prin prisma cadrului legislativ general în care își desfășoară activitatea autoritățile administrației publice locale din România și o analiză pragmatică a performanței, având la bază stabilirea și atingerea obiectivelor specifice administrației publice locale.

Pentru elaborarea prezentului material s-a studiat literatura de specialitate, legislația în domeniu.

Performanța în activitatea autorităților administrației publice locale trebuie analizată teoretic dar, având în vedere caracterul profund aplicativ al administrației publice, analiza performanței în administrație trebuie realizată, în principal, din prisma rezultatelor bazate pe atingerea obiectivelor cu eficiență și operativitate.

Un aspect ce a atras atenția este cel legat de faptul că cetățenii, în calitate de principali beneficiari ai întregii activități a administrației publice locale, sunt mai puțin interesați de mecanismele administrative, birocratice sau eforturile depuse de autorități pentru atingerea unui obiectiv, ci ei își doresc atingerea operativă a tuturor obiectivelor asumate sau impuse conjunctural, prin derularea unui act administrativ legal, de calitate, în condiții de transparență decizională.

### 2. Conceptul de performanță în administrația publică

Conceptul de performanță este asociat, în general, cu rezultatul managementului.

O definiție exhaustivă a performanței în administrația publică locală este foarte dificil de elaborat, având în vedere multitudinea de domenii în care administrația publică locală își desfășoară activitatea, necesitatea derulării unor acțiuni sau activități în interesul comunității locale, care nu au un impact cuantificabil pe termen scurt, precum și inexistența unui set de indicatori de performanță stabiliți prin legislația specifică, cu caracter general aplicabil la nivel de unități administrative-



teritoriale în România.

Performanța în administrația publică locală este, în mod evident, legată de activitatea autorităților administrației publice locale dintr-o unitate administrativ-teritorială în scopul creșterii calității vieții în comunitatea locală.

În cadrul cercetării „Panoptic privind conotațiile conceptului de performanță în entitățile sectorului public din România: creare versus diseminare”<sup>1</sup> s-a ajuns la concluzia că definirea conceptului de performanță „*este un proces dificil care se impune a fi redefinit în contextul tendințelor actuale ale economiei*”. Studiul relevă faptul că „*performanța trebuie definită dintr-o perspectivă conceptuală multidimensională*” care trebuie să includă o serie de aspecte relevante pentru activitatea administrației publice locale, raportat la nevoile comunității într-o anumită perioadă de timp și coroborat cu obiectivele strategice care se impun pentru dezvoltarea durabilă.

De asemenea, studiul concluzionează, în mod firesc, faptul că performanța entităților publice în România este condiționată în mod esențial de performanța profesională a funcționarilor publici, respectiv de gradul și modul de atingere a obiectivelor individuale stabilite în fișa postului.

O modalitate de evaluare a performanței în administrația publică trebuie concepută pornind de la domeniile de activitate în care administrația publică locală își manifestă atribuțiile conform legii.

Pentru evaluarea obiectivă a performanței în administrația publică este necesară stabilirea unor indicatori specifici pe domenii de activitate, măsurarea acestora și analiza evoluției acestor indicatori în timp. Chiar dacă domeniile de activitate în care se manifestă administrația publică locală într-o unitate administrativ-teritorială sunt numeroase, se pot stabili domeniile/activitățile cu cea mai mare importanță/pondere în vederea evaluării performanței în administrația publică.

OUG nr. 57/2019 privind Codul administrativ reglementează cadrul juridic general în care își desfășoară activitatea autoritățile administrației publice locale din România, atribuțiile și domeniile în care se manifestă.

## 2.1. Sfera de activitate a administrației publice locale

Asigurarea cadrului necesar pentru furnizarea serviciilor publice de interes local, potrivit competenței și în condițiile legii, reprezintă o componentă principală în ceea ce privește atribuțiile autorităților administrației publice locale. Calitatea serviciilor publice de interes local influențează fundamental calitatea vieții într-o comunitate locală și asigură perspectiva dezvoltării durabile a unității administrativ teritoriale.

Principalele servicii publice de interes local care trebuie asigurate într-o comunitate, conform legislației în vigoare,<sup>2</sup> sunt:

- a) *educația;*
- b) *serviciile sociale pentru protecția copilului, a persoanelor cu handicap, a persoanelor vârst-nice, a familiei și a altor persoane sau grupuri aflate în nevoie socială;*
- c) *sănătatea;*
- d) *cultura;*
- e) *tineretul;*
- f) *sportul;*
- g) *ordinea publică*
- h) *situațiile de urgență;*
- i) *protecția și refacerea mediului;*
- j) *conservarea, restaurarea și punerea în valoare a monumentelor istorice și de arhitectură, a parcurilor, grădinilor publice și rezervațiilor naturale;*

---

<sup>1</sup> Ștefănescu, A., Turlea, E., Calu, A.D., Ghwerghina, R., Duca, I. Și Nicolae, F – *Panoptic privind conotațiile conceptului de performanță în entitățile sectorului public din România: creare versus diseminare* (raport de cercetare al proiectului ID1827/2008, nr.955/2009, CNCSIS-IEFISCSU, program PNII-IDEI), București – ASE, 2009

<sup>2</sup> OUG 57/2019 actualizată, secțiunea 3, art.129, alin.(7)



- k) dezvoltarea urbană;
- l) evidența persoanelor;
- m) podurile și drumurile publice;
- n) serviciile comunitare de utilități publice de interes local;
- o) serviciile de urgență de tip salvamont, salvamar și de prim ajutor;
- p) activitățile de administrație social-comunitară;
- q) locuințele sociale și celelalte unități locative aflate în proprietatea unității administrativ-teritoriale sau în administrarea sa;
- r) punerea în valoare, în interesul colectivității locale, a resurselor naturale de pe raza unității administrativ-teritoriale
- s) alte servicii publice de interes local stabilite prin lege

Performanța în administrația publică trebuie analizată din prisma asigurării serviciilor publice prezentate mai sus și trebuie analizată pe baza unor indicatori specifici fiecărui serviciu. Indicatorii trebuie să asigure evaluarea cât mai corectă a nivelului atins și să ofere posibilitatea analizării dinamicii serviciului respectiv în anumite intervale de timp.

Abordarea procesului de management presupune analiza performanței la nivel de individ și organizație în condițiile în care entitatea trebuie să se raporteze permanent la obiectivele stabilite în mod strategic și la nevoile comunității.

#### **Indicatori orientativi pentru evaluarea performanței în raport cu modul de îndeplinire a principalelor atribuții prevăzute de lege**

În vederea analizei performanței trebuie stabilit un set de indicatori care să măsoare obiectivele, cantitatea, calitatea și efectele acesteia. Indicatorii trebuie să fie corelați cu obiectivele organizației, măsurați în mod real și regulat. Obiectivele organizației/instituției, în unele situații, sunt stabilite prin legislația care definește sfera de activitate a organizației/instituției.

Caracteristici necesare pentru indicatori:

- indicatorul să fie în legătură cu scopul/obiectivul prevăzut de domeniu, sfera de activitate;
- indicatorul să poată fi cuantificat în mod curent, obiectiv și cu acuratețe.

Având în vedere sfera de activitate a administrației publice locale, pe domeniile și în baza competențelor stabilite de lege, putem stabili următorii indicatori orientativi pentru evaluarea performanței (vom prezenta doar pentru câteva dintre ele):

##### *a) Educație*

Pentru evaluarea calității educației într-o comunitate trebuie analizate următoarele aspecte:

- număr total de unități școlare și numărul de elevi din fiecare unitate școlară;
- numărul elevilor corigenți, repetenți;
- numărul de elevi cu performanțe deosebite, olimpici la nivel județean și național;
- procentul de promovabilitate la examenul de bacalaureat;
- condiții pentru asigurarea actului de învățământ, laboratoare, dotări, sală de sport, confort;
- suma investită pentru asigurarea condițiilor optime de desfășurare a procesului educațional și creșterea calității actului de învățământ;
- accesarea de fonduri guvernamentale/europene pentru construirea de unități școlare, modernizarea și dotarea spațiilor de învățământ.

Indicatorii prezentați se cuantifică în cifre concrete și se efectuează o analiză a dinamicii acestor cifre pe o anumită perioadă de timp.

*b) Serviciile sociale pentru protecția copilului a persoanelor cu handicap, a persoanelor vârstnice, a familiei și a altor persoane sau grupuri aflate în nevoie socială.*

Indicatorii principali în acest domeniu îi reprezintă:

- numărul cazurilor pe fiecare categorie precizată;
- asigurarea indemnizațiilor prevăzute în lege;
- integrarea persoanelor cu handicap;
- asigurarea de activități specifice persoanelor vârstnice;

– identificarea persoanelor cu nevoi speciale și soluționarea operativă, în limita legii, a acestor cazuri;

– accesarea de fonduri guvernamentale/europene pentru asigurarea de servicii sociale inclusive, construirea de spații adecvate pentru persoane vulnerabile.

*c) Sănătatea*

Evaluarea activității administrației publice locale în ceea ce privește domeniul sănătății este legată de competențele ce îi revin acesteia conform legii, în special în ceea ce privește administrarea infrastructurii de sănătate, în special spitale publice la care managementul este asigurat prin contract cu administrația publică locală.

În funcție de tipul unității sanitare și managementul acesteia se pot stabili indicatori specifici de performanță. Indicatorii de performanță în acest domeniu sunt cei cuprinși în contractul de management al managerului unității sanitare aflată în subordinea administrației publice.

Un aspect de care trebuie ținut seama în domeniul sănătății este cel legat de investițiile în spitale, mai precis, în ceea ce privește condițiile hoteliere din spitale, dotările spitalelor, diversitatea serviciilor medicale asigurate.

În ceea ce privește activitatea spitalului trebuie precizat faptul că, în general, unitățile spitalicești se adresează unui areal de populație mult mai întins decât raza unității administrativ-teritoriale care administrează unitatea respectivă. Calitatea actului medical este asigurată și în funcție de gradul spitalului.

În domeniul sănătății, un aspect important în ceea ce privește calitatea actului medical îl reprezintă medicina de familie, care poate fi evaluată în funcție de numărul medicilor de familie la o mie de locuitori. Alți indicatori pot fi:

- numărul de paturi la o mie de locuitori ai unității administrativ-teritoriale;
- numărul de specializări medicale oferite populației.

*d) Cultură*

Stabilirea unor indicatori de performanță în domeniul cultural este destul de dificilă având în vedere faptul că investiția în cultură nu poate fi analizată prin prisma unor elemente de eficiență. Este evidentă necesitatea organizării unor activități culturale cât mai diversificate care să se adreseze unui număr cât mai mare de membri ai comunității. În ceea ce privește calitatea actului cultural, administrația publică locală trebuie să asigure organizarea și funcționarea de centre culturale care să găzduiască acte culturale de calitate și să finanțeze activitatea unor instituții de cultură care să pună în valoare potențialul uman și talentul artistic al membrilor comunității locale.

Un indicator de performanță al activității culturale poate fi numărul de participanți per eveniment cultural, coroborat cu cheltuielile totale și încasările la bugetul local din închirierea domeniului public și privat al unității administrativ-teritoriale.

Indicatorii de performanță în acest domeniu trebuie analizați la nivelul fiecărei instituții culturale în parte, în funcție de specificul activității, sursa de finanțare și succesul activității.

*e) Tineretul*

– Elaborarea, în colaborare cu structurile legal constituite ale tineretului sau cu reprezentanți ai tinerilor din unitățile școlare, a unor programe sau activități anuale cu impact pozitiv pentru tineri și pentru comunitate;

– Alocarea de resurse financiare în bugetul local, conform prevederilor legale, pentru susținerea de programe dedicate tineretului.

Performanța în ceea ce privește acest domeniu ar putea fi dată de numărul de beneficiari în cadrul acestor programe din rândul tineretului corelat și cu suma alocată din buget.

*f) Sportul*

Activitatea sportivă într-o comunitate poate fi susținută prin organizarea de cluburi sportive cu personalitate juridică, finanțate din bugetul local al unității administrativ-teritoriale, Consiliul de administrație al clubului sportiv stabilește, în urma consultării cu consiliul local, indicatorii de performanță pe discipline sportive, performanța fiind evaluată în funcție de obiectivele stabilite și

rezultatele obținute în competițiile oficiale. Consiliul local trebuie să asigure condiții pentru desfășurarea sportului de masă pentru membrii comunității, respectiv asigurarea accesului la bazele sportive publice, săli de sport pentru membrii comunității, organizarea, în colaborare cu asociațiile și cluburile sportive, de competiții sportive care să încurajeze practicarea sportului de masă și de performanță.

Indicatori de analiză și performanță:

- numărul de sportivi legitimați la o mie de locuitori;
- numărul de premii obținute la competițiile sportive oficiale;
- numărul de abonamente la sălile de sport și bazele sportive publice.

*g) Ordinea publică*

Asigurarea ordinii publice și siguranța persoanei sunt aspecte foarte importante în viața fiecărei comunități locale. Activitățile pentru menținerea ordinii publice sunt derulate în principal de structurile Poliției Române sau ale Jandarmeriei Române, prin metode specifice. Structurile care veghează la păstrarea ordinii publice colaborează cu autoritățile administrației publice locale pentru a asigura ordinea publică corespunzătoare în cadrul comunității.

Administrația publică locală are organizată în subordinea primarului o structură de Poliție locală care, în colaborare cu Poliția Română, veghează la păstrarea ordinii publice.

Infraționalitatea este un indicator de mare importanță în ceea ce privește calitatea vieții într-o comunitate locală.

*h) Situațiile de urgență*

Gestionarea situațiilor de urgență este un atribut al Comitetelor Locale pentru Situații de Urgență, cu sprijinul structurilor Ministerului Afacerilor Interne specializate în acest domeniu, respectiv Inspectoratul pentru Situații de Urgență sau Serviciul Voluntar pentru Situații de Urgență acolo unde este organizat la nivelul unităților administrativ teritoriale.

Performanța în ceea ce privește gestionarea acestor situații de urgență ține de analiza obiectivă a evenimentului și de resursele pe care le are la dispoziție unitatea administrativ-teritorială.

*i) Protecția și refacerea mediului*

Protejarea și asigurarea unui mediu înconjurător curat este o misiune pentru administrația publică locală generată de necesitatea asigurării condițiilor de mediu optime pentru desfășurarea activității și vieții în comunitate. Legislația din România prevede sarcini clare pe care trebuie să le îndeplinească administrația publică locală dintr-o unitate administrativ-teritorială în strânsă colaborare și sub controlul autorităților județene cu atribuții în domeniu, respectiv Agenția pentru Protecția Mediului și Garda de Mediu. Evaluarea performanțelor în acest domeniu se poate face prin prisma rezultatelor consemnate în urma actelor de control și prin numărul de sancțiuni aplicate autorităților administrației publice locale, respectiv cetățenilor care nu respectă legislația specifică de mediu. Evoluția numărului de sancțiuni și raportarea lor la întreaga populație reprezintă un indicator prin care se poate cuantifica acest obiectiv al administrației publice locale.

*j) Conservarea, restaurarea și punerea în valoare a monumentelor istorice și de arhitectură, a parcurilor, grădinilor publice și rezervațiilor naturale*

Grija în ceea ce privește conservarea, restaurarea și punerea în valoare a monumentelor istorice și de arhitectură de pe raza unității administrativ-teritoriale, aflate în domeniul public sau privat al acesteia, sau aflate în proprietatea privată a persoanelor fizice sau juridice, reprezintă un aspect important în ceea ce privește moștenirea și identitatea culturală a localității.

Legislația în vigoare, privind protejarea monumentelor istorice, reglementează regimul juridic al monumentelor istorice, definirea acestora, clasarea, protejarea, paza, întreținerea, conservarea, consolidarea, restaurarea și punerea în valoare a acestora. Evidența monumentelor istorice aflate pe raza unității administrative-teritoriale și evoluția stării acestora, analizate în dinamica lor, trebuie să fie un indicator de performanță al administrației publice locale în acest domeniu.

Parcurile, grădinile publice și rezervațiile naturale trebuie întreținute corespunzător pentru a-și îndeplini rolul în ceea ce privește asigurarea unui mediu sănătos și a unui climat public de relaxare

pentru cetățeni. Suprafața parcurilor, grădinilor publice și rezervațiilor naturale (unde este cazul) calculate în metri pătrați/cap de locuitor reprezintă un indicator în ceea ce privește analiza calității vieții într-un oraș. Analiza evoluției acestui indicator exprimă performanța administrației în acest domeniu.

*k) Dezvoltarea urbană*

Respectarea legislației specifice în ceea ce privește urbanismul și disciplina în construcții este un obiectiv major al administrației publice locale. Numărul certificatelor de urbanism și al autorizațiilor de construcție noi eliberate într-un an de către primărie arată dinamica dezvoltării urbane într-o comunitate, fiind considerat un indicator al dezvoltării urbane. De asemenea, evoluția de la un an la altul a numărului de planuri urbanistice de detaliu/zona aprobate reprezintă un alt indicator strâns legat de dezvoltarea urbană a comunității.

*p) Activitățile de administrație social-comunitară*

Activitățile de administrație social-comunitară desfășurate de autoritățile administrației publice locale se raportează la acțiunile prin care se concretizează relația acestora cu persoanele juridice de drept public sau de drept privat care au atribuții în sfera activităților social-comunitare pe raza unității/subdiviziunii administrativ-teritoriale, în concret, cu asociațiile de proprietari.

Asociațiile de proprietari reprezintă o formă de asociere a proprietarilor dintr-un condominiu, fără scop lucrativ, cu personalitate juridică și au ca scop administrarea, exploatarea, întreținerea, repararea, reabilitarea și modernizarea proprietății comune, menținerea în stare bună a imobilului, respectarea drepturilor și asumarea obligațiilor de către toți proprietarii.

În ceea ce privește acest domeniu de activitate, în cadrul aparatului de specialitate al primarului este organizat un compartiment specializat pentru sprijinirea, îndrumarea și controlul asociațiilor de proprietari de pe raza unității administrativ teritoriale.

Performanța în ceea ce privește acest domeniu de activitate poate fi analizată în funcție de modul de îndeplinire al obligațiilor prevăzute de lege și statutul specific pentru asociațiile de proprietari. De asemenea, performanța activității asociației de proprietari, independent de activitatea compartimentului, trebuie analizată și raportat la modul de îndeplinire al obiectivelor asumate în cadrul adunărilor generale ale asociațiilor. Performanța activității Compartimentului Asociații de Proprietari din cadrul aparatului de specialitate al primarului poate fi stabilită și în funcție de numărul de petiții, respectiv reclamații privind activitatea asociațiilor înregistrate la primărie și modul de soluționare al acestora de către compartimentul respectiv, soluția adoptată și timpul de soluționare.

*q) Locuințele sociale și celelalte unități locative aflate în proprietatea unității administrativ-teritoriale sau în administrarea sa*

Administrarea locuințelor sociale și a celorlalte unități locative aflate în proprietatea unității administrative-teritoriale sau în administrarea sa se face prin intermediul unui serviciu de specialitate și asociații de proprietari. Modul de repartizare și repartizarea efectivă se face prin hotărâre de consiliu local.

Evaluarea activității în acest domeniu are drept indicator gradul de încasare al chiriei, contravaloarea utilităților, taxe comune și alte cheltuieli specifice conviețuirii în condominiu.

*r) Punerea în valoare, în interesul colectivității locale, a resurselor naturale de pe raza unității administrativ-teritoriale*

Această oportunitate pentru o comunitate trebuie analizată în funcție de interesul unor investitori specializați în exploatarea resurselor naturale, în conformitate cu legislația în domeniu, existența resurselor și impactul asupra colectivității locale.

Autoritățile administrației publice locale au atribuții limitate în ceea ce privește derularea unor asemenea proiecte dar interesul pentru valorificarea resurselor naturale care generează venituri suplimentare la bugetul local și locuri de muncă este tot mai ridicat.

*s) Alte servicii publice de interes local stabilite prin lege*

În această categorie intră servicii care pot fi stabilite prin lege, al căror mod de organizare se stabilește prin hotărâri ale organelor deliberative de la nivelul unității administrativ-teritoriale sau

prin structurile de conducere ale Asociațiilor de Dezvoltare Intercomunitară.

Un asemenea serviciu este Serviciul pentru Ocrotirea Animalelor fără Stăpân sau Serviciul Mobil pentru Urgență și Descarcerare.

Performanța acestor servicii este evaluată în funcție de numărul de intervenții în cadrul comunității pentru îndeplinirea obiectivelor asociației care subordonează aceste servicii în calitate de operatori.

Cu siguranță, fiecare serviciu public de interes local are importanța lui în ceea ce privește viața unei comunități iar legea obligă entitățile publice să manifeste responsabilitate în ceea ce privește gestionarea problemelor specifice fiecărui domeniu din sfera de activitate a administrației publice locale.

În urma unei analize privind multitudinea de domenii în care se manifestă administrația publică locală se consideră că este necesar să fie stabilite câteva domenii majore în care performanța trebuie analizată pe baza unor criterii în vederea creșterii acesteia.

Principalele domenii de activitate în care performanța trebuie evaluată pe baza unor indicatori în scopul creșterii acesteia sunt:

- asigurarea serviciilor comunitare de utilități publice
- atragerea de fonduri europene
- administrarea domeniului public și privat
- implementarea proiectelor de investiții
- financiar
- resurse umane
- modernizarea administrației publice locale

***Ca indicatorii orientativi pentru analiza performanței în aceste domenii putem enumera:***

- pentru *asigurarea serviciilor comunitare de utilități publice*, există seturi de indicatori specifici pentru fiecare tip de serviciu de utilități care sunt prezentați și analizați periodic în funcție de prevederile contractelor de delegare de gestiune, ale contractelor de concesiune a serviciilor și contractelor de management

- pentru *atragerea de fonduri europene*, un indicator relevant îl reprezintă volumul fondurilor nerambursabile de la UE pe cap de locuitor. O evoluție crescătoare a acestui indicator duce, evident, la creșterea calității vieții în comunitatea locală

- *administrarea domeniului public și privat* este un domeniu în care performanța se poate cuantifica prin valoarea încasărilor la bugetul local din închirierea și concesiunea domeniului public și privat al unității administrativ-teritoriale. Valoarea acestor închirieri și concesiuni reprezintă o sursă importantă de finanțare pentru bugetul local iar creșterea acestei sume reprezintă un indicator de performanță în ceea ce privește acest domeniu

- *implementarea proiectelor de investiții* reprezintă un deziderat al autorităților administrației publice locale și unul dintre indicatori îl reprezintă respectarea termenului de realizare a investiției. Un alt indicator în ceea ce privește proiectele de investiții este reprezentat de încadrarea în valoarea investiției. Orice depășire a termenului de realizare a investiției sau a valorii investiției reprezintă un element negativ în ceea ce privește performanța în acest domeniu

- în domeniul *financiar*, performanța autorităților publice locale este cuantificată prin creșterea sumelor încasate la bugetul local, atât în valori absolute dar și în ceea ce privește gradul de colectare la bugetul local a impozitelor și taxelor locale. Creșterea acestor indicatori reprezintă un aspect pozitiv al activității administrației în acest domeniu

- *performanța resurselor umane din administrație* este un indicator care se stabilește individual, conform fișei de evaluare a fiecărui funcționar. Capacitatea administrativă a organizației este dată de calitatea resursei umane. Pentru creșterea calității muncii în administrație este necesar și eficient să fie organizate periodic activități de colaborare cu entități similare pentru schimburi de bune practici și, totodată, participarea funcționarilor și a personalului contractual la cursuri de specializare/perfecționare în domeniul lor de activitate



- *modernizarea administrației publice locale* trebuie să fie un obiectiv permanent al autorităților locale, scopul fiind apropierea prin mijloace moderne de cetățean, facilitarea accesului cetățeanului la informații în timpul cel mai scurt posibil, asigurarea tuturor informațiilor prin pagini web sau diverse platforme în mediul virtual. Modernizarea administrației publice presupune o interacțiune facilă prin mijloace în mediul virtual și diminuarea la maxim a timpului petrecut de cetățean la ghișeu sau la sediul instituțiilor pentru soluționarea problemelor. Diminuarea pe cât posibil a birocrăției în administrație prin modernizarea proceselor din interiorul instituției este un indicator de performanță specific pentru acest domeniu

Organizațiile din administrația publică locală trebuie să se concentreze pentru a performa în principal în aceste domenii pentru că performanța în aceste domenii duce la creșterea potențialului comunității și a administrației publice locale cu consecințe pozitive în ceea ce privește dezvoltarea durabilă a zonei și creșterea calității vieții în comunitatea locală.

## **2.2. Stabilirea obiectivelor pentru evaluarea performanței**

Obiectivele generale ale administrației publice locale dintr-o unitate administrativ-teritorială pot fi clasificate în principal în trei categorii:

1. obiective curente, conform atribuțiilor legale;
2. obiective strategice, conform strategiei de dezvoltare locală;
3. obiective electorale, conform programelor politice.

*Obiectivele curente* sunt cele cuprinse în legislația specifică și presupun îndeplinirea obligațiilor conform atribuțiilor autorităților publice locale în ceea ce privește rezolvarea treburilor publice în comunitatea locală. Aceste obiective reprezintă, în general, activitatea curentă a administrației publice locale, care asigură funcționalitatea structurilor administrației locale. De regulă, această activitate este atributul funcționarilor și al aparatului de specialitate al primarului pe baza prerogativelor stabilite de lege. Aceste obiective sunt, de regulă, pe termen scurt și cu efect imediat.

*Obiectivele strategice* sunt obiective cuprinse în documente strategice elaborate, în general, pe baza unor studii și consultări ample cu părțile interesate din cadrul comunității locale (aleși locali, instituții, mediul privat, asociații de proprietari, culte religioase unități de învățământ, ONG-uri, membri ai comunității ș.a.m.d.). În urma consultărilor care se desfășoară în mai multe etape se elaborează „Strategia integrată de dezvoltare durabilă a unității administrative teritoriale”, pentru o anumită perioadă de timp. Documentul strategic presupune viziunea de dezvoltare, direcțiile de acțiune și proiectele necesar a fi derulate în perioada respectivă. În cadrul acestor dezbateri se pot elabora și politici publice locale. Documentul strategic, după elaborare, se va supune dezbaterii în consiliul local, care îl va adopta prin hotărâre.

Obiectivele strategice sunt, de regulă, obiective pe termen mediu și lung, cu efecte asupra întregii comunități, care asigură o dezvoltare durabilă a comunității. Atingerea obiectivelor strategice presupune implicarea structurilor deliberative de la nivel local, alocarea de resurse financiare importante, angajarea de specialiști în vederea implementării proiectelor.

*Obiectivele electorale* reprezintă obiectivele care au fost cuprinse în programele electorale ale partidelor politice cu reprezentanți în consiliul local și ale primarului. Obiectivele prezentate în programele politice pe parcursul campaniei electorale trebuie să fie cuprinse în agenda de lucru și în proiectele de investiții ale celor aleși în urma scrutinului electoral. Atingerea obiectivelor electorale este foarte importantă având în vedere că cetățenii care și-au exprimat votul au ales candidații în funcție de programele și obiectivele electorale prezentate de către aceștia.

Obiectivele electorale reprezintă, în cea mai mare măsură, obiective de importanță majoră pentru comunitate și orizontul de îndeplinire al acestora este, de regulă, un ciclu electoral, respectiv 4 ani. În unele situații, este posibil ca obiectivele cuprinse în programele politice electorale să fie cuprinse în cadrul obiectivelor strategice, situație în care realizarea acestora este mai fezabilă.

Atingerea obiectivelor electorale depinde în mare măsură de configurația consiliului local după alegeri, de resursele bugetului local și, în multe cazuri, de structura politică a arcului guvernamental.

În funcție de modul de atingere a obiectivelor asumate de către autoritățile publice locale, primar și consiliu local, se poate evalua performanța administrației publice locale dintr-o unitate administrativ teritorială.

O evaluare periodică a stadiului privind atingerea obiectivelor propuse și prezentarea unor rapoarte de progres în cadrul comunității conturează nivelul de performanță al activității administrației publice locale.

O componentă importantă în ceea ce privește evaluarea performanței o reprezintă comunicarea corectă, la momentul potrivit, către principalii beneficiari ai activității administrației publice locale, respectiv comunitatea locală. Transmiterea informațiilor către cetățeni poate fi realizată astăzi prin diverse mijloace moderne, pagina web a instituției, rețele de socializare, platforme în mediul online, scrisoarea primarului etc.

## **Concluzii**

Performanța în administrația publică locală din România presupune un proces complex, multidisciplinar, cu aplicabilitate la nivel general, dar cu multiple particularități la nivelul fiecărei comunități locale.

Evaluarea performanței în administrația publică locală trebuie realizată la nivelul fiecărei comunități locale prin prisma atingerii unui complex de obiective definite atât ca atribuții ale autorităților publice locale stabilite prin lege, dar și ca obiective strategice și electoral-politice asumate de către autoritățile publice democratic alese.

Pentru sporirea acurateței în procesul de evaluare a performanței în activitatea administrației publice locale, este necesară comunicarea corectă, operativă și directă cu comunitatea locală iar, pe cât posibil, ori de câte ori este nevoie, să fie ajustată activitatea curentă pe baza feedback-ului preluat de la cetățeni.

## **Bibliografie:**

1. Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 57 din 3 iulie 2019 privind Codul administrativ, publicată în Monitorul Oficial al României nr. 555 din 5 iulie 2019.
2. Ștefănescu, A. Turlea, E., Calu, A.D., Gherghina, R., Duca, I. și Nicolae, F., „Panoptic privind conotațiile conceptului de performanță în entitățile sectorului public din România: creare versus diseminare”, raport de cercetare al proiectului ID 1827/2008, nr. 955/19.01.2009 (CNCSIS-UEFISCSU, programul PNII-IDEI), București: ASE, 2009.
3. Revista Transilvaneană de Științe Administrative, 1(48) / 2021 – accesată la data de 27.03.2023
4. <https://primariabrad.ro/proiecte-europene/> - accesată la data de 28.04.2023
5. <https://primariabrad.ro/buletinul-informativ-legea-544-2001/> -accesată la data de 28.04.2023
6. [https://www.primariadeva.ro/index.php/primaria/anunturi\\_fonduri\\_europene](https://www.primariadeva.ro/index.php/primaria/anunturi_fonduri_europene) - accesată la data de 28.04.2023
7. [https://www.primariadeva.ro/index.php/consiliul\\_local/rapoarte\\_transparenta](https://www.primariadeva.ro/index.php/consiliul_local/rapoarte_transparenta) - accesată la data de 28.04.2023

## Recensământul din România, între istorie și prezent

**Autori: Popa Iulia, Țiridis Marilena**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Stoicuța Nadia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Starting from the fact that the year 2021 was a year dedicated to the population and housing census in Romania, and more than that, it was organized and carried out in a totally new format, following the self-review method, within this work, in the first part I studied the methods and forms of review applied in Romania, starting from 1859 and until now. In the second part, in order to have an image of the future of the Romanian population, we made forecasts for a period of 4 years, starting from a demographic-statistical analysis, by applying a mathematical model on the correlation between the population and the natural increase in Romania.*

### 1. Introducere

*“Puterea națiunilor crește și scade, după cum crește și scade populația lor”*  
**Simion Mehedinți în *Politica de vorbe și omul politic* (1920)**

Pornind de la acest citat și ținând cont de faptul că populația din România este în continuă scădere, în cadrul acestei lucrări se prezintă, pe de o parte, câteva date istorice și statistice cu privire la formele de recensare aplicate în România, iar pe de altă parte, se realizează o analiză statistico-demografică pe baza unui model matematic de tip ARMAX (model autoregresiv cu medie alunecătoare cu variabile exogene).

Primele cercetări demografice, încep încă din cele mai vechi timpuri, mai exact din vremea existenței dacilor, realizându-se primele înregistrări de interes din punctele evidenței și statisticii. Statisticile datează de peste două milenii și fac referire la numărul de locuitori, suprafețe, producția principalelor culturi și numărul de animale domestice cât și alte bunuri materiale.

După cucerirea Daciei de către romani, din ordinul împăratului Traian, în anul 107, aceștia au început acțiuni de „recensare” a populației. Acestea erau bazate pe 3 domenii: „humanae, terrene et animalium” (oameni, terenuri și animale). Forma aceasta de recensământ avea să ajungă permanentă, realizându-se la 5 ani (ulterior 15), iar în acest sens la Sarmizegetuza și Apulum au fost înființate primele oficii statistice centrale (tabularium) în care sunt trecute sistematic datele care fac referire la numărul populației și statutul social al acestora. Astfel, Roma asigură timp de multe secole, în folosul său cât și față de populația teritoriilor cucerite acest sistem performant și statistic centralizat pregătindu-se pentru prima formare a poporului român și adaptarea la primele formațiuni statale românești [5].

Cu mult mai târziu, domnitorii și principii din Țara Românească, Moldova și Transilvania, aveau să implementeze un sistem mult mai avansat pentru cunoașterea resurselor țării, a numărului și stării populației, printr-un sistem de înregistrare cu caracter continuu și organizat din ce în ce mai dezvoltat. Astfel, în secolul al XV-lea, apar forme de evidență a populației și a bunurilor acestora, reprezentate prin urbarii, catastife, liste de dijme și tabele episcopale. Acestea asigurau un sistem de recrutare în rândul oastei țării, pe de o parte, iar pe cealaltă parte colectarea de biruri și dări de tot felul, care întregeau vistierile domnitorilor și sipelele boierilor. Acest sistem ajunge să fie aplicat de către oameni cu carte sau preoți, dar au fost și cazuri în care domnitorii s-au îndoit de priceperea oamenilor săi și au realizat acele înregistrări, ca de exemplu domnitorul Petre Șchiopul (1537-1594).



În secolele ce urmează, XVII-lea și XVIII-lea, sunt prezente catagrafiile în Muntenia și Moldova și conscripțiile în Transilvania și Banat, conținând detalii mult mai ample privind numărul populației și starea acesteia. Domnitorul Nicolae Mavrocordat (1670-1730) își consemnează numărul de locuitori din fiecare principat, condus de acesta (Muntenia și Moldova).

După Revoluția lui Tudor Vladimirescu de la 1821 este înființat Departamentul Treburilor Dinăuntru (Ministerul de Interne în prezent) care este alcătuit din comisia județeană. Acesta avea rolul de a realiza recenzarea pe categorii de populație, în funcție de starea civilă, vârstă, sănătate, fie în funcție de meserie și stare socială.

## 2. Istoria recensământului populației din România din perioada 1859-2011

Participând la cursurile disciplinei „Demografie și Statistică Socială”, în care printre altele, am discutat și despre cel mai recent recensământ realizat în România, cel din 2021-2022, am avut curiozitatea de a afla mai multe informații cu privire la formele din trecut (istorice) de recenzare a populației din România. Astfel, din documentele puse la dispoziție de Institutul Național de Statistică [3], dar și din alte surse demografice, în cadrul acestui paragraf, vom face o scurtă trecere în revistă a perioadelor istorice în care s-au efectuat recensăminte în România, începând cu 1859-2011.

Pentru a înțelege mult mai bine, această formă informațională demografică, vom introduce în continuare, câteva informații cu privire la ceea ce înseamnă recensământ, în general.

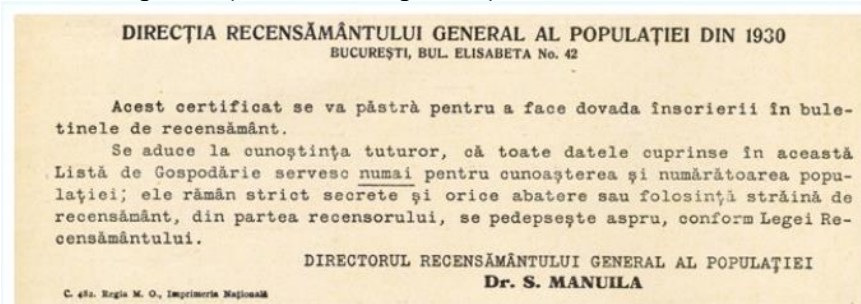
Recensământul este un instrument administrativ și socio-economic, folosit la nivelul unei țări sau a unei regiuni, și care presupune înregistrarea datelor cu privire la numărul populației rezidente. Țările lumii realizează recensăminte, cu scopul obținerii de date statistice care privesc numărul și distribuția teritorială a populației țării, în structurile demografice și socio-economice; date care fac referire la gospodăriile populației și la condițiile de locuit, date asupra veniturilor populației, cât și alte tipuri de date. Până acum, datele care erau colectate în urma recensămintelor, erau transpuse în întrebări care erau folosite în chestionarele de recensământ, jucând un rol important în viața socială și economică a țării.

Dar, haideți să vedem cum s-a realizat recensământul din România până în anul 2011. Din documentele puse la dispoziție de Institutul Național de Statistică [3], primul recensământ al populației din România despre care există date, este cel realizat în anul 1859. Acesta, este un an în care s-au realizat două evenimente majore: la data de 12 iulie 1859, Alexandru Ioan Cuza semnează „*Ordonanța domnească nr. 276 de înființare a Oficiului Central de Statistică Administrativă*”; recensământul Populației care se realizează pe perioada a doi ani, și anume 1859-1860. În această perioadă, Dionisie Pop Marțian a condus *Serviciul Statistic Central din Țara Românească*. Începând cu anul 1862, acesta a fost director al Oficiului Statistic pentru Principatele Unite, ce avea sediul în capitala României [2]. Din cauza puținelor mijloace pentru acțiunea de recenzare, rezultatele recensământului au fost prezentate în vara anului 1860 pentru Muntenia și la un an distanță s-au prezentat rezultatele pentru Moldova.

Începând cu anul 1880, Mihail Kogălniceanu a inițiat un nou proiect pentru acțiunea de recenzare, acesta nefinalizându-se. Următoarele acțiuni de recenzare, încep în anul 1884 și se vor realiza din 5 în 5 ani. Recensămintele care s-au efectuat până în anul 1888, au fost **recensăminte fiscale**, iar cel din 1899 a fost transformat de către Leonida Colescu în recensământ de populație.

**Recensământul din 1912** realizat de către Direcțiunea Statisticii Generale (era condus de Leonida Colescu) a fost desfășurat în condiții dificile datorită celor două războaie balcanice în care a fost implicată și România [6]. Principiile de organizare de care s-a ținut cont au fost: efectuarea pe baza unei legi speciale, dispunerea de resurse pentru stimularea unui corp de recenzori, obligativitatea răspunsurilor, independența față de orice operațiuni de înregistrare cu caracter fiscal. Ca o noutate, în cadrul acestui recensământ s-au realizat și „*cercetări statistice asupra clădirilor și locuințelor*”, acest lucru fiind considerat o provocare la acea vreme.

După Marea Unire, **în anul 1930 s-a realizat primul recensământ în România întregită**, fiind considerat la acea vreme *“o operă de stil mare, realizată obiectiv și fără cusur”*. Acesta a beneficiat de aportul celor mai buni specialiști de care dispunea țara noastră la acea vreme.



**Figura 1. Certificatul încrierii în buletinul de recensământ din 1930**

Sursa: Institutul Național de Statistică [5]

Următorul recensământ s-a realizat în **1941, fiind denumit Recensământul Central al României**. Institutul Central de Statistică, de la acea vreme a organizat acest recensământ, fiind considerat *“primul recensământ agricol cu adevărat sistematic”*, realizat în România.

Începând cu anul 1945, statistica românească a cunoscut o perioadă dificilă, în care a încercat să păstreze principiile de lucru și credibilitatea. Astfel, pe fondul unui sistem politic nou după cel deal doilea război Mondial, în anul **1948 are loc un recensământ în care unitatea de observare a fost “gospodăria”**. Următorul recensământ, cel din 1956 a avut ca unitate de observare “familia”, rezultatele obținute fiind publicare pe parcursul a doi ani 1956-1961. Urmează alte două recensăminte care au un cadru organizatoric asemănător celui din 1956, și anume recensământul populației și al locuințelor din 1966, respective din 1977.

Următoarele trei recensăminte au fost organizate după revoluția de la 22 decembrie 1989, în anii 1992, 2002, respectiv 2011. La înregistrarea datelor despre populație, s-a utilizat metoda interogării cu cele două variante: interogarea orală și autoînregistrarea.

### **3. Recensământului populației și locuințelor din România, din 2021-2022**

Cel mai recent recensământ desfășurat în țara noastră, este cel din 2021, care a durat doi ani. Anul 2021 a fost unul în care recensământul s-a organizat de probă, instituția organizatoare fiind Institutul Național de Statistică din România. Modul de organizare a acestui recensământ vine cu o noutate, aceea de autorecenzare on-line. Prin această formă de recenzare, populația a avut posibilitatea autorecenzării, prin completarea online a unui chestionar individual. Acest tip de organizare a recensământului, prin autorecenzare online, a adus următoarele beneficii: evitarea contactului cu persoane externe locuinței, gestionarea timpului liber conform preferințelor, asigurarea calității răspunsurilor furnizate direct de persoana recenzată [6].

Practic, autorecenzarea online consta în parcurgerea a doi pași: completarea formularului de preînregistrare, pentru toți membrii gospodăriei, respectiv, în pasul doi, fiecare membru al gospodăriei trebuia să completeze un chestionar individual, accesându-și propriul chestionar printr-un link primit pe adresa de e-mail indicată la preînregistrarea din primul pas. Acest recensământ de probă realizat în 2021, a fost considerat un exercițiu în vederea asigurării ca la momentul lansării recensământului propriu-zis, cel din 2022, acesta să se desfășoare în cele mai bune condiții [6].

Rezultatele provizorii ale Recensământului Populației și Locuințelor din România, din runda aferentă anului 2021, au înregistrat o populație rezidentă de 19.053,8 mii persoane, un număr care se află în scădere față de recensământul anterior (cel din 2011). Numărul populației rezidente de sex feminin a fost de 9.808,3 mii, reprezentând 51,5% din efectivul populației din România.

#### 4. Analiza evoluției efectivului populației din România în funcție de sporul natural

Cea mai mare influență asupra efectivului populației unei țări o are mișcarea naturală și mișcarea migratorie. Pornind de la aceste considerente, în cadrul acestui paragraf, vom realiza analiza evoluției populației din România în funcție doar de sporul natural, componentă a mișcării naturale. Pe baza modelului matematic analizat, vom realiza în finalul articolului previziuni pe o perioadă de patru ani (2022-2025), în funcție de două scenarii.

Sporul natural al populației României se poate măsura atât în valori absolute (diferența dintre numărul de născuți vii și numărul decedaților), cât și în măsuri relative (diferența dintre natalitate și mortalitate). În analiza noastră vom măsura acest indicator în mărimi absolute, adică vom colecta datele statistice ale sporului natural, în funcție de numărul născuților vii și de numărul de decedați din România. Această caracteristică demografică a mișcării naturale este pozitivă dacă numărul de născuți vii este mai mare decât numărul decedaților, este negativă dacă numărul de născuți vii este mai mic decât numărul decedaților și este zero dacă numărul celor doi indicatori amintiți mai sus, este egal.

##### 4.1. Specificarea modelului

Pentru a analiza corelația (legătura, dependența) dintre efectivul populației din România și sporul natural, vom introduce următoarele notații:

- $X = (x_i)_{i=1,n}$  sporul natural al populației din România;
- $Y = (y_i)_{i=1,n}$  populația rezidentă din România;
- $n$  reprezintă numărul de date din cadrul seriilor analizate;

În cadrul modelării matematice, sporul natural este privit ca variabilă de intrare în cadrul modelului, iar efectivul populației din România este privit ca variabilă de ieșire din model. Schematic acest model are următoarea reprezentare:

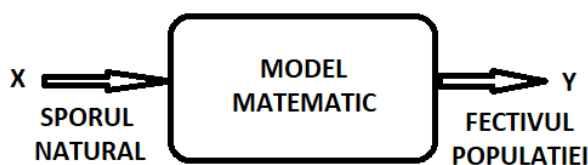


Figura 2. Schema bloc a modelului analizat

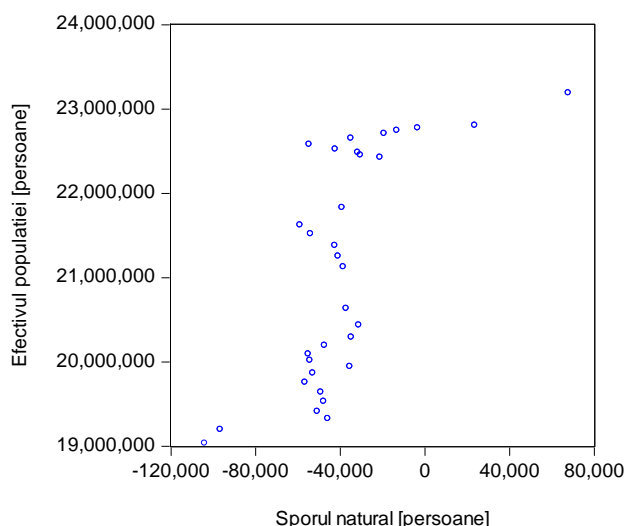
Seriile de date ale celor două variabile analizate au fost colectate de pe site-ului Institutului Național de Statistică [6], și au fost calculate în funcție de mediile de rezidență, de macroregiuni, de regiuni de dezvoltare și în funcție de sex. Perioada analizată este de 32 de ani, între 1990-2021. Datele colectate sunt introduse în tabelul următor.

Tabelul 1. Seriile de date ale variabilelor analizate

Anii	Populația rezidentă [persoane]	Sporul natural [persoane]
1990	23192274	67660
1991	22810035	23515
1992	22778533	-3462
1993	22748027	-13329
1994	22712394	-19365
1995	22656145	-35032
1996	22581862	-54810
1997	22526093	-42424
1998	22488595	-31869

1999	22455485	-30594
2000	22430457	-21299
2001	21833483	-39235
2002	21627509	-59137
2003	21521142	-54116
2004	21382354	-42629
2005	21257016	-41081
2006	21130503	-38611
2007	20635460	-37237
2008	20440290	-31302
2009	20294683	-34825
2010	20199059	-47524
2011	20095996	-55197
2012	20020074	-54435
2013	19947311	-35534
2014	19870647	-53103
2015	19760585	-56791
2016	19643949	-49255
2017	19533481	-47883
2018	19414458	-50880
2019	19328838	-45978
2020	19201662	-96802
2021	19038098	-104175

Pentru cadrul analizei vom utiliza pachetul de programe Eviews, program specializat în analiza datelor la nivel micro și macroeconomic. În cadrul cursului de Demografie și statistică socială, am utilizat acest program pentru analiza diferitelor caracteristici demografice atât la nivelul populației totale din România cât și la nivel de macror regiuni sau județe.



**Figura 3. Reprezentarea grafică a efectivului populației din România în funcție de sporul natural**

Pornind de la graficul reprezentat în Figura 1, în urma analizei seriilor de date în cadrul programului Eviews 10.1, s-a ajuns la concluzia că seriile de date sunt cel mai bine approximate printr-un model de tip **ARMAX** (model autoregresiv cu medie alunecătoare cu intrare exogenă). În cadrul analizei noastre, modelul de tip ARMAX este definit în relația următoare:

$$y_t = a_1 + a_2 \cdot x + a_3 \cdot y_{t-1} + a_4 \cdot \varepsilon_{t-1} + \varepsilon_t \quad (4)$$

unde  $\varepsilon_t$  este zgomotul alb (variabilă reziduală de medie nulă și varianță constantă).

Cei patru parametri ai modelului  $a_1, a_2, a_3, a_4$ , se determină cu metoda celor mai mici pătrate (MCMMP), valorile acestora regăsindu-se în coloana denumită Coefficient, din Tabelul 2.

**Tabel 2. Rezultatele obținute în programul Eviews 10.1**

Dependent Variable: Y  
 Method: ARMA Maximum Likelihood (OPG - BHHH)  
 Included observations: 32  
 Convergence achieved after 44 iterations

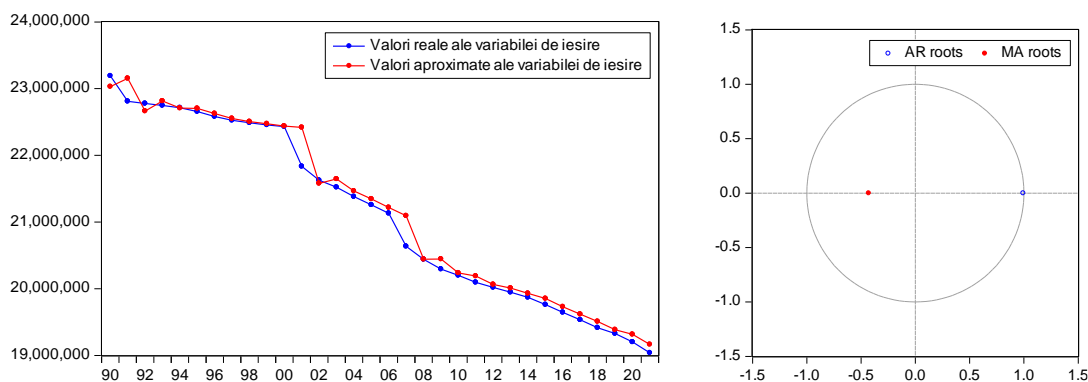
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
a <sub>1</sub>	21207444	1662171.	12.75889	0.0000
a <sub>2</sub>	4.056506	2.221602	1.825937	0.0789
a <sub>3</sub> AR(1)	0.992323	0.049507	20.04414	0.0000
a <sub>4</sub> MA(1)	0.381588	0.300768	1.268711	0.2154
SIGMASQ	2.34E+10	4.85E+09	4.828976	0.0000
R-squared	0.986616	Mean dependent var		21111141
Adjusted R-squared	0.984634	S.D. dependent var		1344568.
S.E. of regression	166674.2	Akaike info criterion		27.18369
Sum squared resid	7.50E+11	Schwarz criterion		27.41271
Log likelihood	-429.9390	Hannan-Quinn criter.		27.25960
F-statistic	497.5985	Durbin-Watson stat		1.803534
Prob(F-statistic)	0.000000			

#### 4.2. Analiza și interpretarea datelor obținute pe baza modelului ARMAX

Analizând valorile coeficienților și indicatorilor statistici reprezentați în tabelul 4, putem desprinde următoarele observații:

- valoarea lui R-squared (coeficientul de determinare) este apropiată de 1, valoarea acestui indicator arătând o dependență puternică între cele două variabile ale modelului analizat.
- Valorile mici ale celor trei indicatori ce au la baza teoria informației (Akaike, Schwartz și Hannan-Quinn), arată faptul că modelul ARMAX ales pentru analiza seriilor de date este unul foarte bun;
- pentru a verifica dacă seria reziduurilor este necorelată se aplică testul **Durbin-Watson**, a cărei statistici  $DW=1,80353$  se compară cu cele două valori critice  $d_1=1,37$  și  $d_2=1,5$ . Aceste valori sunt alese pentru un prag de semnificație de 5%, și pentru un număr de 32 observații. Deoarece dubla inegalitate  $d_2 = 1,37 < DW = 1,803 < 4 - d_2 = 2,63$ , putem trage concluzia că seria reziduurilor este necorelată;
- analizând valorile calculate ale testului  $t$  ( $t$ -Statistic), observăm că cei patru parametri ai modelului diferă semnificativ de zero;

În Figura 4 este reprezentat graficul valorilor reale ale variabilei de ieșire (roșu), în tandem cu graficul valorilor approximate prin modelul ARMAX (albastru). Așa cum se observă, modelul aproximează suficient de bine seriile de date ale celor două variabile, cele două grafice fiind foarte apropiate.



**Figura 4. Reprezentarea grafică a valorilor reale ale efectivului populației din România în tandem cu valorile approximate ale acestuia prin modelul ARMAX (stânga), rădăcinile polinoamelor caracteristice ale modelului ARMAX (dreapta)**

Pentru a testa stabilitatea modelului analizat, în Figura 3, sunt reprezentate rădăcinile polinomialelor caracteristice ale modelului ARMAX. Așa cum se poate observa în această figură, rădăcina polinomului caracteristic a modelului AR(1) se află în interiorul cercului de rază 1, iar rădăcinile polinomului caracteristic a modelului MA(1) se află situată pe cercul de rază unitară. Prin urmare putem spune că modelul analizat este unul stabil intrare-ieșire.

Pentru testarea validității modelului ARMAX, se aplică **testul Fisher** (*F-Statistic*). Valoarea acestei statistici  $F_{calculat} = 497,59$ , se compară cu valoarea critică a aceleiași statisticii  $F_{0,05;1;30} = 4,171$ , pentru un prag de semnificație de 5%. Cum următoarea inegalitate  $F_{calculat} > F_{0,05;1;30}$  este verificată putem spune că modelul este corect specificat, fiind considerat unul valid.

### 4.3. Realizarea de previziuni

Pe baza modelului matematic analizat mai sus, în cadrul acestui paragraf, vom realiza previziuni pe o perioadă de 4 ani.

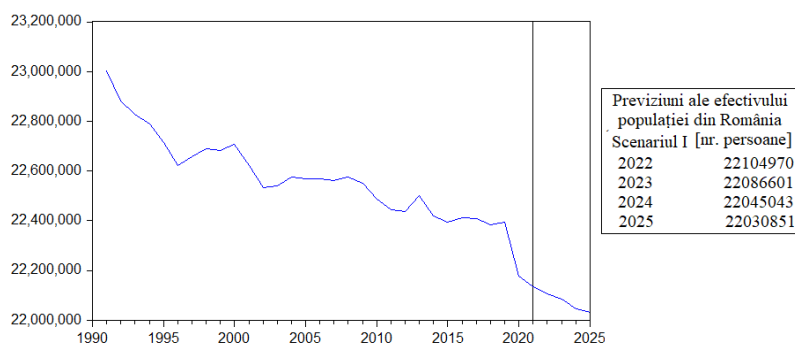
Pentru a realiza previziunile cu privire la efectivul populației din România, în perioada 2022-2025, vom considera două scenarii. Unul, în care că nivelul sporului natural al populației din România crește pe întreaga perioadă supusă previziuni și altul în care nivelul sporului natural al populației din România scade în această perioadă.

Astfel, în următorul tabel, sunt introduse valorile sporului natural al populației din România în funcție de cele două scenarii considerate.

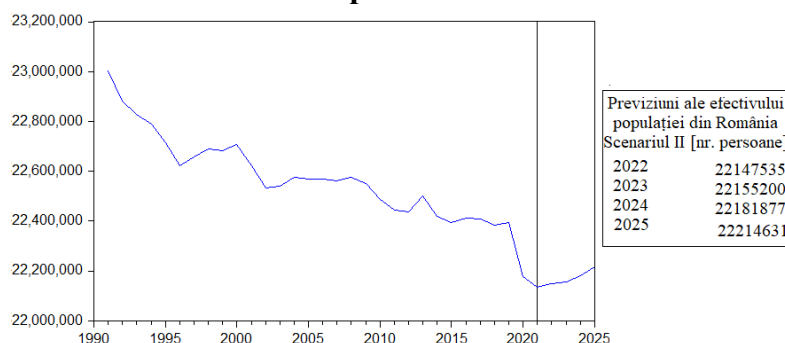
**Tabelul 3. Valorile sporului natural al populației din România**

Anii	Scenariul I- Sporul natural [nr. persoane]	Scenariul II- Sporul natural [nr. persoane]
2022	-109.245	-98752
2023	-111.236	-94325
2024	-118.963	-85231
2025	-119.963	-74658

În figurile de mai jos sunt reprezentate valorile efectivului populației din România, previzionate pentru perioada 2022-2025. Aceste valori sunt reprezentate după dreapta verticală neagră și se regăsesc în tabelul alăturat, atât pentru Scenariul I cât și pentru Scenariul II.



**Figura 5. Previžiunile realizate pe baza modelului ARMAX -Scenariul I**



**Figura 5. Previžiunile realizate pe baza modelului ARMAX -Scenariul II**

## 5. Concluzii

În cadrul acestui articol s-a realizat pe de o parte, o retrospectivă a recensămintelor organizate în România, începând cu 1859 și terminând cu anul 2022, iar pe de altă parte s-a realizat o analiză demografico-statistică cu privire la efectivul populației din România în funcție de sporul natural. Pe baza modelului de tip ARMAX analizat s-au realizat previziuni pe o perioadă de 4 ani (2022-2025).

Analizând datele previzionate cu privire la efectivul populației din România, pe baza celor două scenarii analizate, desprindem următoarele concluzii:

- ✓ În primul scenariu, în care s-a presupus că sporul natural al populației din România v-a scădea în perioada 2022-2025, a condus la un efectiv al populației din România cu trend descrescător;
- ✓ În cel de-al doilea scenariu, în care s-a presupus că sporul natural al populației din România v-a crește în perioada 2022-2025, a condus la o dinamică a populației din România cu trend ușor crescător.

Pe baza valorilor previzionate, se pot lua în viitor, o serie de măsuri cu privire la politicile demografice din România.

## Bibliografie:

1. Mehedinți, S., *Politica de vorbe și omul politic*, Convorbiri literare, 1920, pg. 229
2. <https://bucuresti.insse.ro/ce-este-recensamantul/>
3. <http://subiecte.citatepedia.ro/despre.php?s=popula%FEie>
4. <https://insse.ro/cms/files/RPL2002INS/vol1/tabele/t01.pdf>
5. <https://www.recensamantromania.ro/istoric-rpl/>
6. <https://www.recensamantromania.ro/rpl-2021/recensamant-de-proba-2021/>



## Locul serviciilor e-government în modernizarea administrației publice

**Autor: Romoșan Cristina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *E-government services - the main reason for which a reform in the field of public administration was started and represents the way of its interaction with citizens through applications based on information technology. Those services are essential for eliminating or simplifying bureaucratic procedures, for reducing public expenses, for improving access to information, for fighting corruption, making the development of e-government services imperative.*

### 1. Introducere

Serviciile e-government - cauza principală pentru care s-a început o reformă în domeniul administrației publice și reprezintă modul de interacționare a acestora cu cetățenii prin intermediul aplicațiilor bazate pe tehnologia informației. Serviciile respective sunt esențiale pentru eliminarea sau simplificarea procedurilor birocratice, pentru reducerea cheltuielilor publice, pentru îmbunătățirea accesului la informații, pentru combaterea corupției, devenind imperios necesară dezvoltarea serviciilor e-government. În acest sens se poate face referință la legea 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, art 1, care are drept scop:

- să sporească gradul de responsabilitate a administrației publice față de cetățean, ca beneficiar al deciziei administrative;
- să stimuleze participarea activă a cetățenilor în procesul de luare a deciziilor administrative și în procesul de elaborare a actelor normative;
- să sporească gradul de transparență la nivelul întregii administrații publice.

Administrația publică presupune un sistem cu multe componente și legături specifice între ele care au ca principală sarcină organizarea executării și executarea în concret a legii, în acest sistem incluzându-se organele puterii executive ale statului, administrația locală și diferite unități economice de stat sau instituții social-culturale.<sup>1</sup>

### 2. eGovernment – funcție modernă a administrației publice.

Administrația publică românească exercită, printre alte funcții, în mod deosebit pe cele de execuție, de informare, de pregătire și de prevedere<sup>2</sup>.

- *Funcția de execuție* are rolul:
  - de a organiza executarea deciziei publice, reflectată în legi;
  - de a asigura executarea lor, folosind convingerea, iar în caz de nevoie, forța publică.
- *Funcția de informare*, are drept scop informarea sistematică, ritmică și completă a puterii politice asupra stării sistemului în ansamblul său, fiind un instrument important de culegere, de prelucrare și de difuzare a informațiilor de la nivelul societății, reținând informațiile rezultate din relațiile cu administrații privitoare la nevoile actuale sau la cele viitoare ale

---

<sup>1</sup> Pantelimon Manta, Octavia Maria Cilibiu, Oana Răvaș, Claudiu Manta, *Drept administrativ*, Vol I, Editura PROUniversitaria, București, 2014, pag.41

<sup>2</sup> Pantelimon Manta, Octavia Maria Cilibiu, Oana Răvaș, Claudiu Manta, *Drept administrativ*, Vol I, Editura PROUniversitaria, București, 2014, pag.43-44



acestora pentru a cunoaște cât mai bine realitățile sociale, și totodată administrația publică, conform dispozițiilor art. III din Constituția României.

- *Funcția de pregătire(de elaborare)* a deciziilor politice a proiectelor de acte normative și a proiectelor de acte administrative, precum și colaborarea la adoptarea sau emiterea lor, nu constă numai într-o simplă formulare a propunerilor de proiect de acte normative ci mai ales de a „cere” puterii politice să țină seama de nevoile exprimate de administrație.
- *Funcția de prevedere(sau de prognozare)* a opțiunilor pe termen scurt, mediu și lung, la nivelul întregii societăți, ca și la nivelul colectivităților locale, coincide cu pregătirea viitorului, a programului de acțiune și constituie îndatorirea primordială a unui administrator. Administrației publice îi revine și<sup>3</sup>:
  - ✓ funcția de conservare a valorilor materiale și spirituale ale societății, funcția care asigură continuitatea și perenitatea societății;
  - ✓ funcția de organizare și coordonare a adaptărilor ce se impun ca urmare a transformărilor ce se produc în evoluția diferitelor componente ale societății românești, în special în structura sa economică.
  - ✓ funcția politică, legată de existența statului și fără de care omul modern nici nu poate fi imaginat.
  - ✓ funcția cu un pronunțat caracter de ocrotire a colectivității umane, în ultimă instanță a fiecărui membru al societății.

În sens formal, organic, administrația publică este acel sistem format din instituții și autorități publice, ce cuprind anumite structuri ale administrației și care realizează o activitate cu un anumit specific, ce permite organizarea executării și executarea în concret a legii. În sens material, vorbim despre executarea anumitor prestații către populație, o bună funcționare a serviciilor publice. „Administrația publică reprezintă domeniul care se ocupă de implementarea politicilor guvernamentale, având drept principal scop realizarea unui avans în managementul și politicile guvernamentale pentru ca acesta să funcționeze cât mai bine. În contextul prezentului studiu, cea mai relevantă definiție a administrației publice o reprezintă *procesul de transpunere a politicilor guvernamentale în realitatea pe care cetățenii o vad în fiecare zi.*”<sup>4</sup> Și aici, se poate observa o legătura între administrația publică și organizarea politicilor și programelor guvernamentale în folosul tuturor cetățenilor precum și a companiilor.

Creșterea politicilor guvernamentale cât și creșterea populației au provocat creșterea birocrăției din sectorul administrativ, motiv pentru care la sfârșitul anilor 1980 a apărut o nouă teorie numită Noul Management Public (NMP). NMP reunește valori care deplasează accentul de pe administrația publică tradițională pe managementul public și se orientează pe împărțirea birocrățiilor mari în agenții mai mici și mai fragmentate, stimulând astfel competiția între diferitele agenții publice. „O observație importantă este că NMP tratează indivizii ca pe “clienți” (termen specific sectorului privat), mai degrabă decât ca cetățeni. Aceasta reprezintă și principala critică adusă acestui model întrucât cetățenii nu mai sunt proprietarii (patronii) sistemului de guvernământ, ci doar ca un mijloc de a face profit.”<sup>5</sup>

Necesitatea de a găsi o nouă soluție, pentru ca serviciile publice să evolueze și să corespundă cerințelor societății, la începutul secolului 21, a apărut un nou model și anume guvernarea digitală (e-Guvernare) pentru serviciile publice, venind și ca un răspuns pentru NMP. Dezvoltarea serviciilor software și a tehnologiilor Web a oferit o modalitate de îmbunătățire a eficienței și eficacității

<sup>3</sup> Pantelimon Manta, Octavia Maria Cilibiu, Oana Răvaș, Claudiu Manta, *Drept administrativ*, Vol I, Editura PROUniversitaria, București, 2014, pag.45

<sup>4</sup> [http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere\\_rambursare\\_2/WP1-2%20RA\\_2\\_%20Anexa%203.pdf](http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere_rambursare_2/WP1-2%20RA_2_%20Anexa%203.pdf) pag.4, accesat la data de 03.02.2017

<sup>5</sup> [http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere\\_rambursare\\_2/WP1-2%20RA\\_2\\_%20Anexa%203.pdf](http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere_rambursare_2/WP1-2%20RA_2_%20Anexa%203.pdf) pag.4, accesat la data de 03.02.2017

organizațiilor birocratice mari, iar termeni precum e-Comert, e-Guvernare, e-Organizare, e-Participare au devenit tot mai utilizați în ultimii 10-15 ani.

Noțiunile de e-Guvernare și e-Guvernământ au avut un impact pozitiv pentru administrațiile publice în această perioadă, astfel s-a început folosirea site-urilor Web pentru informarea cetățenilor, a comunicării prin poșta electronică, ajungându-se până la sisteme IT hardware, cât și software, foarte avansate pentru a oferi e-cetățenilor acces la informațiile și serviciile publice. E-Guvernarea, prescurtare de la guvernare electronică, cunoscută și ca e-gov, guvernare digitală, guvernare online sau guvernare conectată, simbolizează orice formă de interacțiune digitală între Guvern, Parlament și alte instituții publice, fiind posibilă atât o legătură între ele cât și cu indivizii societății.

Astfel, e-Guvernarea se află la interferența între administrație publică, tehnologia informației și comunicații, ingineria proceselor de afaceri, precum și e-cetățenii care trebuie să folosească servicii publice oferite atât de administrație publică la nivel de oraș, provincie, național cât și internațional.

### 3. Definiție, caracteristici și obiective ale serviciilor e-Government

Din cauză că studierea și aplicarea guvernării electronice nu își are puse bine bazele, pentru că diferitele moduri de înțelegere ale cercetătorilor referitor la ceea ce este cu exactitate conceptul de e-guvernare nu ajung la un numitor comun, o definiție exactă a serviciilor e-guvernare este mai greu de formulat. În urma studierii literaturii de specialitate, am ales următoarele definiții reprezentative:

- „*E-government* reprezintă-oferirea de către stat, pe baza banilor publici, către beneficiari a unora dintre serviciile sale publice și sub formă electronică, adică prin folosirea tehnologiei informației și comunicațiilor și, în special a internetului” (Vasilache, 2008, p. 44);
- Conform Wikipedia<sup>6</sup>, *e-government* reprezintă utilizarea tehnologiei internet ca o platformă pentru schimb informațional, furnizând servicii și tranzacționând cu cetățenii afacerile și alte forțe ale guvernului;
- Colesca E.<sup>7</sup> afirmă că e-government este o alternativă mai eficientă și mai ieftină în oferirea de servicii publice „care ar permite Guvernului să fie mai aproape de cetățeni și să-și adapteze serviciile conform cerințelor acestora”.

Așadar, eGovernment este o „etapă esențială în *reforma la ghișeu*, un program de promovare a transparenței și eficienței, îmbunătățire a interacțiunii cu administrația publică și reducere a corupției” (Centrul Național de Management pentru Societatea Informațională, 2012).

Termenul de e-guvernare sau e-government în domeniul administrației publice mai este cunoscut și ca guvernare electronică.

**Guvernarea electronică-** reprezintă interacțiunea dintre guvern, parlament și alte instituții publice cu cetățenii prin intermediul mijloacelor electronice, scopul acesteia fiind definit de 3 elemente de bază:

- *Informare*: informațiile vor fi disponibile cetățenilor dar și companiilor on-line, prin publicarea lor pe site-ul web al unei instituții.
- *Comunicare*: capacitatea de a avea acces interactiv și de a face schimb de informații.
- *Tranzacție*: realizarea efectivă de servicii, inclusiv semnarea de formulare de cerere și livrări electronice ale documentelor oficiale și notificărilor.

Accesarea proiectelor de lege aflate în discuție și dezbateră acestora de către cetățeni, plata taxelor și impozitelor de către contribuabili on-line, descărcarea unor formulare, completarea unor plângeri și petiții online, prezentarea rapoartelor de activitate și buget local constituie unele din mijloacele eficiente puse la dispoziție de către stat pentru exercitarea drepturilor fundamentale ale cetățenilor, și anume: **dreptul privind liberul acces la informații, prevăzut în legea 544/2001:** „*Accesul liber și neîngrădit al persoanei la orice informații de interes public, definite astfel prin*

---

<sup>6</sup> <http://en.wikipedia.org/wiki/E-Government>

<sup>7</sup> Colesca S.E., *Internet în administrația publică*, Ed. Economică, București, 2002

prezenta lege, constituie unul dintre principiile fundamentale ale relațiilor dintre persoane și autoritățile publice, în conformitate cu Constituția României și cu documentele internaționale ratificate de Parlamentul României” (art.1)<sup>8</sup>

„Guvernarea electronică reprezintă procesul de reinvenție a sectorului public prin digitalizare și noi tehnici de management a informației, proces al cărui scop final este creșterea gradului de participare politică a cetățenilor și eficientizarea aparatului administrativ.”<sup>9</sup>

Această definiție reunește, de fapt, cele 3 trăsături de bază ale guvernării electronice:

- folosirea noilor tehnologii electronice în comunicare (e-mail, chat, site-uri Internet etc.) sau paradigma tehnică.
- aplicarea unor noi metode de management a informației sau paradigma managerială.
- creșterea gradului de participare politică a cetățenilor și creșterea eficienței aparatului administrativ sau paradigma funcțională.

În cazul în care e-Guvernarea implică folosirea tehnologiilor IT&C pentru a îmbunătăți accesul la serviciile publice sau modalitatea de livrare a acestora către contribuabili, pentru a aduce beneficii cetățenilor, companiilor și angajaților, putem deduce cele 2 categorii de obiective ale guvernării electronice (generale și specifice).

*Obiectivele generale* ale guvernării electronice sunt:<sup>10</sup>

- asigurarea accesului la informația oficială prin intermediul paginilor WEB în rețeaua Internet;
- prestarea serviciilor publice prin intermediul mijloacelor electronice pentru cetățeni și mediul de afaceri;
- sporirea gradului de participare a cetățenilor în procesul de guvernare;
- eficientizarea activității administrației publice prin optimizarea utilizării resurselor materiale și umane, precum și a timpului prestării serviciilor;
- consolidarea democrației și a instituțiilor statului de drept.

*Obiectivele specifice* ale guvernării electronice sunt, în esență, următoarele:<sup>11</sup>

- asigurarea transparenței activității autorităților administrației publice;
- crearea și implementarea sistemelor informaționale automatizate, menite să susțină procesele de reformă și dezvoltare politică, socială și economică din țară;
- dezvoltarea infrastructurii informaționale de stat;
- creșterea nivelului de pregătire a angajaților publici în domeniul tehnologiilor informaționale și de comunicații;
- dezvoltarea cadrului juridic;
- democrația electronică un pas necesar pentru procesul de reformă instituțională.

#### **4. Efectele serviciilor e-government asupra economiei, societății și sistemului de guvernare**

Printre cele mai importante avantaje aduse de e-Guvernare, putem da prioritate pentru 3 mari clase:

- Beneficii asupra economiei.
- Beneficii aduse societății.
- Beneficii de guvernare.

---

<sup>8</sup> Legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, Rectificarea publicată în Monitorul Oficial al României, Partea I, nr. 145 din 26 februarie 2002; - Legea nr. 371/2006 Legea nr. 371/2006 pentru modificarea Legii nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public; - Legea nr. 380/2006 Legea nr. 380/2006 pentru modificarea și completarea Legii nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public; - Legea nr. 188/2007 Legea nr. 188/2007 pentru completarea art. 5 din Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public.

<sup>9</sup> <http://www.edemocratie.ro/publicatii/Ghidedem.pdf>

<sup>10</sup> [http://www.seap.usv.ro/~dtiute/master/Guvernare\\_electronica.pdf](http://www.seap.usv.ro/~dtiute/master/Guvernare_electronica.pdf)

<sup>11</sup> [http://www.seap.usv.ro/~dtiute/master/Guvernare\\_electronica.pdf](http://www.seap.usv.ro/~dtiute/master/Guvernare_electronica.pdf)

Proiectele de e-guvernare care au adus beneficii economice remarcabile au făcut acest lucru prin intermediul:<sup>12</sup>

- *creșterii veniturilor*, care include toate tipurile de sisteme care pot fi utilizate pentru sporirea veniturilor guvernamentale, cum ar fi: sisteme de management al impozitării, sisteme de management al TVA, sisteme de management al proprietății fiscale, sisteme de management personalizate, precum și sisteme de management care se ocupă cu tot felul de taxe publice (de exemplu: taxele de trecere, taxele de înmatriculare a vehiculului și taxele de licență etc.);
- *unei mai bune gestionări financiare*, aceasta incluzând managementul salarizării, managementul plății și al cheltuielilor, precum și diferite tipuri de management proiect și administrare a investițiilor destinate să mențină o gestionare eficientă a fluxului de numerar;
- *îmbunătățirii și gestionării resurselor de planificare*, cum ar fi sistemele de informație geografică (GIS este fundația), a sistemelor de informație a resurselor, sisteme de management al terenurilor și proprietății, sisteme de management al activelor naționale și sisteme de management al urbanismului și construcțiilor etc.

Toate aceste sisteme pot îmbunătăți eficiența gestionării astfel încât să se obțină beneficii economice.

- *creării unui mediu de marketing și de investiții mai bun*, de exemplu, sisteme de management al afacerilor industriale și comerciale; sisteme de management al comerțului național / internațional; sisteme informaționale de piață, oferind statistici și o analiză a economiei și a noilor tehnologii; sisteme de management de brevet; sisteme informaționale de management al capitalului străin; și sisteme informaționale juridice.

Se poate spune că sistemele informaționale guvernamentale care aduc astfel de beneficii economice remarcabile, pot să crească veniturile publice și pot ajuta guvernele să ofere servicii mai bune pentru întreprinderi și cetățeni. Evident, creșterea veniturilor guvernamentale oferă guvernului mai multă putere financiară pentru a reinvesti în proiecte de e-guvernare.

Proiectele de e-guvernare, care au beneficii sociale se referă la:<sup>13</sup>

- *Îmbunătățirea serviciilor către cetățeni*, inclusiv sisteme de gestionare a serviciilor de înregistrare, cum ar fi nașteri, decese, căsătorii, divorțuri, și migrări; sisteme de management pentru emiterea cărților de identitate, pașapoarte, permise de conducere, indemnizația de șomaj și sprijinirea ocupării forței de muncă, precum și sistemele de management al înregistrării terenurilor și locuințelor, etc.
- *Consolidarea poliției și a siguranței publice*, inclusiv a sistemelor de management al controlului imigrației, managementul criminal și al închisorii, managementul controlului drogurilor, monitorizării transportului, precum și alte sisteme de management asociate publicului.
- *Îmbunătățirea educației publice și a sistemelor de management cultural*, inclusiv sistemele pentru înscrierea electronică, pentru informarea cu privire la diplome și certificate, pentru avantaje, precum e-biblioteci și centre de informare pentru comunitate, și pentru furnizarea accesului la Internet în școli și colegii, crearea de forumuri educaționale, atât pentru cadrele didactice cât și pentru elevi.
- *Îmbunătățirea îngrijirii medicale și a sănătății*, inclusiv a sistemelor de informare și a sistemelor de spitalizare pentru a face programările on-line, oferind îngrijire medicală de la distanță, și susținerea vânzării online a medicamentelor, precum și a sistemelor de informare cu privire la transplantul de organe, centre de sânge, și a sistemelor de asigurare medicală.
- *protecția mediului și sisteme informaționale ale mediului*, inclusiv sisteme informaționale de protecție a mediului, sisteme de previziuni meteorologice, monitorizarea cutremurelor și sisteme de alarmă, etc.

---

<sup>12</sup> <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan041454.pdf>

<sup>13</sup> <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan041454.pdf>

Informatizarea este un instrument puternic care nu poate doar îmbunătăți guvernul, ci și să îl transforme. Proiectele de e-guvernare avantajează guvernele prin:<sup>14</sup>

- *Îmbunătățirea eficacității și eficienței afacerilor guvernului central*, prin intermediul sistemelor de: apărare națională, siguranță și inteligență; furnizarea de informații pentru directori și guvernarea de înalt nivel; de gestionare a comunicațiilor publice și a sistemelor de telecomunicații interne; de luare a deciziilor, precum și managementul informației și al cunoștințelor.
- *Creșterea transparenței și consolidarea anti-corupție*, prin furnizarea unor sisteme mai eficiente pentru management financiar intern, managementul personalului, de audit, e-achiziții, licitație publică pentru bunuri și servicii guvernamentale etc.
- *Dezvoltarea informatizării guvernului*, prin intermediul sistemelor de gestionare a diferite tipuri de informații juridice și informații despre instrucțiunile / ordinele guvernamentale și sisteme de gestionare a documentelor, înregistrărilor și arhivelor.

### **Bibliografie:**

1. Colesca S.E., *Internet în administrația publică*, Ed. Economică, București, 2002
2. Pantelimon Manta, Octavia Maria Cilibiu, Oana Răvaș, Claudiu Manta, *Drept administrativ*, Vol I, Editura PROUniversitaria, București, 2014
3. [http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere\\_ambursare\\_2/WP1-2%20RA\\_2\\_%20Anexa%203.pdf](http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere_ambursare_2/WP1-2%20RA_2_%20Anexa%203.pdf)
4. [http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere\\_ambursare\\_2/WP1-2%20RA\\_2\\_%20Anexa%203.pdf](http://www.inseed.cimr.pub.ro/documents/Cerere_ambursare_2/WP1-2%20RA_2_%20Anexa%203.pdf)
5. <http://en.wikipedia.org/wiki/E-Government>
6. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan041454.pdf>

---

<sup>14</sup> <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un-dpadm/unpan041454.pdf>



## Eventuale revizuri ale Constituției în ceea ce privește FAMILIA

**Autor: Stanciu Elena-Nicoleta**

**Coordonator: Lect. univ. dr. Ungureanu Adelin  
Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The family is an environment in which we come into the world, develop and in turn form another family. It is a source of love and respect. And the Constitution is the fundamental law of a state that is based on general principles of state organization and at the same time the rights, freedoms and fundamental duties of citizens. In this article we will talk about a possible revision of the Constitution with regard to the family, which in turn is based on marriage as well as civil status documents, implicitly about who concludes these civil status documents.*

Conform Dicționarului explicativ al limbii române, știm că noțiunea de *familie* reprezintă „Formă socială de bază, realizată prin căsătorie, care unește pe soți (părinți) și pe descendenții acestora (copiii necăsătoriți).”<sup>1</sup>

Totodată, considerăm necesar să definim și termenii de specialitate pe care îi vom folosi în continuare și anume: constituție, referendum dar vom explica și ce reprezintă codul civil.

„**Constituția României** este legea fundamentală a statului român care reglementează, printre altele, principiile generale de organizare a statului, drepturile, libertățile și îndatoririle fundamentale ale cetățenilor. Actuala Constituție a României a fost adoptată în ședința Adunării Constituante din 21 noiembrie 1991 și a intrat în vigoare în urma aprobării ei prin referendumul național din 8 decembrie 1991.”<sup>2</sup>

„**Constituția a fost revizuită** în anul 2003 prin adoptarea Legii de revizuire a Constituției României, aprobată prin referendumul național din 18-19 octombrie 2003, lege intrată în vigoare la data de 29 octombrie 2003, data publicării în Monitorul Oficial al României.”<sup>3</sup>

„**Referendumul** reprezintă consultare directă a cetățenilor, chemați să se pronunțe, prin vot (prin „da” sau „nu”), asupra unui proiect de lege de o deosebită importanță pentru stat sau asupra unor probleme de interes general.”<sup>4</sup>

„**Codul civil** este un act normativ care cuprinde cele mai importante reglementări referitoare la raporturile dintre persoanele fizice și juridice private, inclusiv statul, atunci când acesta participă la raporturi juridice în calitate de persoană privată.”<sup>5</sup>

Conform Constituției României, art.48 – Familia, ne spune că:

„(1) Familia se întemeiază pe căsătoria liber consimțită între soți, pe egalitatea acestora și pe dreptul și îndatorirea părinților de a asigura creșterea, educația și instruirea copiilor.”<sup>6</sup>

La acest alineat este puțin discutabil faptul că se specifică familia ca fiind înfăptuită prin căsătoria între soți, nefiind specificat un număr exact al soților între care poate fi înfăptuită căsătoria acest lucru lăsând loc de interpretare. Considerăm că o eventuală revizuire al acestui alineat ar putea fi: Familia se întemeiază pe căsătoria liber consimțită între **doi** soți, pe egalitatea acestora și pe dreptul și îndatorirea părinților de a asigura creșterea, educația și instruirea copiilor.

---

<sup>1</sup> <https://dexonline.ro/definitie/familie>

<sup>2</sup> [https://ro.wikipedia.org/wiki/Constitu%C8%9Bia\\_Rom%C3%A2niei](https://ro.wikipedia.org/wiki/Constitu%C8%9Bia_Rom%C3%A2niei)

<sup>3</sup> [https://ro.wikipedia.org/wiki/Constitu%C8%9Bia\\_Rom%C3%A2niei](https://ro.wikipedia.org/wiki/Constitu%C8%9Bia_Rom%C3%A2niei)

<sup>4</sup> <https://dexonline.ro/definitie/referendum>

<sup>5</sup> [https://ro.wikipedia.org/wiki/Cod\\_civil](https://ro.wikipedia.org/wiki/Cod_civil)

<sup>6</sup> Art.48 – Familia, alin. (1), Constituția României

În acest sens, a avut loc în data de 6 și 7 octombrie 2018, un referendum de modificare a Constituției având la bază inițiativa cetățenească demarată de Coaliția pentru familie, la sfârșitul anului 2015. Acest referendum a vizat înlocuirea sintagmei „*între soți*” din art. 48 alin.(1) al Constituției României cu una mai exactă, mai precisă dar și mai restrictivă totodată și anume cea de „*între un bărbat și o femeie*” aceasta fiind sprijinită de către Biserica Ortodoxă și de Biserica Catolică, cu toate că, într-un fel sau altul, sintagma ce se cere a fi înlocuită se subînțelege fără a lăsa loc de interpretare în art. 277 din Codul civil care interzice alte forme de conviețuire în afară de cele dintre un bărbat și o femeie, dar în același timp poate fi modificat fără consultarea populației. Cu alte cuvinte, prin acest referendum se urmărea interzicerea constituțională a căsătoriilor între persoanele de același sex, cu atât mai mult cu cât România este una dintre țările europene care nu este de acord cu căsătoria cuplurilor de același sex spre deosebire de alte țări, care permit acest lucru. Această inițiativă a strâns numărul de semnături necesare pentru a putea pune bazele unui proiect de lege constituțională, dar, cu toate acestea, organizațiile care apără drepturile omului, au considerat prin această modificare, ca pe o încălcare sau îngrădire a drepturilor LGBT (este o prescurtare folosită ca termen colectiv pentru comunitatea persoanelor lesbiene, gay, bisexuale și transgen).

Propunerea de revizuire a fost avizată pozitiv și de Camera Deputaților în data de 27 martie 2017, însă organizarea referendumului a fost amânată deoarece un număr de aproximativ 38 de senatori din diferite partide politice au atacat noua formă a legii referendumului la Curtea Constituțională a României, acesta din urmă respingând ulterior această sesizare.

În septembrie 2018, Senatul adoptă în final propunerea de revizuire a Constituției având 107 voturi „pentru”, 13 voturi „împotriva” și 7 abțineri. Întrebarea la care alegătorii trebuiau să răspundă cu „DA” sau „NU” a fost: „*Sunteți de acord cu Legea de revizuire a Constituției României în forma adoptată de Parlament?*”

În final, acest referendum a eșuat pe motivul neatingerii pragului de validare, prezența efectivă la urne fiind mult mai mică decât ar fi fost necesar pentru revizuire, undeva sub 30%.

„(2) Condițiile de încheiere, de desfacere și de nulitate a căsătoriei se stabilesc prin lege. Căsătoria religioasă poate fi celebrată numai după căsătoria civilă.”<sup>7</sup>

De asemenea și aici este ușor discutabil faptul că, nu este evidențiat rolul bisericii, indiferent de religia avută în organizarea căsătoriei religioase, atunci când soții căsătoriți își doresc să realizeze și căsătoria religioasă.

„(3) Copiii din afara căsătoriei sunt egali în fața legii cu cei din căsătorie.”<sup>8</sup>

În continuarea acestui alineat, prin revizuirea Constituției, s-ar putea propune adăugarea încă unui alineat care ar putea fi următorul: „Statul român va asigura creșterea, educația și instruirea copiilor minori ori după caz, până la finalizarea studiilor conform legii, pentru copii instituționalizați indiferent de motive”<sup>9</sup>.

Din cele prezentate mai sus, observăm că, *familia* are la bază căsătoria între soți. Mai departe, prin căsătorie, soții au îndatoriri unul față de celălalt conform articolului 309 din Codul Civil, care ne spune că:

(1) „Soții își datorează reciproc respect, fidelitate și sprijin moral.”<sup>10</sup>

(2) „Ei au îndatorirea de a locui împreună. Pentru motive temeinice, ei pot hotărî să locuiască separat.”<sup>11</sup>

Din cele două alineate, putem deduce că, prin căsătorie, fiecare dintre părți are atât drepturi cât și obligații unul față de celălalt. Pe tot parcursul căsătoriei ei trebuie să își respecte aceste îndatoriri.

<sup>7</sup> Art.48 – Familia, alin. (2), Constituția României

<sup>8</sup> Art.48 – Familia, alin. (3), Constituția României

<sup>9</sup> Ungureanu Adelin, „Legea fundamentală a României. Propunere de revizuire”, Ed. Universitas, Petroșani, 2021, p. 62.

<sup>10</sup> <https://www.codulcivil.ro/art-309-îndatoririle-sotilor/>

<sup>11</sup> <https://www.codulcivil.ro/art-309-îndatoririle-sotilor/>

Dar există situații în care soții consideră că nu mai pot conviețui împreună din diferite motive și i-au decizia, fie de comun acord fie individual, ca această căsătorie să ia sfârșit.

Așa cum am menționat mai sus, în art.48 – Familia din Constituția României, precum că încheierea, desfacerea și de nulitatea căsătoriei se stabilesc prin lege, mai departe vorbim despre divorțul administrativ (la primărie). Dar înainte să începem să vorbim despre acest subiect, considerăm necesar de precizat faptul că în doctrina de drept civil se consideră că în *sens restrâns* (în sensul de *instrumentum probationes*<sup>12</sup>) actele de naștere, de căsătorie, de deces sunt acte de stare civilă, iar într-un *sens larg*, noțiunea de „acte de stare civilă includ și certificatele eliberate pe baza actelor de căsătorie, naștere și deces, în condițiile legii.”<sup>13</sup>, de asemenea și acest subiect este destul de amplu și se poate dezvolta doar că de această dată nu vom intra în detalii amănunțite.

Ca urmare a celor prezentate mai sus, conform art. 99 – Dovada stării civile din Noul Cod Civil putem spune că dovada stării civile se face prin acte de naștere, căsătorie, deces întocmite conform legii și înregistrate în registrele de stare civilă și nu numai, dovada se poate face și prin hotărâre judecătorească prin care se stabilește o anumită stare civilă, bineînțeles că o hotărâre judecătorească ulterioară admisă, anulează efectul primei hotărâri judecătorești la data rămânerii definitive a celei de a doua, spre exemplu hotărârea judecătorească din urma unui divorț sau desfacere a unei căsătorii încheiată printr-un proces.

Știm cu toții că încheierea unei căsătorii este realizată de către ofițerul de stare civilă și are loc la sediul primăriei, acest lucru este menționat în art. 279 alin. (1) din Noul Cod Civil, care, „are dreptul de a-și exercita atribuțiile numai în limita unităților administrativ teritoriale, determinată prin lege.”<sup>14</sup>

Pentru prima dată, rolul de ofițer al stării civile revenea autorităților administrative orașenești și comunale. Constituția din 1866 consacră caracterul laic al actelor de stare civilă, înregistrarea lor făcându-se de către organe de stat locale, caracter păstrat și de Constituția din 1923.

Așadar, încheierea, desfacerea sau nulitatea căsătoriei se poate realiza prin divorț administrativ (la primărie) acest lucru fiind realizat tot de către ofițerul de stare civilă dar cu unele condiții:

- „Dacă soții sunt de acord cu divorțul și nu au copii minori, născuți din căsătorie, din afara căsătoriei sau adoptați și cu acordul părinților”<sup>15</sup>

- „Divorțul prin acordul soților poate fi constatat de notarul public și în cazul în care există copii minori născuți din căsătorie, din afara căsătoriei sau adoptați, dacă soții convin asupra tuturor aspectelor referitoare la numele de familie pe care să îl poarte după divorț....”<sup>16</sup>

În ceea ce privește **competența ofițerului de stare civilă**, pot fi deosebite mai multe aspecte:

a) *„competența materială* (ratione materiae): cel care instrumentează încheierea căsătoriei trebuie să aibă calitatea de ofițer de stare civilă, altfel căsătoria este lovită de nulitate absolută. Cu toate acestea, căsătoria va produce efecte ca și cum ar fi valabilă, dacă a fost celebrată de o persoană care a exercitat în mod public atribuțiile de ofițer de stare civilă, cu respectarea prevederilor legale, chiar dacă acea persoană nu avea această calitate. Este o aplicație a principiului error communis facit ius consacrat de art. 17 din Codul civil, în aplicarea căruia art. 102 din Codul civil reglementează expres actele întocmite de un ofițer de stare civilă întocmite de o persoană care a exercitat în mod public atribuțiile de ofițer de stare civilă, cu respectarea tuturor prevederilor legale, sunt valabile, chiar dacă acea persoană nu avea această calitate, afară de cazul în care beneficiarii acestor acte au cunoscut, în momentul întocmirii lor lipsa acestei calități.

b) *competența personală* (ratione personae): ofițerul de stare civilă este competent dacă cel puțin unul dintre viitorii soți își are domiciliul sau reședința în localitatea unde urmează să se încheie

<sup>12</sup> Boroi, G., Drept civil. Partea generală. Persoanele, Ed. Hamangiu, București, 2010, p.390

<sup>13</sup> Boroi, G., Drept civil. Partea generală. Persoanele, Ed. Hamangiu, București, 2010, p.390

<sup>14</sup> METODOLOGIE cu privire la aplicarea unitară a dispozițiilor în materie de stare civilă, cap. I, art. 2, alin. (2)

<sup>15</sup> Art. 375 alin. (1) din Noul cod Civil

<sup>16</sup> Art. 375 alin.(2) din Noul cod Civil



căsătoria. Alegerea aparține viitorilor soți; nerespectarea competenței personale nu este sancționată cu nulitatea căsătoriei. În art. 279 alin.(2) din Codul civil și art. 24 alin (3) din Legea nr. 119/1996 prevăd că, prin excepție, căsătoria se poate celebra, cu aprobarea primarului, de către un ofițer de stare de la o altă primărie decât cea în a cărei rază teritorială domiciliază sau își au reședința viitorii soți cu obligativitatea înștiințării primăriei de domiciliu sau reședință a viitorilor soți, în vederea publicării declarației de căsătorie.

c) *competența teritorială* (ratione loci): este determinată de limitele teritoriului comunei, orașului, municipiului unde se află serviciul public comunitar local de evidență a persoanelor în cadrul căruia funcționează ofițerul de stare civilă. Încălcarea dispozițiilor legale privind competența ratione loci nu se sancționează cu nulitatea căsătoriei.”<sup>17</sup>

Din cele prezentate mai sus rezultă că, din punctul de vedere al competenței ofițerului de stare civilă, ceremonia de căsătorie este condiționată doar de respectarea competenței materiale deoarece numai această condiție este cerută pentru validare.

În concluzie, familia este un mediu în care venim pe lume, ne dezvoltăm și la rândul nostru ne întemeiem o altă familie.

Familia este un izvor de iubire și respect. Iar Constituția este legea fundamentală a unui stat, care are la bază principii generale de organizare a statului și totodată drepturile, libertățile și îndatoririle fundamentale ale cetățenilor.

## **Bibliografie:**

1. Art. 17 Codul civil
2. Art. 24 alin (3) din Legea nr. 119/1996
3. Art. 48 alin. (1), (2), (3) Constituția României
4. Art. 99 – Dovada stării civile, alin. (1); (3) din Noul Cod Civil
5. Art. 102 Codul civil
6. Art. 279 – Locul încheierii căsătoriei alin. (1) Codul civil
7. Art. 309 Codul civil
8. Art. 375 alin. (1) din Noul cod Civil
9. Boroi, G., Drept civil. Partea generală. Persoanele, Ed. Hamangiu, București, 2010
10. METODOLOGIE cu privire la aplicarea unitară a dispozițiilor în materie de stare civilă, Cap. I, art. 2, alin.(2)
11. Ungureanu Adelin, „Legea fundamentală a României. Propunere de revizuire”, Ed. Universitas, Petroșani, 2021
12. <https://dexonline.ro/definitie/familie>
13. <https://www.codulcivil.ro/art-309-indatoririle-sotilor/>
14. [https://ro.wikipedia.org/wiki/Cod\\_civil](https://ro.wikipedia.org/wiki/Cod_civil)
15. <https://legeaz.net/dictionar-juridic/competenta-ofiter-stare-civila>

---

<sup>17</sup> <https://legeaz.net/dictionar-juridic/competenta-ofiter-stare-civila>

## Contencios administrativ - soluționarea cazurilor de practică neunitară la ICCJ

**Autor: Vlad (Checheriță) Eufrozina**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Cenușe Melinda**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The purpose of law is to regulate the social life of the community. In this written paper we will analyze one of the cases, in which the courts of law came to different decisions based on different interpretations of the same law, and the way in which ICCJ decides the uniform application of the legislation in some cases of non-unitary practice, in the interest of citizens.*

### 1. Considerații introductive

Încă de la începuturile civilizației, pentru a se putea dezvolta și progresa, oamenii au instituit o serie de norme și reguli în comunitățile în care trăiau, stabilind totodată pedepse pentru încălcarea acestora. Odată cu trecerea timpului, datorită progresului și a creșterii populației, aceste reguli au devenit din ce în ce mai numeroase și mai complexe astfel încât, pentru menținerea relațiilor și echilibrului în comunitățile din ce în ce mai mari și diversificate, ele au fost transformate în legi obligatorii de respectat de fiecare membru al comunității respective.

Intrarea în epoca modernă, avântul tehnologic și democrația au avut ca efect diversificarea accelerată a nevoilor oamenilor și a raporturilor dintre ei, acest lucru determinând necesitatea modificării cadrului legislativ, reglementarea legală a acestora, prin adaptarea legilor existente și implementarea unora noi, menite să tină pasul cu evoluția societății.

În acest context, pentru o mai bună claritate, evidentă și aplicabilitate, cadrul legislativ creat a fost structurat pe ramuri, în funcție de specificul activităților pe care le reglementează.

Într-un stat democratic și civilizată, funcționarea administrației publice în interesul cetățenilor și echilibrul între aceste părți, are un rol extrem de important pentru stabilitatea și dezvoltarea sa.

Instrumentul prin care administrații se pot apăra de abuzurile administrației este reprezentat de instituția contenciosului administrativ. Aceasta cuprinde totalitatea litigiilor dintre autoritățile publice și cei vătămați în drepturile și interesele lor legitime, date în competența secțiilor de contencios administrativ ale instanțelor judecătorești.

În raporturile dintre cetățeni și autoritățile publice, LEGEA CONTENCIOSULUI ADMINISTRATIV are o importantă esențială. Conform acestei legi, „orice persoana care se consideră vătămată într-un drept al sau ori într-un interes legitim, de către o autoritate publică, printr-un act administrativ sau prin nesoluționarea în termenul legal a unei cereri, se poate adresa instanței de contencios administrativ competente, pentru anularea actului, recunoașterea dreptului pretins sau a interesului legitim și repararea pagubei ce i-a fost cauzată. Interesul legitim poate fi atât privat, cât și public.”

Deși legiuitorul încearcă crearea unui cadru legislativ care să acopere orice problemă poate apărea, în realitate există numeroase cazuri în care, datorită dinamicii societății sau a unor situații specifice, legea existentă este incompletă sau aplicată neunitar, fiind astfel necesară modificarea, completarea sau clarificarea acesteia.

În cele ce urmează doresc să supun atenției un astfel de caz, care a generat o practică neunitară în jurisprudență, lucru care a determinat acțiunea de recurs în interesul legii în fața Înaltei Curți de Casație și Justiție. Astfel, voi vorbi despre Decizia ICCJ nr.25/2017, privind contestarea certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi sau care conține alte limitări.

## **2. Decizia ICCJ-RIL nr. 25/2017. Contestarea certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi sau care conține alte limitări**

Înalta Curte de Casație și Justiție a fost chemată să judece recursul în interesul legii, în urma sesizării formulate de către procurorul general al Parchetului de pe lângă ICCJ privitor la „interpretarea și aplicarea art. 6 alin. (1) și art. 7 alin. (1) din Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare, raportat la art. 2 alin. (1) lit. c), art. 2 alin. (1) lit. i) teza I și art. 8 alin. (1) din Legea contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare, cu referire la posibilitatea efectuării controlului de legalitate, pe cale separată, asupra certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi pe terenul proprietatea justițiabilului sau care conține și alte limitări”.

În referatul prezentat de magistratul asistent al Procurorului General al Parchetului prin care a fost justificată sesizarea către ICCJ, au fost depuse hotărâri judecătorești referitoare la problema sesizată, precum și un raport comun întocmit de judecătorii raportori ai instanțelor judecătorești pentru a expune în fața Curții jurisprudența neunitară și argumentele care au determinat formularea acestei sesizări. În sesizare se arată că, deși certificatul de urbanism nu este un act administrativ în sine, el fiind un act premergător de completare a dosarului pentru obținerea autorizației de construcție, care este actul administrativ urmărit a se obține, un aviz negativ al certificatului de urbanism oprește orice demersuri care ar putea fi făcute pentru obținerea actului administrativ dorit, respectiv autorizația de construcție.

Conform legii, în procesul de obținere a autorizației de construcție, orice persoană fizică sau juridică trebuie să parcurgă anumite etape, să anexeze o serie de documente specifice la dosarul pentru obținerea acesteia.

Printre aceste demersuri, pentru completarea documentației, este necesară obținerea certificatului de urbanism ca pas premergător obținerii autorizației de construcție, acesta nefiind considerat act administrativ, el neavând efecte juridice, ci o operațiune administrativă prealabilă de informare și completare în cadrul dosarului, prin care solicitantului i se aduc la cunoștință condițiile legale pe care trebuie să le îndeplinească conform Legii 50/1991. Datorită acestui fapt, pe parcursul derulării procesului de obținere a autorizației de construcție, certificatul de urbanism nu poate fi atacat la instanța de judecată, solicitantul neavând nici o posibilitate de a-l contesta decât după eventuala obținere sau a respingerii cererii de autorizare, lucru ce îi îngreuează dreptul de a sesiza instanța de contencios administrativ conform Legii nr.554/2004, art.8, pct 1.

Luat în ansamblul procesului de autorizare ,atunci când este acordat, certificatul de urbanism îndeplinește aceste elemente de procedura de completare și urmărire a obținerii unei autorizații (act administrativ), și nu are nici un alt efect în afară de a evidenția îndeplinirea tuturor condițiilor legale pentru a se putea construi. Totuși, atunci când certificatul de urbanism este negativ, având interdicția de a construi sau impunând restricții de construcție, atunci acesta îndeplinește condițiile și produce efectele juridice ale unui act administrativ, conform Legii 554/2004, art. 2, lit c), scopul final urmărit de cetățean nemaiputând fi obținut deloc, sau obținut doar în anumite condiții și cu limitări.

La examinarea jurisprudenței la nivel național au fost evidențiate două orientări în abordarea acestei probleme de drept.

Pentru a ne putea raporta la acestea, voi evidenția mai întâi semnificația dată de legiuitor celor doi termeni importanți asupra cărora este dezbaterea:

Conform definiției termenilor legali utilizați de către legiuitor în formularea legii nr. 554/2004 ,actul administrativ reprezintă actul unilateral cu caracter individual sau normativ emis de o autoritate publică, în regim de putere publică, în vederea organizării executării legii sau a executării în concret a legii, care dă naștere, modifică sau stinge raporturi juridice; sunt asimilate actelor administrative, în sensul prezentei legi, și contractele încheiate de autoritățile publice care au

ca obiect punerea în valoare a bunurilor proprietate publică, executarea lucrărilor de interes public, prestarea serviciilor publice, achizițiile publice; prin legi speciale pot fi prevăzute și alte categorii de contracte administrative supuse competenței instanțelor de contencios administrativ.

În ceea ce privește certificatul de urbanism, acesta este definit în Legea nr 50/1991, la art 6, punctele a,b c,d, unde se declara că, certificatul de urbanism este actul de informare prin care autoritățile fac cunoscute solicitantului informațiile privind regimul juridic, economic și tehnic al terenurilor și construcțiilor existente la data solicitării, în conformitate cu prevederile planurilor urbanistice și ale regulamentelor aferente acestora ori ale planurilor de amenajare a teritoriului, după caz, avizate și aprobate potrivit legii; stabilesc cerințele urbanistice care urmează să fie îndeplinite în funcție de specificul amplasamentului; stabilesc lista cuprinzând avizele/acordurile necesare în vederea autorizării; încunoștințează investitorul/solicitantul cu privire la obligația de a contacta autoritatea competentă pentru protecția mediului, în scopul obținerii punctului de vedere și, după caz, al actului administrativ al acesteia, necesare în vederea autorizării.

Revenind la cele două orientări semnalate în practica instanțelor judecătorești și prezentate în referatul de justificare a acestei acțiuni către ICCJ, putem aprecia că, într-un prim punct de vedere se consideră că, certificatul de urbanism prin care se dispune interdicția de construcție nu este un act administrativ în sensul prevederilor art. 2 alin. (1) lit. c) din Legea nr. 554/2004, ci este un act de informare, este doar o operațiune administrativă prealabilă, prin care solicitantului i se aduc la cunoștință condițiile legale pe care trebuie să le îndeplinească pentru a obține autorizația de construire, potrivit Legii nr. 50/1991. Datorită acestui fapt, se consideră că anularea certificatului de urbanism poate fi admisă numai odată cu anularea autorizației de construcție, care este actul administrativ în virtutea căruia certificatul a fost eliberat ca document premergător de informare. În acest caz putem observa aplicarea legii în forma absolută, literă cu literă, fără a se lua în considerare spiritul legii, dat de logica, aprecierea și interpretarea rațională a factorului uman, judecătorul de caz.

În cea de-a doua orientare de jurisprudență, legiuitorul a apreciat că cererea prin care se solicită anularea certificatului de urbanism care interzice construcția sau are alte limitări se încadrează în dispozițiile art. 8 alin. (1) teza a II-a din Legea nr. 554/2004, și subliniază nevoia ca instanța care analizează acest caz trebuie să evalueze conduita autorității administrative prin prisma scopului legii și potrivit proporționalității măsurii administrative individuale în raport cu interesul public urmărit.

În cadrul acestei abordări s-a evidențiat faptul că, certificatul de urbanism, care impune restricția de a construi sau alte limitări, nu mai poate fi calificat drept act premergător, deoarece acesta nu va mai fi urmat de emiterea autorizației de construire, neputând fi folosit în acest scop. Astfel, dacă modul în care autoritatea publică a aplicat dispozițiile legii nu poate fi verificat, înseamnă că solicitantul acestui act nu are nici o posibilitate de contestare a lui, fiind obligat să accepte punctul de vedere a autorității care l-a emis, îngrădindu-i-se astfel dreptul la accesul liber la justiție.

Accesul liber la justiție reprezintă un drept fundamental, statuat atât în Constituția României la art.20, cât și în Carta Europeană a Drepturilor Omului art.6, unde este evidențiat faptul că orice persoana este liberă să formuleze, după libera sa apreciere, o acțiune în justiție fie ea și nefondată, iar statul este obligat, prin instanța competentă, să se pronunțe asupra acestei acțiuni.

Conform acestor drepturi, dacă certificatul de urbanism este negativ, instanța de contencios este îndreptățită, la cererea persoanei care se consideră vătămată într-un drept al său, să verifice dacă există un refuz nejustificat al autorității publice pentru soluționarea favorabilă a cererii, deoarece, stopându-se procedura de avizare, este evident că actul administrativ urmărit nu mai poate fi obținut, anulându-se astfel și obținerea ulterioară a bunului material, construcția, în patrimoniul solicitantului. În lipsa posibilității de a ataca în instanță avizul nefavorabil asupra certificatului de urbanism poate aduce atingere dreptului de proprietate, în substanța sa, prin împiedicarea proprietarului de a exercita atribuțiile acestui drept, respectiv posesia, folosința și dispoziția. În acest

caz, demersul juridic al reclamantului, în calitate de proprietar care acuză restrângerea dreptului său de proprietate este pe deplin justificat, conform art.44 din Constituția României și art.1 din Protocolul C.E.D.O.

Luând în considerare faptul că unul dintre principiile fundamentale ale unui stat democratic este păstrarea unui echilibru între interesul general al societății și protejarea drepturilor fundamentale ale individului, ingerința autorității publice în respectarea dreptului de proprietate trebuie să respecte principiul legalității. Din acest motiv, atunci când certificatul de urbanism împiedică sau limitează o construcție, poate fi supus controlului judecătoresc în instanțele de contencios administrativ.

Astfel, prin decizia sa, ICCJ apreciază că instanțele care au permis exercitarea controlului de legalitate asupra certificatului de urbanism în care s-a dispus interdicția sau conține limitări au acționat în litera și spiritul legii, deoarece, dacă s-ar accepta interpretarea contrară, în care certificatul de urbanism nu poate fi contestat decât în cadrul unei acțiuni formulate împotriva autorizației de construcție, în cazul în care aceasta nu este obținută, ar însemna că acest act nu mai poate fi supus în nici un fel controlului de legalitate, proprietarului fiindu-i îngrădită folosința dreptului de proprietate, fără a i se recunoaște dreptul de acces la o instanță de judecată.

Plecând de la dispozițiile art. 20 alin. (1) din Constituția României, conform căruia „dispozițiile constituționale privind drepturile și libertățile cetățenilor vor fi interpretate și aplicate în concordanță cu Declarația Universală a Drepturilor Omului, cu pactele și cu celelalte tratate la care România este parte”, se impune să se recunoască persoanei vătămate prin emiterea unui certificat de urbanism, care conține interdicția de a construi sau alte limitări, posibilitatea sesizării pe cale separată a instanței de contencios administrativ.

### **3. Concluzii**

Plecând de la soluția dată de ICCJ în soluționarea acestui recurs în interesul legii privind interpretarea și aplicarea neunitară a art. 6 alin. (1) și art. 7 alin. (1) din Legea nr. 50/1991 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții, republicată, cu modificările și completările ulterioare, raportat la art. 2 alin. (1) lit. c), art. 2 alin. (1) lit. i) teza I și art. 8 alin. (1) din Legea contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare, referitor la posibilitatea efectuării controlului de legalitate, pe cale separată, asupra certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi pe terenul proprietatea justițiabilului sau care conține și alte limitări, considerăm binevenită în practică judiciară această decizie dată pentru aplicarea unitară a textelor de lege menționate anterior.

Astfel, din analiza acestei decizii putem observa că, desi certificatul de urbanism că act de execuție premergător, este întotdeauna producător de anumite efecte juridice, atunci când este urmat de obținerea autorizației de construcție, aceste efecte juridice ale sale nu mai pot fi privite în mod independent, ele fiind incluse în totalitate în efectele actului administrativ final, iar acțiunea formulată exclusiv împotriva unui astfel de act este inadmisibilă.

Când însă prin conținutul său concret, prin interdicția de construire sau prin limitările pe care le conține, certificatul de urbanism nu mai este urmat de obținerea autorizației de construcție, efectele juridice pe care le produce capătă o semnificație de sine stătătoare, conferind certificatului de urbanism caracteristicile unui veritabil act administrativ, atunci, dată fiind natura juridică de act administrativ pe care o dobândește certificatul de urbanism, acțiunea în anulare formulată în mod exclusiv împotriva acestui act este admisibilă și este posibilă exercitarea controlului de legalitate, pe cale separată, asupra certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi sau care conține alte limitări.

Rezultă din această decizie a ICCJ natura juridică de act administrativ a certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi sau care conține alte limitări, în unele cazuri acesta fiind calificat că manifestare a unui refuz de a soluționa o cerere, deci o manifestare de

voință explicită din partea autorității publice de a nu rezolva cererea unei persoane, fiind posibilă, în consecință, exercitarea, de către instanța de contencios administrativ competentă, a controlului de legalitate a acestui act.

**Bibliografie:**

1. Cenuse Melinda (2021) *Drept administrativ*, Editura Universitas, Petroșani.
2. Decizia ICCJ-RIL nr. 25/2017. *Contestarea certificatului de urbanism prin care s-a dispus interdicția de a construi sau care conține alte limitări*, publicată în Monitorul Oficial nr. 194 din 02 martie 2018.
3. Legea nr.554/2004, privind Contenciosul administrativ.

## Evaluarea digitalizării serviciilor publice din România

**Autor: Voicu Victoria**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila  
Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The digitalization of public services in Romania is an ongoing process aimed at improving the efficiency and accessibility of public services for citizens and businesses. The Romanian government has been working to modernize its administrative processes and make them more user-friendly by leveraging digital technologies. One significant milestone in this effort was the launch of the Electronic Register of Public Services (Serviciul Electronic de Înregistrare a Cererilor, or SEI) in 2016. SEI is a centralized platform that allows citizens and businesses to access and submit requests for a wide range of public services online, such as obtaining a birth certificate or paying taxes. While there have been significant strides in the digitalization of public services in Romania, there are still challenges to overcome. These include ensuring adequate infrastructure and connectivity, addressing concerns around data privacy and security, and improving digital literacy among citizens.*

### 1. Caracteristicile generale ale digitalizării serviciilor publice

Digitalizarea serviciilor publice este un proces prin care instituțiile publice își modernizează modul de prestare a serviciilor prin intermediul tehnologiei digitale. Aceasta presupune utilizarea internetului și a altor tehnologii digitale pentru a furniza servicii publice mai eficiente și mai accesibile cetățenilor.

Printre avantajele digitalizării serviciilor publice se numără:

- Accesibilitate crescută: cetățenii pot accesa serviciile publice de la orice locație și în orice moment, prin intermediul internetului.
- Reducerea timpului de așteptare: digitalizarea serviciilor publice poate reduce timpul necesar pentru a primi servicii publice, deoarece cetățenii pot accesa și finaliza serviciile online.
- Economii de costuri: instituțiile publice pot economisi costuri prin digitalizarea serviciilor publice, deoarece acestea pot fi furnizate fără nevoia de personal suplimentar și pot reduce costurile de imprimare și stocare a documentelor.
- Îmbunătățirea transparenței: prin digitalizarea serviciilor publice, cetățenii pot accesa informații mai ușor și mai rapid și pot urmări mai bine stadiul în care se află cererile lor.

Digitalizarea serviciilor publice reprezintă o tendință globală, care se dezvoltă rapid, iar multe guverne și instituții publice își concentrează eforturile în acest sens. În acest context, dezvoltarea de platforme și servicii digitale este o prioritate pentru mulți guvernanți, iar tehnologiile digitale, cum ar fi cloud computing, blockchain și inteligența artificială sunt considerate cheia pentru a oferi servicii mai rapide și mai eficiente cetățenilor.

Digitalizarea serviciilor publice poate include o gamă largă de servicii, inclusiv înregistrarea nașterilor, deceselor sau căsătoriilor, eliberarea actelor de identitate și permiselor de conducere, plata taxelor și a impozitelor, solicitarea certificatelor de sănătate sau de criminalitate și multe altele. În plus, digitalizarea serviciilor publice poate avea și un impact semnificativ asupra mediului, prin reducerea consumului de hârtie și a altor resurse necesare pentru a furniza servicii tradiționale. Cu toate acestea, digitalizarea serviciilor publice nu trebuie să se bazeze numai pe tehnologie, ci și pe nevoile și preferințele cetățenilor. Astfel, este important ca guvernele și instituțiile publice să ia în considerare nevoile și feedback-ul cetățenilor în timpul procesului de digitalizare, pentru a asigura o tranziție cât mai ușoară și o utilizare cât mai eficientă a serviciilor publice digitale.

Digitalizarea serviciilor publice a devenit o necesitate imperativă în contextul pandemiei COVID-19. Întrucât distanțarea socială este esențială pentru a preveni răspândirea virusului, serviciile publice tradiționale, cum ar fi întâlnirile față în față și încărcarea documentelor în persoană, au devenit mai dificil de oferit.

Prin urmare, guvernele și organizațiile publice din întreaga lume au început să utilizeze tehnologia pentru a-și transforma serviciile și pentru a oferi o gamă mai largă de opțiuni de acces pentru cetățeni. Aceasta include creșterea utilizării serviciilor online și a canalelor de comunicare, cum ar fi chatbot-uri și asistență virtuală.

În plus, digitalizarea serviciilor publice poate oferi avantaje semnificative pentru cetățeni, inclusiv o mai mare eficiență, economisirea timpului și o mai mare accesibilitate, indiferent de locație. Cu toate acestea, este important să se asigure că toți cetățenii au acces la tehnologia și abilitățile necesare pentru a beneficia de serviciile digitale. Guvernele și organizațiile publice trebuie să ia în considerare nevoile persoanelor care nu sunt familiarizate cu tehnologia sau care nu au acces la aceasta, și să ofere alternative accesibile.

În timp ce unele servicii publice au fost închise sau restricționate din cauza distanțării sociale și a restricțiilor de circulație, digitalizarea a permis cetățenilor să acceseze serviciile de la distanță, fără a fi nevoie să se deplaseze fizic la birouri sau la ghișee.

Un exemplu de serviciu public digitalizat este înregistrarea online pentru vaccinare împotriva COVID-19. Acest serviciu a permis oamenilor să se înscrie pentru vaccinare prin intermediul unei platforme online, evitând astfel aglomerația la centrele de vaccinare și reducând riscul de răspândire a virusului.

De asemenea, serviciile publice precum plata impozitelor, emiterea certificatelor și înscrierea la școlile publice au devenit digitale pentru a sprijini cetățenii în timpul pandemiei. Aceste servicii au fost digitalizate prin intermediul platformelor online, a aplicațiilor mobile și a asistenței virtuale, oferind o soluție sigură, rapidă și convenabilă pentru cetățeni.

În concluzie, digitalizarea serviciilor publice poate fi o soluție importantă pentru a răspunde nevoilor cetățenilor în contextul pandemiei COVID-19 și poate oferi beneficii semnificative și pe termen lung pentru eficiența și accesibilitatea serviciilor publice.

## **2. Serviciile publice în România**

Serviciile publice din România sunt furnizate de către administrația publică locală și centrală și sunt destinate să satisfacă nevoile cetățenilor, în conformitate cu legile și reglementările în vigoare. Acestea sunt destul de importante pentru fiecare cetățean în parte. Datorită acestora fiecare dintre noi are posibilitatea de a-și apăra drepturile și de a se face auzit în societate. Oricare persoană care are nevoie de aceste servicii se axează pe careva criterii. Cele mai importante din acestea sunt de exemplu accesibilitatea, pentru ca acestea sunt disponibile indiferent de venit sau situație financiară. Reducerea inegalității care prevede furnizarea accesului universal la educație, îngrijire medicală sau asistență socială lucru care poate la egalizarea oportunităților și la reducerea decalajelor sociale .

Despre serviciile publice în accepțiunea actuală a termenului putem vorbi în România de la sfârșitul secolului al XIX-lea, însă în accepțiunea de instrument al unei forme de putere putem analiza serviciile publice încă de la apariția primelor forme statale. În România, serviciile publice includ servicii de sănătate, educație, transport, energie, apă și canalizare, administrație publică, justiție, protecția consumatorilor și a mediului înconjurător. Acestea sunt oferite prin intermediul unor instituții publice, precum spitale, școli, primării, companii de utilități și alte entități publice. În ultimii ani s-a înregistrat o îmbunătățire a calității serviciilor publice din România , dintre acestea fac parte sistemul public de învățământ ,pe lângă faptul că orice tânăr are acces gratuit la educație a fost pus accentul m-ai minuțios pe programele de finanțare și burse pentru cei care doresc să își continue studiile la nivel universitar. Un alt element important este digitalizarea , România a făcut progrese



semnificative în digitalizarea serviciilor publice ,lucru care permite cetățenilor să acceseze online serviciile ,ceea ce reduce timpul și costurile asociate cu obținerea lor. Protecția consumatorului, care s-a făcut remarcată prin apariția unui organ guvernamental responsabil pentru asigurarea calității serviciilor, acesta fiind importantă pentru protejarea drepturilor și intereselor cetățenilor. Transportul public, în marile orașe este bine dezvoltat și acoperă o gamă largă de opțiuni ,de la autobuze și tramvaie la metrou. De asemenea prețurile sunt relativ accesibile iar calitatea serviciilor este ,în general, bună.

Chiar și cu toate aceste îmbunătățiri ca orice stat România se confruntă și ea cu careva provocări și probleme, care după părerea mea ar trebui abordate. Unele servicii publice , în special cele din domeniul sănătății , sunt adesea suprasolicitate ,iar timpul de așteptare poate fi destul de lung. De menționat că unele spitale nu sunt dotate cu tehnica necesare, sau amplasarea punctelor de sănătate pot fi inegale în distribuirea geografică ,iar accesul poate fi limitat în unele zone ale țării.

Din păcate, nu există date exacte care să ofere o imagine cuprinzătoare a serviciilor publice din România. Datele și informațiile disponibile sunt adesea limitate și nu sunt actualizate în mod regulat, ceea ce face dificilă evaluarea în timp a performanțelor și a eficienței serviciilor publice. Cu toate acestea, există unele date și statistici disponibile în anumite domenii. De exemplu, potrivit Eurostat, în 2020, România a avut unul dintre cele mai mici procentaje de populație care a beneficiat de servicii medicale în ultimele 12 luni, cu o rată de doar 71,5%, față de media UE de 83,4%. De asemenea, potrivit unui raport al Comisiei Europene din 2020, România a avut cea mai mică rată de absorbție a fondurilor europene pentru perioada 2014-2020, ceea ce poate indica o slăbiciune a serviciilor publice în ceea ce privește gestionarea și utilizarea fondurilor europene.

În plus, potrivit unui studiu realizat de Banca Mondială în 2021, reformele din sectorul public românesc au început să aibă un impact pozitiv, iar calitatea serviciilor publice s-a îmbunătățit în anumite domenii, cum ar fi digitalizarea serviciilor publice și îmbunătățirea managementului instituțiilor.

Serviciile publice din România chiar dacă au avut îmbunătățiri semnificative există încă deficiențe ce ar trebui luate în vizor. Este important ca autoritățile să continue eforturile pentru a asigura un acces echitabil. De asemenea ar trebui luate măsuri pentru a promova transparența și responsabilitatea în furnizarea serviciilor , astfel încât acestea să fie mai bine adaptate nevoilor cetățenilor și să conducă la o îmbunătățire a vieții acestora. În plus, consider că ar trebui să se ia în considerare și problemele cu privire la salariile și condițiile de muncă ale angajaților din sectorul public, care afectează în cele din urmă calitatea serviciilor furnizate. O bună motivare a angajaților consider că este absolut necesară, conform calculele consiliului Fiscal numărul total de angajați în sectorul guvernamental a scăzut cu 135.904 persoane în intervalul decembrie 2008 - decembrie 2021, până la un nivel de 1,26 milioane, dar cea mai mare parte a reducerii de personal a avut loc în perioada 2009-2011, când numărul de salariați din sectorul bugetar a scăzut cu circa 180 de mii.

### **3. Analiza și interpretarea datelor din chestionar România**

Pentru o imagine mai clară care mi-ar permite să pot aprecia digitalizarea serviciilor publice din România am decis că anume părerea cetățenilor va fi cea care va putea descrie cel mai bine situația. Tocmai din acest motiv am decis să elaborez un chestionar , unde au fost implicați 50 de oameni.

În România, procesul de digitalizare a serviciilor publice a început în urmă cu câțiva ani, dar pandemia COVID-19 a accelerat acest proces, obligând autoritățile să își adapteze rapid serviciile la cerințele și nevoile cetățenilor în contextul pandemiei. De exemplu, autoritățile române au dezvoltat și lansat platforma online "Ghiseul.ro", care permite cetățenilor să acceseze și să plătească online o serie de servicii publice precum eliberarea certificatului de naștere sau căsătorie, a certificatului fiscal, a adeverinței de venit, a permisului de conducere și a altor acte.

În plus, autoritățile au dezvoltat și lansat aplicația mobilă "MyGov", care oferă cetățenilor informații și acces la diverse servicii publice precum informații despre starea civilă, permisele de conducere sau informații despre pensii. Totodată, în contextul pandemiei COVID-19, autoritățile române au dezvoltat și lansat platforma națională de vaccinare, care permite cetățenilor să se înregistreze și să programeze vaccinarea împotriva COVID-19.

Cu toate acestea România se confruntă cu problema neinformării, o mare parte din oamenii nu au acces la aceste tehnologii din cauza condiție sociale sau din motivul că nu a existat o înștiințare mai vastă a cetățenilor față de aceste aplicații.

Conform chestionarului cetățenii au răspuns în procent de 50% că sunt mulțumiți de serviciile de e-comunicare, ceea ce denotă faptul că aceștia cunosc de existența acestor servicii și de serviciile prestate de acestea. Însă nu în mica măsură 19% declară că aceștia nu le folosesc sau chiar sunt nemulțumiți de ele. Astfel consider că iarăși apare problema necunoașterii. Sunt de părere că toate aceste portaluri ar trebui mediatizate atât prin intermediul televiziunii, dar și prin intermediul rețelelor de socializare, așa cum marea majoritatea dintre oameni le folosesc, dar și spoturile publicitare ar fi o metodă bună de a le aduce în vizorul publicului larg. Doar 12% procente sunt foarte mulțumiți de serviciile date, ceea ce atestă că foarte puțini sunt informați.

O mare deficiență oamenii o întâmpină atunci când merg la un ghișeu fizic este atitudinea personalului. Lucru care automat scade eficiența calității serviciilor publice, deoarece un client nemulțumit indică un serviciu prestat de o calitate joasă.

Aici cetățenii au răspuns că 51% au rămas mulțumiți de politețea personalului de care au fost serviți. Totuși este un procentaj acceptabil, luând în considerare că o mare majoritate dintre oameni folosesc serviciile publice în format fizic. Este alarmant faptul că tocmai 37% au răspuns că funcționarii publici sunt indiferenți iar 12% nepoliticoși. Astfel ajungem la ideea că drepturile omului sunt practic încălcate, ca să îmi susțin această idee am mai adresat altă întrebare în chestionar despre satisfacerea cetățenilor, pentru a afla părerea lor de ce se ajunge în așa situații.

Conform răspunsurilor date de către cetățeni 39% consideră că motiv principal ar putea fi lipsa unei motivații. Fapt ce ar putea fi motivat că un funcționar public ajunge la un salariu net de 4961 lei lunar, ceea ce ar putea fi insuficient din cauza inflației ce a afectat momentan întreaga populație. 25% consideră că corupția este și ea încă un subiect actual, care afectează negativ economia, societatea și dezvoltarea țării. În ciuda eforturilor autorităților de a combate corupția și de a îmbunătăți integritatea în sectorul public, rata de corupție în România rămâne una dintre cele mai ridicate din Uniunea Europeană. Corupția în serviciile publice poate avea multe forme, inclusiv favoritism, abuz de putere, mită, șantaj și nepotism. Acest fenomen afectează multe domenii, inclusiv achizițiile publice, sănătatea, justiția, poliția și educația. Deasemenea 19% consideră că birocrația este de vină și incompetența 17%. Birocrația și incompetența în serviciile publice din România sunt probleme care afectează negativ experiența cetățenilor care utilizează aceste servicii și îngreunează procesele administrative.

Birocrația se referă la complexitatea și rigiditatea procedurilor administrative, care adesea impun cerințe și documente suplimentare, dificultând accesul cetățenilor la servicii publice sau întârziind acordarea acestora. Acest lucru poate crea frustrări și confuzie pentru cetățeni și poate duce la întârzieri inutile.

Incompetența în serviciile publice se referă la lipsa de pregătire și de experiență a funcționarilor publici, care nu sunt capabili să ofere informațiile și soluțiile necesare cetățenilor care solicită servicii publice. Aceasta poate duce la situații în care cetățenii primesc informații greșite sau incomplete, iar problemele lor nu sunt rezolvate.

Despre caracterizarea activității administrației publice din nefericire și aici apar curențe între părerile cetățenilor. Predominând 44% o activitate acceptabilă și 37% o activitate bună și doar 5% o activitate excelentă. Sunt de părere că cele 12% satisfăcătoare, 2% nesatisfăcătoare sunt din cauza relației dintre administrația publică și cetățenii, acest lucru l-am dedus din răspunsurile la această întrebare unde deasemenea au existat doar 6,7% care au apreciat ca fiind una foarte bună,

predominând bună 37,8% și acceptabilă 44,4%. Consider că toate aceste rezultate nu prea bune pot fi din cauza lipsei de resurse, aceasta poate fi subfinanțată sau suprasolicitată, ceea ce poate duce la suprasolicitarea serviciilor și prestarea unor servicii necorespunzătoare așteptărilor cetățenilor. În general, o relație pozitivă necesită o comunicare deschisă și transparentă, consultare și implicare a cetățenilor și o administrație publică responsabilă și eficientă. Timpul de așteptare este și el un factor important în deteriorarea relației dintre administrație publică și cetățeni. Conform chestionarului predomină 47% între 40 min-1 oră, lipsa de resurse, cum ar fi personalul, echipamentele sau bugetul adecvat, poate afecta capacitatea administrației publice de a furniza servicii publice într-un mod eficient și în timp util sau un volum mare de solicitări poate depăși capacitatea administrației publice de a furniza servicii în timp util, ceea ce poate duce la întârzieri și timp de așteptare, Sistemele de operare ineficiente sau tehnologiile învechite pot încetini procesul de furnizare a serviciilor publice și, prin urmare, pot crește timpul de așteptare.

Pentru a reduce timpul de așteptare în rezolvarea problemelor în serviciile publice, administrația publică poate lua măsuri precum investiții în tehnologie și sisteme eficiente, creșterea personalului, reducerea birocrăției și simplificarea procedurilor. De asemenea, ar putea fi introdusă o abordare mai orientată către cetățeni și îmbunătățită comunicarea și transparența între administrația publică și cetățeni.

La finalul chestionarului am avut curiozitatea de a afla în principiu ce cred oamenii despre o posibilă creștere a calității serviciilor publice în contextul digitalizării. Spre uimirea mea 60% dintre cetățeni sunt de părere că anume această cale ar fi cea mai potrivită pentru rezolvarea mai multor probleme de ordin administrativ. Însă incertitudinea nu a întârziat să apară nici aici, pentru că 30% au ales răspunsul posibil. Presupun că câteva motive din cauza cărora a fost generat acest răspuns sunt: unele persoane pot avea dificultăți în utilizarea tehnologiei, fie din cauza vârstei, a deficiențelor de vedere sau de auz sau a altor motive. Aceștia ar putea să se simtă excluși sau să nu poată beneficia de serviciile publice digitale sau poate fi și fiabilitatea care prevede faptul că serviciile publice digitale pot avea erori sau pot fi indisponibile din diverse motive, cum ar fi probleme tehnice, hack-uri sau alte probleme de securitate. Persoanele pot fi îngrijorate de faptul că nu vor putea accesa serviciile publice de care au nevoie, în cazul în care apar astfel de probleme. Doar 10% au avut o părere neutră, aceștia alegând răspunsul nu știu, ceea ce denotă faptul că aceștia ori sunt indiferenți, ori nu folosesc aceste servicii alegând să meargă în persoană pentru a-și rezolva orice problemă ce ține de serviciile publice.

Calitatea digitalizării serviciilor publice în România este în continuă îmbunătățire, dar există încă multe provocări și aspecte care trebuie abordate. În general, digitalizarea serviciilor publice în România este o prioritate importantă pentru autorități, iar eforturile lor în acest sens au condus la dezvoltarea unei game largi de servicii digitale, cum ar fi plata taxelor și impozitelor online, obținerea de documente de identitate sau permise de conducere online, accesarea de servicii medicale online și multe altele.

Cu toate acestea, există încă multe provocări care trebuie abordate pentru a asigura că digitalizarea serviciilor publice se desfășoară cu succes în România. Unele dintre aceste provocări include accesibilitatea serviciilor digitale pentru persoanele cu dizabilități și pentru persoanele care nu au acces la tehnologie

În urma cercetării efectuate asupra gradului de digitalizare a serviciilor publice, și importanța acestora în creșterea calității serviciilor publice atât în România cât și Ucraina, cercetarea având loc sub forma unui chestionar pentru România, și analiza aplicației Diia din Ucraina, am reușit să ajung la o serie de concluzii care sunt redată mai jos.

Digitalizarea serviciilor publice poate reduce costurile și poate crește eficiența prestării serviciilor publice. Digitalizarea serviciilor publice poate duce la economii semnificative de timp și bani. În loc să fie nevoie ca cetățenii să se deplaseze personal la birourile administrative pentru a obține servicii sau documente, acestea pot fi accesate online. Acest lucru poate reduce costurile pentru administrarea fizică a documentelor și poate elibera personalul pentru alte sarcini mai complexe. În

plus, digitalizarea poate îmbunătăți eficiența proceselor administrative și poate reduce timpul necesar pentru a finaliza sarcinile. Cetățenii pot completa documentele online, iar informațiile pot fi stocate și procesate mai rapid și mai precis. Aceasta poate reduce erorile și întârzierile în procesarea documentelor și poate ajuta la creșterea satisfacției cetățenilor. 50% dintre cetățenii României sunt și ei de părerea că anume aceste servicii online sunt calea spre creșterea calității serviciilor publice, pentru evitarea diferitor probleme și neplăceri. Ucraina deja este o dovadă că toate aceste lucruri sunt posibile, iar creșterea calității este un factor ce vine automat odată cu implementarea acestor noi resurse.

Digitalizarea serviciilor publice poate duce la o reducere a birocrăției și a corupției, prin simplificarea proceselor de furnizare a serviciilor și prin sporirea transparenței în procesul de luare a deciziilor. Se poate elimina nevoia de a completa și de a depune documente fizice în birouri, ceea ce poate reduce riscul de pierdere a documentelor sau de falsificare a acestora. De asemenea, digitalizarea poate simplifica procesele de furnizare a serviciilor publice, astfel încât cetățenii să poată accesa mai ușor și mai rapid informațiile și serviciile de care au nevoie. Acest lucru poate reduce timpul și costurile asociate cu obținerea serviciilor publice și poate reduce nevoia de a face plăți informale pentru a accelera procesul.

În plus, prin creșterea transparenței în procesul de luare a deciziilor, digitalizarea poate reduce riscul de corupție. Prin publicarea online a informațiilor despre cheltuielile și deciziile guvernamentale, cetățenii pot monitoriza activitatea guvernului și pot face mai ușor sesizări în cazul unor probleme de corupție.

### **Bibliografie:**

1. Dragoș Valentin Dincă, „Serviciile publice din Romania. Evoluție și reforme”
2. Institutul Național de Statistică, „Consiliul Fiscal”
3. <https://ec.europa.eu/esf/main.jsp?catId=55&langId=ro>
4. <https://www.adr.gov.ro/catalogul-national-al-serviciilor-publice/>
5. <https://www.eurofound.europa.eu/ro/topic/public-services>
6. <https://www.digi24.ro/stiri/actualitate/social/analiza-un-functionar-public-castiga-in-medie-cu-58-mai-mult-decat-angajatii-din-restul-economiei-1172071>

*Secțiunea*  
***ANTREPRENORIAT ȘI IDEI DE***  
***AFACERI***

## Riscul și reușita antreprenorilor în afaceri

**Autor: Anghel Antonio**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper analyzes the factors that condition the risk and success of entrepreneurs in business, identifying and analyzing these factors contributes to creating "recipes" for improving business performance.*

*"Antreprenoriatul este despre construirea ceva de la zero, o idee transformată într-un concept, care apoi devine o afacere care prosperă."*

Sir Richard Branson

*"Succesul în afaceri necesită curajul de a lua decizii grele și de a acționa în ciuda riscurilor."*

Andrew Yang

**Antreprenoriatul** se referă la procesul de a iniția, dezvolta și gestiona o afacere în scopul de a obține profit și a crea valoare pentru clienți, angajați și proprietari. Un antreprenor este o persoană care inițiază și conduce o afacere, asumându-și riscuri financiare și asumându-și responsabilitatea pentru succesul sau eșecul acesteia.

Iată câteva caracteristici ale antreprenorialului:

**Inovare:** Antreprenorii sunt deseori inovatori care găsesc noi moduri de a crea valoare și de a rezolva probleme.

**Asumarea riscurilor:** Antreprenorii sunt dispuși să ia riscuri financiare și să-și asume responsabilitatea pentru succesul sau eșecul afacerii.

**Spiritul de inițiativă:** Antreprenorii sunt capabili să-și genereze propriile idei și să le pună în practică.

**Abilități de conducere:** Antreprenorii sunt lideri care pot motiva și ghida echipa lor pentru a obține succesul afacerii.

**Flexibilitate:** Antreprenorii trebuie să fie flexibili și să se adapteze la schimbările din piață și în mediul de afaceri.

Antreprenorialul poate avea un impact semnificativ asupra economiei și societății în general. Prin crearea de locuri de muncă, inovație și crearea de valoare, antreprenorii pot contribui la dezvoltarea economică și la îmbunătățirea calității vieții pentru oameni. De asemenea, antreprenorii pot avea un impact pozitiv asupra comunității locale prin sprijinirea afacerilor locale și implicarea în proiecte sociale și de caritate.

**Riscul** este o componentă esențială a activității oricărei firme și poate fi definit ca fiind probabilitatea ca un eveniment nedorit sau neașteptat să afecteze afacerea și să producă pierderi. Riscul poate fi clasificat în mai multe categorii, cum ar fi riscuri financiare, riscuri de piață, riscuri operaționale, riscuri de mediu sau riscuri juridice.

Iată câteva exemple de riscuri care pot afecta o firmă:

**Riscul financiar:** poate include riscul de credit, riscul valutar, riscul de lichiditate sau riscul de solvabilitate. Aceste riscuri pot fi cauzate de factori externi, cum ar fi fluctuațiile piețelor financiare sau de factori interni, cum ar fi politica de creditare sau nivelul datoriei.

**Riscul de piață:** poate include riscul de fluctuații ale prețurilor, riscul de concurență sau riscul de cerere scăzută. Aceste riscuri pot fi cauzate de schimbări în mediul economic sau de factori specifici pieței.

**Riscul operațional:** poate include riscuri legate de procesele de afaceri, cum ar fi riscul de fraudă, riscul de sisteme informatice, riscul de pierdere a datelor sau riscul de dezastre naturale. Aceste riscuri pot fi cauzate de factori interni sau externi și pot avea un impact semnificativ asupra afacerii.

**Riscul de mediu:** poate include riscul de poluare, riscul de incendiu sau riscul de dezastre naturale. Aceste riscuri pot fi cauzate de factori externi, cum ar fi condițiile meteorologice sau de factori interni, cum ar fi politica de mediu sau practicile de afaceri.

**Riscul juridic:** poate include riscul de litigii, riscul de conformitate sau riscul de schimbări legislative. Aceste riscuri pot fi cauzate de factori externi sau interni și pot avea un impact semnificativ asupra afacerii.

**Riscul de resurse umane:** Acesta se referă la riscurile asociate cu angajații afacerii, cum ar fi demisiile neașteptate, absentismul sau problemele de comportament. Pentru a gestiona acest risc, este important să se efectueze procese riguroase de recrutare și selecție a personalului, să se ofere un mediu de lucru motivant și să se dezvolte politici și proceduri clare pentru abordarea problemelor cu angajații.

Pentru a gestiona riscul în afaceri, firmele pot adopta o abordare proactivă prin identificarea, evaluarea și gestionarea riscurilor. Aceasta poate include adoptarea de politici și proceduri de gestionare a riscurilor, stabilirea unui buget de risc, achiziționarea de asigurări, precum și dezvoltarea de planuri de continuitate a afacerii în cazul producerii unor evenimente neașteptate. De asemenea, este important ca firma să își dezvolte capacitatea de a se adapta la schimbările din mediul de afaceri și de a lua decizii informate și responsabile pentru a minimiza riscurile și a-și proteja afacerea.

**Gestionarea riscului în afaceri** este un proces continuu și esențial pentru a asigura succesul afacerii. Iată câteva metode și strategii pentru a gestiona riscul în afaceri:

**Identificarea riscurilor:** Primul pas în gestionarea riscului este identificarea și evaluarea riscurilor specifice pentru afacerea ta. Acest lucru poate fi realizat prin analiza situației de piață, analiza financiară, sondarea clienților și angajaților și prin examinarea experienței altor afaceri din industrie.

**Prioritizarea riscurilor:** După identificarea riscurilor, acestea trebuie prioritizate în funcție de impactul lor asupra afacerii. Riscurile cu impact major asupra veniturilor și fluxului de numerar trebuie gestionate în primul rând.

**Dezvoltarea unui plan de gestionare a riscurilor:** După ce au fost identificate și prioritizate riscurile, este important să se dezvolte un plan de gestionare a riscurilor. Acest plan poate include strategii precum asigurarea afacerii, diversificarea veniturilor sau dezvoltarea de planuri de criză pentru a minimiza impactul negativ al riscurilor.

**Implementarea și monitorizarea planului:** După dezvoltarea planului de gestionare a riscurilor, este important să se implementeze și să se monitorizeze în mod regulat pentru a asigura că riscurile sunt gestionate eficient și că planul este actualizat în mod regulat pentru a răspunde la schimbările din piață și la noile riscuri.

**Implicarea angajaților:** Toți angajații trebuie să fie implicați în procesul de gestionare a riscurilor și să fie instruiți cu privire la strategiile și planurile de gestionare a riscurilor ale afacerii. Acest lucru poate contribui la reducerea riscurilor de erori umane sau de comportament care pot afecta afacerea.

**Monitorizarea și ajustarea continuă:** Gestionarea riscului în afaceri este un proces continuu, iar planurile și strategiile de gestionare a riscurilor trebuie să fie monitorizate și ajustate în mod regulat pentru a răspunde la schimbările în piață sau în mediul de afaceri.

În concluzie, gestionarea riscului în afaceri este un proces continuu și esențial pentru a asigura succesul afacerii. Identificarea și evaluarea riscurilor, prioritizarea acestora, dezvoltarea unui plan de gestionare a riscurilor și monitorizarea și ajustarea continuă a planurilor sunt toate importante pentru a gestiona riscul în mod eficient.

**Neevaluarea și subestimarea riscurilor** în afaceri poate avea consecințe serioase pentru o firmă, inclusiv:

**Pierderi financiare:** Riscurile neevaluate sau subestimate pot duce la pierderi financiare semnificative pentru o afacere, cum ar fi costurile de reparație sau de înlocuire a echipamentelor, costurile de dezvoltare a unor soluții de remediere sau pierderea clienților și a veniturilor.

**Deteriorarea reputației:** Riscurile neevaluate pot duce la daune de imagine și distrugerea reputației unei firme, cum ar fi expunerea la scandaluri, încălcarea normelor de etică și comportamentul neloial față de clienți și angajați.

**Imposibilitatea de a-și atinge obiectivele:** Lipsa de evaluare a riscurilor poate face ca o afacere să nu își atingă obiectivele stabilite, cum ar fi creșterea veniturilor sau extinderea într-un nou segment de piață.

**Neconformitatea legală:** Riscurile juridice neevaluate sau subestimate pot duce la încălcarea legilor și reglementărilor, ceea ce poate avea consecințe financiare și de imagine pentru afacere.

**Pierderea oportunităților:** Neevaluarea riscurilor poate face ca o afacere să nu profite de oportunități importante de creștere și dezvoltare, cum ar fi intrarea pe piețe noi sau dezvoltarea unor produse inovatoare.

**Incapacitatea de a face față crizelor:** Riscurile neevaluate sau subestimate pot face ca o afacere să fie nepregătită să facă față unor crize sau evenimente neașteptate, cum ar fi dezastre naturale sau pandemii, ceea ce poate avea consecințe grave pentru afacere și pentru angajați.

În general, evaluarea și gestionarea riscurilor sunt esențiale pentru succesul oricărei afaceri și pot ajuta la protejarea afacerii împotriva consecințelor nedorite.

**În realizarea unei afaceri reușite**, este important să se ia în considerare atât aspectele generale, cât și cele particulare ale procesului de afaceri. Iată câteva exemple de aspecte generale și particulare care trebuie luate în considerare în cadrul unei afaceri reușite:

#### **Aspecte generale:**

**Planificare** - Crearea unui plan de afaceri coerent și bine structurat este crucial pentru succesul unei afaceri. Acest plan ar trebui să includă o analiză de piață, o strategie de marketing, un buget și o proiecție financiară.

**Încredere** - Crearea unei încrederi și a unei reputații bune este importantă în orice afacere. Încrederea și reputația bună pot ajuta la atragerea clienților și la menținerea acestora pe termen lung.

**Adaptabilitate** - Într-un mediu de afaceri în continuă schimbare, este important să fii adaptabil și să poți răspunde rapid la schimbările pieței.

**Managementul echipei** - Construirea și gestionarea unei echipe de oameni talentați și motivați este esențială pentru succesul unei afaceri.

#### **Aspecte particulare:**

**Identificarea nișei de piață** - Identificarea unei nișe de piață specifice poate ajuta la diferențierea afacerii și la crearea unei baze de clienți loiali.

**Produsul/serviciul** - Ofertarea unui produs sau serviciu de calitate superioară poate ajuta la construirea unei imagini de marcă puternice și la creșterea reputației afacerii.

**Focusul pe clienți** - Focalizarea pe nevoile și dorințele clienților poate ajuta la crearea unei baze de clienți loiali și la creșterea afacerii.

**Inovare** - Inovarea și îmbunătățirea produselor sau serviciilor poate ajuta la menținerea afacerii relevante și competitive într-un mediu de afaceri în continuă schimbare.

În concluzie, atât aspectele generale, cât și cele particulare ale unei afaceri sunt importante pentru reușita acesteia. Planificarea atentă, încrederea, adaptabilitatea și managementul echipei sunt



doar câteva dintre aspectele generale care trebuie luate în considerare. Identificarea unei nișe de piață specifice, ofertarea unui produs sau serviciu de calitate superioară, focusul pe clienți și inovarea sunt exemple de aspecte particulare care pot ajuta la creșterea și dezvoltarea unei afaceri de succes.

În lumea afacerilor, există numeroase modele de reușită în afaceri, care pot fi utilizate ca ghiduri pentru antreprenorii și managerii care doresc să își construiască propria afacere. În acest referat, voi explora câteva modele de succes din lumea afacerilor și voi arăta cum acestea au contribuit la reușita unor companii.

**Modelul de afaceri bazat pe abonament** este un model în care clienții plătesc o sumă lunară pentru a avea acces la un anumit produs sau serviciu. Acest model a fost popularizat de companii precum Netflix, care oferă acces la filme și emisiuni TV pentru o sumă lunară fixă. Acest model a fost un mare succes pentru Netflix, deoarece a făcut accesul la conținutul lor mult mai accesibil și mai convenabil pentru clienți. Mai mult decât atât, a permis companiei să genereze venituri constante și să își mențină clienții loiali pe termen lung.

**Modelul de afaceri bazat pe vânzările cu amănuntul** este un model în care compania vinde produse direct către consumatorii finali. Acest model este foarte răspândit și este utilizat de o varietate de companii, de la magazine fizice la magazine online precum Amazon. Acest model a avut un mare succes deoarece face ca produsele să fie mai accesibile pentru consumatorii finali și permite companiei să își extindă baza de clienți prin intermediul marketingului și a experienței de cumpărare.

**Modelul de afaceri bazat pe piața de nișă** este un model în care compania se concentrează pe furnizarea de produse și servicii către o nișă specifică de clienți. Acest model a fost utilizat cu succes de companii precum Etsy, care oferă o platformă pentru micii producători să își vândă produsele handmade. Aceste produse nu ar avea o piață mare dacă ar fi comercializate în magazinele obișnuite, dar Etsy a creat o piață specială pentru aceste produse și a creat o comunitate de clienți interesați.

**Modelul de afaceri bazat pe publicitate** este un model în care compania oferă un serviciu gratuit sau la un cost redus și generează venituri prin intermediul publicității. Acest model este utilizat de companii precum Google și Facebook, care oferă o serie de servicii gratuite pentru utilizatori și generează venituri prin intermediul publicității direcționate. Acest model a fost un mare succes pentru aceste companii, deoarece au reușit să își extindă baza de utilizatori și să își maximizeze veniturile prin intermediul publicității.

**Modelul Lean Startup** se concentrează pe dezvoltarea rapidă a unui produs sau serviciu și pe testarea ideilor pe piețe mici și pe segmente de clienți selectate. Ideea este de a minimiza costurile și riscurile, folosind feedback-ul clienților pentru a îmbunătăți produsul sau serviciul în timp real. Acest model a fost popularizat de Eric Ries și a fost folosit cu succes de companii precum Dropbox și Airbnb.

**Modelul de afaceri Marketplace** se bazează pe crearea unei platforme online care facilitează tranzacțiile între vânzători și cumpărători. Companii precum Amazon și eBay sunt exemple de succes ale acestui model, care au reușit să genereze venituri semnificative din comisioanele pe tranzacții și publicitate.

**Modelul de afaceri Franchise** implică vânzarea de licențe pentru utilizarea unui brand sau unui model de afaceri deja existent. Antreprenorii care cumpără o franciză primesc un pachet complet de instrucțiuni și suport, ceea ce poate reduce riscul și poate crește șansele de succes. Companii precum McDonald's și Subway sunt exemple de francize de succes.

Modelul Tesla implică dezvoltarea și producerea de mașini electrice de lux, dar și de sisteme de stocare și producere a energiei. Tesla și-a construit reputația prin inovație, tehnologie de vârf și design avangardist, ceea ce i-a permis să își extindă afacerea pe o gamă largă de produse și servicii.

**Modelul Apple** implică crearea de produse inovatoare și de calitate, care sunt vândute la prețuri premium. Apple și-a construit reputația prin designul iconic, interfața de utilizare simplă și integrarea perfectă între produse, precum iPhone, iPad și MacBook.

**În concluzie**, fiecare model de reușită în afaceri are propriile sale avantaje și dezavantaje, iar alegerea modelului potrivit depinde de obiectivele și nevoile specifice ale afacerii. Este important să se identifice modelul care funcționează cel mai bine pentru afacerea dvs. și să-l adaptați în consecință.

Reușita antreprenorilor în afaceri depinde de o serie de factori, inclusiv abilitățile lor de conducere, viziunea de afaceri, capacitatea de inovare și capacitatea de a lua decizii eficiente. Mai jos sunt prezentate câteva dintre cele mai importante caracteristici ale antreprenorilor de succes:

**Viziunea de afaceri:** Antreprenorii de succes au o viziune clară și bine definită pentru afacerea lor. Aceștia își cunosc piața, concurenții și știu exact ce trebuie să facă pentru a-și atinge obiectivele.

**Capacitatea de inovare:** Antreprenorii de succes sunt inovatori și își adaptează constant afacerea în funcție de schimbările pieței. Aceștia sunt deschiși la noi idei și sunt dispuși să ia riscuri pentru a-și dezvolta afacerea.

**Abilități de conducere:** Antreprenorii de succes sunt lideri puternici și își motivează echipa să lucreze împreună pentru atingerea obiectivelor comune. Aceștia sunt capabili să își dezvolte abilitățile de comunicare, să ofere feedback și să își gestioneze eficient timpul.

**Capacitatea de a lua decizii:** Antreprenorii de succes sunt capabili să ia decizii rapide și eficiente, bazate pe informații clare și relevante. Aceștia sunt deschiși la schimbare și își asumă responsabilitatea pentru deciziile lor.

**Focus pe client:** Antreprenorii de succes sunt foarte atenți la nevoile și dorințele clienților lor. Aceștia înțeleg importanța satisfacției clienților și sunt dispuși să își adapteze afacerea în funcție de feedback-ul clienților.

**Capacitatea de a învăța:** Antreprenorii de succes sunt dispuși să învețe și să se dezvolte constant, își îmbunătățesc abilitățile de conducere și își îmbunătățesc afacerea prin învățarea din propriile erori.

**Resiliență și perseverență:** Antreprenorii de succes sunt rezistenți și perseverenți, chiar și în fața eșecurilor și a obstacolelor. Aceștia sunt capabili să se adapteze la situații dificile și să continue să își dezvolte afacerea în ciuda dificultăților.

În general, reușita antreprenorilor în afaceri depinde de o combinație de abilități de conducere, viziune de afaceri, inovație, capacitatea de a lua decizii și perseverență. De asemenea, este important ca antreprenorii să fie dispuși să învețe și să se adapteze constant la schimbările din mediul de afaceri.

## Concluzii

Riscul și reușita sunt două aspecte strâns legate în activitatea antreprenorială. În general, riscul este considerat ca fiind unul dintre principalele obstacole pentru cei care doresc să își deschidă o afacere și să își urmeze visele antreprenoriale. Cu toate acestea, riscul este o parte naturală a procesului de antreprenariat și poate fi abordat prin abilitățile și strategiile potrivite.

Riscul poate fi definit ca fiind incertitudinea privind rezultatul unei acțiuni sau decizii. În cazul afacerilor, riscul se referă la incertitudinea privind profitabilitatea afacerii, a creșterii și a supraviețuirii pe termen lung. În general, antreprenorii preiau riscuri prin asumarea deciziilor strategice și a investițiilor în afacerea lor.

Deși riscul poate fi intimidant, acesta poate fi abordat prin planificare și evaluare prealabilă a riscurilor. Antreprenorii care își asumă riscuri calculate și care își înțeleg afacerea, industria și piața pot lua decizii mai bune și pot lua măsuri pentru a minimiza riscurile.

Reușita în afaceri poate fi definită ca atingerea obiectivelor financiare și non-financiare stabilite. Antreprenorii de succes își asumă riscuri și iau decizii informate pentru a-și dezvolta afacerea și a atinge succesul dorit. În general, antreprenorii de succes au o viziune clară asupra afacerii lor, își cunosc foarte bine piața și concurenții, au o strategie bine pusă la punct și sunt dedicați și perseverenți în atingerea obiectivelor.

Există mai mulți factori care contribuie la reușita în afaceri, inclusiv abilitățile de leadership, capacitatea de a lua decizii rapide și informate, cunoștințele și experiența în domeniul afacerilor și abilitatea de a fi inovativ și creativ.

Cu alte cuvinte, riscul și reușita sunt două aspecte strâns legate în antreprenariat. Antreprenorii pot aborda riscul prin evaluarea și planificarea prealabilă a riscurilor și prin asumarea de decizii informate. Reușita în afaceri poate fi obținută prin strategii bine puse la punct, abilități de leadership și prin dedicare și perseverență.

### **Bibliografie:**

1. Batra P., Batra V., *Idei și sfaturi pentru manageri competitivi*, Editura Niculescu, București, 1999
2. Ghenea M., *Antreprenariat. Drumul de la idei către oportunități și succes în afaceri*, Editura Evrika Publishing, București, 2021
3. Niță D., Isac C., Dura C., Dobre-Baron O., Slusariuc G., *Antreprenariat. Prezent și perspective*, Editura Universitas, Petroșani, 2020
4. Onitiu C., *Start în antreprenariat*, Editura ACT și Politon, București 2019
5. Prodan A., *Managementul de succes. Motivație și comportament*, Editura Polirom, Iași, 1999
6. Sasu C., *Inițierea și dezvoltarea afacerilor*, Editura Polirom, Iași, 2001

## Mașina electrică, mașina viitorului

**Autori: Bernat Nicholas, Ceureanu Dragoș, Dragne Daniel**  
**Coordonator: Prof. Malairos Alexandru, Prof. Roșian Lucian**  
**Liceul Teoretic „Ion Constantin Brătianu” Hațeg**

***Abstract:** Modern society depends on the movement of goods and people, but our current transport system has negative effects on human health and the environment. Currently there are several different types. When we talk about passenger cars a distinction can be made between battery-only electric vehicles-powered only by an electric motor-and various types of plug-in hybrid vehicles, which have both an electric and an internal combustion engine. There are other types of vehicles that can run on electricity. We see more and more bicycles, vans and electric buses in traffic.*

### 1. Scurt istoric

Istoria automobilului electric este o parte importantă a istoriei automobilului. La începutul secolului XX, un vehicul electric stabilea recordul de viteză terestru. Istoria automobilului electric este strâns legată de cea a electricității și a bateriilor și acumulatorilor.

În 1828, maghiarul Ányos Jedlik realizează un model primitiv de motor electric și o dată cu acesta și un vehicul propulsat electric. În 1834, fierarul american Thomas Davenport, inventatorul motorului de curent continuu, realizează un vehicul propulsat de acest motor care se deplasa pe un ghidaj circular înzestrat cu conductori electrici de alimentare.

În 1835, olandezii Sibrandus Stratingh și Christopher Becker realizează un automobil electric în miniatură, acționat de baterii nereîncărcabile. În 1838, scoțianul Robert Davidson construiește o locomotivă electrică ce atinge 6 km/h. Între anii 1832 și 1839, compatriotul său, Robert Anderson realizează un vehicul electric acționat de baterii nereîncărcabile.

În 1899, belgianul Camille Jenatzy depășește 100 km/h cu un vehicul electric denumit Jamais Contente, de formă aerodinamică asemănătoare unui obuz.

Tesla, Inc. este un constructor de automobile electrice de înaltă performanță, din Silicon Valley (Palo Alto). Tesla a primit o atenție deosebită de la lansarea modelului de producție Tesla Roadster, prima mașină sport 100% electrică. A doua mașină produsă de Tesla este Model S, 100% electric sedan de lux. Au urmat încă 2 modele: Model X și Model 3. În iunie 2015 vânzările Model S treceau pragul de 75000.

Tesla mai produce acumulatori litiu ion pentru Daimler și Toyota. CEO-ul Elon Musk vede Tesla ca pe o companie independentă, cu scopul de a produce la un moment dat mașini ieftine pentru consumatori. Prețul pentru Model 3 începe de la 35 000\$ înainte de taxe și a intrat în producție din 2017.



**Figura 1.** Mașina Tesla

## **2. Mașinile electrice și efectul lor în mediul înconjurător**

Pentru a limita creșterea temperaturii globale la 1,5°C, emisiile mașinilor trebuie să fie zero până cel târziu în 2050. Asta înseamnă că trebuie să vindem doar mașini electrice, vehicule electrice cu baterie și hidrogen chiar de la începutul anilor 2030.

Transportul rutier este cea mai mare sursă de emisii de CO<sub>2</sub> din Europa, reprezentând 20% din toate emisiile. Mașinile sunt cea mai mare problemă, iar emisiile lor continuă să crească. Pentru a decarboniza, de departe cea mai eficientă și convenabilă tehnologie cu emisii zero disponibile pentru șoferii din întreaga Europă, astăzi sunt mașinile electrice cu baterii. Datorită standardului de CO<sub>2</sub> UE 2020/21 pentru mașinile de 95g/km, producătorii de automobile devin în cele din urmă serioși în ceea ce privește vânzarea mașinilor electrice- aproximativ 200 de modele plug-in vor fi disponibile pe piața UE începând cu anul viitor. Reformarea taxelor pentru a contribui la scăderea prețului de achiziție, adaptarea lanțurilor de aprovizionare și transformarea la timp a fabricilor, desfășurarea punctelor de încărcare inteligente și asigurarea producerii durabile a bateriilor sunt toți pilonii esențiali ai mobilității durabile și ar trebui să fie accelerați în următorii ani.

În timp ce mașinile electrice au zero emisii de evacuare (sau de la rezervor la roată), există emisii în amonte de la fabricarea bateriei și de la generarea de electricitate. Analizele privind ciclul de viață complet al CO<sub>2</sub> arată în mod constant că, în medie, vehiculele electrice cu baterie emit mai puțin CO<sub>2</sub> pe durata de viață decât mașinile diesel. O meta-analiză a 11 studii independente LCA efectuate în ultimii ani concluzionează că o mașină electrică cu baterie pe parcursul vieții sale produce cu 50% mai puține emisii de CO<sub>2</sub> decât o mașină medie din UE în prezent.

În Europa, chiar și un vehicul electric încărcat cu electricitatea poloneză produce cu 25% mai puțin CO<sub>2</sub> decât o mașină diesel. Pe măsură ce sectorul energetic al UE decarbonizează, beneficiile asupra petrolului devin din ce în ce mai mari. În prezent, producția de celule de baterii este în mare parte în China și Coreea de Sud, dar pe măsură ce piața se extinde, crește și producția în Europa, unde electricitatea consumă mai puțin carbon, reducând semnificativ emisiile producției de baterii.

## **3. Avantajele mașinilor electrice**

**Performanțele mașinii electrice** – motorul acesteia are un moment de torsiune foarte mare și poate accelera într-un timp extrem de scurt, așadar, dacă îți plac întrecerile, le vei câștiga, cu siguranță, pe toate.

Vestea bună este că nu va trebui să ajungi neapărat la o benzinărie, un astfel de autoturism poate fi încărcat și acasă și la serviciu, iar dacă ești plecat în vacanță, chiar și la hotel. Dacă îl folosești zilnic, este recomandat să ai un garaj racordat la energie electrică, deoarece astfel vei putea

să o lași peste noapte conectată la priză, iar a doua zi, când te trezești, ea va fi pregătită de drum. Iar partea și mai bună este că încă există stații gratuite, așadar ar putea să nu te coste nimic să îți încarci mașina electrică.

Cu siguranță costurile sunt mult mai mici în comparație cu un autoturism clasic, care funcționează cu benzină sau motorină. În primul rând, taxele pentru poluare nu trebuie plătite, mașinile 100% electrice fiind scutite și de impozit, iar în al doilea rând, datorită numărului redus de piese, vizitele la mecanic sunt mai rare. Consumul unui astfel de vehicul de oraș este între 15 și 18 kWh, iar dacă îl vei încărca la o stație gratuită, nu vei fi nevoit să plătești nimic.

Și, nu în ultimul rând, o mașină electrică garantează un **aer mult mai curat** de care te poți bucura atât tu, cât și cei din jur. Nu uita cât de ridicat a ajuns gradul de poluare în ultimii ani în România și nu numai.

#### 4. Încărcarea mașinilor electrice

Pentru a încărca un vehicul electric, acesta trebuie conectat la o priză sau la o unitate de încărcare. Există, de asemenea, trei viteze de încărcare EV:

- Lent-nominal de obicei până la 3kW. Adesea se încarcă peste noapte sau la locul de muncă. Timp de încărcare: 8-10 ore.
- Rapid-de obicei evaluat fie la 7Kw, fie la 22kW. Tind să fie instalate în parcări, supermarketuri, centre de agrement și case cu parcare în afara străzii. Timp de încărcare: 3-4 ore.
- Rapid-nominal de obicei de la 43 kW. Compatibil numai cu vehicule electrice care au capacitate de încărcare rapidă. Timp de încărcare: 30-60 minute.



Figura 2. Viteze de încărcare a mașinilor electrice

#### 5. Modele de mașini electrice

**BMW i3 a apărut** în 2013 cu o caroserie din fibră de carbon și un design original, BMW i3 este o mașină populară atât pe piața de autovehicule noi cât și second-hand. În 2016 era a treia cea mai bine vândută mașină electrică după Nissan Leaf și Tesla Model S. BMW i3 oferă impresia de lux și sportivitate, dar dă dovadă și de un spirit ecologic responsabil (unele elemente din habitaculul lui i3 sunt produse din PET-uri reciclate).

Forma este una neconvențională, cu ușile din spate în stil Rolls Royce, iar autonomia este una rezonabilă (260 km declarați de producător), cu posibilitatea echipării unui „range extender” (i3 REX – un motor pe benzină de 647 cc și rezervor de 9 litri, cu rol de generator de curent).



**Figura 3.** BMW i3

**Tesla Model S este un model foarte cunoscut în** industria mașinilor electrice, Model S a fost creată luând inspirație de la Mercedes CLS (2008-2014). Acestea două au în comun diverse componente (schimbătorul de viteze montat lângă volan, maneta de semnalizare, comenzile pentru cruise control, butoanele pentru geamuri electrice, etc.). Puterile variază de la 332 CP – 525 NM pentru modelul 60D și 598 CP – 1074 NM pentru modelul vârf de gamă – P100D.

Tehnologia avansată care permite mașinii să circule aproape autonom împreună cu numeroasele dotări și range-ul de 416-539 km declarați (în funcție de echiparea aleasă) fac din Tesla Model S unul dintre cele mai apreciate automobile electrice disponibile la ora actuală.



**Figura 4.** Tesla Model S

**Volkswagen e-Golf.** Volkswagen e-Golf este un automobil electric apărut în 2013 ce păstrează formele convenționale ale compactei populare. În prezent, e-Golf promite o autonomie de 231 km în modul ECO+, 136 CP și 290 NM. Atât la interior cât și la exterior, e-Golf este sobru, singurele indicii că avem de a face cu o mașină electrică fiind jantele și lipsa zgomotului. Volkswagen e-Golf este, probabil, alegerea unui cumpărător ce nu dorește să iasă în evidență cu autovehiculul său eco-friendly, dar dorește totodată să profite de beneficiile unui hatchback pătrășos și practic.

**Nissan Leaf.** În 2011, acest model oferea un design ieșit din comun, dar o autonomie modestă de sub 170 km. Facelift-ul apărut în 2017 a adus un aspect mai convențional, o formă ușor de recunoscut dar mai elegantă și, cel mai important, autonomia promisă aproape că s-a triplat în prezent.





**Figura 5.** Nisan Leaf

Noul Nisan Leaf poate parcurge până la 389 km cu o încărcare, în regim WLTP, are un preț competitiv și o multitudine de dotări, Nissan Leaf poate fi o opțiune de luat în calcul când se dorește un hatchback electric mai sobru decât BMW i3 dar mai incitant decât VW e-Golf.

### **Concluzii**

Mașinile electrice constituie deja o alternativă pe care oamenii au început să o utilizeze tot mai mult, iar marile companii producătoare de mașini au început să producă modele noi care să stârnească interesul cumpărătorilor dar și să contribuie la protejarea mediului înconjurător. Unele state anunță deja că în timp vor interzice fabricarea mașinilor pe diesel sau benzină lucru care se datorează în primul rând poluării aerului cu substanțe toxice care pot provoca diverse boli grave în timp ce mașinile electrice produc zero emisii poluante. Țara noastră a încercat și ea să încurajeze achiziționarea mașinilor electrice prin oferirea de subvenții cumpărătorilor sau prin scutirea plății taxelor de către aceștia. Alte beneficii ale unei mașini electrice sunt legate de întreținerea acesteia deoarece necesită reparații foarte rare iar deținătorul unei astfel de mașini nu este nevoit să frecventeze foarte des mecanicul auto deoarece, costul curentului electric este mult mai mic comparativ cu prețul petrolului. Pe parcursul ultimei decade, mișcarea spre o lume mai ecologică s-a intensificat în toată lumea iar Procesul de la Lisabona propune clar că inovarea și dezvoltarea să meargă cap la cap cu protecția mediului.

### **Bibliografie:**

1. <http://gogreenproject.eu/PROJECTOVERVIEW/tabid/88/language/ro-RO/Default.aspx>
2. <https://www.g4media.ro/masini-electrice-cele-mai-populare-modele.html>
3. <https://www.transportenvironment.org/what-we-do/electric-cars>
4. <https://www.edfenergy.com/for-home/energywise/how-do-electric-cars-work>
5. <https://www.eea.europa.eu/ro/articles/vehiculele-electrice-un-pas-inainte>



## Planul de afaceri al firmei SC Stup85 SRL

**Autori: Ciornilă Denisa Mihaela, Stanici Alexandra Nicoleta**  
**Coordonator: Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The company S.C Stup85 S.R.L invites customers to taste, in addition to a range of common natural products known to everyone, and products from the very heart of the mountains, for example, acacia honey. The company's profit will be made through the sales of packaged or wholesale products, through home deliveries within the city and participation in fairs and exhibitions. The economic importance of beekeeping is given by the value and valorization of the direct bee products that humans harvest from bees: honey, propolis, pollen grains, royal jelly, venom, pasturage and wax, but also that of agricultural products which are obtained from cultivated and spontaneous plants through pollination.*

### 1. Introducere

O afacere cu albine este o idee pe care trebuie să o privim, înainte de toate, pragmatic și cu atenție, asta deoarece o idee de afaceri bazată pe creșterea albinelor este o afacere profitabilă, produsele sunt neperisabile, necesită investiție mică, are piață de desfacere internă în continuă dezvoltare și piață de export în UE cu potențial uriaș.

Cât privește populația României, consumatorii consideră mierea de albine un produs cu multiple beneficii pentru sănătatea omului, și totodată parte a unui stil de viață sănătos.

### 2. Viziunea și strategia

Ideea afacerii vine să continue o tradiție de mii de ani, dar într-o manieră originală și mai profitabilă - creșterea de albine pentru miere.

Există mai multe aspecte care pot genera bani și profit din afacerea cu miere. Iată câteva dintre aspectele cheie care pot influența succesul financiar al afacerii noastre cu miere:

- **Producția de miere de calitate:** O miere de calitate superioară poate fi vândută la un preț maimare, astfel încât investiția în producția de miere de calitate poate aduce un profit mai mare. Această poate implica investiții în echipamente de apicultură moderne, selecția soiurilor de albine adecvate și gestionarea responsabilă a coloniilor de albine.

- **Marketing și branding:** O strategie de marketing bine pusă la punct și un brand puternic pot atrage mai mulți clienți și pot genera vânzări mai mari.

- **Diversificarea produselor:** În afară de miere, în viitor dorim să dezvoltăm o gamă largă de produse, cum ar fi polenul, propolisul, lăptișorul de matcă. Aceasta poate crește veniturile și poate spori interesul clienților pentru afacere.

În prezent se oferă clienților o gamă diversificată de produse naturiste: miere de rapita, miere de salcam, miere de tei, miere poliflora.



**Figura nr. 1. Imagine sugestivă cu miere și ramă de stup**

*Sursa: www.google.ro*

### 3. Obiective și puncte tari

#### Obiective:

- Ocuparea unui segment de piață important în producerea mierii;
- Crearea unui site propriu al firmei în care să se facă prezentarea firmei și vânzarea produselor comercializate.
- Obținerea unui nume recunoscut pe piață pentru calitate și prețuri accesibile;
- Stabilirea relațiilor de încredere și fidelitate cu clientela din țară cât și peste hotarele țării;
- Lărgirea gamei de produse în viitor pentru a bucura clienții cu alte produse apicole de calitate: lăptișor, ceară, propolis, etc.

#### Punctele tari:

- Firma o să se evidențieze prin calitatea superioară a produselor comercializate cu scopul satisfacerii clienților;
- Oferim produse 100% naturale;
- Experiența de peste 7 ani în domeniul apicol;
- Realizarea de campanii de promovare intense și eficiente;
- Varietatea produselor duce la acoperirea unui segment mai mare de piață;
- Personal amabil, instruit și capabil de a oferi suport în scopul consilierii clienților;

### 4. Istoric, management și resurse umane

Beneficiarul proiectului SC Stup85 SRL fiind administrată de Stanciu Alexandra împreună cu Ciornilă Denisa Mihaela, doamna Stanciu fiind intrată în domeniul apicol de câțiva ani, având un număr de 35 de familii de albine, pentru a se moderniza, dorește să acceseze Programul Național de Dezvoltare Rurală, măsura 6.1- Instalarea tinerilor fermieri, unde dorește să beneficieze de un ajutor de 50.000 Euro iar pentru înmulțirea afacerii cu încă 50 de familii de albine este necesară achiziția familiilor de albine, mărcilor selecționate, stupilor, a uneltelor și utilajelor apicole iar cea mai importantă investiție este achiziționarea unei remorci apicole REMA de transportat stupii.

Ideea de afacere în apicultură a apărut din mai multe motive. Iată câteva dintre acestea:

- Interesul pentru apicultură: Pentru noi, apicultura a fost la început un hobby. Prin studierea mai aprofundată a apiculturii, am descoperit noi oportunități de afaceri, cum ar fi producerea și vânzarea de miere și alte produse apicole.
- Cererea crescută de produse apicole: În ultimii ani, cererea de miere și alte produse apicole naturale și sănătoase a crescut semnificativ.
- Diversificarea activităților agricole: Deoarece deținem terenuri agricole, apicultura poate

fio modalitate de a ne diversifica activitățile și de a obține un venit suplimentar.

- Protejarea mediului înconjurător: Albinelor le este atribuită o importanță semnificativă în polenizarea culturilor și menținerea biodiversității.



Figura nr. 2. Imagine sugestivă cu remorcă de stupi

Sursa: [www.google.ro](http://www.google.ro)

Resurse umane:

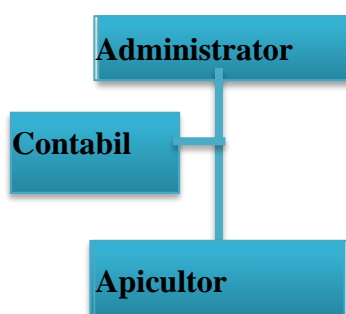


Figura nr. 3. Organigrama firmei S.C. Stup85 S.R.L.

Sursa: realizată de autori

## 5. Analiza pieței

Tabelul nr. 1.

### Clienți potențiali

Vârsta:	Gen:	Venituri:	Tip:	Regiuni țintă:
Toate vârstele	toate genurile	7000-13000 lei	- Persoane fizice - Firme	Județeană

Sursa: realizat de autori

Tabelul nr. 2.

### Tipuri de clienți în anul current (2023)

Clienți	Vânzări anul 2023 pe clienții principali Lei	(Grupe de) produse/servicii, Lei				Total	
		Miere de rapita	Miere de salcam	Miere de tei	Miere poliflora	Lei	%
Clienți Interni	1. Persoane fizice	9.000	6.990	8.770	4.500	29.260	40,07
	2. Firme	13.800	15.412	4.550	10.000	43.762	59,93
	<b>Total piață internă</b>	<b>22.800</b>	<b>22.402</b>	<b>13.320</b>	<b>14.500</b>	<b>73.022</b>	<b>100</b>

Sursa: realizat de autori

*Cercetări ale pieței posibile:*

- Sondaje și chestionare
- Testarea pieței
- Târguri comerciale și expoziții
- Întâlniri cu furnizorii
- Experiența personală
- Familie și prieteni

*Care sunt principalii concurenți?*

- În apicultură, concurenții pot fi alți apicultori care produc și vând aceleași produse apicole în aceeași zonă geografică. În plus, există și concurență indirectă din partea producătorilor de îndulcitori artificiali, precum și din partea companiilor care produc produse similare din alte surse naturale, cum ar fi siropul de arțar sau de agave.
- În ceea ce privește mierea, concurența poate varia în funcție de zonă și de tipul de miere produsă. De exemplu, în anumite zone, apicultorii pot avea concurență din partea furnizorilor de miere de salcâm din alte zone geografice.

*Principalele avantaje ale noilor produse/servicii oferite:*

Noile produse din miere pot oferi numeroase avantaje atât pentru consumatori, cât și pentru producători. Iată câteva dintre cele mai importante avantaje:

- Diversificarea gamei de produse: introducerea de noi produse din miere poate permite producătorilor să ofere o gamă mai largă de produse, ceea ce poate atrage noi clienți și poate încuraja clienții existenți să încerce și alte produse.
- Creșterea valorii adăugate: prin crearea de noi produse din miere, producătorii pot adăuga valoare produselor lor și pot obține prețuri mai bune pentru acestea. De exemplu, produsele din miere care conțin alte ingrediente, cum ar fi fructe, nuci sau condimente, pot avea un preț mai mare decât mierea simplă.
- Potențialul pentru creșterea vânzărilor: introducerea de noi produse din miere poate atrage noi clienți și poate crește loialitatea clienților existenți, ceea ce poate duce la o creștere a vânzărilor.
- Îmbunătățirea sănătății și a nutriției: anumite noi produse din miere pot fi formulate pentru a avea proprietăți specifice, cum ar fi conținutul ridicat de antioxidanți sau proprietăți antiinflamatorii, ceea ce poate avea beneficii pentru sănătatea și nutriția consumatorilor.
- Oportunități de diversificare a pieței: introducerea de noi produse din miere poate permite producătorilor să exploreze alte piețe sau segmente de piață, cum ar fi piața produselor organice.

*Reacția previzibilă a concurenței la apariția de noi oferte pe piață:*

Reacția concurenței la apariția de noi oferte pe piața mierii poate fi diferită, dar există câteva posibilități.

- Competiție agresivă: Concurenții pot începe să ofere prețuri mai mici sau să îmbunătățească calitatea mierii lor pentru a atrage mai mulți clienți.
- Ignoarea noii oferte: În unele cazuri, concurenții pot decide să ignore noua ofertă și să continue să vândă propria miere la prețul și calitatea actuală.
- Colaborare: În unele cazuri, concurenții pot decide să colaboreze cu noua ofertă pentru a promova mierea ca produs în ansamblu și pentru a crește piața globală a mierii.

- Acapararea pieței: Dacă noua ofertă este foarte populară și atractivă pentru clienți, concurenții pot încerca să acapareze piața prin lansarea de campanii publicitare agresive, reduceri de preț și alte strategii.

*Activități de promovare a vânzărilor:*

- Utilizarea social media: Social media poate fi o modalitate excelentă de a ne promova afacerea și de a ne conecta cu clienții. Creăm o pagină de Facebook, un cont Instagram și publicăm conținut relevant și atractiv, cum ar fi fotografiile ale produselor noastre.
- Participarea la târguri și expoziții: Participarea la târguri și expoziții locale sau regionale poate fi o modalitate excelentă de a ne face cunoscută afacerea și de a ne întâlni cu clienții potențiali.
- Promovarea adaptată – crearea unui site care să conțină informații despre firma, metode de prelucrare și o prezentare a tuturor produselor din firma. Site-ul va fi construit de o firmă de specialitate contractată de firma. Site-ul va conține și posibilitatea comandării online a produselor, pentru persoanele doritoare.

## 6. Descrierea procesului tehnologic

Producerea mierii de către albine reprezintă un proces complex care cuprinde mai multe etape:

- recoltarea nectarului;
- prelucrarea enzimatică;
- reducerea cantității de apă.

Prelucrarea nectarului începe chiar din timpul recoltării nectarului când nectarul preluat în gușă este îmbogățit cu salivă bogată în enzime zaharolitice, cantități mici de polen și alte substanțe specifice.

Finalizarea transformării nectarului în miere se produce în stup unde albina culegătoare transferă nectarul recoltat altei albine care la rândul ei transferă mai departe nectarul altor albine, iar prin procesul de regurgitare-îngurgitare, nectarul se îmbogățește permanent cu echipament enzimatic, după care este depus în celule unde se finalizează procesul de maturare.

Ca urmare a prelucrării enzimatică și a prelucrării hidrice de către albine, mierea devine un produs stabil și concentrat care permite depozitarea acestuia pe o perioadă mai mare de timp.

După această etapă are loc concentrarea nectarului prelucrat pentru a reduce conținutul apei până la un nivel care îi asigură conservarea. Acest proces se realizează prin ventilația energetică produsă de albine cu ajutorul aripilor, asigurarea unei temperaturi ridicate (35°C) împrăștierea mierii pe o suprafață mai mare a fagurelui prin umplerea treptată a celulelor timp în care se produce deshidratarea până la cel mult 20% apă. După această etapă albinele acoperă celulele prin căpăcire cu un strat de ceară.

Din punct de vedere practic aceste explicații sunt foarte importante pentru a asigura calitatea mierii extrase deoarece trebuie avut în vedere ca extracția mierii să se facă numai după ce acest proces de maturare este încheiat și anume când fagurii cu miere sunt căpăciți în cea mai mare parte (1/3 din suprafața acestora).

Etapele recoltării mierii:

**a) Recoltarea fagurilor cu miere din stup.** Momentul optim pentru recoltarea fagurilor este atunci când aceștia sunt cel puțin căpăciți 1/3. Acest fapt indică apicultorului că mierea este maturată în proporție cât mai mare, deci conținutul apei este adus la valoarea necesară conservării acesteia.

Recoltarea fagurilor din stup necesită eliminarea albinelor de pe aceștia care se face prin scuturare și periere cu o perie apicolă specială sau prin alte metode utilizate în special în apicultura profesionistă sau prin folosirea de podișoare speciale prevăzute cu un dispozitiv prin care albinele pot

ieși dar nu mai pot reintra (izgonitoare de albine) care pot fi montate peste corpurile de bază cu cel puțin o zi înainte.

Fagurii recoltați sunt preluați în lădițe speciale sau în corpuri de stupi și sunt aduși cât mai repede în camera de extracție. Este foarte importantă temperatura în momentul extracției deoarece la 20 °C mierea este de 3 ori mai vâscoasă decât la 30°C.

**b) Extracția propriu-zisă a mierii** se poate face în spații special amenajate, fie în cadrul stupinei fie în alte locații. Pentru extracție sunt utilizate extractoare de diferite capacități și moduri de funcționare.

Etapa prealabilă extracției este **descăpăcirea fagurilor căpăciți**.

**Descăpăcirea** este operația de înlăturare a capacelului subțire de ceara cu care albinele acoperă și închid fiecare celulă cu miere maturată.

**Descăpăcirea** se realizează cu ajutorul unor unelte specifice (furculița de descăpăcit, cuțit de descăpăcit) sau utilaje specifice de descăpăcit automate, în funcție de capacitatea și dotarea stupinii.

**Extracția propriu-zisă** se realizează cu ajutorul unor extractoare (centrifugi) specifice. Fagurii introduși în extractor în locașuri speciale, sunt roțiți manual sau automat la anumite viteze (de ex. 300 rotații/min), iar mierea iese din faguri pe peretele cilindric al extractorului după care se scurge print o deschidere de la baza acestora, în bazine sau recipiente pentru a fi preluată manual sau prin pompe în maturatoare și este lăsată 1-2 zile pentru **decantare** apoi depozitată în recipiente de tablă.



Figura nr. 3. Imagine sugestivă cu stupi și centrifugă pentru extragerea mierii

Sursa: [www.google.ro](http://www.google.ro)

## 7. Investiții necesare

Pentru înființarea unei stupine cu 50 de familii de albine este necesară achiziția familiilor de albine, matcilor selecționate, stupilor, a uneltelor și utilajelor apicole.

Tabelul nr. 3.

Investiții					
Nr.crt.	Specificare	U.M.	Număr U.M.	Preț U.M.	Total Lei
1.	Familii de albine	Familii	50	450	22.500
2.	Matci selecționate	Buc.	50	380	4.000
3.	Stupi verticali	Buc.	50	250	12.500
4.	Stupi verticali (de rezervă)	Buc.	25	250	6.250
5.	<b>Unelte apicole</b>				
	Cuțit apicol	Buc.	1	54	54
	Tava descapacit	Buc.	1	435	435
	Maturător de miere	Buc.	1	992	992
	Topitor de ceară pentru arzător de gaz	Buc.	1	900	900
	Topitor cu abur pentru faguri reformați	Buc.	1	2.500	2.500
	Centrifugă 8 rame	Buc.	1	4.000	4.000
7.	<b>Total Valoare</b>				<b>54.131</b>

Sursa: realizat de autori

## 8. Proiecții financiare

Tabelul nr. 4.

### Plan de finanțare a investiției

Sursa de finanțare	Suma	%
Capital propriu	40.000 lei	15,75
Fonduri europene	250.000	84,25
<b>Total</b>	<b>254.000 lei</b>	<b>100</b>

Sursa: realizat de autori

Tabelul nr. 5

### Situația veniturilor și cheltuielilor

Indicator	Valoare (in mii Lei)
	Anul 2023
Venituri din vânzări	73.022
Costuri de producție	49.000
Profit brut (impozabil) = Venitul – Chelt. de funcționare	24.022
Impozit pe profit	3.843
Profit net = Profit brut – Impozit pe profit 16%	20.179
Dividende plătite	4000
Profit nerepartizat	16.179

Sursa: realizat de autori



## Concluzii

În concluzie, afacerea de apicultură poate fi o afacere profitabilă și satisfăcătoare, dar implică și riscuri și provocări importante.

Creșterea albinelor este o afacere mereu în atenția mediului de afaceri, grație utilității ei pe piață. Dacă această activitate a rezistat timp de mii de ani, cu siguranță nu va dispărea acum sau în viitor.

Beneficiile produselor apicole fac ca această ocupație să fie mereu apreciată și căutată. Creșterea albinelor este o afacere pe termen lung, iar administrată cum trebuie, nu va da niciodată faliment.

Țara noastră dispune de toate condițiile necesare obținerii unor produse apicole de calitate superioară și trebuie doar să se profite de ceea ce natura oferă.

## Bibliografie:

1. Dobre Alexandru Cristian (2022) *Sustainable business activities*, Annals of the University of Petroșani, Economics, Disponibil la [https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/2022/9\).%20Dobre\\_1.pdf](https://www.upet.ro/annals/economics/pdf/2022/9).%20Dobre_1.pdf) [Accesat la 25 Aprilie 2023]
2. Popescu Mirela, Isac Claudia, Niță Dorina, Dobre-Baron Oana, Ghicăjanu Mihaela, Dobre Alexandru Cristian (2022) *Cartea verde a antreprenoriatului*, Editura Universitas, Petroșani
3. [https://agriculture.ec.europa.eu/farming/animal-products/honey\\_ro](https://agriculture.ec.europa.eu/farming/animal-products/honey_ro) [Accesat la 2 Mai 2023]
4. <https://www.madr.ro/programul-national-apicol.html> [Accesat la 1 Mai 2023]
5. <https://www.aca.org.ro/> [Accesat la 2 Mai 2023]



## Crowdfunding-ul - o metodă de finanțare modernă

**Autor: Cuclev Eugeniu**  
**Coordonator: Prof. univ. dr. Ionică Andreea**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** Crowdfunding represents a modern financing method that has appeared since ancient times but started to grow exponentially in this decade thanks to the internet. In this paper, I will try to explain what this financing method means, analyze the components and elements of participatory fundraising, its characteristics (how it differs from other financing methods), crowdfunding models, and of course, I will talk about the implementation of crowdfunding in universities. As financing methods are closely related to entrepreneurship, I will also briefly mention the entrepreneurial situation at the University of Petroșani.*

### 1. Ce este crowdfunding-ul?

Crowdfunding-ul este unul dintre cele mai importante fenomene, care se află într-o creștere considerabilă, atrăgând un interes deosebit din partea cercetătorilor și a practicienilor deopotrivă. Acest interes se datorează în totalitate faptului, că acest fenomen reprezintă o alternativă importantă de finanțare. Apariția unui nou izvor de resurse financiare este un pas înainte în evoluția societății umane, deoarece acest izvor oferă un ansamblu de oportunități prin care se realizează noi proiecte importante în cele mai diverse domenii precum: sociale, culturale, cercetare dezvoltare, economice, politice și altele. Ideea fundamentală în spatele finanțării participative se prezintă în cele ce urmează:

Inițiatorul unui proiect care solicită finanțarea își prezintă ideea în cel mai bun mod posibil, ținând cont de resurse, timp și probleme. Prezentarea proiectului poate fi realizată direct prin intermediul internetului și aceasta ar putea include documente în formă scrisă, material audio sau video, în așa mod ca potențialii finanțatori să înțeleagă ușor ideea inițiatorului. Ideea prezentată trebuie să fie destul de interesantă pentru ca să atragă atenția și să convingă finanțatorii să-și pună banii în joc. Pentru a disemina ideea, fondatorul poate utiliza o platformă intermediară de crowdfunding, ceea ce majoritatea o fac, sau pot utiliza propria platformă pentru demonstrarea aplicabilității ideii, o cale mai puțin abordată. Apelul deschis pentru finanțare este promovat în principal prin intermediul rețelelor sociale ca exemplu fiind: Facebook, Google+, Youtube, Instagram, TikTok, LinkedIn, Reddit, Twitter și altele, dar și prin alte forme de comunicare, ca exemplu e-mailul. Un mesaj inspirațional și ușor de înțeles este crucial pentru a atrage un număr mare de finanțatori. Perioada de timp pentru o campanie de strângere de fonduri este de obicei între 30 și 45 de zile. Suma totală promisă de donatori este de obicei afișată în timp real pe platforma de crowdfunding. Platformele intermediare percep comisioane cuprinse între 8 și 10 procente în cazul proiectelor care reușesc să strângă fonduri, inclusiv costurile de procesare a tranzacțiilor de la procesatorii de plată. Luând în considerare toate elementele enumerate în acest paragraf voi formula o definiție.

Crowdfundingul este o metodă de finanțare ce se desfășoară în majoritatea cazurilor prin intermediul internetului cu scopul realizării unui proiect inițiat de un fondator prin contribuțiile distribuite online și microsponsorizări (colectarea unor sume mici de bani de la un număr mare de persoane într-un interval de timp limitat); reprezintă alimentarea cu resurse financiare o idee, sau un proiect prin efectuarea unui apel deschis pentru finanțare, în principal prin tehnologiile Web 2.0, astfel încât finanțatorii să poată dona, pre-cumpăra produsul, împrumuta sau investi în funcție de

criteriile de evaluare proprii care se pot baza pe încrederea în angajamentul fondatorului și/sau așteptarea unui profit.

## 2. Componentele și elementele cheie ale crowdfunding-ului

În procesul de crowdfunding, identificarea elementelor cheie joacă un rol important în facilitarea diferitelor aspecte. Acest subcapitol evidențiază câteva elemente cheie care sunt pertinente pentru finanțarea participativă, atât ca fenomen, cât și ca domeniu.

Înainte de a vorbi despre elementele crowdfunding-ului este nevoie de a face o radiografie a acestui proces și de a identifica componentele sale, care au fost menționate majoritatea și în subcapitolul 1.

- **Fondator** - persoana, echipa sau organizația care inițiază campania de strângere de fonduri pe o platformă de crowdfunding în scopul unui anumit obiectiv. Fondatorul este numit și în alte moduri, cum ar fi inițiator, beneficiar, echipă sau grup de proiect etc.
- **Finanțator** - persoana care promite să sprijine financiar o inițiativă de crowdfunding. Finanțatorii pot să nu aibă așteptări în privința unui răspuns concret, să primească un produs, un randament la investiția lor cu dobândă sau deținerea unor acțiuni. În funcție de angajamentul proiectului respectiv, finanțatorul poate fi numit, de asemenea, donator, susținător, creditor, investitor, client de pre-cumpărare etc.
- **Platformă de Crowdfunding** - aceasta reprezintă platforma bazată pe internet utilizată ca portal pentru a prezenta o idee de campanie și informațiile asociate, cum ar fi o descriere detaliată a proiectului, fotografii, audio și video, opțiuni de contribuții, durata proiectului, detalii despre fondator etc.
- **Campanie** - o solicitare deschisă de a susține financiar un proiect sau o idee într-un anumit interval de timp. Elementele importante într-o campanie includ descrierea proiectului și interacțiunea eficientă, cum ar fi răspunsul la întrebări și preocupări, furnizarea de actualizări și integrarea feedback-ului.
- **Pragul de investiție** - determină succesul sau eșecul unei campanii de crowdfunding.

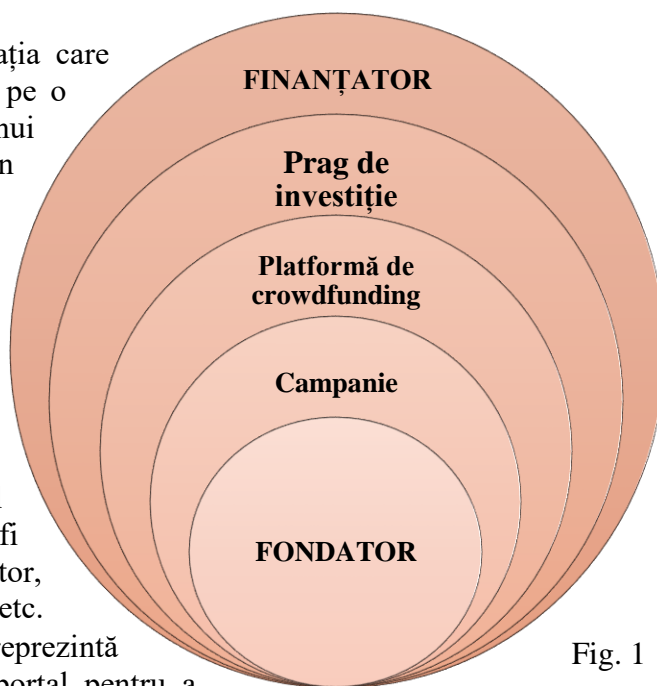


Fig. 1

## 3. Elementele importante în crowdfunding

I. Internetul și Rețelele de socializare: „Finanțarea participativă este posibilă datorită tehnologiilor Web 2.0. Portalurile web, instrumentele digitale interactive și sistemele de plată electronice furnizate de intermediarii de crowdfunding formează baza actuală pentru crowdfunding.”<sup>1</sup>. În plus, unii cercetători au subliniat rolul semnificativ pe care rețelele sociale îl joacă în răspândirea conștientizării pentru o campanie de crowdfunding și în atragerea interesului, contribuind astfel la șansele sale de succes.

<sup>1</sup> Wicks, Breitschneider, Leimeister, 2013: *Funding from the Crowd: An Internet-Based Crowdfunding Platform to Support Business Set-Ups from Universities*. International Journal of Cooperative Information Systems 22(3)

II. Comunicarea Vizuală: „Utilizarea mediilor vizuale, cum ar fi videoclipuri, desene tehnice, fotografii și chiar forumuri de chat interactive este foarte populară în campaniile de crowdfunding. Într-adevăr, acest model de comunicare rezonază bine cu cultura vizuală a epocii digitale actuale”<sup>2</sup>. În orice campanie de crowdfunding, aplicarea eficientă a acestor instrumente de comunicare joacă un rol esențial în transmiterea informațiilor necesare. Acest lucru ajută să se elimine orice lacune în înțelegerea dintre fondatori și finanțatori.

IV. Pre-cumpărarea: reprezintă un element important al crowdfunding-ului, deoarece pre-cumpărarea este utilizată într-un mod eficient de a satisface motivația finanțatorilor, care și-ar dori să obțină printre primii și să experimenteze un produs sau serviciu nou. Printre cei mai mulți finanțatori care sunt interesați de o astfel de investiție sunt tinerii. De exemplu: „conform unui studiu 52% dintre finanțatorii participativi aveau sub 35 de ani.”<sup>3</sup>; într-un alt studiu s-a constatat că aproximativ 22% dintre finanțatori nu primesc niciun fel de recuperare a investiției lor, în timp ce restul de 78% dintre finanțatori colectivi primesc returnări ale investițiilor lor sub formă de acțiuni, bani, produse etc.<sup>4</sup>.

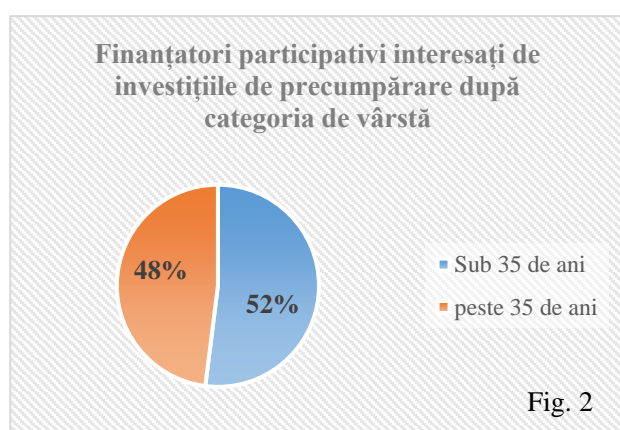


Fig. 2

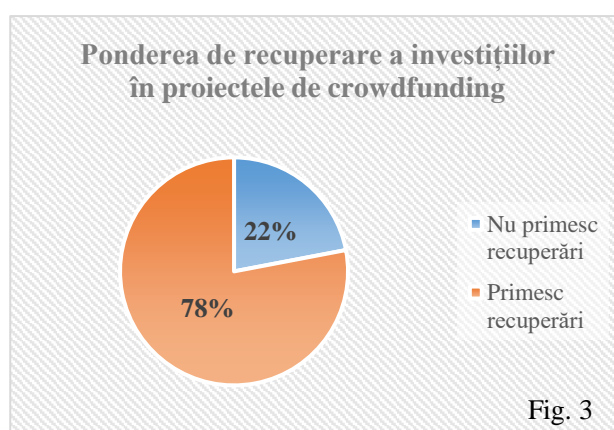


Fig. 3

Pe de altă parte, s-a evidențiat și faptul că „crowdfunding-ul pentru lucrările jurnalistice are ca scop susținerea unei cauze specifice, mai degrabă decât obținerea unei recuperări a investiției. Reputația socială și a face parte dintr-un efort de succes, sunt doi factori motivaționali majori non-financiari pentru finanțatorii colectivi.”<sup>5</sup>

VI. Motivația: Motivația este o forță care îi determină pe fondatori să inițieze un proiect, iar acest lucru este critic în atragerea interesului finanțatorilor. „Motivația este un fenomen cognitiv complex care îi determină pe indivizi să se comporte sau să acționeze într-un mod particular. Nevoile și dorințele individuale creează adesea un declanșator de acțiune mai slab sau mai puternic pentru motivare. Astfel, fondatorii pot fi motivați de diferite motive intrinseci și extrinseci.”<sup>6</sup> Aceste motive, însă, trebuie să atragă și potențialii finanțatori dacă o campanie de strângere de fonduri urmează să fie de succes. Aici intervine comunicarea eficientă și propunerea de valoare. În plus, o motivație cheie a fondatorilor este de a evita reacția finanțatorilor convenționali. S-a constatat de asemenea, că finanțatorii prosociali tind să răspundă pozitiv la inițiativele care prezintă o oportunitate de a ajuta pe alții în comparație cu inițiativele care sunt prezentate ca oportunități de afaceri.

<sup>2</sup> Fillis, I 2000. *Being Creative at the Marketing/Entrepreneurship Interface: Lessons from the Art Industry*. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship 2 (2):125-137

<sup>3</sup> Van Wingerden, R.P., and Ryan. *Fighting for Funds: An exploratory Study into the Field of Crowdfunding*. 2011 (<http://www.lunduniversity.lu.se/lup/publication/1982630>)

<sup>4</sup> Belleflamme, P., T. Lambert, A. Schwienbacher. 2014. *Corwdfunding: Tapping the Right Crowd*. Journal of Business Venturing 29 (5): 585-609

<sup>5</sup> Aitamurto, T 2011. *The Impact of Corwdfuning on Journalism: Case Study of Spot. Us, a Platform form Community-Funded Reporting*. Journalism Practice 5 (4): 429-445.

<sup>6</sup> Allison, T.H.,B.C. Davis, J.C. Short, and J. W. Webb. 2015. *Corwdfunding in a Prosocial Microlending Environment: Examining the Role of Intrinsic versus Extrinsic Cues*. Entrepreneurship Theory and Practice 39 (1): 53-73

V. Încrederea și transparența: încrederea reprezintă principalul element din cadrul procesului de crowdfunding, deoarece aceasta implică crearea unei conexiuni dintre proiectul care urmează a fi finanțat și finanțatori, fără a exista vreun contract bancar, care să asigure fondurile. Există mulți pirați în mediul online, care încearcă să-și atribuie fonduri prin fraudă, de aceea cele mai utilizate sunt platformele oficiale și autorizate, fiindcă oferă toată încrederea că banii vor ajunge la destinația potrivită. Transparența campaniei de crowdfunding din punct de vedere al fondatorilor este esențială prin faptul că se câștigă și se construiește încrederea din partea finanțatorilor, iar din perspectiva finanțatorilor transparența campaniei de crowdfunding le oferă șansa de a urmări în timp real transformarea prețului plătit în valoarea finală.

#### 4. Caracteristicile Crowdfunding-ului în contextul dezvoltării antreprenoriale

„În ultima decadă, crowdfunding-ul a acoperit o parte semnificativă din cadrul finanțării de afaceri”<sup>7</sup>. „În stadiile incipiente ale crowdfunding-ului, acesta era utilizat în principal pentru a finanța proiecte artistice și alte inițiative creative. Ulterior, a apărut ca mijloc de a obține capital pentru a susține inovații, idei antreprenoriale și afaceri”<sup>8</sup>. Unele elemente fundamentale disting crowdfunding-ul de investitorii tradiționali, cum ar fi băncile și investitorii de capital de risc, făcându-l o sursă nouă de finanțare. Deci, printre caracteristicile fundamentale ale crowdfunding-ului, care îl disting de celelate metode tradiționale de finanțare, se enumeră următoarele:

Este bine cunoscut faptul că mulți antreprenori noi, întâmpină dificultăți în obținerea fondurilor necesare pentru a-și realiza ideile prin intermediul furnizorilor tradiționali de fonduri, cum ar fi băncile și investitorii de capital de risc. Prin urmare, abordarea de tip crowdfunding prezintă o opțiune diferită și atractivă pentru acești antreprenori, acest lucru afirmându-se și în cartea "Management Science" (2015) de Burtch, Ghose și Wattal. Crowdfundingul ajută, de asemenea, antreprenorii să obțină o largă expunere care îi va ajuta în cele din urmă să obțină și mai multe fonduri. Potrivit lui Assenova et al. (2016), ceea ce oferă crowdfunding-ul și care lipsește finanțării tradiționale, este obținerea de beneficii diverse, creând astfel o comunitate.



finanțarea pentru start-up-uri nu este foarte frecventă, astfel crowdfunding-ul vine ca o soluție în stadiul incipient al dezvoltării afacerii;



crowdfunding-ul valorifică pozitiv potențialul internetului și puterea rețelelor sociale;



crowdfunding-ul este considerat un nou canal de marketing;



crowdfunding-ul are rolul de a încuraja testarea de către public a ideilor unice și realizarea acestora;



crowdfunding-ul facilitează angajamentul direct cu consumatorii;

Fig. 4

Potrivit raportului analitic, realizat de Market Data Forecast cu denumirea de „Global Crowdfunding Market Research Report” se prezintă ca „piața industriei de finanțare participativă a ajuns la valoarea de 17,2 miliarde de dolari în anul 2020 și s-a făcut o estimare a evoluției pieței până în anul 2027, astfel determinându-se, că în anul 2026 piața globală de crowdfunding va atinge valoarea de 34,6 miliarde de dolari, ceea ce reprezintă o creștere anuală de 17% între anii 2021 și 2026.”

<sup>7</sup> Burtch, G., A. Ghose, și S Wattal. 2015. *Costul ascuns pentru acomodarea preferințelor de confidențialitate ale fondatorului de fonduri colective: Un experiment de teren randomizat*. Știința Managementului 61 (5): 949-962

<sup>8</sup> Schwienbacher, A. & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding-ul micilor întreprinderi antreprenoriale. Manual de finanțare antreprenorială*, Oxford University Press

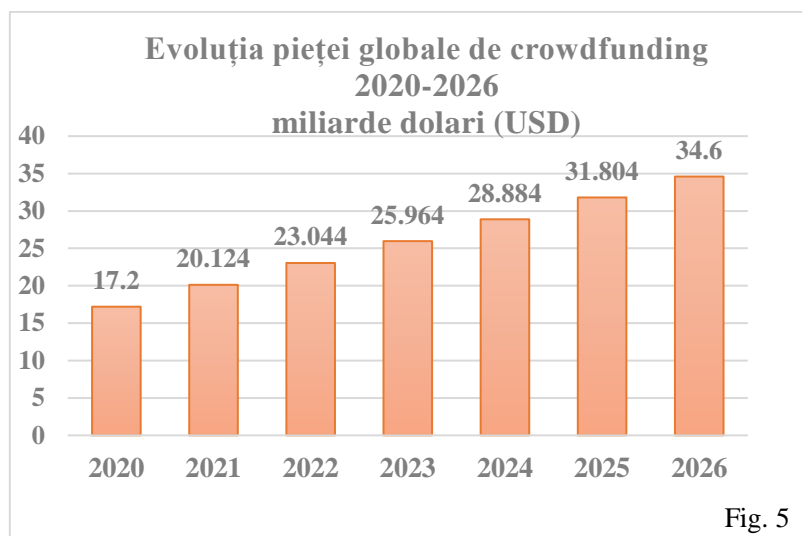


Fig. 5

Investiția unei persoane într-un proiect de crowdfunding variază în mod obișnuit între 1 și 100 de dolari, dar sunt văzute și investiții mari din partea unui singur donator. De exemplu cea mai mare investiție individuală de 100.000 de dolari a fost înregistrată de platforma de capitaluri Crowdcube din Marea Britanie.<sup>9</sup> Printre cele mai populare inițiative de crowdfunding se numără următoarele domenii și categorii: afaceri și antreprenoriat, cauze sociale, divertisment, arte și imobiliare (Agrawal, Catalini și Goldfarb, 2015).

## 5. Modelele prin care Crowdfunding-ul ia formă

Tip	Model bazat pe donații	Model bazat pe recompensă	Model bazat pe împrumut	Model bazat pe acțiuni
Motivația finanțatorului	Intrinseci și sociale	Intrinseci, sociale și extrinseci	Câștig financiar	Sociale și/ sau financiare
Tipul contribuției	Donație	Pre-comandă	Investiții	Împrumut
Așteptările finanțatorului	Beneficii intangibile	Beneficii tangibile și intangibile	Ramburs sau investiții	Rambursarea investițiilor
Motivația fondatorului	Intrinseci și sociale	Intrinseci, sociale și extrinseci	Câștig financiar	Sociale și/ sau financiare
Focusul principal	Filantropie/ jurnalism/ caritate	Produse pentru primii clienți/ cadouri	Start-up-uri	Debitorul
Complexitatea procesului	Complexitate foarte scăzută	Complexitate scăzută	Complexitate ridicată	Complexitate medie
Exemple de beneficiari primari	fondatorul, muzicienii, ONG-urile, start-up-urile, finanțatorii	fondatorul, muzicienii, ONG-urile, start-up-urile, finanțatorii	Start-up-uri	Persoane fizice, persoane juridice
Tipul contractului	Contract fără existența recompensei	Contract de vânzare-cumpărare	Contract de participare	Contract de împrumut

<sup>9</sup> Global Crowdfunding Market Research Report - Segmentation by product, End-users Size, Growth, Trends & Forecast to 2027 Market Data Forecast - <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/crowdfunding-market>

"Modelul bazat pe donații este cel mai simplu și popular tip de crowdfunding. În acest model, finanțatorii donează în scopuri filantropice. Aceste donații sunt de obicei făcute către inițiative sociale și caritabile, iar finanțatorii nu așteaptă o recuperare a investiției."<sup>10</sup>

"Modelul bazat pe recompensă oferă susținătorilor o recompensă non-monetară, cum ar fi unul dintre primele produse fabricate. În acest model, antreprenorii invită potențialii clienți să comande în avans produse, uneori la un preț mai mic decât cel obișnuit. Fondatorii pot oferi, de asemenea, cadouri și alte recompense non-monetare susținătorilor lor, dar niciodată nu plătesc dobânzi sau o parte din veniturile afacerii lor.

*Modelul bazat pe împrumut* implică împrumuturi de la persoană la persoană. Kiva și Prosper sunt două exemple de platforme renumite care utilizează acest model. În acest model, finanțatorii furnizează fonduri pentru o perioadă convenită cu expectanța de a primi înapoi fondurile, posibil cu dobândă. Unele platforme de crowdfunding bazate pe împrumuturi sunt exclusiv bazate pe dobândă."<sup>11</sup>

"Modelul bazat pe acțiuni este un model în care finanțatorii așteaptă un randament financiar la investiția lor. Este, de asemenea, numit model de împărțire a profiturilor. În acest model, antreprenorii încurajează oamenii să investească bani pentru a primi o parte din veniturile viitoare ale afacerii."<sup>12</sup>

## 6. Crowdfundingu-ul în proiecte din învățământul superior

Crowdfunding-ul cunoaște o dezvoltare continuă și accentuată în cadrul universităților din Statele Unite ale Americii și Marea Britanie, pe când "universitățile din România sunt încă departe de crowdfunding. Cele mai avansate dintre ele se concentrează încă pe obținerea de fonduri, iar în acest domeniu, Universitatea Babeș-Bolyai (UBB) se poate mândri cu cea mai mare sumă colectată. În mod gradual, alte universități recurg, de asemenea, la această metodă de atragere a investițiilor: Universitatea Danubius din Galați este un alt exemplu de universitate cu o platformă de crowdfunding."<sup>13</sup> Crowdfunding-ul în proiectele din învățământul superior este un fenomen tânăr și care se află încă în prima fază de evoluție. Această fază presupune răspândirea fenomenului, crearea conexiunilor necesare (grupuri de antreprenoriat, organizații studențești, grupuri de voluntariat, asociații etc.) pentru dezvoltarea sa și construirea unei infrastructuri potrivite (platforme de crowdfunding, grupuri pe rețelele sociale, integrarea modalităților de plată electronică, securitate cibernetică etc.) pentru funcționarea perfectă a procesului de colectare participativă. Analizând cu atenție fenomenul și efectele care le creează, observ că popularitatea crowdfunding-ului crește din ce în ce mai mult, stimulând activ creativitatea studenților și a profesorilor în activități de cercetare și dezvoltare de proiecte ingenioase și cel mai important de perspectivă.

Universitatea din Petroșani, deși se prezintă a fi puțin în urmă de celelalte mari universități cu profil economic, tocmai din cauza metamorfozei de la un Institut Tehnic la o universitate cu profiluri și specializări diferite, în special cu o înclinație economică, are și ea o tendință puternică de dezvoltare a sectorului antreprenorial. Acest fapt se observă prin totalitatea eforturilor care le întreprinde prin: educarea studenților în domeniul antreprenorial, crearea parteneriatelor cu alte universități atât din țară cât și internaționale în scopul dezvoltărilor de noi proiecte comune, încurajarea creării de organizații studențești, încurajarea studenților de a participa în cadrul proiectelor de dezvoltare antreprenorială, promovarea activă a domeniului antreprenorial, etc.

---

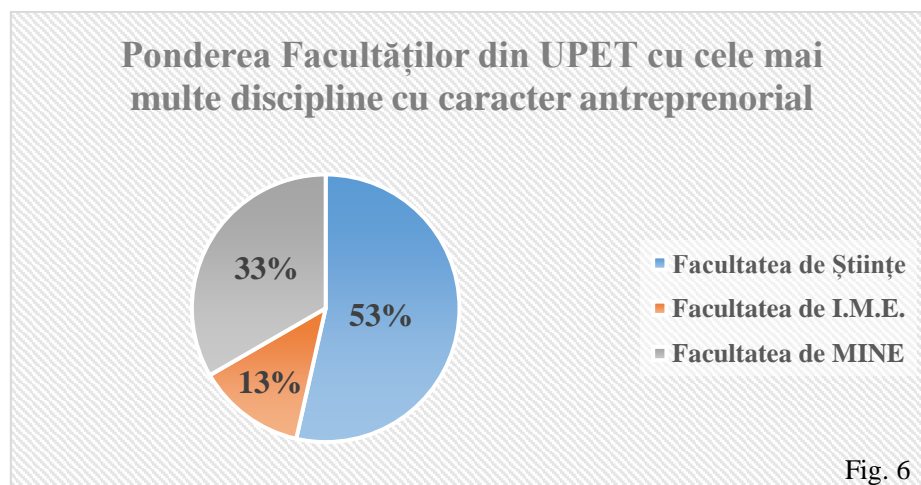
<sup>10</sup> Mollick, E 2014. *The Dynamics of Crowdfunding: an Exploratory Study*. Journal of Business Venturing 29 (1): 1–16

<sup>11</sup> Bradford, C. S 2012. *Crowdfunding and the Federal Securities Laws*. Columbia Business Law Review(1):. 2012

<sup>12</sup> Belleflamme, P., T. Lambert, A. Schwienbacher. 2013. *Individual Crowdfunding Practices*. Venture Capital: an International Journal of Entrepreneurial Finance 15 (4): 313–333

<sup>13</sup> S. Cseminschi, E. Cojocari, A. Ionica. *Exploring the crowdfunding opportunities for HE innovative projects*





În urma analizei planurilor de învățământ ale tuturor disciplinelor de studii din cadrul celor 3 facultăți ale Universității din Petroșani, cu scopul de a identifica, care este ponderea disciplinelor cu caracter antreprenorial, am descoperit următoarele date.

În cadrul Facultății de Științe Economice a UPET am adunat 109 de discipline cu caracter antreprenorial de la fiecare specializare: Administrația Publică (8), Asistență Socială (2), Contabilitate și Informatică de Gestiune (21), Economia Comerțului Turismului și Serviciilor (27), Finanțe Bănci (23), Management (28), Sociologie (0).

În cadrul Facultății de I.M.E. am adunat 27 de discipline cu caracter antreprenorial de la fiecare specializare, cu mențiunea că majoritatea disciplinelor sunt opționale: Calculatoare (3), Automatică și Informatică Aplicată (4), Electromecanică (1), Energia Industrială (1), Mașini și Echipamente Miniere (2), Echipamente pentru Procese Industriale (4), Ingineria Transporturilor (9), Tehnologia Construcțiilor de Mașini (3).

În cadrul Facultății de Mine am adunat 68 de discipline cu caracter antreprenorial de la fiecare specializare: Inginerie minieră (3), Topografie minieră (4), Construcții miniere (2), Ingineria și protecția mediului (1), Inginerie economică în construcții (5), Ingineria securității în industrie (11), Inginerie și managementul calității (19), Inginerie și managementul afacerilor (23).

Acest fapt ne demonstrează că Universitatea din Petroșani este în direcția corectă și că își dorește să crească spiritul antreprenorial. Din alt unghi de vedere totuși educarea antreprenorială este încă la un nivel destul de mic și că mai este nevoie de puțin timp până va începe demararea activă a proiectelor antreprenoriale și adoptarea unui sistem de crowdfunding pentru realizarea acestor proiecte.

**Organizații studențești create în cadrul Universității din Petroșani:**

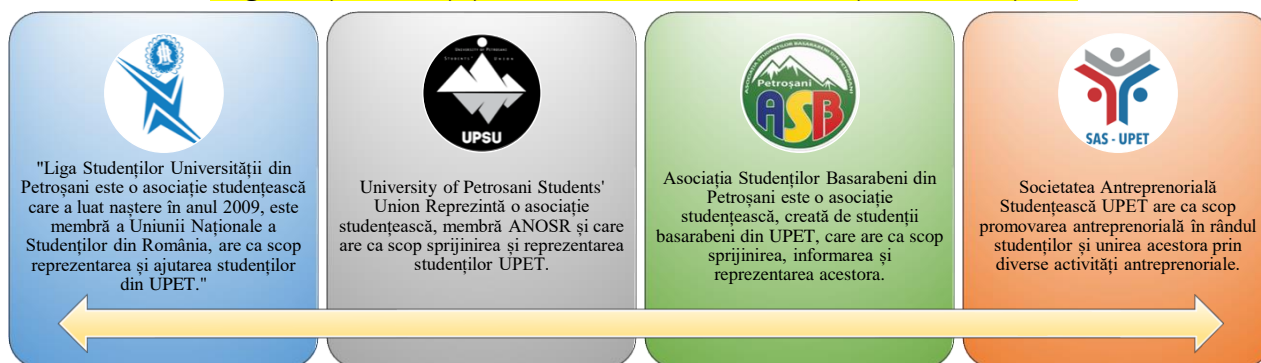


Fig. 7

## Bibliografie:

1. Aitamurto, T 2011. "The Impact of Crowdfunding on Journalism: Case Study of Spot. Us, a Platform for Community-Funded Reporting." *Journalism Practice* 5 (4): 429-445.
2. Allison, T.H., B.C. Davis, J.C. Short, and J. W. Webb. 2015. "Crowdfunding in a Prosocial Microlending Environment: Examining the Role of Intrinsic versus Extrinsic Cues." *Entrepreneurship Theory and Practice* 39 (1): 53-73
3. Belleflamme, P., T. Lambert, A. Schwienbacher. 2014. "Crowdfunding: Tapping the Right Crowd." *Journal of Business Venturing* 29 (5): 585-609
4. Belleflamme, P., T. Lambert, A. Schwienbacher. 2013. "Individual Crowdfunding Practices." *Venture Capital: an International Journal of Entrepreneurial Finance* 15 (4): 313-333
5. Burtch, G., A. Ghose, S. Wattal. 2015. "Costul ascuns pentru acomodarea preferințelor de confidențialitate ale fondatorului de fonduri colective: Un experiment de teren randomizat." *Știința Managementului* 61 (5): 949-962
6. Bradford, C. S 2012. "Crowdfunding and the Federal Securities Laws." *Columbia Business Law Review*(1):. 2012
7. Fillis, I 2000. "Being Creative at the Marketing/Entrepreneurship Interface: Lessons from the Art Industry." *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship* 2 (2):125-137
8. "Global Crowdfunding Market Research Report - Segmentation by product, End-users Size, Growth, Trends & Forecast to 2027" *Market Data Forecast* - <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/crowdfunding-market>
9. Mollick, E 2014. "The Dynamics of Crowdfunding: an Exploratory Study." *Journal of Business Venturing* 29 (1): 1-16
10. Schwienbacher, A. & Larralde, B. (2010). *Crowdfunding-ul micilor întreprinderi antreprenoriale. Manual de finanțare antreprenorială*, Oxford University Press
11. S. Csemínschi, E. Cojocari, A. Ionica. "Exploring the crowdfunding opportunities for HE innovative projects"
12. Van Wingerden, R.P., and Ryan. *Fighting for Funds: An exploratory Study into the Field of Crowdfunding*. 2011 (<http://www.lunduniversity.lu.se/lup/publication/1982630>)
13. Wicks, Breitschneider, Leimeister, 2013: "Funding from the Crowd: An Internet-Based Crowdfunding Platform to Support Business Set-Ups from Universities." *International Journal of Cooperative Information Systems* 22(3)



## Oportunități de finanțare europeană pentru România în perioada 2021-2027

**Autor: Donisa Claudia**  
**Coordonator: Conf.univ.dr. Niță Dorina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Being a member state of the European Union gives our country the opportunity to benefit from important amount of money through European structural and investments funds considered indispensable for the Romanian economy and society. Supplementing the financial investments in areas such as: human capital, SMEs, infrastructure, environment, health, education, etc., represents a "breath of oxygen" that allows not only the reduction of significant socio-economic development disparities manifested at the level of some regions in the country, but also of our country in relation to other member states or not of the European Union.*

*The beginning of a new financial programming period 2021-2027 gives Romania access to larger amounts of money compared to previous periods and investments progress in already known fields, but also in new fields, such as the energy transition, the development of energy from renewable sources and combating the effects of climate change.*

### 1. Politica de coeziune din Cadrul Financiar Multianual 2021-2027

Noua politică de coeziune a Uniunii Europene pentru perioada 2021-2027 a fundamentat cinci obiective prioritare, respectiv:

- *O Europă mai inteligentă*, prin inovare, digitalizare, transformare economică și sprijinirea IMM;
- *O Europă mai verde*, fără emisii de carbon, prin investiții în tranziția energetică, dezvoltarea energiei din surse regenerabile și combaterea schimbărilor climatice;
- *O Europă mai conectată*, prin dezvoltarea de rețele strategice de transport și digitale;
- *O Europă mai socială*, prin susținerea calității locurilor de muncă, a învățământului, a competențelor, a incluziunii sociale și a accesului egal la sistemul de sănătate;
- *O Europă mai apropiată de cetățenii săi*, prin strategii de dezvoltare conduse la nivel local și o dezvoltare urbană durabilă.

În cadrul Politicii de Coeziune a Uniunii Europene 2021-2027, României i-au fost alocate fonduri europene însumând 31,1 mld. euro (la care se adaugă 13,6 mld. euro contribuție națională). În urma negocierilor asupra versiunilor preliminare de Acord de Parteneriat cu UE pentru aceasta perioadă de programare, au rezultat următoarele programe operaționale: PO Dezvoltare Durabilă, PO Transport, PO Creștere Inteligentă, Digitalizare și Instrumente Financiare, PO Incluziune și Demnitate Socială, PO Sănătate, PO Educație și Ocupare, PO Asistență Tehnică, PO Tranziție Justă, precum și 8 Programe Operaționale Regionale, prin care vor fi sprijinite domeniile cheie prin folosirea tuturor resurselor materiale, umane și financiare disponibile.

Având în vedere evoluția nefavorabilă a ratelor de absorbție în exercițiile financiare precedente, decalajele față de media UE, respectiv față de statele membre din regiune persistând de la un an la altul, intensificarea ritmului de absorbție a fondurilor europene reprezintă o necesitate stringentă a implementării CFM 2021-2027. În acest sens, ținând cont de progresul limitat înregistrat în aplicarea recomandărilor CE, eforturile de îmbunătățire a absorbției fondurilor europene trebuie să vizeze, în principal: planificarea strategică a investițiilor în domenii-cheie, creșterea capacității administrative de gestionare a proiectelor, prioritizarea proiectelor de mari dimensiuni și accelerarea

implementării acestora, îmbunătățirea eficienței sistemului de achiziții publice și asigurarea predictibilității cadrului legislativ și instituțional.

## 2. Planul Național de Redresare și Reziliență al României

România se găsește în fața unei oportunități extraordinare, alocărilor de 31,1 mld. euro din cadrul politicii de coeziune aferente cadrului financiar multianual al UE pe perioada 2021-2027, adăugându-li-se inițial 29,2 mld. euro prin facilitatea Mecanismului de Redresare și Reziliență (MRR), 14,3 mld. euro fiind sub formă de granturi, iar 14,9 mld. euro sub formă de împrumuturi. MRR, care a fost aprobat la nivel european pe 12 februarie 2021, pune la dispoziția statelor membre UE granturi de până la 312,5 mld. euro și împrumuturi de până la 360 mld. euro în sprijinul reformelor și al investițiilor. Acest mecanism este elementul central al Instrumentului de redresare al Uniunii Europene Next Generation EU, planul menit să permită UE să contracareze consecințele negative ale șocului indus de pandemia COVID-19. Este important de menționat faptul că 70% din valoarea granturilor trebuie să fie contractată până la finele anului 2022, iar diferența de 30% până la 31 decembrie 2023. Spre deosebire de Politica de Coeziune, proiectele din PNRR nu se pot extinde după finalul perioadei și nici nu se pot faza, fiind astfel imperios necesară finalizarea lor până în 2026.

Accesarea facilității MRR de către România se face prin Planul Național de Redresare și Reziliență (PNRR), document strategic ce fundamentează prioritățile de reformă și domeniile de investiții la nivel național, aprobat de Consiliul UE în octombrie 2021.

### Structura PNRR

PNRR al României este structurat pe 15 componente care acoperă toți cei 6 piloni prevăzuți prin Regulamentul nr. 2021/241 al Parlamentului European și al Consiliului, din 12 februarie 2021<sup>1</sup>.

<b>I. Tranziția verde</b>	C1. Managementul apei
	C2. Păduri și protecția biodiversității
	C3. Managementul deșeurilor
	C4. Transport sustenabil
	C5. Valul Renovării
	C6. Energie
<b>II. Transformare digitală</b>	C7. Transformare digitală
<b>III. Creștere inteligentă, sustenabilă și favorabilă incluziunii</b>	C8. Reforma fiscală și reforma sistemului de pensii
	C9. Suport pentru sectorul privat, cercetare, dezvoltare și inovare
<b>IV. Coeziune socială și teritorială</b>	C11. Turism și cultură
<b>V. Sănătate, precum și reziliență economică, socială și instituțională</b>	C12. Sănătate
	C13. Reforme sociale
	C14. Bună guvernare
<b>VI. Politici pentru noua generație</b>	C15. Educație

### Pilonul I. Tranziția verde

Prin *componenta C1. - Managementul apei* - PNRR propune 2 reforme și 7 tipuri principale de investiții. Alocare totală: 1.462 mil. euro.

Reformele, pe scurt:

<sup>1</sup> www.eur-lex.europa.eu

**R1.** Consolidarea cadrului de reglementare pentru managementul sustenabil al sectorului de apă și apă uzată și pentru accelerarea accesului populației la servicii de calitate conform directivelor europene

**R2.** Reconfigurarea actualului mecanism economic al Administrației Naționale Apele Române (ANAR) în vederea asigurării modernizării și întreținerii sistemului național de gospodărire a apelor, precum și a implementării corespunzătoare a Directivei-cadru privind apa și a Directivei privind inundațiile

Prin **componenta C2 – Păduri și protecția biodiversității** se răspunde acestei provocări cu 2 reforme și 5 tipuri principale de investiții. Buget propus: 1.173 mil. euro.

Reformele:

**R1.** Reforma sistemului de management și a celui privind guvernanta în domeniul forestier prin dezvoltarea unei noi Strategii forestiere naționale și a legislației subsecvente

**R2.** Reforma sistemului de management al ariilor naturale protejate în vederea implementării coerente și eficiente a Strategiei Europene privind biodiversitatea

Reformele și investițiile vor aduce rezultate importante, între care cel mai amplu program de împăduriri, prin care vor fi plantate peste 56.700 de hectare de pădure, cel puțin 90 de pepiniere operaționale noi și renovate, precum și cel puțin 3.150.000 m<sup>2</sup> suprafețe noi de păduri urbane, în conformitate cu cerințele legale stabilite în Strategia Națională Forestieră 2020 – 2030.

**Componenta C3 - Managementul deșeurilor** este un alt domeniu cu importanță majoră pentru mediu. Principala provocare a României este atingerea țintelor de pregătire pentru reutilizare și reciclare a deșeurilor municipale (11% grad de reciclare în 2019, potrivit ultimelor date disponibile, față de ținta de 55% prevăzută pentru anul 2025 în pachetul economiei circulare - PEC). O altă provocare este reducerea la 10% a cantității de deșeuri municipale eliminate prin depozitare până în anul 2035.

PNRR adresează aceste provocări prin o reformă și 3 linii principale de investiții. Buget total propus: 1.239 mil. euro.

**R1.** Îmbunătățirea guvernantei în domeniul gestionării deșeurilor în vederea accelerării tranziției către economia circulară

**Componenta C4 - Transport sustenabil.** Sectorul de transport este unul cu impact semnificativ pentru mediu și pentru dezvoltarea economică și socială în ansamblul său. Conform celui mai recent raport privind stadiul infrastructurii de transport la nivelul Uniunii Europene (European Transport and Infrastructure Score Board 2019), România se situează sub media europeană în toate aspectele legate de investiții și infrastructură. În ceea ce privește calitatea drumurilor, România ocupă ultimul loc (cu un scor de 2,96).

Sunt 2 reforme majore și 4 tipuri principale de investiții iar bugetul total propus însumează 7.620 mil. euro.

Reformele:

**R1.** Transport sustenabil, decarbonizare și siguranță rutieră

**R2.** Management performant pentru transport de calitate - Îmbunătățirea capacității instituționale de management și guvernanta corporativă

**Componenta C5 - Valul Renovării** propune 2 reforme principale și 4 categorii principale de investiții cu scopul de a implementa modificări legislative și programe precum și un fond de renovare a clădirilor publice, rezidențiale și de patrimoniu. Bugetul total propus este 2.200 mil.

Reforme:

**R1.** Realizarea unui cadru normativ simplificat și actualizat care să sprijine implementarea investițiilor în tranziția spre clădiri verzi și reziliente

**R2.** Cadru strategic, normativ și procedural care să sprijine reziliența seismică a fondului construit

**Componenta C6 - Energie** propune 6 reforme și 6 tipuri principale de investiții. Bugetul total propus este de 1.620 mil. euro.

Reformele:

- R1.** Reforma pieței de energie electrică, prin înlocuirea cărbunelui din mixul energetic și susținerea unui cadru legislativ și de reglementare stimulativ pentru investițiile private în producția de electricitate din surse regenerabile
- R2.** Îmbunătățirea guvernancei corporative a întreprinderilor de stat din sectorul energetic
- R3.** Bugetarea verde
- R4.** Dezvoltarea unui cadru legislativ și de reglementare favorabil tehnologiilor viitorului, în special hidrogen și soluții de stocare
- R5.** Reducerea intensității energetice a economiei prin dezvoltarea unui mecanism sustenabil de stimulare a eficienței energetice în industrie și de creștere a rezilienței
- R6.** Creșterea competitivității și decarbonizarea sectorului de încălzire - răcire

#### **Pilonul II. Transformare digitală**

**Componenta C7 – Transformare digitală** propune 4 reforme și 19 investiții iar bugetul total alocat este de 1.884,96 mil. euro.

Reformele:

- R1.** Dezvoltarea unui cadru unitar pentru definirea arhitecturii unui sistem de tip cloud guvernamental
- R2.** Tranziția către atingerea obiectivelor de conectivitate UE 2025 și stimularea investițiilor private pentru dezvoltarea rețelelor de foarte mare capacitate
- R3.** Asigurarea securității cibernetice a entităților publice și private care dețin infrastructuri cu valențe critice
- R4.** Creșterea competențelor digitale pentru exercitarea funcției publice și educație digitală pe parcursul vieții pentru cetățeni

Prin **componenta C8 - Reforma fiscală și reforma sistemului de pensii** sunt propuse măsuri care adresează aceste provocări. Această componentă include 6 reforme și 10 investiții iar bugetul total propus este de 456,93 mil. euro.

Măsuri de reformă:

- R1.** Reforma Agenției Naționale de Administrare Fiscală (ANAF) prin digitalizare
- R2.** Modernizarea sistemului vamal și implementarea vămii electronice
- R3.** Îmbunătățirea mecanismului de programare bugetară
- R4.** Revizuirea cadrului fiscal
- R5.** Crearea și operaționalizarea Băncii Naționale de Dezvoltare
- R6.** Reforma sistemului public de pensii

**Componenta C9 - Suport pentru sectorul privat, cercetare, dezvoltare și inovare** propune 5 reforme și 10 tipuri principale de investiții, cu un buget total de 2.558,63 mil. euro, care adresează toate provocările de mai sus.

Reformele:

- R1.** Transparentizare legislativă, debirocratizare și simplificare procedurală destinate mediului de afaceri
- R2.** Eficientizarea guvernancei în domeniul cercetării, dezvoltării și inovării
- R3.** Reforma carierei de cercetător
- R4.** Consolidarea cooperării dintre mediul de afaceri și cel de cercetare
- R5.** Sprijin pentru integrarea organizațiilor de cercetare, dezvoltare și inovare din România în Spațiul european de cercetare

#### **Pilonul IV. Coeziune socială și teritorială**

**Componenta C10 - Fondul local**, cu 5 reforme principale și 6 tipuri principale de investiții, cu un buget total de 2,1 miliarde euro prin care administrația locală să poată realiza dezvoltarea necesară.

Reforme principale:

- R1.** Crearea cadrului pentru mobilitate urbană durabilă
- R2.** Crearea cadrului de politică pentru o transformare urbană durabilă

**R3.** Crearea unui cadru de politică pentru o transformare rurală durabilă: instituirea de consorții administrative în zonele rurale funcționale

**R4.** Îmbunătățirea calității locuirii

**R5.** Dezvoltarea sistemului de planificare – Codul amenajării teritoriului, urbanismului și construcțiilor

Sunt patru categorii de beneficiari principali pentru toate investițiile (municipiile reședință de județ, municipii, orașe, comune), cu excepția reabilitării termice a clădirilor publice unde beneficiari sunt doar orașele și comunele.

#### **Pilonul IV – Coeziune socială și teritorială**

**Componenta C.11 - Turism și cultură**, cu 3 reforme și 7 investiții pentru a răspunde provocărilor și a propulsa turismul de destinație, cu un buget total alocat de 449,01 mil. euro. De asemenea, se vor finanța investiții care să stimuleze accesul la cultură în zonele defavorizate și conținutul digital pentru producătorii de audiovizual Reforme:

**R1.** Operaționalizarea organizațiilor de management al destinației (OMD-uri)

**R2.** Crearea cadrului pentru operaționalizarea traseelor cicloturistice la nivel național

**R3.** Reformarea sistemului de finanțare a sectorului cultural

Pentru prima dată în România, prin PNRR, sunt create sau modernizate muzeele memoriei: Muzeul Național de Istorie a Evreilor și al Holocaustului, Memorialul Revoluției Decembrie 1989/ Timișoara Capitală Europeană a Culturii, Închisoarea tăcerii de la Râmnicu Sărat, Memorialul Victimelor din Sighetul Marmației și alte memoriale prin care România democratică și europeană onorează memoria victimelor totalitarismelor și educă generațiile tinere.

**Pilonul V. Sănătate, precum și reziliență economică, socială și instituțională**, în scopul, printre altele, al creșterii nivelului de pregătire pentru situații de criză și a capacității de reacție la criză

**Componenta C12 - Sănătate** propune 3 reforme și 2 tipuri principale de investiții cu un buget total de 2.450,01 mil. euro. Prin acestea, vor fi adresate mare parte din aceste probleme și provocări.

Reforme:

**R1.** Dezvoltarea capacității pentru gestionarea fondurilor publice din sănătate

**R2.** Dezvoltarea capacității de investiții în infrastructura sanitară

**R3.** Dezvoltarea capacității pentru managementul serviciilor de sănătate și managementul resurselor umane din sănătate

**Componenta C13 sunt propuse reforme în domeniul social.** În special sunt necesare intervenții pentru grupurile vulnerabile, precum copii și persoane cu dizabilități. Sunt 7 reforme și 4 investiții principale pe acest domeniu, cu un buget total de 196,74 mil. euro.

Reforme:

**R1.** Crearea unui nou cadru legal pentru a preveni separarea copiilor de familie

**R2.** Reforma sistemului de protecție a persoanelor adulte cu dizabilități

**R3.** Implementarea venitului minim de incluziune (VMI)

**R4.** Introducerea tichetelor de muncă și formalizarea muncii pentru lucrătorii casnici

**R5.** Asigurarea cadrului legal pentru stabilirea salariului minim

**R6.** Îmbunătățirea legislației privind economia socială

**R7.** Reforma serviciilor de îngrijire de lungă durată pentru persoanele vârstnice

PNRR propune o adevărată revoluție în sistemul de recrutare și cel de promovare a funcționarilor publici, în cadrul **Componentei C14. Buna guvernare**. Sunt 9 reforme și 4 tipuri de investiții majore pe aceste sectoare, care vor răspunde provocărilor. Bugetul total propus: 165,6 mil. euro.

Reforme:

**R1.** Îmbunătățirea predictibilității și a eficienței proceselor decizionale prin întărirea capacității de coordonare a politicilor și analiză de impact la nivelul Guvernului și al ministerelor coordonatoare,

precum și prin consolidarea instrumentelor în vederea creșterii calității consultărilor publice la toate palierele administrației

**R2.** Întărirea coordonării la Centrul Guvernului printr-o abordare integrată și coerentă a inițiativelor în domeniul schimbărilor climatice și a dezvoltării durabile

**R3.** Management performant al resurselor umane în sectorul public

**R4.** Dezvoltarea unui sistem de salarizare echitabil și unitar în sectorul public

**R5.** Garantarea independenței justiției, creșterea calității și eficienței acesteia

**R6.** Intensificarea luptei împotriva corupției

**R7.** Evaluarea și actualizarea legislației privind cadrul de integritate

**R8.** Reformarea sistemului național de achiziții publice

**R9.** Îmbunătățirea cadrului procedural de implementare a principiilor guvernantei corporative în cadrul întreprinderilor de stat

**Pilonul VI. Politici pentru generația următoare, copii și tineret, cum ar fi educația și competențele**

PNRR propus de România adresează prin **componenta C15 - Educație** – acestei provocări prin 7 reforme și 18 investiții acestor provocări, cu un buget total propus de 3.605,97 mil. euro.

Reformele:

**R1.** Elaborarea și adoptarea pachetului legislativ pentru implementarea proiectului „România Educată”

**R2.** Dezvoltarea unui sistem de servicii de educație timpurie unitar, inclusiv și de calitate

**R3.** Reforma sistemului de învățământ obligatoriu pentru prevenirea și reducerea părăsirii timpurii a școlii

**R4.** Crearea unei rute profesionale complete pentru învățământul tehnic superior

**R5.** Adoptarea cadrului legislativ pentru digitalizarea educației

**R6.** Actualizarea cadrului legislativ pentru a asigura standarde ecologice de proiectare, construcție și dotare în sistemul de învățământ preuniversitar

**R7.** Reforma guvernantei sistemului de învățământ preuniversitar și profesionalizarea managementului

### **3. Fondul pentru o Tranziție Justă**

Fondul pentru o tranziție justă este un nou instrument financiar în cadrul politicii de coeziune, care are scopul de a oferi sprijin teritoriilor care se confruntă cu provocări socioeconomice majore în urma tranziției către neutralitatea climatică. Acest fond va facilita punerea în aplicare a Pactului verde european, care are drept obiectiv ca Europa să devină neutră din punct de vedere climatic până în 2050.

Mecanismul pentru o tranziție justă urmează să se concentreze asupra regiunilor și sectoarelor celor mai afectate de tranziție din cauza dependenței lor de combustibilii fosili, inclusiv cărbunele, turba și șisturile bituminoase, și asupra proceselor industriale cu emisii foarte ridicate de gaze cu efect de seră.

Mecanismul se bazează pe trei piloni:

- Fondul pentru o tranziție justă,
- o schemă specifică în cadrul programului InvestEU;
- o facilitate de împrumut pentru sectorul public pusă la dispoziție de Banca Europeană de Investiții în vederea mobilizării unor investiții suplimentare în regiunile vizate.

#### **Fondul pentru o tranziție justă**

Fondul pentru o tranziție justă (FTJ) este primul pilon al Mecanismului pentru o tranziție justă (MTJ). Sprijinul acordat prin Fondul pentru o tranziție justă se concentrează asupra diversificării economice a teritoriilor celor mai afectate de tranziția climatică și asupra recalificării și a incluziunii active a lucrătorilor și a persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă din aceste teritorii.

În vederea realizării acestui obiectiv, Fondul pentru o tranziție justă sprijină investițiile în domenii precum conectivitatea digitală, tehnologiile de energie curată, reducerea emisiilor, regenerarea siturilor industriale, recalificarea lucrătorilor și asistența tehnică.

Fondul pentru o tranziție justă dispune de un buget total de 17,5 miliarde EUR pentru perioada 2021-2027. 7,5 miliarde EUR vor fi finanțate în temeiul cadrului financiar multianual și o sumă suplimentară de 10 miliarde EUR va fi finanțată în cadrul NextGenerationEU.

**Schema dedicată din cadrul Programului InvestEU** este al doilea pilon al Mecanismului pentru o tranziție justă.

Ea va fi implementată în cadrul Programului InvestEU, în toate cele patru componente de politică. Aceasta înseamnă că InvestEU poate sprijini investițiile în cadrul planurilor teritoriale pentru o tranziție justă (PTTJ) într-o gamă mai largă de proiecte, cum ar fi proiectele de infrastructură energetică și de transport (inclusiv infrastructura de gaze și de termoficare), dar și proiectele de decarbonizare, de diversificare economică și de infrastructură socială.

**Facilitatea de împrumut pentru sectorul public a BEI** este cel de al treilea pilon al Mecanismului pentru o tranziție justă. Ea va combina granturi în valoare de 1,5 miliarde EUR, finanțate de la bugetul UE, cu împrumuturi în valoare de 10 miliarde EUR din partea Băncii Europene de Investiții (BEI), pentru a mobiliza investiții publice între 25 și 30 miliarde de EUR care să răspundă nevoilor de dezvoltare ale teritoriilor vizate de tranziția justă.

Instrumentul va viza exclusiv entitățile publice, oferind sprijin proiectelor care nu generează un flux suficient de resurse proprii pentru a putea obține finanțare comercială. Se preconizează că proiectele vor include investiții în toate tipurile de infrastructuri publice – energie și transporturi, rețele de termoficare, măsuri de eficientizare energetică precum renovarea clădirilor, infrastructuri sociale etc. Nu se va acorda sprijin pentru investiții legate de combustibili fosili.

**România** are o alocare indicativă totală pe FTJ de aprox. 1,947 mld. Euro (a treia ca valoare după Polonia și Germania), la care se adaugă cofinanțarea națională de 0,292 mld. Euro (15%, posibilitate în anumite condiții până la 50%), fiind disponibile în total aproximativ 2,240 mld. Euro<sup>2</sup>.

#### **Bibliografie:**

1. <https://mfe.gov.ro/pnrr/>
2. <https://oportunitati-ue.gov.ro/planul-national-de-redresare-si-rezilienta/>
3. <https://mfinante.gov.ro/prezentarea-mecanismului-pentru-o-tranzitie-justa>
4. [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
5. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/214/fondul-pentru-o-tranzitie-justa>

---

<sup>2</sup> <https://mfinante.gov.ro/prezentarea-mecanismului-pentru-o-tranzitie-justa>

## **Antreprenoriatul în rândul tinerilor. Comparație România – Republica Moldova**

**Autor: Gonța Alexandrina**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Ogarcă Radu  
Universitatea din Craiova**

***Abstract:** In recent years, entrepreneurship among young people has gained increasing importance in Romania and the Republic of Moldova, being considered a solution for combating unemployment and promoting economic development in these countries.*

*Therefore, I have chosen to analyze this field from the perspective of both countries, specifically approaching topics such as: the motivation of young people to start a business, possible barriers and potential solutions to overcome them, government projects that support them, the business fields that young entrepreneurs prefer, and relevant statistics.*

*By presenting pertinent conclusions, I hope to offer an overview about this field from both countries and highlight the aspects that can be improved to support the development of youth entrepreneurship.*

### **1. Introducere**

Conceptul de antreprenoriat presupune identificarea unei idei originale și asumarea unui risc pentru a o implementa, ca mai apoi să devină o afacere prosperă. Tinerii sunt principalii deținători ai potențialului inovator care contribuie la evoluția societății. Ei reprezintă cea mai importantă resursă strategică pentru dezvoltarea țării și pentru restabilirea forțelor productive ale societății. Iar, după cum aceștia sunt plini de creativitate și inventivitate, ei și antreprenoriatul ar putea reprezenta termenii unei ecuații de succes. Nu există îndoială cu privire la faptul că tinerii au mai multă mobilitate, sunt mereu gata de schimbări, posedă adaptabilitatea necesară, caracteristicile menționate dovedind actualitatea acestei categorii speciale, și anume antreprenoriatul pentru tineri. Dar rămâne de văzut dacă acesta este adevărul, sau realitatea este diferită față de teorie, așa că am ales să cercetez activitatea de antreprenoriat în rândul tinerilor din România și Republica Moldova într-o analiză comparată a celor două țări. Astfel voi putea identifica asemănările și deosebirile dintre acestea și voi reuși să evaluez gradul de implicare în activitatea de antreprenoriat al categoriei sociale menționate, precum și succesul înregistrat de aceasta.

În cadrul actualei lucrări voi aborda subiecte cu privire la motivațiile tinerilor pentru antreprenoriat, bariere pe care aceștia le pot întâlni în calea lor, dar și unele soluții pentru a le depăși și pentru dezvoltarea antreprenoriatului în general. Voi menționa și domeniile de activitate preferate de tinerii antreprenori pentru start-up-urile lor. La final am inclus, de asemenea, și niște statistici privind antreprenoriatul în rândul tinerilor din România și Republica Moldova.

### **2. Motivațiile tinerilor pentru antreprenoriat**

Mulți tineri aleg să dezvolte o afacere datorită posibilității de a fi propriul șef. Acest lucru le oferă independență față de angajator și oportunitatea de a se afirma și de a-și demonstra calitățile personale. Generația actuală tinde spre programe flexibile de muncă, ceea ce le poate fi oferit de către antreprenori, cu toate că începutul le va solicita o mare parte din timp. Luarea deciziilor se află la fel în mâinile lor, iar succesul sau eșecul depinde doar de ei, ceea ce denotă faptul că au locus de control intern. Această dispoziție spre independență este formată încă din adolescența timpurie,



atunci când tinerii au dorința de a nu se supune părinților și de a începe o viață pe cont propriu, ceea ce, mai târziu, se transpune și în aspirațiile spre o carieră ce exclude ideea de „subaltern”.

Un alt factor ce stimulează motivația tinerilor de a alege calea antreprenoriatului este oportunitatea de a-și pune în practică propriile idei și urmarea pasiunilor. În cadrul zicalei „Ocupă-te cu ceea ce îți place și o să obții succes” există un sâmbure de adevăr. Atunci când obiectul activității tale este ceva ce te pasionează, este clar că o să te dedici cu trup și suflet în ceea ce faci, o să depui tot efortul ca să îți iasă bine și există o mare probabilitate să cucerești culmile succesului. Un bun exemplu ar fi afacerea Andreei și Dianei Negoită, Andreea fiind dintotdeauna pasionată de chimie, ba chiar a și urmat o facultate în domeniu. Aceasta constă în crearea de produse cosmetice după o rețetă dezvoltată de tânără, în parteneriat cu sora sa – Diana, afacere care poartă numele *Borcănelul cu Dichis*. [4]

O altă poveste de succes este cea a Elenei Chiriță, care realizează decorațiuni în basorelief pentru pereții. Pasiunea sa pentru artă a început încă din copilărie, iar acum s-a transformat într-o afacere înfloritoare, care se numește *Pereții Magici*. [5]

Totuși, chiar dacă acesta este un pilon important, realitatea ne arată că nu este de ajuns doar atât pentru a obține ceea ce vrei, dar despre ceilalți factori o să vorbesc în continuare.

Altă motivație, care este și ea foarte importantă, este așteptarea unor câștiguri mari sau suplimentarea veniturilor deja existente. Atunci când auzim de termenul „afacere”, automat ne ducem cu gândul la profit, care este, de fapt, scopul principal al antreprenorului și elementul fără de care afacerea își pierde sensul și, în general, existența. Ceea ce trebuie să înțeleagă tinerii este faptul că profitul depinde în exclusivitate de alegerile pe care le fac ei și este mereu direct proporțional cu riscul pe care și-l asumă. Cu cât riscul este mai mare, cu atât și recompensa va fi mai satisfăcătoare, dar, în cel mai rău caz, și eșecul va fi cu același impact. Dar, după cum am menționat în introducere, tinerii sunt mereu deschiși spre noi provocări și nu ratează ocazia de a se implica în situații cu un anumit grad de risc.

Dorința de a veni cu o contribuție în societate la fel motivează generația tânără de acum să se implice în antreprenoriat. Totul începe cu punerea la dispoziție către consumatori bunuri și servicii care le-ar satisface nevoi noi sau unele deja existente, dar cu mici îmbunătățiri. Alt avantaj îl constituie crearea locurilor noi de muncă, ceea ce conduce la scăderea ratei șomajului spre o limită acceptabilă. Activitățile de producție duc la încurajarea produselor autohtone, ceea ce poate conduce și la o creștere a volumului de exporturi și, în rezultat, balanța comerțului se apropie de semnul plus. Astfel, beneficiile care încep cu un caracter microeconomic, ajung să aibă un impact și la nivel macroeconomic.

Dacă fac referire la locurile de muncă nou create, pot să mai adaug că sunt tineri care aleg să angajeze în firmele lor anume alți tineri fără experiență, pentru a-i ajuta să o acumuleze. Acest lucru este foarte benefic pentru ei în activitatea lor ulterioară. Drept exemplu, pot să le menționez tot pe Andreea și Diana Negoită, care creează produse cosmetice după rețetă proprie, deoarece cofondatoarele vor să transforme afacerea într-o întreprindere socială de inserție și să angajeze persoane din medii defavorizate. Ele își doresc să aibă cât mai multe ateliere și variante de formare pentru tinerii la început de drum. Cei care urmează o facultate de chimie să poată să vină să facă practică în laboratorul acestora și să afle mai multe despre produse cosmetice. [4]

Un alt motiv, dar nu și cel din urmă, datorită căruia generația tânără începe o afacere este avansarea în carieră. Puțini sunt cei care au pus pe picioare o afacere imediat după finisarea facultății sau chiar de pe băncile universității. Cei mai mulți au o experiență profesională în spate – la careva firme mari sau mici sau chiar în alt domeniu, până să încerce gustul afacerilor. Consider că aceasta este o practică bună din punctul de vedere al faptului că astfel ai ocazia de a observa întregul proces din interior și de a-ți crea o imagine de ansamblu proprie care să îți servească în activitatea personală. Astfel, urci pe scara profesională, unde antreprenoriatul se află în vârf, iar atingerea acestui apogeu îți satisface nevoia de autorealizare și îți crește stima de sine.

Analizând aceste motivații ale tinerilor, ajung la concluzia că predomină motivațiile psihologice, în care se încadrează independența, obținerea statutului de a fi „propriul stăpân”, precum și notorietatea, prestigiul. Nu pot fi neglijate nici motivațiile materiale, conform cărora tinerii întreprinzători au posibilitatea de a obține câștiguri mai mari decât în poziția de angajat și de a-și asigura un nivel de trai ridicat pentru el și pentru familie. Și nu în ultimul rând, își au locul și motivațiile morale, care înglobează perspectiva de a participa la progresul societății și prilejul de a contribui la binele comunității în care trăiește.

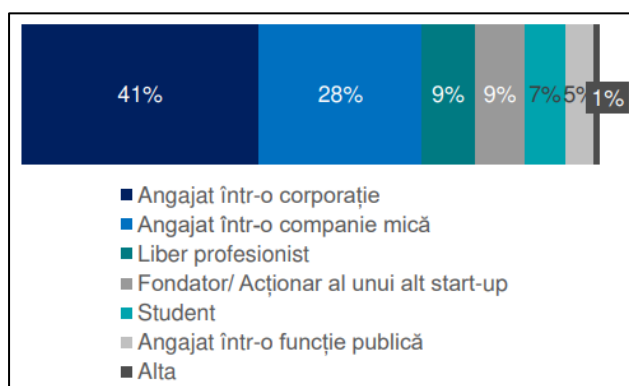
### 3. Bariere pentru tineri în antreprenoriat

Partea mai întunecată este faptul că, pe lângă toate aceste avantaje ale antreprenoriatului, mai există și unele riscuri și bariere, care îi fac pe tineri să se gândească de două ori înainte de a da un răspuns afirmativ în favoarea acestui tip de activitate.

Ca principal obstacol în calea tinerilor antreprenori, aceștia menționează lipsa resurselor financiare. Deficitul de capital inițial îi oprește pe mulți din îndeplinirea visurilor lor și astfel multe idei de afaceri cu mare potențial de realizare rămân în umbră și sunt sortite uitării. Ei nu cunosc posibilitatea de a accesa fonduri nerambursabile sau nu sunt destul de informați cu privire la acest subiect și misiunea de a atrage finanțare pare una imposibilă. Desigur că totul nu este atât de complicat cum își pot imagina unii, dar despre asta voi vorbi mai apoi, în capitolul despre soluții.

O altă barieră destul de importantă și răspândită este reprezentată de lipsa unei idei de afaceri profitabile. Deja poți să ai și bani și alte resurse, dar fără o idee bine pusă la punct totul este în zadar. Din acest factor derivă problema consumatorilor nemulțumiți, sau, pur și simplu, neinteresați, precum și o luptă aprigă cu concurența, care se soldează de cele mai multe ori cu eșec. De asta este important de a avea și un plan de afaceri bine structurat și cu o idee originală, care să reziste în timp și să aibă potențial de dezvoltare.

Absența experienței și a instruirii de a începe o afacere este ceva de speriat pentru potențialii tineri antreprenori. Mulți pur și simplu nu cunosc pașii de urmat pentru a crea un start-up, iar în lipsa studiilor în domeniu sau a unui mentor, este mai greu de a ajunge la rezultatul dorit. Mai mulți întreprinzători au fost anterior angajați în corporații sau în firme mici, de unde au reușit să acumuleze experiență, pe care o pot folosi ulterior în activitatea proprie de antreprenoriat. Conform *Barometrului afacerilor de tip start-up din România*, majoritatea respondenților au experiență în câmpul muncii: 41% dintre ei în corporații și 28% în companii mai mici. 9% dintre respondenți înainte de a începe startup-ul actual, au avut o altă afacere, dar există și tineri la început de drum, doar 7% dintre ei fiind studenți, după cum se poate vedea în **Figura nr. 1**. [3]

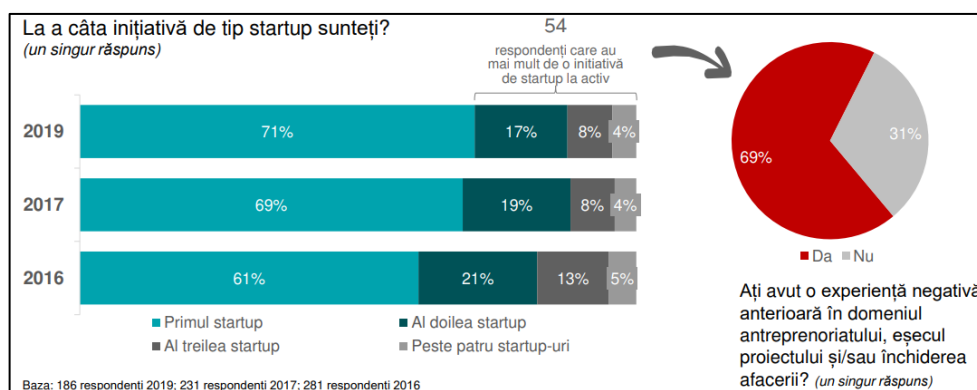


**Figura nr. 1. Ocupația respondentului înainte de a fi antreprenor**

Sursa: [https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/public-EY\\_Barometrul-startup-urilor-din-Romania-2019.pdf](https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/public-EY_Barometrul-startup-urilor-din-Romania-2019.pdf)

Alt impediment în lansarea unei afaceri este reflectat de aspectele birocratice și anume de caracterul lor excesiv. Lucrul cu hârtiile a fost mereu obositor pentru oameni, mai ales pentru tineri, cărora le place să obțină totul repede și fără mare efort. Înființarea unei afaceri necesită parcurgerea mai multor faze, care presupun întocmirea actelor și realizarea altor formalități necesare. Tot acest întreg proces pare plictisitor, dar este unul esențial, fără de care deschiderea afacerii nu poate fi îndeplinită. Așa că, înarmați cu multă răbdare și organizare, aceste etape trebuie parcurse până la bun sfârșit.

Un element care tot are un impact negativ considerabil și descurajează lansarea afacerilor este teama de eșec. Frica a fost dintotdeauna un obstacol pentru omenire, mai ales atunci când ai ceva de pierdut, cum ar fi investiția realizată pentru crearea afacerii. Aici deja orice poate să meargă necorespunzător, începând cu ideea neprofitabilă și până la personalul necalificat sau o politică de promovare nereușită, iar totul duce la un singur rezultat – falimentarea și închiderea întreprinderii. Desigur că nu trebuie să ne dăm bătăuți atât de ușor și prin muncă asiduă se poate găsi ieșire din situație. Dar nu putem nega nici faptul că uneori nu mai suntem capabili de a schimba nimic. Chiar și așa, este posibil să o luăm de la capăt, să ne corectăm greșelile, să ne perfecționăm și poate de data asta ne va surâde norocul. Antreprenorii care au mai mult de o inițiativă de start-up la activ, înțeleg și acceptă mai ușor toate riscurile asociate antreprenoriatului – mai mult, 69% dintre ei au declarat existența unei experiențe antreprenoriale negative definită ca eșec/închiderea afacerii, date indicate în **Figura nr. 2**. Din fericire, prezența experienței negative este percepută din ce în ce mai mult de către investitori ca un plus, iar stereotipul eșecului își pierde greutatea. Nu este o pierdere pentru un antreprenor, ci experiența dobândită întărește abilitatea de a corecta erorile în proiectele viitoare, indicând calea către succes. [3]



**Figura nr. 2. Numărul de inițiative antreprenoriale și experiența dobândită**

Sursa: [https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/public-EY\\_Barometrul-startup-urilor-din-Romania-2019.pdf](https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/public-EY_Barometrul-startup-urilor-din-Romania-2019.pdf)

Pot spune că aceste exemple de bariere întâlnite de tinerii antreprenori sunt comune și pentru România și pentru Republica Moldova, doar că pentru țara vecină aș mai adăuga un fenomen care este destul de întâlnit și practicat – corupția. Menționând acest element, fac referire, în primul rând, la darea de mită pentru a economisi timp în cadrul depunerii cererilor pentru eliberarea de autorizații sau alte acte permissive. Întrucât în legislație este stipulată o perioadă maximă de timp în care funcționarii trebuie să răspundă cererii, de cele mai multe ori fiind vorba de un termen de 30 de zile lucrătoare, este un lucru obișnuit ca lucrătorii să lungească procesul de eliberare a acestor acte până la data limită legală sau să ceară un „cadou” pentru a grăbi lucrurile.

A doua situație posibilă este darea de mită pentru a scăpa de un funcționar care caută probleme, cum ar fi în cadrul controalelor inopinate. Unii inspectori abordează o atitudine nepoliticoasă sau chiar agresivă cu intenția de a intimida și de a crea o atmosferă dominată de frică, astfel scopul lor fiind de a forța antreprenorul să achite o sumă de bani sau să îi ofere anumite servicii gratuite pentru ca să fie lăsat în pace, în caz contrar este amenințat cu amenzi usturătoare.

Ca o concluzie, menționez că în calea dezvoltării și asigurării durabilității afacerilor stau o mulțime de pericole, începând cu lipsa de bani, idei și experiență și terminând cu birocrație, frici și corupție. De aceea, informarea tinerilor antreprenori este foarte importantă, inclusiv cunoașterea legislației, a drepturilor pe care le posedă și să aibă o cultură antreprenorială de bază, astfel încât să fie capabili să învingă orice obstacol poate apărea, dar și să dispună de suport și ajutor atunci când au nevoie.

#### **4. Soluții pentru dezvoltarea antreprenoriatului în rândul tinerilor**

În ciuda tuturor acestor bariere, există și soluții pentru a le rezolva, măcar parțial. Nu o să atingem niciodată un nivel perfect de susținere a tinerilor antreprenori, dar măcar se poate de încercat de a le ușura activitatea.

Un prim pas în realizarea acestui scop este educația antreprenorială. Aceasta este esențială pentru a dezvolta abilitățile necesare în domeniul antreprenoriatului. Pentru a crește numărul tinerilor care devin antreprenori, instituțiile de învățământ ar trebui să ofere o educație antreprenorială mai amplă, care să acopere toate aspectele dezvoltării și administrării unei afaceri. Aceasta ar fi bine să includă aspecte practice, cum ar fi scrierea de planuri de afaceri, cercetarea pieței, dezvoltarea produselor și serviciilor, marketing și vânzări, precum și abilități de leadership și de gestionare a resurselor. În plus, trebuie să acopere și aspecte legate de finanțe, cum ar fi contabilitatea și gestionarea bugetului. De asemenea, ar fi un plus ca aceasta să fie disponibilă pentru toți tinerii, indiferent de locul de proveniență sau de situația socio-economică. Acest fel de educație poate fi oferită prin cursuri specializate, programe de mentorat, conferințe și workshop-uri.

O altă metodă pentru a încuraja tinerii să își urmeze pasiunea pentru afaceri, este o abordare mai pozitivă și mai încurajatoare a antreprenoriatului din partea societății, a familiei și a mediului de afaceri, care pot stimula tinerii să își transforme ideile în realitate. Astfel, pentru a susține spiritul antreprenorial în rândul tinerilor, este important să li se arate exemple de succes și să li se ofere modele de urmat. În plus, ar trebui să li se ofere oportunități de a se implica în comunitatea locală, în proiecte sau inițiative care ar putea să îi inspire să își urmeze această dorință. De asemenea, este important să se schimbe mentalitatea cu privire la faptul că antreprenoriatul ar fi o activitate cu un grad foarte mare de risc, ci să se promoveze ideea că este o opțiune de carieră valoroasă și să se ofere suport pentru ca tinerii să își dezvolte abilitățile și resursele.

Amintindu-ne de problema lipsei de capital inițial, o soluție ar fi accesarea unor finanțări externe, care includ, dar nu se limitează la finanțări din partea guvernului sau fonduri europene. Drept exemplu, sunt proiectele „Start-up Nation – Romania” în România și „START pentru TINERI: o afacere durabilă la tine acasă” în Republica Moldova. Acestea presupun oferirea unui ajutor financiar pentru noile idei de afaceri, în urma respectării unor criterii. Pe același principiu se bazează și proiectele din fonduri europene, doar că de data aceasta banii nu vin de la bugetul de stat, dar sunt bani europeni.

Cu toate acestea, și la acest capitol ar mai fi nevoie de careva îmbunătățiri, deoarece tinerii care au înființat companii în ultimii ani și au intenționat să acceseze fonduri europene, consideră că procesul de obținere a acestor fonduri trebuie simplificat și eficientizat. Ei susțin că aceste cozi lungi la care sunt nevoiți să stea pentru a aduna actele necesare reprezintă o provocare pentru ei și că acestea ar trebui să fie construite astfel încât tinerii să nu mai fie obligați să piardă prea mult timp. [2]

De asemenea, comunitățile locale și organizațiile de afaceri ar putea oferi tinerilor antreprenori suport și resurse, cum ar fi spații de lucru, mentorat și consiliere în afaceri. În plus, aceste organizații pot pune în aplicare evenimente de networking și programe de mentorat pentru a ajuta tinerii antreprenori să-și facă conexiuni și să-și dezvolte abilitățile antreprenoriale. Pe lângă asta, ar mai putea să îi ajute să găsească clienți și să-și promoveze produsele sau serviciile în rândul comunității.

Crearea unor medii de afaceri prietenoase pentru tineri presupune promovarea de către guvern a politicilor care să favorizeze dezvoltarea antreprenoriatului în rândul tinerilor, cum ar fi reducerile de taxe, accesul la infrastructură și sprijin pentru inovație și dezvoltare.

Tinerii antreprenori mai au nevoie și de medii de lucru inovatoare, care să îi inspire și să îi ajute să își dezvolte ideile. Spațiile de lucru co-working și incubatoarele de afaceri pot fi soluții bune pentru a le facilita colaborarea și creșterea.

Aceste spații sunt amenajate astfel încât să permită colaborarea, comunicarea și dezvoltarea ideilor într-un mediu plăcut și relaxant. Ele oferă și multe facilități, cum ar fi sală de conferințe, birouri private, bucătărie și zonă de relaxare.

Incubatoarele de afaceri sunt o altă formă de mediu de lucru inovator, care oferă antreprenorilor un mediu sigur și sprijinitor pentru a dezvolta idei și afaceri noi. Acestea oferă spații de lucru, acces la resurse și echipamente, precum și servicii de consultanță, mentorat și networking. Scopul incubatoarelor de afaceri este să sprijine dezvoltarea de noi afaceri prin crearea unui mediu propice pentru inovare și dezvoltare, reducerea riscului de eșec și creșterea șanselor de succes pentru afaceri.

În concluzie, pot afirma că pentru a dezvolta antreprenoriatul în rândul tinerilor, este important să se ofere suport și resurse pentru cultivarea abilităților și a mentalității antreprenoriale. Astfel, soluțiile pot include programe de formare și instruire, finanțare și sprijin pentru accesul la resurse și mentori experimentați.

#### **Programe pentru susținerea antreprenoriatului**

Programul „Start-up Nation” este un program de finanțare pentru tinerii antreprenori din România, lansat în anul 2017 de către Guvernul României. Programul are ca scop susținerea dezvoltării și creșterii afacerilor de tip start-up în România, prin investiția acordată tinerilor antreprenori. Acesta constă în oferirea unei finanțări nerambursabile de până la 200.000 de lei pentru fiecare afacere nou-înființată, fără a fi nevoie de cofinanțare, cu condiția ca aceasta să fie activă pe piață timp de cel puțin doi ani.

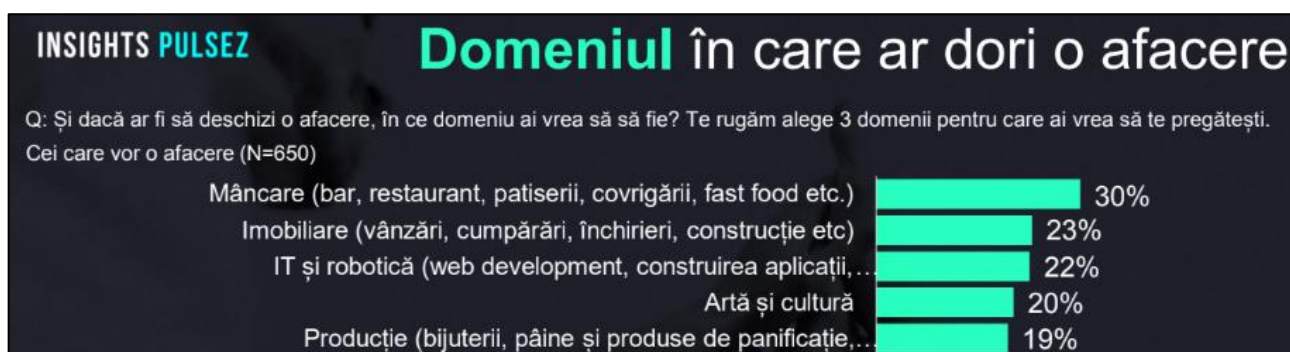
Programul „START pentru TINERI – o afacere durabilă la tine acasă” are ca obiectiv promovarea antreprenoriatului în rândul tinerilor pentru sprijinirea integrării socio-economice. Programul oferă două forme de sprijin financiar: acordarea de granturi în valoare de până la 200.000 de lei, în baza formulei 7+3 (70% din valoarea proiectului va fi acoperită de stat, iar 30% reprezintă contribuția proprie a aplicantului), dar și accesul la credite cu o parte nerambursabilă de 15%. Această opțiune permite combinarea finanțării nerambursabile cu resursele creditare avantajoase, care au dobândă fixă.

### **5. Domeniile de activitate preferate de tinerii antreprenori**

În ceea ce privește domeniile în care tinerii și-ar dori să-și deschidă afaceri, ei au menționat următoarele preferințe (vizibile și în **Figura nr. 3**):

- HoReCa (30%);
- Imobiliare (23%);
- IT și robotică (22% – web development, construirea de aplicații, etc.);
- Artă și cultură (20%);
- Producție (19% – bijuterii, pâine și produse de panificație, etc.) [6]

Alegerea diferitelor arii de activitate care fac obiectul afacerii este cel mai des asociată cu rentabilitatea ridicată. Dar ar trebui să fie și o ocupație interesantă, de care să te bucuri. Este necesar de luat în considerare și faptul că afacerile ar trebui să fie conectate cu direcția de formare, dar și ca acestea să provină dintr-un hobby sau din dorința de a realiza un vis.

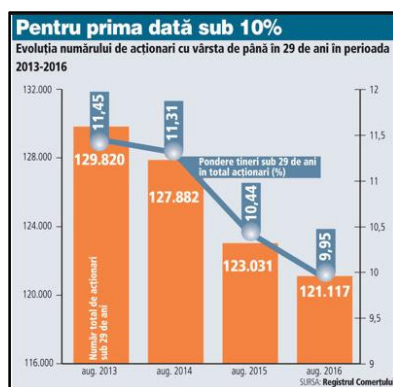


**Figura nr. 3. Domeniul în care tinerii ar dori o afacere**

Sursa: <https://drive.google.com/file/d/11fd12FWNGnN6PJOeE6XX8JnKBOx2eJ28u/view>

## 6. Statistici privind antreprenoriatul în rândul tinerilor (România și Republica Moldova)

Cu privire la analizele statistice despre antreprenoriatul în rândul tinerilor, pentru Moldova s-a luat ca diapazon de vârstă în care se încadrează tinerii pe cel de la 15 la 34 de ani, iar pentru România – de până la 29 de ani. Astfel, putem observa că în anul 2013, în România tinerii antreprenori reprezentau aproximativ 12% din totalul acționarilor. Însă în luna august a anului 2016, acest procentaj a înregistrat o scădere și a coborât pentru prima dată sub nivelul de 10%. (Figura nr. 4) [2]



**Figura nr. 4. Evoluția numărului de acționari cu vârsta de până la 29 de ani în perioada 2013-2016**

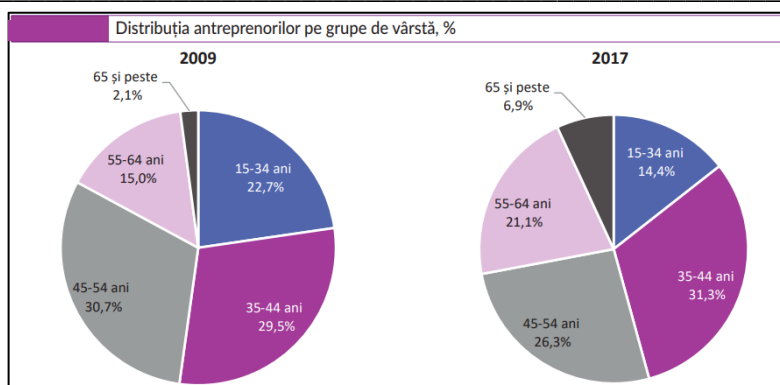
Sursa: <https://www.zf.ro/companii/unu-zece-actionari-romani-putin-29-ani-tinerii-ia-directia-antreprenoriatului-intrevada-trendurile-directiile-doreste-indrepte-economia-societatea-romaneasca-15843278>

Acest trend s-a menținut și în continuare, în 2017 înregistrându-se o pondere de 9,63%. În anul 2019, tinerii cu vârsta de până la 29 de ani reprezentau 8,72% din totalul acționarilor, mai puțin cu aproximativ 3 procente față de nivelul înregistrat în anul 2013 și cu în jur de 1% față de 2016 și 2017. [7]

Există o scădere a numărului tinerilor români care doresc să își deschidă propria afacere din cauza a două motive principale. În primul rând, mulți tineri din această generație au emigrat în străinătate, iar în al doilea rând, există obstacole birocratice care nu îi încurajează să își urmeze visul antreprenorial. [2]

În Moldova însă, în 2017, aproximativ 14,4% dintre antreprenori aveau sub 35 de ani. Această cifră este cu 8,3 puncte procentuale mai mică decât în 2009, când ponderea lor era de 22,7%. (Figura nr. 5) [1]





**Figura nr. 5. Distribuția antreprenorilor pe grupe de vârstă**

Sursa: [https://statistica.gov.md/public/files/publicatii\\_electronice/Antreprenoriat\\_feminin/Antreprenoriat\\_Femei\\_Barbati\\_2020.pdf](https://statistica.gov.md/public/files/publicatii_electronice/Antreprenoriat_feminin/Antreprenoriat_Femei_Barbati_2020.pdf)

Deși și în Republica Moldova există o tendință de scădere a antreprenorilor în rândul tinerilor, putem observa că oricum această cifră este mai ridicată decât în România, cel puțin pentru anul 2017, când diferența era de aproape 5%. Acest lucru se poate datora faptului că populația vârstnică a Moldovei nu este la fel de interesată de afaceri, ceea ce oferă mai mult loc tinerilor.

## 7. Concluzii

În concluzie, pot spune că un antreprenor de succes are o idee clară și o viziune puternică despre afacerea sa, fiind motivat intens de dorința de a reuși și de pasiunea pentru ideea sa de afaceri, toate acestea fiind componente fundamentale în personalitatea și caracterul său.

În același timp, există o serie de obstacole care împiedică tinerii să își realizeze visul de a deveni antreprenori, cum ar fi lipsa capitalului inițial, teama de eșec, situația economică incertă și birocrăția excesivă.

Un alt aspect este că migrația tinerilor este o problemă comună pentru România și Republica Moldova. Tinerii sunt atrași de oportunitățile pe care le oferă alte țări, cum ar fi condiții de trai mai bune sau posibilitatea de a-și valorifica mai bine talentele și abilitățile.

Astfel, pentru a dezvolta cultura antreprenorială în ambele țări, este necesar să se acorde mai multă atenție dezvoltării unui mediu de afaceri prielnic, care să încurajeze tinerii să-și pună ideile în practică și să își dezvolte propriile afaceri. De asemenea, trebuie luate măsuri pentru a spori accesul la finanțare și resurse pentru tinerii antreprenori.

## Bibliografie:

1. [https://statistica.gov.md/public/files/publicatii\\_electronice/Antreprenoriat\\_feminin/Antreprenoriat\\_Femei\\_Barbati\\_2020.pdf](https://statistica.gov.md/public/files/publicatii_electronice/Antreprenoriat_feminin/Antreprenoriat_Femei_Barbati_2020.pdf) [Accesat la 03 Mai 2023]
2. <https://www.zf.ro/companii/unu-zece-actionari-romani-putin-29-ani-tinerii-ia-directia-antreprenoriatului-intrevada-trendurile-directiile-doreste-indrepte-economia-societatea-romaneasca-15843278> [Accesat la 01 Mai 2023]
3. [https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/public-EY\\_Barometrul-startup-urilor-din-Romania-2019.pdf](https://www.impacthub.ro/wp-content/uploads/2020/09/public-EY_Barometrul-startup-urilor-din-Romania-2019.pdf) [Accesat la 28 Aprilie 2023]
4. <https://www.zf.ro/afaceri-de-la-zero/afaceri-de-la-zero-andreea-si-diana-negoita-si-au-transformat-21802514> [Accesat la 25 Aprilie 2023]
5. <https://www.zf.ro/afaceri-de-la-zero/afaceri-de-la-zero-al-doilea-pariu-de-business-castigator-elena-21510360> [Accesat la 25 Aprilie 2023]
6. <https://www.rbls.ro/studiul-insights-pulsez-2022-efectul-social-media-asupra-generatiei-z-1-din-5-tineri-isi-doreste-sa-devina-celebru/> [Accesat la 01 Mai 2023]

7. <https://www.1asig.ro/Peste-1-8-milioane-de-romani-au-facut-afaceri-in-2019-Care-este-portretul-antreprenorului-articol-3,102-62481.htm> [Accesat la 03 Mai 2023]



## Diferența dintre formele juridice de organizare a afacerilor și înființarea unei firme

**Autor: Hotea Estera**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Răvaș Oana**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** The first question that comes to mind when you want to open a form of enterprise is that: And what do I choose, and if I choose something why, and how it is established, and how much does it cost me and how will it be? Well the purpose of this work is to answer the question, this one. During the work you will find out what are the legal forms, how they are established, what is the difference between them, but also from the experience of couple entrepreneurs who have already made this decision.*

**„Prețul succesului presupune truda, pasiune pentru ceea ce faci și determinare, astfel încât indiferent dacă obții victoria sau ești înfrânt, sa dai tot ce ai mai bun din tine.”**  
**- Vince Lombardi**

### 1. Ce este o formă de organizare juridică?

Forma juridică desemnează cadrul juridic al unei activități economice și definește toate regulile care guvernează activitatea societății. De aici și importanța alegerii lui bine, deoarece poate avea mai multe consecințe asupra activității. Forma juridică aleasă are impacturi majore asupra regimului fiscal al companiei și al managerilor acesteia. De asemenea, poate afecta regimul social al structurii. Forma juridică a companiei trebuie să informeze totul despre structură, cum ar fi nașterea, evoluția și interacțiunea acesteia din urmă cu partenerii săi. Prin urmare, statutul poate afecta doar domeniul comercial.

### 2. Ce trebuie să fac pentru a deschide o afacere?

Dacă ai cochetat cu ideea de a deveni mic antreprenor atunci trebuie să urmezi câțiva pași simpli pentru a găsi cea mai optimă și perfectă formă de întreprindere.

1. Identifică dacă oportunitatea pe care tu vrei să o aduci prin deschiderea unei întreprinderi este benefică și te va ajuta să te dezvolți. Deși poate nu te-ai gândit la asta până acum, trebuie să fii conștient că deși tu îți dorești să deschizi o firmă de prestării servicii sau comercializare cu bunuri, și planul tău e ca firma ta să crească, ei bine tu trebuie să ți cont și de factorii de risc. Trebuie să vezi dacă serviciile aduse de tine sunt deja existente pe piață și mai ales dacă sunt într-un număr cât mai mare. E foarte important ca serviciile aduse de tine să fie într-o zonă în care concurența nu e la nivel ridicat și astfel poți începe încet-încet să te dezvolți. Un alt lucru pe care-l poți face este acela de a identifica nevoile din acea zonă și astfel intrarea ta pe piață va fi mult mai ușoară.

2. Informează-te cât mai mult despre acel domeniu, afla informații despre piață, furnizori, concurența, nu doar din țară, dar și din afara și mai ales despre resursele umane disponibile. Informează-te din orice sursă poți: internet, prieteni, concurența potențială.

3. Planifică din timp lucrurile pe care îți dorești să le faci, construiește-ți un plan de afacere, identifică surse de finanțare, testează ideea, cere părerea oamenilor mai experimentați și mai apoi alege o soluție optimă pentru tine.

4. Odată ales domeniul de activitate alege codurile CAEN specific domeniului ales.

„Denumirea de CAEN reprezintă acronimul folosit pentru a desemna Clasificarea Activităților din Economia Națională. Aceasta clasificare a fost realizată pentru a permite gruparea pe criterii de omogenitate a datelor referitoare la activităților întreprinderilor. Practic, un cod CAEN este un indice numeric specific unei anumite activități economice.”

5. Odată alese și codurile CAEN, a venit momentul să îți alegi forma juridică.

Probabil cea mai grea parte este aceasta. Alegerea unei forme juridice. Ei bine încep prin a spune că alegerea depinde de numărul de asociați, dacă vrei să fie forma de srl sau întreprindere și mai ales de activitatea pe care vrei să o desfășori. Toți acești factor contribuie activ la decizia ta. Având în vedere aceste puncte decizionale, mai jos îți voi prezenta formele de întreprindere și îți le voi explica astfel încât să îți poți da seama care se potrivește pentru tine.

✚ Societățile

#### ***Societate în nume colectiv (SNC)***

Acea societate constituită prin asocierea, pe baza deplinei încrederi, a două sau mai multe persoane, care pun în comun anumite bunuri pentru a desfășura o activitate comercială, în scopul împărțirii beneficiilor rezultate și în care asociații răspund nelimitat și solidar, pentru obligațiile societății.

#### ***Societate în comandită simplă (SCS)***

Este societatea care se constituie pe baza deplinei încrederi, a uneia sau mai multor persoane, care asigură gestiunea și conducerea societății și răspund pentru obligațiile sociale, solidar și nelimitat, cu una sau mai multe persoane, numite comanditari, care nu participă la conducerea societății și răspund pentru obligațiile sociale, numai în limită, a aportului lor la capitalul societății.

#### ***Societate pe acțiuni (SA)***

Este acea societate constituită prin asocierea mai multor persoane numite acționari, care contribuie la formarea capitalului social prin cote de participare de valoare egală, reprezentate prin titluri de credit circulabile, numite acțiuni, în scopul împărțirii beneficiilor, și care răspund pentru obligațiile sociale, în limita aportului lor încorporat în acțiuni.

*Avantaje:*

- Numărul acționarilor nu este limitat
- Transmiterea liberă a proprietății prin tranzacție de vânzare cumpărare a acțiunilor
- Posibilitatea de atragerea a resurselor financiare prin emiterea de obligațiuni
- Răspunderea proprietarului în limita valorii acțiunilor ce-i aparțin
- Acționarii participă la luarea deciziilor proporțional cu aportul lor la capitalul social.
- Societatea pe acțiuni se constituie prin subscriere integrală și simultană a capitalului social de către semnatarii actului constitutiv sau prin subscripție publică.

*Dezavantaje:*

- Prestațiile în muncă sau servicii nu pot constitui aport la capitalul social
- Formalități multiple pentru înființare
- Forma cea mai costisitoare de organizare
- Obligativitatea existenței capitalului social
- Obligativitatea de a dezvălui public informația, prin publicarea în mijloacele de informare în masă a rapoartelor financiare
- Posibilitatea apariției unor conflicte între acționari și directori
- Organigrama societății este complexă

#### ***Societatea în comandită pe acțiuni (SCA)***

Capital social este împărțit în acțiuni, iar obligațiile sociale sunt garantate cu patrimoniul social și cu răspunderea solidară și nelimitată a asociaților comanditați; aceștia sunt obligați numai la plata acțiunilor lor.

#### ***Societatea cu răspundere limitată (SRL)***

Este acea societate ce se constituie de către una, două sau mai multe persoane care pun în comun anumite bunuri pentru a desfășura o activitate comercială, în vederea dobândirii și împărțirii beneficiilor și care răspund pentru obligațiile societății în limita aportului.

#### *Avantaje*

- Cheltuielile pentru înființare sunt relativ reduse
- Conducerea relativ simplă
- Aportul capitalului social este mic
- Se pot alege mai multe coduri CAEN
- Singura forma juridica ce poate avea un proprietar-asociat unic
- număr asociați: minim unui ( asociat unic ) – maxim 50 asociați

#### *Dezavantaje:*

- Înființarea durează mai mult
- Existența obligatorie a capitalului social
- Lichidarea și dizolvarea unei societăți de acest gen durează foarte mult
- O persoana nu poate fi asociat unic decât într-un SRL

#### *Societatea cooperativă*

Este o asociație autonomă de persoane fizice și/sau juridice, după caz, constituită pe baza consimțământului liber exprimat de acestea, în scopul promovării intereselor economice, sociale și culturale ale membrilor cooperatori, fiind deținută în comun și controlată democratic de către membrii săi, în conformitate cu principiile cooperatiste. Capitalul social al societății cooperative este variabil și nu poate fi mai mic de 500 lei. Numărul minim de membri cooperatori ai unei societăți cooperative se stabilește prin statut, dar nu este mai mic de 5. Societățile cooperative de gradul 1 se pot constitui în una dintre următoarele forme:

- societăți cooperative meșteșugărești
- societăți cooperative de consum
- societăți cooperative de valorificare - asociații de persoane fizice care se constituie în scopul de a valorifica produsele proprii sau achiziționate prin distribuție directă sau prin prelucrare și distribuție directă
- societăți cooperative agricole, etc.

#### Întreprinderile și întreprinzătorul

Întreprinzătorul este persoana fizică, care organizează o întreprindere economică.

Întreprinderea economică este considerată activitatea economică desfășurată în mod organizat, permanent și sistematic, combinând resurse financiare, forță de muncă atrasă, materii prime, mijloace logistice și informație, pe riscul întreprinzătorului, în cazurile și în condițiile prevăzute de lege.

#### *Persoană fizică autorizată (PFA)*

Persoana fizică autorizată să desfășoare orice formă de activitate economică permisă de lege, folosind în principal forța sa de muncă; PFA poate angaja cu contract de muncă terțe persoane pentru desfășurarea activității, pentru care a fost autorizată.

#### *Avantajele*

- Cheltuieli mici de administrare
- Se vor depune numai câteva declarații la ANAF
- Persoană fizică autorizată poate avea angajați
- PFA-urile pot beneficia de profitul realizat oricând fără a împărți dividendele sau a trece anul în documentele oficiale, dar bineînțeles să ia în calcul taxele ce vor trebui plătite către stat pentru acel profit

- Procesul de desființare a unui PFA este mult mai
- Persoana fizica autorizata trebuie sa plătească pentru veniturile pe care le realizeaza un impozit de 16%

*Dezavantaje:*

- Pentru a putea înființa o PFA este obligatorie depunerea unor documente care atestă pregătire și experiența profesională a solicitantului în domeniul de activitate solicitat: diplome, atestate, carte de muncă din care rezultă experiența profesională, etc.

- Se pot alege doar codurile CAEN ce privesc activitatea în care se dorește autorizarea PFA-ului, asta înseamnă că nu în orice domeniu poți funcționa ca PF

**Întreprindere individuală (II)**

Întreprinderea economică, fără personalitate juridică, organizată de un întreprinzător persoană fizică; în acest caz întreprinzătorul persoană fizică titulară a unei întreprinderi individuale poate angaja terțe persoane cu contract de muncă.

*Avantaje:*

- Cheltuieli administrare mici
- Profit la îndemâna (fără dividende, direct în buzunarul tău)
- Contabilitate simplă, fără contabil autorizat. Evidența contabilă prin Registrul jurnal de încasări și plăți, poți face angajări

- Poți cumula calitatea de II cu cea de salariat
- Ești asigurat în sistemul public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale / sănătate, șomaj (dar vei plăti pentru asta indiferent de venituri)

- Posibilitatea alegerii mai multor domenii de activitate
- Persoana care deține o II trebuie să plătească pentru veniturile pe care le realizează un impozit de 16

*Dezavantaje:*

- Pentru a putea desfășura activitate ca II este necesar ca titularul întreprinderii individuale să aibă o calificare în domeniul respectiv, calificare ce trebuie dovedită cu un act de studii sau diploma de calificare.

- Dezvoltarea afacerii are o probabilitate redusă.
- Titularul întreprinderii individuale este răspunzător față de terțele persoane atât cu patrimoniul de afecțiune II (dacă acesta s-a constituit), și în completare cu patrimoniul propriu în cazul în care acesta nu este suficient.

- Cei care dețin o II nu au personalitate juridică, acest lucru explicând răspunderea personală a titularului întreprinderii individuale.

**Întreprindere familială (IF)**

Întreprinderea familială este constituită din 2 sau mai mulți membri ai unei familii. Membrii unei întreprinderi familiale pot fi simultan PFA sau titulari ai unor întreprinderi individuale. De asemenea, aceștia pot cumula și calitatea de salariat al unei terțe persoane care funcționează atât în același domeniu, cât și într-un alt domeniu de activitate economică decât cel în care și-au organizat întreprinderea familială. Membrii unei întreprinderi familiale sunt asigurați în sistemul public de pensii și alte drepturi de asigurări sociale și au dreptul de a fi asigurați în sistemul asigurărilor sociale de sănătate și al asigurărilor pentru șomaj, în condițiile prevăzute de lege. Întreprinderea familială nu poate angaja terțe persoane cu contract de muncă. Întreprinderea familială se constituie printr-un acord de constituire, încheiat de membrii familiei în formă scrisă, ca o condiție de validitate. Acordul de constituire va stipula numele și prenumele membrilor, reprezentantul, data întocmirii, participarea fiecărui membru la întreprindere, condițiile participării, cotele procentuale în care vor împărți veniturile nete ale întreprinderii, raporturile dintre membrii întreprinderii familiale și condițiile de retragere, sub sancțiunea nulității absolute. Întreprinderea familială nu are patrimoniu propriu și nu dobândește personalitate juridică prin înregistrarea în registrul comerțului.

### 3. Pași de urmat pentru înființarea firmei:

1. Mergi la Oficiul Registrului Comerțului de pe lângă Tribunalul județului în care vei avea sediul social al firmei, pentru rezervarea numelui firmei. Fii pregătit cu cel puțin 5-10 variante de nume.
2. Completează și încheie contractul de comodat și actul constitutiv (nu uita ca nu ai voie să alegi coduri CAEN din mai mult de 5 grupe CAEN – cele cu 3 cifre) și împreună cu rezervarea de nume te duci la orice banca pentru depunerea capitalului social.
3. Cu chitanța care atestă plata capitalului social, dar și cu celelalte documente (act constitutiv, contract de comodat, copie după actul de proprietate al celui cu care ai încheiat contractul de comodat) te întorci la Registrul Comerțului, unde completezi formularele necesare dosarului de înființare. Acestea le primești la biroul de Informații al Registrului Comerțului. De asemenea, în orice oficiu al Registrului Comerțului vei găsi toate aceste formulare și completate sub forma de exemplu, fiind relativ facilă completarea acestora de către oricine. De asemenea, nu uita să atașezi și o dovadă de proprietate a spațiului pe care s-a făcut contractul de comodat.
4. Cu dosarul completat, te prezinți la ghișeul destinat depunerii acestuia. Și cam asta a fost. Într-o zi, în cel mai bun caz, actele înființării unei firme au fost rezolvate.
5. Acum aștepti înființarea firmei.
6. În a treia zi, dacă nu sunt probleme în dosar, actele oficiale ale firmei ar trebui să fie gata, putând să ridici de la Registrul Comerțului, Certificatul de Înregistrare. Odată acesta obținut, poți merge la orice furnizor specializat pentru a-ti realiza prima ștampilă. Și să îți găsești rapid un contabil pentru a te pune în tema cu obligațiile pe care le ai față de ANAF.

### 4. Studiul de caz

Pentru a te ajuta mai bine să înțelegi și mai bine ce-ți dorești, am făcut acest studiu de caz, în care am luat interviu câțiva antreprenori care au luat deja decizia și și-au înființat firma.

#### 1. CMVI DR.CIOBOTA FLAVIU OTNIEL

Cod CAEN 7500 Activități Veterinare

Administrator: Am ales să deschid cabinetul în forma aceasta deoarece în perioada aceea mi se părea cea mai simplă pentru mine. Costurile de întreținere pentru cabinet nu sunt extrem de mari dar taxele pe care le plătesc la stat sunt mult prea mari. Dacă ar fi să aleg din nou, aș alege să deschid un SRL.

#### 2. S.C. CITY CLEAN PREST S.R.L

Cod CAEN 8121 Activități generale de curățenie a clădirilor

Administrator: Am ales să deschid un srl deoarece, dintre toate formele juridice pe care le-am avut, SRL-ul mi s-a părut cea mai ușoară de administrat. Firma a fost înființată de cineva prin împuternicirea mea iar costurile nu au fost mari, dar impozitul și taxele către stat sunt extrem de mari. Dacă ar fi să aleg din nou tot un SRL aș deschide deoarece acesta îmi oferă posibilitatea de a mă desfășura pe mai multe domenii de activitate.

#### 3. I.I.SIN DANIEL PETRU

Cod CAEN- 462 Vânzarea cu amănuntul a produselor agricole

Administrator: Am ales să deschid o întreprindere individuală deoarece nu a costat nimic la vremea aceea, nu am avut nevoie de contabil, iar administrarea a fost foarte ușoară. Dacă ar fi să aleg din nou aș deschide tot la fel întreprindere. Consider că produsele vândute de mine aduc un mare beneficiu persoanelor deoarece acestea sunt produse crescute cu îngrășământ Bio și sunt naturale și fără conservanți.

## Concluzii

Așadar, ca urmare a studiului realizat, pentru a face cea mai bună alegere în înființarea uneia din forme de activitate economică, trebuie luat în considerare faptul că PFA-ul și SRL-ul nu au același regim juridic.

În concret, persoana fizică autorizată este o întreprindere economică, fără personalitate juridică, prin urmare patrimoniul PFA-ului nu este distinct de patrimoniul tău personal, prin urmare **răspunderea unui PFA pentru obligațiile sale se extinde asupra tuturor bunurilor deținute de titularul său.**

Pe de altă parte, SRL-ul este o societate, beneficiază de personalitate juridică proprie, prezintă un patrimoniu distinct de cel al persoanei fizice care are calitatea de asociat. **Asociatul va răspunde pentru obligațiile sale în limita capitalului social deținut în firmă.**

Alegerea celei mai potrivite forme de organizare ține de avantajele pe care fiecare antreprenor le identifică în elementele componente ale fiecărei forme de organizare, precum și ținând cont de obiectul de activitate pe care dorește să îl desfășoare.

## Bibliografie:

1. Bădescu, V.S (2021) *Dreptul afacerilor*, Ed. Universul Juridic, București
2. Bratiloveanu, I. (2015) *Elemente de dreptul afacerilor*, Ed. Sitech, Craiova
3. Bodu, S. (2023), *Legea societăților comentată*, Ed. Rosetti
4. Cărpenaru, S.D( 2019) *Tratat de drept comercial român*, Ed. Universul Juridic, București
5. Cristea, S.I. (2012) *Dreptul afacerilor*, Ed. Universitară, București
6. Nemeș, Vasile (2021) *Drept comercial*, Ed. Hamangiu, București,
7. Păun, C. A, (2017) *Dreptul economiei*, Ed. Universul Juridic, București
8. Tofan M. (2014), *Dreptul afacerilor*, Ed. Universității "Alexandru Ioan Cuza", Iași
9. <https://www.onrc.ro/index.php/ro/inmatriculari/persoane-fizice/persoane-fizice-autorizate-pfa>
10. <https://www.onrc.ro/index.php/ro/inmatriculari/persoane-juridice/nume-colectiv>

## Antreprenoriatul feminin în România

**Autor: Istrate Ana Maria**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Ogarcă Radu Florin**

**Universitatea din Craiova**

**Abstract:** *It is essential to discuss the importance that female entrepreneurs have in the development of businesses on the Romanian market, even if it is a low percent. Although the business environment is predominantly dominated by men, the influences of women leadership are felt in organizational cultures. The motivations of women entrepreneurs, as well as the obstacles they have to overcome, are determined especially by certain emotional and personal factors. They are prone to start a business after accumulating as much knowledge and experience as possible.*

*Female entrepreneurs have unique character traits, such as better management of stressful situations. Also, they are capable of being strong leaders, helping the economic growth of the company.*

### 1. Introducere

Dorința de a alege această temă surprinde aspirația de a activa în lumea antreprenoriatului, de a nu rămâne în statutul de angajat, ci de a deveni propriul șef, de a deveni independentă financiar. Aceasta surprinde esența valorii modelului feminin, raritatea acestui gen de a dezvolta idei în lumea business-ului. Viziunea multor doamne din România în poziția de antreprenor poate reprezenta doar un vis pentru acestea, datorită unor succesiuni de factori implicați în mod direct la dezvoltarea acestui prag al afacerilor. Potrivit unui sondaj din 2022, cifrele arată că doar 40% dintre femei susțin că visează la antreprenoriat, singurele impedimente fiind lipsa cunoștințelor despre marketing, business development, vânzări, planificare financiară, mindset antreprenorial, precum și frica de eșec, de a își asuma diferite riscuri (<https://www.mediafax.ro>).

Motivația înființării unei afaceri vine din dorința libertății de acțiune, independența în luarea propriilor decizii, provocarea de a concura cu alte persoane, beneficiul de a lucra pentru sine, câștigurile apărute în urma muncii depuse, statutul social realizat, realizarea investițiilor și achizițiilor pe firmă, luarea concediilor oricând în timpul perioadei, organizarea propriului program de lucru.

Un antreprenor exprimă trei tipuri de gândi, și anume:

➤ **Gândire optimistă**, conform căreia, un antreprenor ia în considerare doar ceea ce funcționează corespunzător într-o afacere.

➤ **Gândire pesimistă**, în corespondența căreia, întreprinzătorul pune accentul pe problemele existente într-o organizație.

➤ **Gândire realistă**, prin care antreprenorul caută soluții în a rezolva dificultățile existente, luând deciziile cele mai optime.

În cadrul acestei lucrări, vor fi abordate subiecte importante de natură profesională, referitoare la:

- Motivațiile femeilor antreprenor;
- Bariere pentru femeile antreprenor;
- Motivele diferențelor de gen în antreprenoriat;
- Statistici privind antreprenoriatul feminin în România;
- Soluții pentru dezvoltarea antreprenoriatului feminin.

## 2. Motivațiile femeilor antreprenor din România

Unul dintre subiectele favorite ale femeilor de afaceri, este ceea ce le-a determinat să aleagă această cale a antreprenoriatului. Este esențial a aduce în discuție această motivație, pentru a observa de unde a pornit această descoperire interioară. Năzuința de a face o schimbare în bine este principala motivație pentru femeile care pornesc propria afacere.

Motivațiile femeilor întreprinzătoare sunt vaste, dar printre cele mai importante, sunt:

➤ **Curaj și oportunitate:** Pentru a începe o afacere, este necesar ca în primul rând, să ai curaj. Multe femei evită să își pună ideile în practică, în special datorită prezenței riscurilor financiare, riscul stabilității. Este necesar a înțelege conceptul că, actul de a face primul pas este ceea ce separă câștigătorii de cei pierzători.

➤ **Lipsa locurilor de muncă:** Există situații în care companiile în cadrul cărora femeile sunt angajate, să se închidă datorită anumitor cauze referitoare la un context economic nefavorabil sau relații tensionate între colaboratori, investitori, acționari. Alegerea de a organiza propriul business prezintă o adevărată provocare, fiind necesară angajarea ulterioară a unor persoane mai bune într-un domeniu, pentru a evolua.

➤ **Flexibilitate și îmbunătățirea echilibrului muncă-viață privată:** Majoritatea femeilor își petrec o mare parte din zi, lucrând pentru altcineva, pentru o companie deținută de o altă persoană. Cu alte cuvinte, lucrează pentru îndeplinirea visului altcuiva. Aceste acțiuni prezintă un impact puternic asupra vieții personale, datorită timpului scurt rămas pentru acțiunile private. Este adevărat că, fiind un antreprenor aflat în primii ani de activitate, lucrul devine mai intens, lucrând mai mult decât fiind un angajat, pentru a ajuta propria companie să evolueze pe o anumită perioadă de timp. De asemenea, fiind o firmă mica, obiectivele trebuie să fie realiste, iar în funcție de domeniul de activitate, trebuie stabilite strategiile, pe o anumită perioadă.

➤ **Fără perspective de carieră și mai puțină satisfacție:** Multe dintre aceste doamne, au sesizat efectul negativ pe care statutul de angajat îl are, absența dezvoltării profesionale, timpul prețios ocupat într-un loc care nu prezintă nici o împlinire sufletească.

➤ **Pentru a avea un impact:** Dorința de a realiza schimbări radicale în cadrul societății, în pofida petrecerii timpului prețios lucrând într-o companie mai dezvoltată.

Odată cu ambiția de a reuși, este necesar a lua în considerare că, pentru a forma o gândire de lider, gândurile trebuie să fie schimbate, antrenate și recalificate. Este important a înțelege că frica în domeniul antreprenoriatului este doar o emoție care poate fi decisivă, determinând astfel comportamentul nostru în diverse circumstanțe, de la situații mai puțin dominante, la situații mult mai puternic dominante asupra ariei profesionale. De obicei, acțiunile care sunt luate cu frică, sunt vizibile de către alți oameni. De exemplu, teama de a vorbi în fața unui auditoriu, compus din persoane din cadrul companiei, poate stabili imaginea care va fi hotărâtoare în evoluția propriei personalități în diverse domenii de activitate. De aceea, necesitatea încrederii în sine reprezintă o unealtă magică, deoarece valoarea se află în noi, nu în afara noastră.

## 3. Bariere pentru femeile antreprenor din România

Pentru femeile întreprinzătoare, disponibilitatea pe piața muncii este rareori observată în prealabil, în principal datorită diferenței de gen.

În calea dezvoltării profesionale, nu ezită a își face apariția numeroase bariere personale, emoționale, fiscale, legislative, precum necesitatea acumulării a cât mai multor cunoștințe, determinată premergător de investiția în propria educație, fiind un factor esențial, dezvoltat de-a lungul timpului.

Conform unui studiu realizat în 2016 de către Amway Global Entrepreneurship Report, peste jumătate dintre femeile din România(51%), iau în considerare reorientarea către antreprenoriat, dar doar 17% dintre ele ar fi dispuse să renunțe la actualul loc de muncă pentru a-și duce visul până la



capăt. Capacitatea de a acționa împotriva temerilor, trebuie să fie mai mare decât rezistența la schimbare (revistacariere.ro).

Din punct de vedere psihologic, în domeniul antreprenoriatului, în spatele fiecărei frici, există o oportunitate. Această teamă trebuie percepută într-un mod oportun de către propria noastră gândire.

Potrivit lui Thomas Jefferson, al doilea fost vicepreședinte și al treilea fost președinte al Statelor Unite ale Americii, “Nimic nu îl poate opri pe omul cu o atitudine mentală corectă să își îndeplinească scopul. Nimic din lumea aceasta nu îl poate ajuta pe omul care are o atitudine greșită.” (Keller, 2018).

În cazul unei companii conduse de o femeie antreprenor, obstacolele principale care pot apărea în cale, sunt:

➤ Pentru investitori, companiile deținute de doamne, prezintă o mai mare siguranță, însă capitalul este mult mai greu de obținut;

➤ În ciuda faptului că majoritatea femeilor au studii superioare, având o vârstă tânără, nu sunt întotdeauna luate în considerare;

➤ Doamnele obișnuiesc să își stabilească propriile bariere, conștientizând că mai au de învățat până să ajungă la un stadiu de profesionist;

Având femeii în poziții de antreprenor, de investitor, poate reprezenta un impact puternic asupra creșterii economiei societății.

De asemenea, există o succesiune de factori care influențează premergător antreprenoriatul feminin, și anume:

➤ **Starea socială și percepția**-Statutul social actual al persoanei, precum și percepția mediului social asupra acesteia;

➤ **Viața de familie**-Atitudinea familiei asupra deciziilor luate de această femeie antreprenor;

➤ **Vârsta**-Hotărârea deschiderii unei afaceri este influențată în principal de vârstă, exprimându-se în experiența și cunoștințele dobândite;

➤ **Educația și venitul personal**-Lipsa cunoștințelor din diferite domenii, precum și venitul precar, prezintă un impact negativ asupra îndeplinirii visului antreprenorial.

#### 4. Motivele diferențelor de gen în antreprenoriat

Este de la sine înțeles că diferențele de gen pot reprezenta influențe asupra integrării în cadrul pieței muncii, deoarece caracteristicile gândirii fiecărui gen pot contura diferențe comportamentale.

Potrivit Cătălinei Trupșor, fondator și CEO Color Smart Distribution, “Există o inegalitate în antreprenoriat pe motive de gen, care totuși se diminuează de la an la an” (www.bursa.ro)

Există o succesiune de diferențe între antreprenorii masculini și feminini, și anume: (<https://www.prorally.ro/raport-deloitte-pwnr-romania-raporteaza-progrese-in- ceea-ce-priveste-echilibrul-de-gen-in-conducere/>)

• **Vârsta de inițiere a afacerii:** În cazul bărbaților, aceștia sunt mai încrezători în forțele proprii, având curajul a risca propria situație financiară. Rata vârstei de dezvoltare a unei afaceri de către domni, este cuprinsă între 25-35 ani. În ceea ce privește femeile antreprenor, acestea prezintă o mai multă teamă în privința stabilității financiare, dorind să acumuleze mai multe cunoștințe, mai multă experiență în acest domeniu, determinând astfel înființarea propriei companii la vârsta cuprinsă între 35-45 ani.

• **Motivația de a iniția o afacere:** Intențiile sunt asemănătoare în ceea ce privește inițierea unui business atât de femei, cât și de bărbați, precedate de dorința de a deveni independenți financiar, de a-și pune ideile în practică, precum și de a își controla propriul destin.

• **Atitudinea față de eșec:** În cazul bărbaților, aceștia fac față într-un mod mai liniștit unui eșec, deoarece au încrederea și voința să înceapă o nouă afacere într-un alt domeniu. În cazul doamnelor, acestea sunt mai predispuse spre a evita eșecul, fiind mai prudente. În cazul apariției unui dezastru, acestea sunt mai temătoare a începe un alt business într-un alt domeniu.

• **Finanțarea afacerii:** În privința domnilor, pentru dezvoltarea afacerii, aceștia apelează cu încredere la diverse surse de finanțare din exterior, precum credite bancare, împrumut de la diferite cunoștințe sau chiar din partea investitorilor, în schimbul unei părți din firmă. În rândul doamnelor, acestea sunt mai deschise în a investi din propriile economii, evitând a apela la sprijinul celor enumerați ulterior.

## 5. Statistici privind antreprenoriatul feminin în România

Potrivit datelor de la Registrul Comerțului, a fost realizat un studiu de către unul dintre cei mai importanți furnizori de informații de afaceri, numit KeysFin, conform căruia, în 2023, aproape 600.000 de femei sunt acționare sau asociate în companii active pe piața României, cu 11% peste nivelul din 2019 și cu 46% mai multe decât în 2013 (www.mediafax.ro).

Tabelul nr. 1

Număr de femei acționare/asociate în România februarie 2023

<b>CLASAMENT TOP 5 JUDEȚE-28. 02. 2023</b>	
<b>BUCUREȘTI</b>	<b>130, 970</b>
<b>CLUJ</b>	<b>32, 994</b>
<b>ILFOV</b>	<b>31, 339</b>
<b>TIMIȘ</b>	<b>27, 023</b>
<b>CONSTANȚA</b>	<b>24, 899</b>
<b>NUMĂR TOTAL FEMEI ACȚIONARE ÎN ROMÂNIA</b>	<b>597. 633</b>
<b>PROCENT</b>	<b>36, 72%</b>

Sursa: <https://www.onrc.ro/index.php/ro/statistici?id=246>

La nivel de domenii de activitate, femeile sunt cel mai adesea prezente în domenii precum sănătatea și asistență socială (77, 3%), serviciile (62, 9%), activitățile administrative (54, 7%) și cele cultural-educative (49, 9%) (<http://www.ccivl.ro/>).

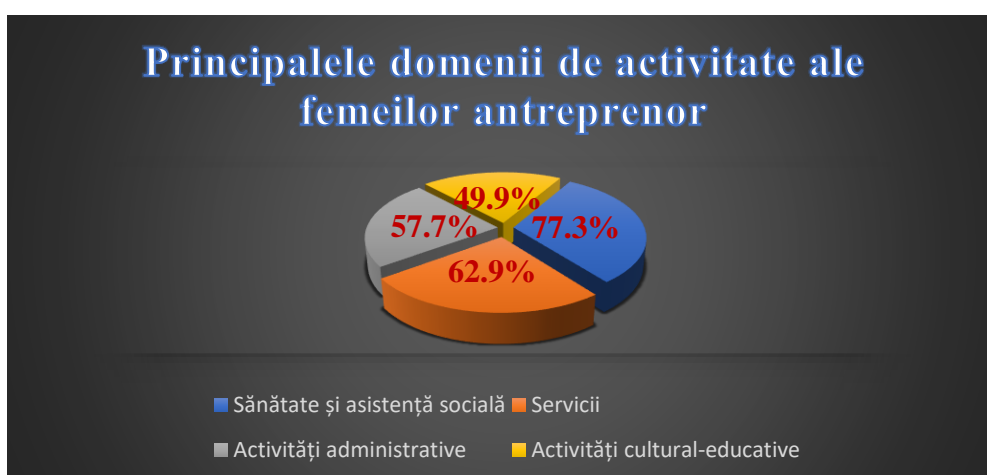


Figura 1. Principalele domenii în care activează femeile întreprinzătoare

Sursa: <http://www.ccivl.ro/studiu-privind-analiza-mediului-antreprenorial/>

Potrivit unui raport realizat în 2022 de Deloitte-PWNR: România raportează progrese în echilibrul de gen în conducere, potrivit căruia 62% dintre companiile listate la Bursa de Valori

București au femeii în consilii, iar 65% dintre acestea, în comitetele executive (<https://www.prorally.ro/raport-deloitte-pwnr-romania-raport-eaza-progrese-in-ceea-ce-priveste-echilibrul-de-gen-in-conducere/>).

## 6. Soluții pentru dezvoltarea antreprenoriatului feminin în România

Indiferent de rata scăzută observată în statistică, femeile antreprenor își tot fac prezentă existența prin diferite proiecte realizate. Pentru dezvoltarea antreprenoriatului feminin în România, există o succesiune de soluții, care, puse în practică, pot face schimbări de natură majoră asupra întregii țări. Acestea pun accentul pe:

- Acumularea de cunoștințe, prin participarea la diferite workshop-uri, training-uri, învățarea continuă de la un mentor, citit cărți din diferite arii de activitate;
- Dezvoltarea unor abilități esențiale, precum: vânzări, marketing, public speaking, networking și inteligență artificială;
- Asumarea anumitor riscuri financiare, cum ar fi dezvoltarea unui prototip;
- Progresul de a lucra în echipă, pentru a evolua din ce în ce mai mult.

În ceea ce privește domeniul digital, acesta va evolua din ce în ce mai mult, devenind în acest mod, cheia principală în viitor. Astfel, doamnele întreprinzător trebuie să dezvolte skill-uri privind această zonă a tehnologiei digitale.

Pe de altă parte, este necesar a învăța a securiza informațiile private de pericolul cibernetic cauzat de această dezvoltare continuă.

## 7. Concluzii

Femeile antreprenor au demonstrat de-a lungul timpului că reprezintă un impact semnificativ asupra companiilor din România, datorită gândirii critice de care dau dovadă, fiind mai implicate în relația cu angajații, cât și cu angajatele. Prezența acestora pe poziții de conducere reflectă o rată ridicată a performanței în cadrul firmelor, asimilând astfel creșteri semnificative în concordanță cu efortul depus.

Cu ajutorul gândirii detaliate a acestora, pot dezvolta diverse proiecte în diferite domenii de activitate, din dorința de a realiza o alternativă de calitate și de asemenea, pot forma echipe de succes cu oameni bine pregătiți sau dornici să învețe și să evolueze.

Datorită evoluției tehnologiei digitale, femeile antreprenor vor surprinde situații certe și incerte privind descoperirea propriei personalități în ceea ce privește adaptarea la mediul digital. Punerea accentului pe dezvoltarea acestor abilități a erei digitale, va reflecta momentul decisiv asupra dezvoltării antreprenoriatului feminin în România.

## Bibliografie:

1. Keller J., *Atitudinea este totul*, Editura Curtea Veche, București, 2018.
2. <https://www.mediafax.ro/economic/antreprenoriatul-feminin-din-romania-nivel-record-de-aproape-600-000-de-femei-in-afaceri-21670040>
3. <https://www.business-academy.ro/antreprenoriatul-feminin-sansa-de-succes>
4. <https://www.onrc.ro/index.php/ro/statistici?id=246>
5. <https://revistacariere.ro/antreprenor/strategie/antreprenoriat-feminin-cand-si-la-ce-ar-renunta-femeile-pentru-a-intra-intr-o-afacere/>
6. <https://consultex.md/ro/blog/femei-antreprenoare-vs-barbati-antreprenori-principalele-aseamanari-si-deosebiri.html>
7. [https://ifempower.eu/wp-content/uploads/2019/12/ifempower\\_intellectual-output\\_1\\_FINAL\\_RO.Pdf](https://ifempower.eu/wp-content/uploads/2019/12/ifempower_intellectual-output_1_FINAL_RO.Pdf)

8. <https://www.bursa.ro/business-ul-romanesc-este-marcat-de-inegalitatea-dintre-barbati-si-femei-64632948>
9. <http://www.civil.ro/studiu-privind-analiza-mediului-antreprenorial/>
10. <https://www.prorally.ro/raport-deloitte-pwnr-romania-raport-eaza-progrese-in- ceea-ce-priveste-echilibrul-de-gen-in-conducere/>

## Obținerea independenței femeilor prin antreprenoriat

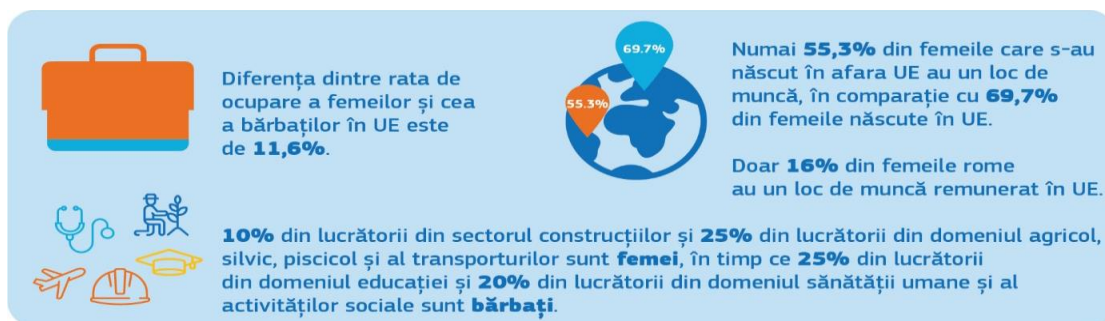
**Autor: Lacataș Larisa**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *In Romania, the development of entrepreneurship in general and female entrepreneurship as a part component, is a real challenge, given that only after 1990, the problem of recreating and developing entrepreneurial processes, after decades of centralized economy, arose. The study of women who are already entrepreneurs, including those who are potentially entrepreneurs, are fundamental components of any effort to strengthen the link between innovation, economic growth and revitalization, so important for the prosperity of a country. Regarding SMEs managed by women on international markets, it was found that the size of the company is decisive for economic strength and sales power on the EU market.*

### 1. Prosperitate într-o economie bazată pe egalitatea de gen

Depinde de noi toți să avem o Europă prosperă și socială. Femeile și bărbații, în toată diversitatea lor, ar trebui să aibă șanse de dezvoltare egale, să fie independenți din punct de vedere economic, să fie remunerați în mod egal pentru o muncă de valoare egală, să aibă acces egal la finanțare și să primească pensii echitabile, responsabilitățile familiale și financiare ar trebui să fie repartizate în mod egal între femei și bărbați și să asistăm la eliminarea disparităților de gen de pe piața forței de muncă. Creșterea participării femeilor pe piața forței de muncă are un impact pozitiv puternic asupra economiei, în special în contextul reducerii forței de muncă și al lipsei de personal calificat. De asemenea, aceasta le permite femeilor să își conducă propria viață, să joace un rol în viața publică și să fie independente din punct de vedere economic.

În UE, rata de ocupare a forței de muncă în rândul femeilor este, în prezent, mai ridicată ca niciodată, însă multe femei se confruntă în continuare cu obstacole atunci când doresc să intre și să rămână pe piața forței de muncă. Unele femei sunt subreprezentate în mod structural pe piața forței de muncă, adesea din cauza intersecției dintre gen și aspecte suplimentare care le vulnerabilizează sau marginalizează, de exemplu apartenența la o minoritate etnică sau religioasă sau faptul că provin din familii de migranți.



Îmbunătățirea echilibrului dintre viața profesională și cea privată este una dintre modalitățile de a elimina disparitățile de gen de pe piața forței de muncă. Ambii părinți trebuie să se simtă responsabili și să aibă drepturi în ceea ce privește îngrijirea familiei. Directiva privind echilibrul dintre viața profesională și cea privată introduce standarde minime cu privire la concediul din motive

familiale și formule de lucru flexibile pentru lucrători, promovând, totodată, împărțirea echitabilă a responsabilităților de îngrijire între părinți.

Comisia se va asigura că statele membre transpun și aplică în mod corect această directivă, pentru a le oferi bărbaților și femeilor șanse egale de dezvoltare personală și profesională, și invită statele membre să nu se limiteze la standardele minime atunci când își revizuiesc politicile în domeniu. Statele membre ar trebui, de asemenea, să asigure soluții de calitate, de exemplu în ceea ce privește îngrijirea copiilor, de care să beneficieze și zonele mai puțin populate din Europa. În cadrul propriei administrații, Comisia va promova și va monitoriza utilizarea egală a formulilor flexibile de lucru pentru toți angajații.

Provocările legate de egalitatea de gen existente în statele membre, în special legate de piața forței de muncă, incluziunea socială și educație, vor continua să fie monitorizate în cadrul semestrului european. Prin intermediul tabloului de bord social, semestrul european monitorizează, de asemenea, aceste aspecte ale Pilonului european al drepturilor sociale. Începând cu ciclul 2019-2020 al semestrului, rapoartele de țară contribuie la monitorizarea obiectivelor de dezvoltare durabilă, inclusiv a obiectivului privind egalitatea de gen (ODD 5), și a modului în care politicile economice și de ocupare a forței de muncă pot sprijini realizarea acestor obiective.

Programul de sprijin pentru reforme structurale poate sprijini statele membre să integreze perspectiva de gen în administrația publică, să întocmească bugetul de stat și să asigure gestiunea financiară. În plus, acesta poate sprijini reformele structurale naționale din statele membre în scopul de a elimina diferențele de gen în materie de ocupare a forței de muncă și de a rezolva problema numărului mai mare de femei care trăiesc în condiții de sărăcie, în special în rândul femeilor cu vârste mai înaintate.

Politicile sociale și economice, precum și sistemele fiscale și de protecție socială nu ar trebui să perpetueze inegalitățile structurale de gen bazate pe rolurile de gen tradiționale în domeniul vieții profesionale și al vieții private. Comisia va elabora orientări pentru statele membre cu privire la modul în care sistemele fiscale și de securitate socială naționale pot avea un impact asupra stimulentei financiare sau asupra factorilor de descurajare pentru cea de a doua persoană care contribuie la venitul familiei.



Capacitatea femeilor pe piața forței de muncă înseamnă, de asemenea, ca acestora să li se ofere posibilitatea de a prospera ca investitori și ca antreprenori. Politica de coeziune a UE sprijină spiritul antreprenorial al femeilor, (re)integrarea lor pe piața forței de muncă și egalitatea de gen în sectoare specifice, care au fost dominate, în mod tradițional, de bărbați. În 2020, în cadrul Consiliului european pentru inovare vor fi elaborate măsuri specifice de promovare a participării femeilor la inovare, inclusiv un proiect-pilot de promovare a întreprinderilor nou-înființate și a întreprinderilor mici și mijlocii inovatoare conduse de femei.

Deși în Europa există un număr mai mare de femei absolvente de studii universitare, acestea rămân subreprezentate în profesiile mai bine remunerate. Există mai multe femei decât bărbați care ocupă posturi și lucrează în sectoare prost plătite și în poziții inferioare. Printre factorii care

favorizează acest fenomen se numără normele și stereotipurile sociale discriminatorii cu privire la competențele femeilor și ale bărbaților și subevaluarea muncii femeilor.

Principiul remunerației egale pentru muncă egală sau muncă de valoare egală a fost consacrat în tratate începând cu 1957 și a fost transpus în dreptul UE. Astfel se asigură faptul că există demersuri legale care pot fi făcute în caz de discriminare. Cu toate acestea, femeile câștigă în continuare, în medie, mai puțin decât bărbații. Diferențele acumulate pe parcursul vieții între femei și bărbați în ceea ce privește ocuparea forței de muncă și remunerarea duc la o disparitate și mai mare în ceea ce privește pensiile și, prin urmare, femeile în vârstă sunt expuse într-o mai mare măsură riscului de sărăcie decât bărbații.

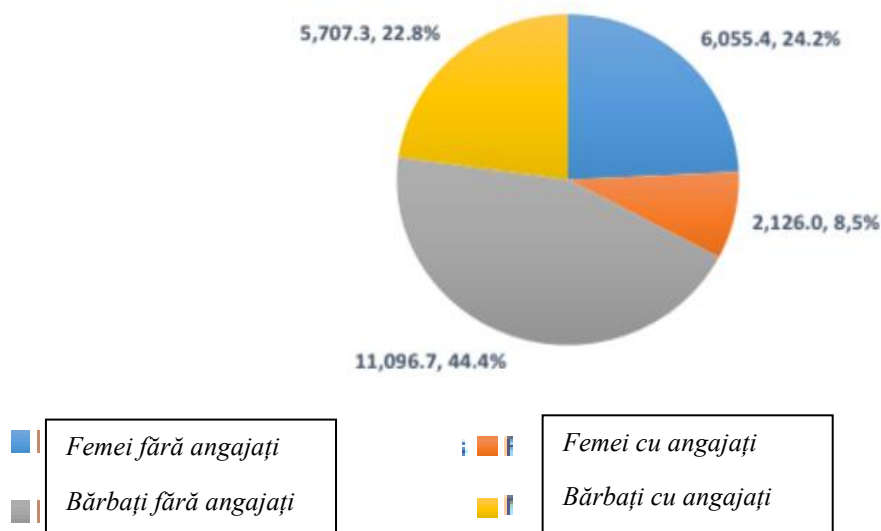


Pentru a elimina diferența de remunerare dintre femei și bărbați este necesar ca toate cauzele profunde ale acestui fenomen să fie abordate, inclusiv participarea mai scăzută a femeilor pe piața forței de muncă, munca invizibilă și neremunerată, utilizarea pe scară mai largă a muncii cu fracțiune de normă și întreruperile de carieră, precum și segregarea orizontală bazată pe stereotipuri de gen și pe discriminare.

## 2. Dimensiunile antreprenoriatului feminin la nivel UE-27

Un studiu efectuat de către Comisia Europeană a relevat faptul că, în anul 2021, erau aproape 25 de milioane de lucrători pe cont propriu în UE-27, dintre care aproximativ 8,2 milioane erau femei care desfășoară activități independente. Lucrătorii pe cont propriu fără angajați reprezentau marea majoritate atât a femeilor cât și a bărbaților care desfășoară activități independente. Cele 2,1 milioane de femei-lucrători pe cont propriu cu angajați au reprezentat 26% din totalul femeilor-lucrători pe cont propriu. În contrast, bărbații lucrători pe cont propriu, cu angajați, au reprezentat 34% din totalul bărbaților lucrători pe cont propriu.





**Figura nr.1. Numărul lucrătorilor pe cont propriu (independenți) în funcție de gen și tipul de activități independente**

Sursa: European Commission, Annual Report on European SMEs 2021/2022. SMEs and environmental sustainability, [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

În general, o proporție mai mică din forța de muncă feminină din UE-27 lucrează pe cont propriu în comparație cu bărbații din UE-27, atât pentru lucrătorii independenți cu angajați cât și fără.

De exemplu, în 2021, proporțiile respective au fost de 6,4% față de 10,2% în cazul lucrătorilor pe cont propriu fără angajați și 2,2% față de 5,2% pentru cei cu angajați. Această observație este valabilă nu numai la nivelul UE-27 dar și pentru fiecare stat membru. Ratele de activitate a femeilor lucrători pe cont propriu (fără și cu angajați) au fost mai mici decât ratele bărbaților lucrători pe cont propriu în fiecare stat membru în 2021.

Politicile egalității de șanse, bazându-se pe dispoziția din Tratatul de la Roma privind remunerația egală pentru muncă, au jucat un rol principal în promovarea participării egale a femeilor pe piața muncii și, în general, la dezvoltarea economică, deoarece participarea și activarea lor pe piața muncii implică o valorificare mai bună a resurselor umane. Cu toate acestea, trebuie remarcat faptul că evoluția observată, deși importantă, pare a fi insuficientă pentru eliminarea discriminărilor de gen în ocuparea forței de muncă. Decalajul remunerațiilor între bărbați și femei pentru munca de valoare egală și inegalitatea de șanse privind evoluția profesională reprezintă numai două dintre fenomenele care reflectă discriminările care afectează traseul și evoluția profesională a femeilor, alături alți indicatori precum rata de ocupare a femeilor pe piața muncii sau cea a șomajului.

Antreprenoriatul feminin prezintă diferențe față de cel al bărbaților. Una din cauzele acestor diferențe e aceea a influenței experiențelor personale la nivelul antreprenoriatului, al manierelor de manifestare a spiritului antreprenorial. Rolurile sociale și pozițiile bărbaților și femeilor diversifică și particularizează experiențele personale și prin urmare, modul în care abordează, se răsfrâng în mod diferit asupra manierei în care utilizează și valorifică oportunitățile antreprenoriale. Din concluziile principale care decurg din studii privind antreprenoriatul feminin, se observă ca întreprinderile feminine au o durată și o dimensiune mai mică decât cele ale bărbaților și se concentrează pe domenii tradiționale de activitate economică.

Având în vedere condițiile și parametrii menționați anterior, cercetările referitoare la activitatea antreprenorială ajung la concluzia că «prezența femeilor care se implică în activități antreprenoriale, fie ca angajatoare, fie ca auto-ocupate este mult mai scăzută decât cea a bărbaților, în ciuda progresului semnificativ, observat în ultimii ani». Cu alte cuvinte, se observă o diferență



dintre sexe în ceea ce privește dezvoltarea activității antreprenoriale și motivele importante pentru aceasta diferență intensă, se identifică în rolurile sociale ale celor două sexe, care oferă posibilități diferite privind accesul la cunoaștere, însă și la dezvoltarea economică. Concret, mai puțin de 30% dintre IMM-urile din Europa, sunt conduse de femei și femeile sunt responsabile numai de 1/3 dintre întreprinderile nou înființate.

În contextul celor de mai sus, decurge că antreprenoriatul feminin și masculin, variază considerabil, în ceea ce privește caracteristicile acestora (stimulente, tip și dimensiune a întreprinderilor, etc.). Cu toate acestea, un mare interes prezintă identificarea motivelor care conduc la această diferențiere, multe dintre aceste motive fiind provenite din evoluțiile culturale și percepțiile sociale (stereotipuri pentru rolul de gen). Desigur, trebuie remarcat faptul că antreprenoriatul feminin este influențat, în mod direct, atât de poziția femeilor cât și de rolul antreprenoriatului în cadrul societății.

Consolidarea și promovarea antreprenoriatului feminin constituie obiectivul principal pentru realizarea unei politici economice, într-adevăr, de dezvoltare. Deci, în acest context, la nivel european și național se dezvoltă inițiative și acțiuni pozitive, în vederea promovării participării echilibrate a bărbaților și femeilor la evoluția profesională și asumarea pozițiilor de responsabilitate, precum și a furnizării de servicii cu scop de facilitare a femeilor și bărbaților pentru echilibrarea vieții de familie și a celei profesionale.

Prin implementarea acțiunilor pozitive, însă și prin promovarea egalității de gen, în general, se observă un impuls al antreprenoriatului feminin, însă, în niciun caz, participarea femeilor la activitatea antreprenorială nu poate fi considerată ca fiind egală cu activitatea antreprenorială a bărbaților. Studiul rolului social al sexelor, în general, însă și al restricțiilor de gen, care se observă, în special, în diferite sectoare de activitate umană, au condus la evidențierea obstacolelor – factorilor de obstacol pentru dezvoltarea antreprenoriatului feminin.

Barierile vizibile sau de obicei invizibile provin din percepțiile stereotipe pentru capacitatea de dezvoltare a activității antreprenoriale de către femei. În special, segregarea profesiilor în «masculine» și «feminine», precum și percepția privind incompatibilitatea antreprenoriatului cu obligațiile de familie, însă și «imaginea feminină» a femeii, continuă să reprezinte fenomene caracteristice care evidențiază conservatorismul societăților în multe nivele ale vieții de zi cu zi.

Percepțiile care vor femeile mai capabile în lucrările de birou și bărbații în poziții de conducere și luare de decizii, nu au dispărut. Prin urmare, „blocajul” femeilor în roluri stereotipe, reproduse din generație în generație, reprezintă factorul principal de descurajare a acestora privind dezvoltarea inițiativelor antreprenoriale - bariere specifice.

Principalul factor restrictiv pentru dezvoltarea antreprenoriatului de către femei, sunt obligațiile de familie care limitează posibilitățile de cercetare continuă, rețelizare, formare și, în general, de activități care pot ajuta la dezvoltarea și îmbunătățirea întreprinderii. În plus, lipsa de modele de roluri în spațiul de afaceri este un factor de barieră pentru dezvoltarea activității antreprenoriale de către femei. Fenomenul de auto-ocupare și antreprenoriat este realimentat, la un moment dat, de cultura antreprenorială și eficiența care rezultă din modelele antreprenoriale tradiționale.

Un obstacol la fel de important pentru dezvoltarea activității antreprenoriale de către femei, pare a fi gradul de încredere în sine, deoarece influențează în mod semnificativ opțiunile lor profesionale. Antreprenoriatul este strâns legat de încrederea în sine, deoarece decizia de a crea și administra o întreprindere, de obicei, este caracterizată printr-o incertitudine cu privire la gradul de reușită sau de eșec în viitor.

De asemenea, o problemă-barieră esențială pentru inițierea și dezvoltarea activității antreprenoriale este lipsa de capital, atât economic cât și social sau informațional, de cunoștințe. În special, în ceea ce privește capitalul economic, femeilor le este dificil să-l concentreze, deoarece pe de o parte responsabilitățile de familie obligă femeia să lucreze în sectoare care oferă salarii scăzute și pe de alta parte deoarece evită marile obligații de împrumuturi. Însă, chiar și atunci când femeile

reușesc să concentreze capitalul, de obicei, valoarea acestuia (capital scăzut) oferă doar posibilitatea de a derula activități cu perspective reduse de dezvoltare.

Cu toate acestea, trebuie remarcat faptul că «femeile sunt mai dispuse decât bărbații să-și asume riscuri de afaceri, atunci când trebuie să promoveze un produs nou sau să introducă o inovație». Studiul realizat în anul 2017 cu tema «Rolul antreprenoriatului în viața femeilor» de către Centrul Internațional de Educație a Adulților și Centrul de Informare pentru Drepturile Femeilor [Phocéen Centre d'Information du Droit des Femmes Phocéen (CDIF)] a evidențiat că dificultățile cu care se confruntă femeile de afaceri se referă la lipsa de experiență în planificarea economică (o rată de 27.55%) și în influența lor asupra personalului (o rată de 24.48%). Referitor la discriminările la care sunt expuse femeile de afaceri, în principal, se observă în sectorul de industrie și construcții, transporturi și telecomunicații, hoteluri și restaurante, în timp ce un număr mai mic de cazuri discriminatorii, apar în sectorul de agricultură.

Dificultățile întâmpinate de femei la inițierea întreprinderii sunt legate de lipsa de formare relevantă (o rată de 29.59%), luarea creditelor (o rată de 27.55%), lipsa de experiență în planificarea financiară (20.42%), lipsa de garanții (21.42%) precum și lipsa de mentoring și consiliere (1.02%). Motivația pentru inițierea unei întreprinderi este identificată în nevoia de venit suplimentar (o rată de 35.71%), în nevoia de independență mai mare, (o rată de 28.57%), în soluția alternativă privind șomajul (22.44%), în exemplele pozitive de antreprenoriat (7.14%), în specializarea în domeniul respectiv (5.10%) și, în cele din urmă, în menținerea tradiției de familie (o rată de 1.04%).

### **3. Povestea de succes a Denisei Tănase**



Pe la începutul anului 1999 pe scena muzicii românești apăreau două surori frumoase, Diana și Raluca, care formau trupa „Bambi”. Două copile simpatice, decente care visau la o carieră de succes în lumea muzicii. Ele au dat lovitura în anul 2000, cu piesa „Doi ochi căprui”. O melodie cu versuri de inimă albastră, care luni în șir a ocupat un loc fruntaș în topurile muzicale, trezind emoție în fiecare persoană care o asculta.

Ani buni surorile au făcut față cu brio valurilor de noi artiști care apăreau de artiști, au susținut numeroase concerte și au participat la o mulțime de evenimente private. Lumea le iubea. În 2015, însă, cele două au decis să o ia de drumuri separate. Nu că s-ar fi certat ci, pur și simplu, și-au dat seama că vor să se axeze pe genuri muzicale diferite. Însă, dacă Raluca Tănase a hotărât să își continue cariera muzicală, Denisa s-a reprofilat, intrând în lumea afacerilor.

Așadar, în ultimii ani, Denisa Tănase a ajuns femeie de afaceri, intrând în industria parfumurilor. Un domeniu în care a reușit, în plină pandemie, să bifeze succes după succes. La numai 34 de ani, artista a intrat în lumea parfumurilor, deținând mai multe magazine și locații în toată țara, dar și în Europa, între locații numărându-se și Valencia sau Cannes. Iar afacerea se pare că merge ca pe roate.

Cu ajutorul soțului ei, Mircea Brânzei, au pornit o afacere care astăzi le merge de minune, cifra de afaceri fiind de 4 milioane de euro.

Au pornit încet, timid, cu numai 500 de euro, la o măsuță în mansarda firmei soțului. Vreme de opt luni ea a fost singurul angajat al propriei afaceri, iar în prezent numără peste 40 de parfumerii deschise în toată Europa. Anul acesta, de ziua ei, a inaugurat un magazin în Cannes.

Afacerea cu parfumuri i-a adus fostei cântărețe profituri substanțiale. În anul 2019, firma deținută de Denisa de la Bambi a ajuns la o cifră de afaceri de 700.000 de euro, iar în 2020 lucrurile au arătat și mai bine. În anul pandemiei, My Geisha a ajuns la 2,3 milioane de euro cifră de afaceri,

iar pe final de 2021, cifrele sunt covârșitoare! Denisa Tănase a înregistrat un profit de 4 milioane de euro.

*Denisa Tănase: „Secretul reușitei este în primul rând foarte multă muncă. Și când spun foarte multă, mă refer la muncă, zi de zi, fără oprire. În al doilea rând, am avut ambiția să urmăresc ideile pe care mi le-am proiectat. Am avut familia lângă mine. Pe soțul meu, pe sora mea, iar atunci mi-a fost mai ușor. În multe lucruri, soțul meu m-a și împins din spate, el este cel care m-a sfătuit să îmi asum anumite riscuri și am avut rezultatele acestea”*

### **Bibliografie:**

1. European Commission, *Annual Report on European SMEs 2021/2022. SMEs and environmental sustainability*, [www.europa.eu](http://www.europa.eu)
2. [www.business-academy.ro](http://www.business-academy.ro)
3. [www.europarl.europa.eu](http://www.europarl.europa.eu)
4. [www.ied.eu](http://www.ied.eu)
5. [www.profitpentruoameni.ro](http://www.profitpentruoameni.ro)
6. [www.startarium.ro](http://www.startarium.ro)
7. [www.stiridinlume.ro](http://www.stiridinlume.ro)

## Studiu privind educația antreprenorială în România

**Autor: Malairos Alexandru-Simon**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Isac Claudia**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The development of entrepreneurial thinking is becoming a priority everywhere in the world, constituting an engine of progress for communities. Entrepreneurial education for high school youth can be a main pillar for them to form entrepreneurial skills both for bringing a new product on service to the market and for having intrapreneurial approaches at work after completing their studies.*

### 1. Educația antreprenorială în România în învățământul gimnazial și liceal

În România, sistemul de învățământ cuprinde totalitatea unităților și instituțiilor de învățământ de stat și private de diverse tipuri, niveluri și forme de organizare a activității de instruire și educare, fiind structurat în niveluri educaționale, astfel încât să fie asigurată coerența instrucției și educației conform particularităților de vârstă și individuale ale elevilor și studenților.

Educația reprezintă „un sistem de acțiuni și influențe social-umane specifice, ce funcționează pe baza unui set de finalități cu rol reglator, în vederea formării unui tip de personalitate, în concordanță cu premisele bio-psiho-impersonale și cu provocările social-istorice generale, concrete și supuse schimbării continue.”<sup>1</sup>

Mentalitatea antreprenorială este o lentilă specială prin care lumea poate fi percepută, lentilă prin care problemele pot fi transformate în oportunități de business care crează noi soluții. Importanța acestui tip de înțelegere a lumii ar trebui să fie implementat în gândirea tinerilor încă din perioada școlii. Susținerea educației antreprenoriale este o nevoie de supraviețuire în societatea românească actuală. Beneficiile acestui tip de educație sunt pe termen lung și generează externalități pozitive în orice domeniu de activitate vizibile.

Guvernul unei țări, poate să influențeze rata antreprenoriatului nu numai prin sistemul legislativ ci și prin sistemul educațional. Educația antreprenorială, la modul general, este important pentru stimularea antreprenoriatului datorită următoarelor motive: indivizii învață să fie independenți, autonomi, încrezători în forțele proprii, indivizii obțin informații despre variantele de carieră existente, indivizii își largesc oportunitățile și devin mai pregătiți pentru a identifica oportunitățile existente, indivizii obțin informații pe care le pot utiliza pentru a dezvolta noi oportunități antreprenoriale.

Educația reprezintă cheia pentru dezvoltarea unei societăți, fiind practic cea mai bună investiție pentru viitor. De asemenea, în contextul actual al dezvoltării tehnologice, educația trebuie privită și prin prisma modificărilor pe care inovația, cercetarea și digitalizarea le vor avea asupra pieței muncii, astfel încât educația și piața muncii trebuie corelate cu economia reală.

Educația antreprenorială determină antreprenorii să înființeze afaceri care să ofere produse și servicii ce răspund nevoilor consumatorilor. Atunci când produsele și serviciile sunt specific zonei în care activează. Sunt și antreprenorii care își deschid afaceri pentru că nu au alte opțiuni mai bune iar ei contribuie la creșterea și stabilitatea economică, prin consolidarea concurenței și stimularea productivității.

---

<sup>1</sup>Soare E., *Educația antreprenorială. Ultima provocare a școlii*, Editura V. &I. Integral, București, 2008

## 2. Aspecte generale privind utilizarea chestionarului ca instrument de cercetare

Chestionarul reprezintă un instrument de cercetare flexibil, care permite culegerea datelor primare prin intermediul unor întrebări, structurate după principii bine definite, astfel încât să trezească interesul și să antreneze persoanele cărora le este aplicat, pentru a răspunde cât mai sincer și mai clar la întrebările care le sunt adresate prin intermediul lui.<sup>2</sup>

Tipurile de întrebări care pot fi incluse într-un chestionar, sunt următoarele:

1. Întrebările introductive („de spart gheața”) sunt cele care fac introducerea în tema cercetării, de cele mai multe ori selectând persoanele potrivite pentru a răspunde la întrebările de conținut. Astfel că, în această parte, regăsim de cele mai multe ori întrebările filtru, acele întrebări care fac referire la criteriile de selecție a persoanelor potrivite pentru a participa la cercetare. Întrebările filtru se referă la următoarele elemente:

- criteriul comportamental decisiv pentru participarea la cercetare, ca de exemplu cunoașterea unor informații despre tema evaluată sau utilizarea produsului cercetat;

- criteriile de selecție în eșantion, ținând cont de faptul că în prealabilul construirii chestionarului se stabilește mărimea și structura eșantionului, atunci criteriile luate în calcul pentru structura chestionarului trebuie să se regăsească în primele întrebări din chestionar, pentru a asigura reprezentativitatea eșantionului format;

- domeniul de activitate al respondenților, are în vedere eliminarea persoanelor care lucrează în domeniul investigat, de asemenea, nu trebuie să participe la cercetare cei care lucrează în promovare și cercetări de marketing.

2. Întrebările de conținut, reprezintă corpul principal al chestionarului și fac referire directă la scopul și obiectivele cercetării. În interiorul acestui grup de întrebări se recomandă respectarea principiului pâlniei, adică, ordinea întrebărilor trebuie să fie de la general spre specificul problemei investigate

3. Întrebările descriptive, furnizează informații cu privire la participanții la cercetare. Acestea fiind, de altfel, informații cu caracter personal este necesar acceptul prealabil al respondentului, care trebuie reasigurat de confidențialitate a datelor furnizate. Limbajul folosit are un rol hotărâtor deoarece, el trebuie să fie simplu, direct, să nu provoace confuzie și să nu lase loc interpretărilor din partea celor care răspund la astfel de întrebări. Cele mai bune tehnici în proiectarea chestionarului, sunt:

- Utilizarea scalei de interviuri pentru întrebări, care pot identifica din greșeală respondenții, de exemplu vârsta, domiciliul ( în mediul urban sau rural ), experiența;

- Evitarea jargonului tehnic sau acronimele pe care respondenții nu le pot înțelege;

- Evitarea folosirii unui dublu negativ: în general, este o idee bună să evitați cu totul negativul întrebărilor pentru ca respondenții să nu fie puși în situația de a nu putea oferi un răspuns precis;

- Evitarea a două întrebări în același timp;

- Păstrarea întrebărilor specific temei pe care este conceput chestionarul;

- Evitarea acordării unui sprijin respondentului;

- Verificarea pilot pentru a determina timpii de finalizare și pentru a descoperi ambiguitățile, repetițiile sau neînțelegerile necunoscute până în momentul aplicării chestionarului: obiectivul este întotdeauna maximizarea ratei de răspuns;

- Furnizarea unui mod confidențial de returnare a chestionarului (de aici se utilizează adesea măsurători online).

---

<sup>2</sup><https://dokumen.tips/documents/despre-chestionare.html?page=8>

### 3. Studiu de caz privind evaluarea tendințelor antreprenoriale ale elevilor de la Liceul Teoretic „I.C. Brătianu” Hațeg și de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani

Pentru a putea vedea gândirea elevilor de liceu dar și cunoștințele pe care aceștia le stăpânesc referitor la domeniul antreprenoriatului, am ales să realizez un chestionar Google Forms pe care să îl aplic elevilor mei, din clasele a IX și a XI-a de la cele două licee la care predau și care să îmi permită o analiză comparativă a perspective și gândirii acestora. Cercetarea a vizat chestionarea a unui număr de aproximativ de 40 de elevi de la fiecare liceu care urmează studiile liceale pe filiera tehnologică, calificarea tehnician în turism. Etapele respectate au fost: elaborarea chestionarului în vederea investigării elevilor; analiza datelor și rezultatelor colectate; elaborarea raportului final de analiză a eficienței, transparenței și obiectivității evaluării. Metodele de cercetare utilizate: ancheta pe bază de chestionar și analiza chestionarelor. Instrumentele utilizate: chestionarul de identificare aplicat celor două clase de elevi. Chestionarul a fost aplicat on-line și mi-a părut o metodă rapidă și eficientă.

Am realizat centralizarea răspunsurilor chiar dacă la unul dintre licee, numărul răspunsurilor era mai mic, dat fiind faptul că numărul elevilor dintr-o clasă diferă dar și a celor care pot accesa un astfel de chestionar deoarece, o parte dintre elevi, nu au putut complete chestionarul din cauza lipsei unui cont google. Diferența numerică nu este una foarte mare, la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg au răspuns 34 de elevii iar la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani au răspuns 26 de elevi, rezultatele fiind unele interesante și care permit următoarea analiză:

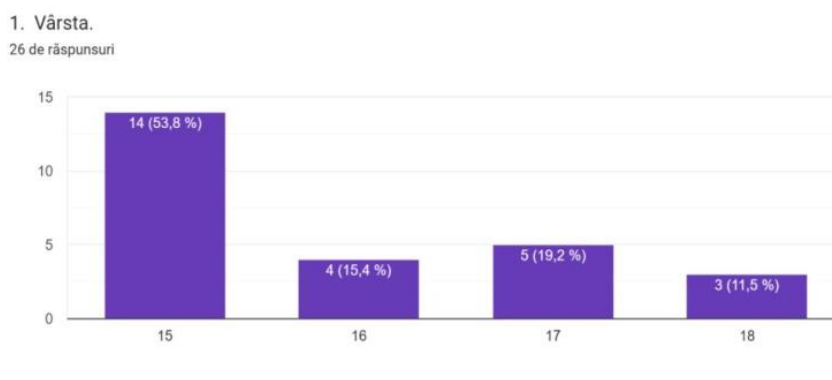


Figura 1. Vârsta elevilor de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani

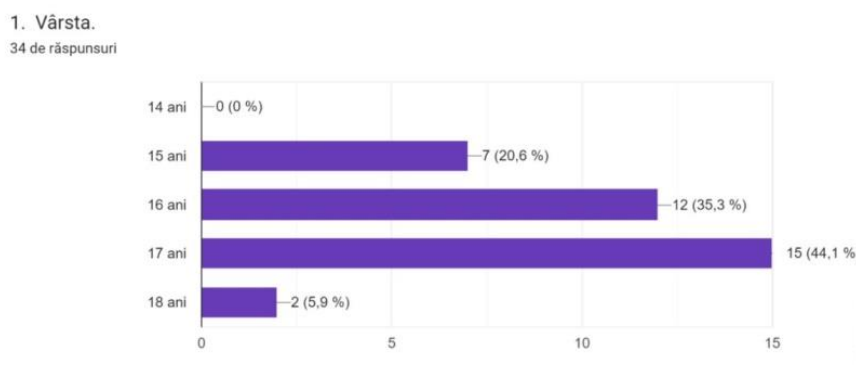
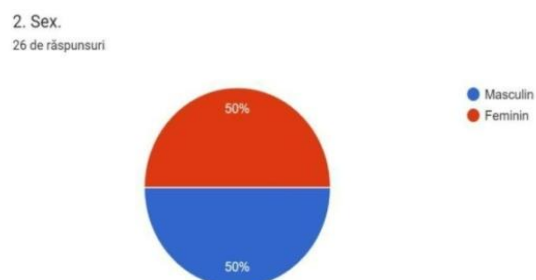
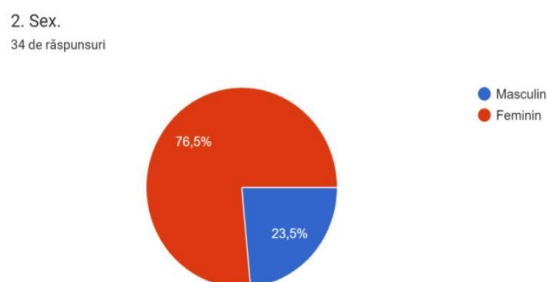


Figura 2. Vârsta elevilor de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg

Referitor la vârsta acestora, răspunsurile elevilor de la ambele licee evidențiază faptul că, elevii claselor a IX-a au vârste cuprinse între 15-16 ani iar elevii claselor a XI-a, au vârste cuprinse între 17-18 ani. Un aspect care poate fi observat în urma analizei celor două grafice, este legat de vârsta elevilor din clasa a IX-a de la Liceul Tehnologic „Retezat”, unde majoritatea au vârsta de 15 ani (53,8%), o cauză fiind și accesibilitatea la sistemul de învățământ, comparativ cu elevii clasei a IX-a de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg, care au vârsta de 16 ani (35.3%) și doar 7 elevi (20,6%), având vârsta de 15 ani.

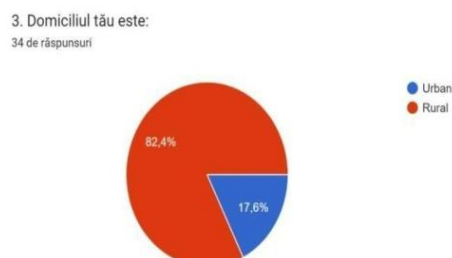


**Figura 3.** Sexul elevilor de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani



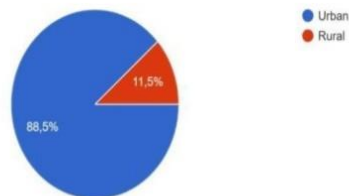
**Figura 4.** Sexul elevilor de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg

Sexul elevilor care au răspuns la chestionar este diferit pentru ambele licee. La Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani, am constatat că procentul este egal pentru ambele sexe. În schimb, la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg numărul elevilor de sex feminin care a răspuns este mai mare (76,5 %) iar cel al elevilor de sex masculin mai mic (23,5 %).



**Figura 5.** Domiciliul elevilor de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani

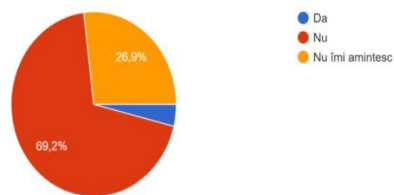
3. Domiciliul tău este:  
26 de răspunsuri



**Figura 6.** Domiciliul elevilor de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg

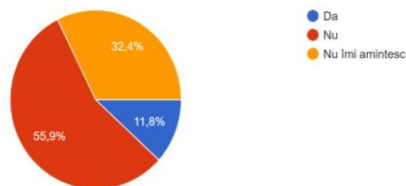
Cea mai mare parte a elevilor a avut media cuprinsă între 8-8.99: la liceul din Uricani (38,5%) și la liceul din Hațeg (44,1%) iar cea mai mică medie a fost cuprinsă între 6-6.99: la liceul din Uricani (11,5%) și la liceul din Hațeg (11,8%). De menționat este faptul că numărul elevilor din Hațeg care a avut medii cuprinse între 9-10 (8,8%) este mai mic cu mai mult de jumătate față de numărul elevilor din Uricani (26,9%).

5. Ai studiat în timpul ciclului gimnazial o materie care să te determine să economisești, să îți dezvolți o afacere și care sunt piloni de bază pentru a avea succes în afaceri?  
26 de răspunsuri



**Figura 7.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani, referitoare la studierea unei materii care să îi ajute să economisească, să își dezvolte o afacere dar și să îi învețe pilonii de bază a unei afaceri

5. Ai studiat în timpul ciclului gimnazial o materie care să te determine să economisești, să îți dezvolți o afacere și care sunt piloni de bază pentru a avea succes în afaceri?  
34 de răspunsuri

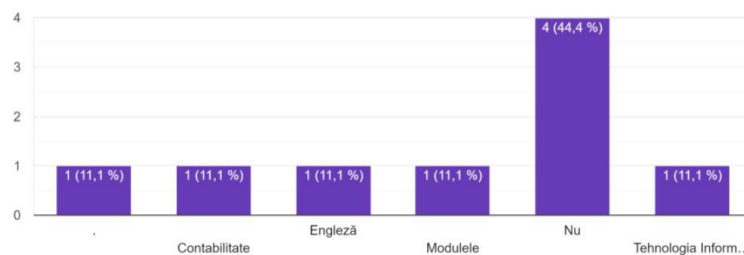


**Figura 8.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Teoretic „I.C. Brătianu” Hațeg, referitoare la studierea unei materii care să îi ajute să economisească, să își dezvolte o afacere dar și să îi învețe pilonii de bază a unei afaceri

La această întrebare, mai mult de jumătate din numărul de elevii a răspuns cu „Nu”: 69,2%) de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani și 55,9% de la Liceul Teoretic „I.C. Brătianu” Hațeg. Procentul celor care au răspuns cu „Da” la această întrebare este de 0,39% pentru elevii din Uricani și de 11,8 % pentru elevii din Hațeg. Și procentul celor care nu își mai amintesc acest aspect este unul destul de mare: 26.9 % dintre elevii din Uricani și 32,4% dintre elevii din Hațeg.

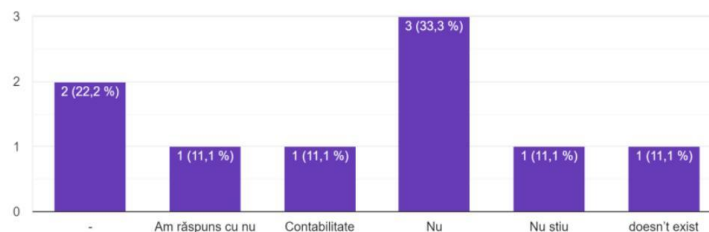


6. Dacă la întrebarea numărul 5 ai răspuns cu „DA”, îți amintești numele disciplinei?  
9 răspunsuri



**Figura 9.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Tehnologic „Rețezat” Uricani, care au răspuns cu „Da” la întrebarea 5

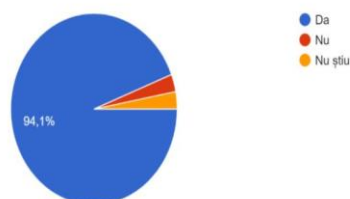
6. Dacă la întrebarea numărul 5 ai răspuns cu „DA”, îți amintești numele disciplinei?  
9 răspunsuri



**Figura 10.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg, care au răspuns cu „Da” la întrebarea numărul 5

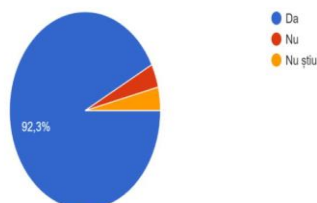
Numărul celor care au răspuns cu „Da” la întrebarea numărul 5, este un foarte mic iar prin urmare și numărul celor care își amintesc numele disciplinei care i-a ajutat să învețe pilonii de bază în vederea inițierii unei afaceri este la fel de mic (sub 10% dintre respondenți).

9. Consideri importantă introducerea unei materii care să te învețe cum să îți dezvoltți o afacere?  
34 de răspunsuri



**Figura 11.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Tehnologic „Rețezat” Uricani cu privire la importanța introducerii unei materii care să îi învețe dezvoltarea unei afaceri

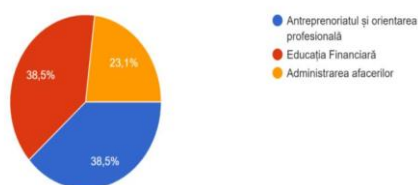
9. Consideri importantă introducerea unei materii care să te învețe cum să îți dezvolti o afacere?  
26 de răspunsuri



**Figura 12.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg cu privire la importanța introducerii unei materii care să îi învețe dezvoltarea unei afaceri

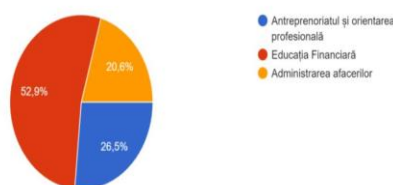
Un procent de peste 90% dintre elevii ambelor licee, sunt de părere că introducerea unei materii care să îi învețe bazele inițierii în afaceri este unul cât se poate de important pentru ei. Trăind într-o lume în care totul este într-o continuă și rapidă schimbare, antreprenoriatul dezvoltă competențe precum creativitatea, spiritul de inițiativă, capacitatea de a gândi liber, de a inova, de a fi flexibili, de a gestiona un proiect, de a cântări rezultatele obținute și nu în ultimul rând, capacitatea de asumare a eșecului, la fel ca în orice altă activitate pe care o întreprindem. În acest sens, introducerea educației antreprenoriale în școlii este necesară pentru ca la finalizarea studiilor liceale și de ce nu chiar și gimnaziale, elevii să cunoască aspectele principale de inițiere a unei afaceri.

10. Dacă ai răspuns „DA” la întrebarea numărul 9 alege materia care crezi că ar fi interesantă și te-ar ajuta să acumulezi noi cunoștințe în domeniul administrării afacerilor.  
26 de răspunsuri



**Figura 13.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani referitoare la alegerea unei materii în domeniul administrării afacerilor

10. Dacă ai răspuns „DA” la întrebarea numărul 9 alege materia care crezi că ar fi interesantă și te-ar ajuta să acumulezi noi cunoștințe în domeniul administrării afacerilor.  
34 de răspunsuri



**Figura 14.** Situația răspunsurilor elevilor de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg referitoare la alegerea unei materii în domeniul administrării afacerilor

În urma analizei răspunsurilor elevilor de la ambele licee, putem concludiona că: elevii de la Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani au considerat important introducerea unor materii cu denumirea „Antreprenoriatul și orientarea profesională” și „Educația financiară” (38,5% dintre respondenți) iar în schimb, elevii de la Liceul Teoretic „I.C.Brătianu” Hațeg ar opta pentru „Educația financiară” (52,9% dintrer espondenți). Pentru disciplina „Administrarea afacerilor” ar opta doar 23,2% dintre respondenții de la liceul din Uricani și 20,6% dintre respondenții de la liceul din Hațeg.

## Concluzii

Introducerea antreprenoriatului și a educației financiare în școli, are ca scop principal formarea la elev a acelor competențe caracteristice, care să-i permită orientarea profesională spre a deveni antreprenor, iar prin valorificarea potențialului său să acționeze eficient în orice domeniu în care alege să profeseze după finalizarea studiilor. Aceste materii nu doar că îi ajută pe elevii să se

inițieze în afaceri și să capete încredere în propriile competențe, ci și pe profesori să orienteze elevii în cunoaștere și comunicare prin apelul la concept și practici ale liberei inițiative, să manifeste creativitatea didactică în adecvarea demersurilor didactice la particularitățile elevilor cu care aceștia lucrează și să învețe lucruri noi în același timp cu elevii deoarece de multi ori perspectivele și gândirea elevilor îi impresionează chiar și pe cei care contribuie la educarea lor zi de zi. Parteneriatul elev-profesor în cadrul proiectelor educaționale sau antreprenoriale inițiate de cadrele didactice valorifică acele cerințe ale actualității: de a lucra în echipă, de a lua autonom decizii, de a accepta și promova inovațiile dar și de a rezista în situații de stres deoarece o afacere implică și acest aspect.

### **Bibliografie:**

1. Soare E., *Educația antreprenorială. Ultima provocare a școlii*, Editura V. &I. Integral, București, 2008
2. [http://dspace.ince.md/jspui/bitstream/123456789/1647/1/SUSTINEREA\\_EDUCATIEI\\_ANTREPRENORIALE.pdf](http://dspace.ince.md/jspui/bitstream/123456789/1647/1/SUSTINEREA_EDUCATIEI_ANTREPRENORIALE.pdf)
3. [esearchgate.net/profile/ElizaDulama/publication/312094640\\_Tendinte\\_actuale\\_in\\_predarea\\_si\\_invatarea\\_geografiei\\_Contemporary\\_trends\\_in\\_teaching\\_and\\_learning\\_geography\\_vol\\_10\\_2011\\_ISSN\\_22477500/links/586f769908ae8fce491dc2c7/Tendinte-actuale-in-predarea-si-invatarea-geografiei-Contemporary-trends-in-teaching-and-learning-geography-vol-10-2011-ISSN-2247-7500.pdf#page=98](https://www.researchgate.net/profile/ElizaDulama/publication/312094640_Tendinte_actuale_in_predarea_si_invatarea_geografiei_Contemporary_trends_in_teaching_and_learning_geography_vol_10_2011_ISSN_22477500/links/586f769908ae8fce491dc2c7/Tendinte-actuale-in-predarea-si-invatarea-geografiei-Contemporary-trends-in-teaching-and-learning-geography-vol-10-2011-ISSN-2247-7500.pdf#page=98)
4. <https://revistaprofesorului.ro/dezvoltarea-competentelor-antreprenoriale-la-adolescenti/>
5. <https://dokumen.tips/documents/despre-chestionare.html?page=8>

## Impactul pandemiei COVID-19 asupra antreprenorilor din România

**Autor: Mateucă Oana Mădălina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Radu Ogarcă**  
**Universitatea din Craiova**

**Abstract:** *The emergence and evolution of the Covid 19 pandemic has produced changes both at the medical level and at the economic level throughout the world. The economic system throughout the world has suffered a visible crisis. The pandemic began in March 2020 and continued for a period of approximately 3 years.*

### 1. Impactul pandemiei COVID-19 asupra antreprenorilor din România

În luna martie a anului 2020 a debutat în România infecția cu coronavirus(covid-19) după ce s-a răspândit în mai multe state europene. Pe 11 martie 2020 OMS a declarat oficial covid-19 ca fiind o pandemie mondială, din cauza creșterii destul de rapide a cazurilor și răspândirea acestui virus la nivel global.

Pandemia COVID-19 a afectat într-un mod semnificativ antreprenoriatul din România. Perioada de carantină a produs scăderi în ceea ce privește producția ajungând astfel la lipsa bunurilor și materialelor. În urma acestor blocaje s-a produs o scădere a înmatriculărilor companiilor, mai exact 74% în comparație cu anul precedent.

Cele mai afectate județe din punct de vedere al înmatriculărilor companiilor au fost Dâmbovița, Ialomița, Mehedinți, Sălaj, Argeș și Gorj.

Pandemia a afectat cel mai mult serviciile de cazare, domeniile agriculturii, silviculturii, pescuitului, comerțului cu amănuntul, transportul, depozitarea.

**Tabelul nr. 1**

#### Evoluția înmatriculărilor de firme în România – comparație 2019-2020

Denumire secțiune CAEN	Nr. înmatriculări perioada 01.01.2020-31.03.2020	Nr. înmatriculări în perioada 01.01.2019-31.03-2019	Dinamica	Nr înmatriculări în perioada 01.01.2020-31.03.2020
Activități ale gospodăriilor private în calitate de angajator personal casnic		1	- 100.00%	
Activități de servicii administrative și activități de servicii suport	1416	2177	-34.96%	281
Activități de spectacole, culturale și recreative	831	1914	-56.58%	189
Activități profesionale, științifice și tehnice	2501	3874	-35.44%	599
Administrația publică și apărarea	2	3	-33.33%	
Agricultură, silvicultură și pescuit	1113	2122	-47.55%	343
Alte activități de servicii	1819	2717	-33.05%	347

Comerț cu ridicata și cu amănuntul, repararea autovehiculelor și motocicletelor	5839	8880	-34.25%	1218
Construcții	3550	4695	-24.39%	836
Distribuția apei, salubritate, gestionarea deșeurilor, activități de decontaminare	76	139	-45.32%	16
Hoteluri și restaurante	1389	2404	-42.22%	314
Industria Extractivă	18	35	-48.57%	2
Industria prelucrătoare	1701	4696	-63.78%	344
Informații și comunicații	1628	2115	-23.03%	399
Intermedieri financiare și asigurări	250	333	-24.92%	64
Producția și furnizarea de energie electrică și termică, gaze, apă caldă și aer condiționat	24	18	33.33%	8
Sănătate și asistență socială	713	1239	-42.45%	140
Transport și depozitare	2961	3070	-3.55%	643
Tranzacții imobiliare	633	696	-9.05%	148
Învățământ	665	906	-26.50%	132
Total	27219	42034	-35,46%	6023

Sursa <https://www.onrc.ro/index.php/ro/statistici>

Cel mai afectat dintre sectoarele economice a fost serviciul de cazare și de alimentație, majoritatea antreprenorilor fiind nevoiți să își suspende activitatea pe o perioadă de timp din cauza carantinei. Astfel, a urmat o scădere a numărului de angajați de aproximativ peste 60% comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior.

Sectorul transportului a fost de asemenea unul dintre cele mai afectate în perioada pandemiei, din cauza lipsei de pasageri și a scăderii cererii de mărfuri. În anul 2020, transportul de pasageri a suferit o scădere destul de mare, mai exact -46,1%, iar transportul de mărfuri a scăzut, de asemenea, cu 12,5%. Principalii factori care au dus la aceste scăderi au fost închiderea hotelurilor și restricțiile de călătorie. (<http://www.studii-economice.ro/2020/seince200729.pdf>)

Producția agricolă a suferit la rândul său o scădere de 27,1%, înregistrându-se, astfel, descreșteri a culturilor de porumb, grâu, floarea soarelui, legume, fructe, orz, sfeclă de zahăr. Producția animalieră a suferit o scădere de 3,8%, iar cea vegetală de 35,9%.

Sectorul industrial a suferit o pierdere de 5,5% în anul 2020. Țările partenere au fost și ele afectate de criza covid-19, iar cererea externă s-a diminuat vizibil, provocând o scădere la nivelul industriei constructoare de mașini, prelucrării și conservării fructelor și legumelor, fabricărilor băuturilor și a altor produse alimentare. (<http://www.studii-economice.ro/2020/seince200729.pdf>)

Volumul serviciilor prestate întreprinderilor a suferit o pierdere de 15,5%, volumul serviciilor de piață prestate populației a avut o pierdere de 15,7%, iar comerțul cu autovehicule a suferit un minus de 18,1%. (<http://www.studii-economice.ro/2020/seince200729.pdf>)

Deficitul resurselor financiare provocat de pandemie au dus la scăderea investițiilor activelor imobilizate, acestea suferind o scădere de aproximativ 2,6%. (<http://www.studii-economice.ro/2020/seince200729.pdf>)

Pe lângă toate acestea, din cauza acestei crize provocate de coronavirus, școlile au fost o perioadă închise, elevii fiind nevoiți să studieze de acasă. Acest studiu de acasă nu a fost deloc benefic pentru elevi. Pentru a studia în mediul online, fiecare elev avea nevoie de o tabletă, telefon sau laptop

și de acces la internet pentru a putea participa la cursuri. Lipsiți de aceste obiecte și neavând putere financiară pentru a le procura, unii elevi au ajuns la abandon școlar în timpul pandemiei. Potrivit unui studio, aproximativ 65.000 de elevi din țara noastră au rămas în afara orelor de curs.

Pandemia a avut un efect negativ și asupra tinerilor și a adolescenților. Aceștia au fost privați de școală și de ieșiri din cauza carantinei și a măsurilor de distanțare, legăturile cu prietenii s-au ținut mai mult în mediul online, întâlnirile cu aceștia fiind reduse, toate acestea provocând astfel anxietate în rândul adolescenților.

## 2. Beneficii în perioada de pandemie

Pe lângă scăderile imense pe care le-a produs pandemia, aceasta a adus și câteva beneficii în unele cazuri.

În primul rând, în acea perioadă au fost extrem de căutate măștile medicinale și produsele de igienă, precum spirtul sau dezinfectantul. Astfel, producătorii unor astfel de produse au beneficiat de vânzări cu mult peste media anilor trecuți.

În al doilea rând, comerțul alimentar a pus la dispoziția oamenilor serviciile online. Aceștia nu mai erau nevoiți să se deplaseze în supermarketuri, ci doar își comandau online ceea ce își doreau, iar produsele erau livrate la domiciliu. Astfel, cota de piață a achizițiilor alimentare online a crescut cu o medie de 10,2%. Această metodă se păstrează chiar și acum, iar comerțul alimentar beneficiază de un plus de vânzări datorită comerțului digitalizat, deoarece oamenii încă apelează la acest serviciu, deoarece își valorifică timpul.

Comerțul online reprezintă o piață esențială a secolului 21 pentru UE, deoarece, acesta are potențialul de a redefini piața internă europeană, de a contribui la economia bazată pe cunoaștere, de a oferi valoarea și oportunități IMM-urilor. (<https://www2.deloitte.com>)

Perioada pandemiei covid-19 a provocat cea mai mare creștere a investițiilor în tehnologie din istorie. Companiile au investit în tehnologie pentru a integra telemunca sau munca remote și pentru a avea certitudinea că aceasta se poate desfășura în siguranță și fără problem, atât pe timpul pandemiei cât și pe viitor, respective în momentul de față.

Aceasta a fost cea mai mare creștere a investițiilor în tehnologie din istorie. Liderii IT au investit în trei luni mai mult decât creșterea bugetului pe un an, o dată cu degenerarea lucrurilor, mai exact lovirea acestei crize mondiale și instituirea carantinei în întreaga lume.



**Figura nr. 1 Analiza pe județe a comenzilor online**

Sursa <https://www.bursa.ro/analiza-contentspeed-benchmark-piata-pharma-online-crestere-de-1373-procente-a-veniturilor-in-anul-pandemiei-00350345>

Farmaciile online au beneficiat de asemenea de o creștere de aproximativ 2,82% a comenzilor comparative cu anii trecuți.

Datorită cererii atât de ridicate a comenzilor online, serviciile de curierat au fost și ele destul de căutate, crescând astfel numărul angajaților din acest domeniu.

Din cauza măsurilor de distanțare social și a restricțiilor provocate de această criză pandemică, companiile au fost obligate să lucreze online de acasă, astfel relația angajat-angajator evoluând datorită necesității comunicării cât mai ample. Telemunca sau munca remote permite angajaților să lucreze din alt loc decât cel propus de angajator datorită utilizării tehnologiei informației și comunicațiilor, fiind una dintre soluțiile salvatoare în perioada crizei pandemice.

Un studiu arată că în România doar 0,8% din forța de muncă din țară muncea, de obicei, de acasă, înainte de anul 2020. O data cu debutul pandemiei coronavirus România a trecut de asemenea la așa zisa muncă remote, fiind singurul stat membru al UE cu un procent sub 20% a angajaților care au muncit remote în acea perioadă. Unele companii au păstrat această formă de desfășurare a activității până la momentul actual.

Munca remote vine, de asemenea, împreună cu o serie de avantaje, cum ar fi gestionarea mai bună a timpului, deoarece, la job-ul remote nu se mai pierde timpul în trafic, îmbunătățirea gradului de confort personal, datorită faptului că fiecare angajat muncește din confortul propriei case și nu în ultimul rând, reducerea cheltuielilor zilnice, deoarece angajatul nu mai cheltuie bani pe transport, masa de prânz sau haine de birou.

Unul și probabil singurul dezavantaj al muncii remote îl reprezintă lipsa interacțiunii zilnice cu colegii. Toate ședințele și întâlnirile online cât și grupurile de discuții nu pot să suplinească pauzele la cafea sau simplul schimb de idei la birou. (<https://www.1asig.ro/Analiza-Munca-de-acasa-inainte-si-dupa-pandemie-Cum-a-tranformat-COVID-19-piata-forței-de-munca-articol-3,102-64180.htm>)

### **3. Propuneri de refacere a antreprenoriatului din România**

Sfârșitul pandemiei covid-19 nu a însemnat și sfârșitul pierderilor la nivel antreprenorial. Unele companii s-au confruntat sau încă se confruntă cu diferite probleme provocate de această criză pandemică, în timp ce altele au fost nevoite să rămână închise din cauza pierderilor imense din timpul pandemiei.

Astfel, s-a propus o serie de acțiuni care speră a fi utile în ceea ce privește afacerile din România.

Se propune, în primul rând, punerea accentului pe reziliența organizațională. Reziliența organizațională este abilitatea de recuperare rapidă a unor situații nefavorabile. Aceasta reprezintă o călătorie permanentă și presupune un efort continuu al managerilor, presupune capacitatea de a anticipa schimbarea și de a veni cu soluții favorabile.

Pentru a conduce organizația către reziliență trebuie să avem în vedere trei factori importanți, anume anticiparea, care presupune discernerea întâmplărilor din mediul economic, adaptarea, care presupune mobilizarea și implementarea colectivului și evaluarea care revizuieste și reflectează asupra progresului pentru a evolua.

S-au finanțat proiecte din POR și POCU, proiecte ce au fost destinate calificării și perfecționării forței de muncă.

S-a propus evaluare nivelului de risc și vulnerabilitatea în ceea ce privește domeniul fiecărei activități, cât și elaborarea unui sistem eficient de contingență în managementul riscului de afaceri.

În ceea ce privește sectorul turismului, s-a propus promovarea voucherelor de vacanță și restituirea avansului către turiștii care nu au reușit să beneficieze de aceste servicii.

Agricultura a fost, de asemenea, afectată de perioada pandemiei, astfel i s-a acordat atenție prin plata subvențiilor și prin investițiile necesare reactivării sistemului de irigații.

Se recomandă susținerea comerțului online, deoarece, acesta include dezvoltarea și promovarea unor noi forme de antreprenoriat pentru întreprinderile mici și mijlocii.

Toate aceste propuneri au contribuit, într-o oarecare măsură, la refacerea antreprenoriatului din România, cât și la diminuarea efectelor crizei sanitare, care nu pare a merge spre finalizare nici în momentul de față.

## Concluzie

În concluzie, pandemia covid-19 a afectat într-o mare măsură antreprenoriatul din România. Unii antreprenori au suspendat temporar activitățile suferind pierderi destul de mari în acea perioadă de timp, alți antreprenori și-au schimbat mediul de lucru apelând la telemuncă sau muncă remote, revenind la normal o dată cu ridicarea restricțiilor, sau păstrând în continuare acest mediu de lucru. Cei mai puțin norocoși antreprenori sunt aceia care au ajuns chiar și la faliment din cauza crizei pandemice, fiind obligați, astfel, să își suspende definitive activitatea companiilor.

Pandemia încă nu s-a sfârșit, iar pe lângă evaluarea impactului economic, autoritățile și antreprenorii ar trebui să se gândească și să vină cu un răspuns pentru viitoarea economie, care trebuie să fie bazată pe durabilitate.

Antreprenorii ar trebui să ia măsuri în ceea ce privește afacerea lor în urma celor provocate de criza pandemică și să fie pregătiți pe viitor în cazul declanșării unei noi astfel de crize.

## Bibliografie:

- <https://www.lasig.ro/Analiza-Munca-de-acasa-inainte-si-dupa-pandemie-Cum-a-tranformat-COVID-19-piata-fortei-de-munca-articol-3,102-64180.htm>
- <https://www.bihon.ro/stiri-internationale/mapamond/oms-covid-ramane-printre-noi-dar-planeta-incepe-sa-iasa-din-faza-de-urgenta-a-pandemiei-4275378/>
- [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---act\\_emp/documents/publication/wcms\\_748495.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/publication/wcms_748495.pdf)
- <http://www.studii-economice.ro/2020/seince200729.pdf>
- <https://www.linkedin.com/pulse/ce-afaceri-au-avut-succes-%C3%AEn-pandemie-florin-somodi/?originalSubdomain=ro>
- <https://www2.deloitte.com/ro/ro/pages/legal/articles/antreprenoriatul-roman-in-anii-pandemiei.html>
- <https://romania.europalibera.org/a/un-an-de-scoal%C4%83-altfel-scoala-in-pandemie-31145053.html>
- [https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2124/Morei%20Virgiliu\\_Conferinta\\_MG\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://irek.ase.md/xmlui/bitstream/handle/123456789/2124/Morei%20Virgiliu_Conferinta_MG_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=CELEX%3A52021DC0380>
- <https://www.onrc.ro/index.php/ro/statistici>
- <https://mkor.ro/studii/studiu-impact-covid19-afaceri/>
- <https://www.wall-street.ro/articol/Start-Up/296102/3-ani-de-pandemie-patru-zone-in-care-activitatea-de-business-a-antreprenorilor-s-a-schimbat.html#gref>
- <https://zfro.os.tc/subscribe>
- <https://ziare.com/afacere/cum-sa-deschizi-o-afacere-pandemie-1723780>
- <https://www.bursa.ro/analiza-contentspeed-benchmark-piata-pharma-online-crestere-de-1373-procente-a-veniturilor-in-anul-pandemiei-00350345>



## Excelența în afaceri a brandului Bucuria

**Autor: Mocanu Oleg**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Ghicajanu Mihaela**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *More and more companies want business excellence. This excellence means being the best in the market and staying in that position for as long as possible. What does it mean to be the best in the market? We will see in this paper what are the key elements and milestones to achieve this qualification, which deals with business excellence for a company from the Republic of Moldova.*

### 1. Introducere

Mediul de afaceri reprezintă unul din pilonii de bază ai dezvoltării și avansării unui stat sub diverse aspecte. Analiza acestuia este extrem de importantă pentru consolidarea capacităților companiilor, care reprezintă forța motrice de prosperare și creștere economică a statului. Pentru Republica Moldova, consolidarea mediului de afaceri reprezintă o prioritate la nivel național, iar analiza acestuia, precum și a căilor de dezvoltare și îmbunătățire ale climatului de afaceri joacă un rol esențial și extrem de actual în schimbarea situației și depășirea barierelor în calea activității antreprenoriale. Fabrica de cofetărie din Chișinău SA „Bucuria” este una dintre întreprinderile industriei alimentare ale republicii ce se dezvoltă cel mai activ. Ea este cea mai mare și unica în Republica Moldova întreprindere specializată de producere a tuturor tipurilor de produse de cofetărie zaharoase, ciocolatei și produselor de ciocolată. Marca comercială SA „Bucuria” este cartea de vizită a Moldovei. Astăzi aceasta este cea mai mare întreprindere producătoare de produse de cofetărie din republică. De mai mult de șase decenii compania SA „Bucuria” aduce bucurie copiilor și maturilor, corespunzând întru totul sloganului – „Cu noi viața e mai dulce!

### 2. Prezentarea afacerii Bucuria

1946 -Nașterea legendei: Anume acest an dificil, primul de după război, reprezintă, conform documentelor, data oficială a „nașterii” Fabricii de cofetărie Nr. 1 din Chișinău, în baza căreia a apărut ulterior cea mai „gustoasă” întreprindere a țării noastre – SA „Bucuria”. După cum mărturisesc sursele istorice, în perioada dintre anii 1918 – 1944, pe teritoriul Basarabiei funcționau 49 de secții de producere a bomboanelor și produselor de cofetărie. De fapt, însă, nu exista o producere în accepția modernă a noțiunii: copturile și caramela erau confecționate manual.

În 1949 a fost dată în exploatare secția de macaroane cu capacitatea de 10 tone de producție pe zi. În 1952 a fost dată în exploatare secția de biscuiți cu capacitatea de 14 tone de producție pe zi. Ulterior indicele dat a crescut până la 33 de tone pe zi.

1955 – Creștere în forță: Despre amploarea, avântul și entuziasmul celor care au stat la originea creării „poveștii dulci” ne vorbesc faptele! Din momentul fondării, fabrica reprezintă un șantier de construcție progresist.

1962 Căpătarea numelui: în 1955 denumirea fabricii a fost schimbată în Fabrica de cofetărie și macaroane, iar peste șapte ani, în 1962, la denumirea în cauză este adăugat un nou nume, cunoscut astăzi iubitorilor mari și mici de dulciuri nu numai din țara noastră – „Bucuria”.

1977 Perioada experimentelor: în 1977 „Bucuria” capătă statutul de întreprindere de cercetare și experimentare.

1987 Vremea recunoașterii: Odată cu recunoașterea, crește și capătă forțe însăși întreprinderea. Către anul 1986 capacitățile de producere au ajuns la 42 mii de tone de produse de cofetărie pe an. Chiar și în zilele noastre, la începutul secolului XXI, puține întreprinderi din ramura cofetăriei se pot lăuda cu asemenea indici înalți!

Anul 1987 a fost marcat în istoria economiei țării noastre prin crearea Asociației de întreprinderi ale industriei cofetăriei „Bucuria”. De fapt, aceasta este deja o companie puternică în care, în afară de fabrică, care a devenit întreprinderea principală, au intrat 10 sovhozuri-uzine, precum și alte subdiviziuni structurale. Sarcina de bază a întreprinderilor agricole care au intrat în componența Asociației era creșterea în gospodării specializate, dotate cu tehnică modernă, a culturilor de fructe și pomușoare pentru prelucrarea ulterioară în semifabricate necesare fabricii. Fructe și pomușoare alcoolizate, mere și prune uscate, sucuri concentrate, must de struguri, diferite paste – toate cele enumerate reprezintă astăzi materie primă pentru fabricarea produselor de cofetărie.

1992 În pas cu timpul: Anii nouăzeci ai secolului precedent au schimbat radical și istoria țării, și istoria fabricii „Bucuria”. Amintim că intrarea tuturor ramurilor industriei în reformele de piață a fost în anii 1990 un proces complex și dificil. Producerea a scăzut, s-au micșorat investițiile de fonduri pentru dezvoltare și reutilizare tehnică, s-a înrăutățit folosirea capacităților de producere. De la începutul anilor '90, din primii ani ai perioadei de trecere la relațiile economice de piață, „Bucuria” trăiește o nouă, a patra etapă a dezvoltării sale. Perioada reformărilor globale nu doar a stabilit noi sarcini, ci și a trasat perspectivele legate de modificarea formei de proprietate.

1994 Societate pe acțiuni: În 1994, în conformitate cu legislația Republicii Moldova, SACP „Bucuria” și-a schimbat forma de proprietate – acum este o societate pe acțiuni de tip deschis cu formă privată a capitalului

2013 Spre viitor cu pași rapizi: În prezent SA „Bucuria” este cea mai mare întreprindere specializată în fabricarea producției de cofetărie. Volumul de producere constituie aproape 90 de procente din volumul producției de bomboane din Republica Moldova.

### **3. Punctele forte ale afacerii Bucuria**

Calitate permanent înaltă, ingrediente naturale testate și un asortiment de producție deosebit de larg – iată principalele componente ale succesului SA „Bucuria”, care au glorificat compania nu numai în patria sa, ci și departe de frontierele ei. Varietatea enormă de denumiri de bomboane, ciocolată, zefir, marmeladă, biscuiți, alte dulciuri variate produse de SA „Bucuria” a devenit demult, de rând cu vinurile moldovenești, un simbol specific al Moldovei. Și astăzi, când de pe conveierele SA „Bucuria” sunt obținute în mediu 37 tone de produse de cofetărie, este greu de crezut că istoria „legendei dulci” a țării noastre a început în depărtatul an 1946 cu asocierea câtorva manufacturi mici. Dintre punctele forte enumerăm:

- disponibilitatea materiei prime și materialelor;
- amplasarea geografică comodă a Moldovei, ce creează condiții favorabile pentru promovarea producției pe piețele Europei, CSI și a Orientului Apropiat;
- rețeaua ramificată de magazine specializate care menține activ desfacerea producției;
- lansarea unui asortiment larg de producție de calitate înaltă ce corespunde cererii consumatorului;
- tehnologia de folosire a componentelor primare naturale, ceea ce deosebește avantajos producția SA „Bucuria” de producția întreprinderilor străine, unde adesea este folosită o cantitate însemnată de conservanți;
- posibilitatea de a fabrica o producție disponibilă ca preț.

## **4. Repere de excelență în afacerea Bucuria**

### **4.1. Gama de produse**

Avantajul producției îl constituie utilizarea la fabricarea produselor de cofetărie a produselor naturale: diferite ingrediente din fructe, ce îmbină în sine materia primă specific ramurii – nuci, scorțișoară, mac, ciocolată, etc. cu un gust excepțional și cu o aromă corespunzătoare. Dulciurile oferite de S.A Bucuria se bazează pe produse naturale cum ar fi: nuci, cireșe, struguri, vișine, alune, arahide, martipan, zahăr, lapte ce oferă gust delicat și special dulciurilor. Marea majoritatea a materiiprime este utilizată din R.M. care este pur naturală. În afară de tipurile de producție enumerate, SA „Bucuria” produce marmeladă pe bază de pectină și agar; zefir pe bază de pectină și agar, precum șizefir glazurat cu glazură de ciocolată; iris, inclusiv tirajat; drajeuri cu corp de nucă, fructe, zahăr;bomboane de ciocolată neglasate și glasate cu glazură de ciocolată, cu umplutură de praline, nuci,cremă, lichior, albuș bătut, jeleu, pastilă, marțipan, pe bază de fructe și pomușoare alcoolizate,pomușoare uscate sublimat, fructe uscate, cu straturi combinate, cu umplutură între straturi de vafele;ciocolată de desert cu și fără adaosuri; torte de ciocolată și vafele. O popularitate aparte a căpătat-o torta „Lapte de pasăre”, precum și assortimentele cadou de bomboane. O cerere neschimbată au biscuiții, vafelele. Tehnologiile întreprinderii nu i-au trecut cu vederea nici pe cei care, din motive de sănătate, nu pot consuma dulciurile obișnuite. Pentru astfel de cumpărători este propusă seria de produse pentru diabetici, care include bomboanele „SANA Meteorit” și „SANA Prună”, batonaștele,„SANA Batonașe” și tabletele de ciocolată „SANA Dor”, vafelele „Artek SANA” și biscuiții „De la iepuraș”.

Pentru că dulciurile Bucuria sunt foarte cumpărate de sărbători (Paște, Crăciun), aceasta produce figuri de ciocolată goale în interior în folie colorată (ieपुराși, inimioare, Moș Crăciun, telefoane mobile). Popularitatea produselor date a constituit o dovadă în plus a faptului că lipsazahărului nu influențează gustul.

### **4.2. Avantajul diferențial în ambalare, etichetare, identificarea cu ușurință a sortimentelor după nume propriu**

Produsele Bucuria șau un ambalaj foarte colorat, care poate să atragă foarte ușor atenția cumpărătorilor pe rafturile magazinelor. Dulciurile pot fi cumpărate la gramaj (kg) sau la cutie. Pentru că dulciurile sunt foarte cumpărate de sărbători (Paște, Crăciun), aceasta produce figuri de ciocolată goale în interior în folie colorată (ieपुराși, inimioare, Moș Crăciun). Pe ambalajul tuturor produselor sunt indicate:

- Logo-ul companiei;
- Denumirea și logo-ul produsului;
- Data fabricării;
- Ingredientele și umplutura;
- Informație nutrițională, gramajul;
- Condițiile de păstrare;
- Locul fabricării.

Unii analiști văd brandurile ca fiind un avantaj major al unei companii. Marcile sunt mai mult decât nume și simboluri - ele încorporează tot ceea ce reprezintă produsul sau serviciul pentru consumatori. În general, dezvoltarea de produse și mărci este o sarcină complexă și dificilă. Firmele orientate spre piață creează un avantaj diferențial, evaluând numeroasele probleme legate de deciziile de produs și menținând coerența cu obiectivele companiei. Clientul are nevoie și dorește să stea întotdeauna în centrul strategiilor de produs solide. Anul fondării este considerat 1946, când a fost deschisă fabrica de cofetărie nr. 1 din Chișinău. În 1955 denumirea fabricii a fost schimbată în Fabrica de cofetărie și macaroane, iar peste șapte ani, în 1962, la denumirea în cauză este adăugat un nou nume – „Bucuria”. Emblema bine cunoscută -Bucuria - simbolizează prin fonul roșu

pasiunea, căldura, iar culoarea albă redată semnifică perfecțiunea și zahărul. Culorile predominante sunt calde, care dau o stare de veselie și împlinire. Combinația acestor două semnifică și portul tradițional. Fiecare produs „Bucuria” se poate ușor deosebi pe ambalaj, pentru că denumirea fiecărui produs dulce este scrisă într-un mod special: culoarea, tipul și mărimea scrisului. Aceasta depinde de publicului țintă caruia îi este atribuit produsul.

#### **Exemple de nume proprii:**

Alunel, Brândușa, Bucurel, Chișinău, Chișinăul de seară, Carmen, Clepsidra, Cocos, Clopoțel, Doinița, Dor, Gloria, Lămâița, Vitorița, Ursuleț, etc. Lista poate continua cu o nume aferente pentru mai toate literele din alfabet.

### **4.3. Adaptarea mereu la cerințele clienților**

Vara, indiferent de concentrarea eforturilor de vânzări și comunicare a companiilor, consumul de ciocolată este afectat de temperaturile mari. Bussinessul de ciocolată are un aspect sezonier destul de puternic. Vânzările de ciocolată de pe piață scad în perioadele cu temperaturi mari, consumatorii orientându-se mai mult spre băuturi răcoritoare și înghețată și mai puțin spre dulciuri.

Pentru a diminua fluctuațiile de vânzări în sezonul estival, producătorii lansează sortimente noi de ciocolată, concepute special pentru consumul în perioada verii. „Bucuria” și „Kandia” renunță astfel la cacao în favoarea ciocolatei albe sau a cremei de lămâie. Canicula nu afectează doar consumul, ci și distribuția ciocolatei, pentru că retailul tradițional nu asigură condiții optime de păstrare a produselor de ciocolată, sau măcar apropiate, ca în cazul retailerilor moderni. În schimb, de Paști și de Crăciun ciocolata este la mare căutare, iar fabrica își sporește volumul producției, consumul crește de două-trei ori. Nici sărbătorile de import, gen Sf. Valentin, nu trec fără ca vânzările de ciocolată să crească.

### **4.4. Leader în calitate în segmentul premium**

„Bucuria” vizează un segment larg de populație, cu venituri medii spre mari. Astfel, marea majoritate a cumpărătorilor au un venit net lunar care variază între 100 și 300 de euro și au vârste cuprinse între 16 și 60 de ani. Iar consumatorii produselor variază între 2 și 90 ani.

La momentul dat concurența pe piața internațională a unor produse de cofetărie este destul de mare. Ea este creată de produsele de cofetării importate din SUA, Germania, Belgia, Elveția, Franța, Ucraina, Rusia. În concluzie, ca concurenți direcți îi identificăm pe cei la nivel internațional și cei indirecti- naționali care există în număr foarte mic (Nefis, Franzeluța).

Prețurile variază și în funcție de prețul materiei prime achitate în euro. Dar ne încredințăm că „Bucuria” are bomboane pentru toate buzunarele, de la mărci „premium” (Do-Re-Mi, Chișinăul de Seară, Favorit) la dropsuri mai ieftine. Actualmente, piața ciocolatei este împărțită între Kandia-Excelent, Kraft Foods Romania (ambelecu o cotă de peste 30% fiecare), Supreme Chocolats cu 22% din piața de tablete și Heidi (7%).

Laboratorul Central de încercări pe calitate funcționează în cadrul fabricii Bucuria din 1996.

Laboratorul Central de Încercări din cadrul SA „Bucuria” a stabilit ca direcție primordială de prima importanță calitatea încercărilor executate, în acord cu cerințele clientului intern și ale reglementărilor aplicabile, referitoare la laboratoare de încercări.

#### **Obiectivele principale ale politicii privind calitatea din cadrul LCÎ sunt:**

- menținerea și consolidarea prestigiului câștigat privind activitatea Laboratorului Central de Încercări SA „Bucuria” în domeniul declarat și verificărilor de laborator specifice pe tot lanțul tehnologic de producere a produselor de cofetărie (de la materia primă și materialele auxiliare recepționate la întreprindere până la producția finită);

- satisfacerea așteptărilor, menținerea încrederii clientului intern, prin demonstrarea capacității laboratorului de a efectua încercări la nivel național și internațional, conform cerințelor legale și a cerințelor de reglementare aplicabile;
- asigurarea unui nivel înalt de calificare a personalului, cu menținerea bunei practici profesionale, pentru realizarea calitativă a serviciilor de încercări în condiții de confidențialitate și imparțialitate față de clienți.

Laboratorul Central de Încercări este deservit de personal instruit, cu o calificare înaltă necesară desfășurării activităților specifice din domeniul declarat. Specialiștii laboratorului participă la încercări de competență pe plan național, inclusiv și la scheme de intercomparare alături de alte laboratoare din Uniunea Europeană, pentru a-și evalua competențele profesionale, demonstrând astfel calitatea rezultatelor furnizate.

În final este important de menționat că, pentru performanțele obținute Managementul SA „Bucuria” a întreprins și menține o serie de acțiuni:

- asigură imparțialitatea, independența și integritatea personalului laboratorului, inclusiv excluderea oricărei influențe exterioare asupra rezultatelor activității laboratorului;
- asigură un nivel înalt de pregătire tehnică a personalului și a dotării tehnice necesare pentru efectuarea încercărilor specifice, ținându-se cont de cerințele metodelor de încercări;
- alocă resursele necesare pentru buna funcționare a laboratorului de încercări și îmbunătățirea continuă a sistemului de management.

#### **4.5. Canale de distribuție și distribuția fizică**

Societatea își desface produsele prin intermediul firmelor de comerț locale, ale magazinelor proprii, organizațiilor de comerț en-gross. Pe piața externă societatea activează prin intermediul dealerilor. Principală direcție de distribuție a produselor o reprezintă firmele locale – magazinele saurețelele de magazine din Chișinău și din republică. Rețeaua de magazine de firmă include 71 de unități comerciale.

Bazele en-gross sunt 5 la număr, plasate în Chișinău și în provincie. Acest canal a început să se dezvolte din anul 2000, strategia de marketing a societății prevăzând dezvoltarea lui. Fabrica exportă dulciuri în 12 state, România fiind pe primul loc după volumul comercializat. Bomboanele „Bucuria” mai ajung în Israel, în SUA, Croația, Bosnia și Herțegovina, Belarus, Ucraina, Țările Baltice, Germania, Grecia, Israel.

Înainte se exporta mult în Rusia, dar, ca urmare a problemelor apărute în relația cu Moscova, exporturile în această țară s-au diminuat semnificativ. Oficial, exporturile nu sunt stopate, dar se întâmpină multe obstacole. Dealerii externi sunt firmele de comerț din străinătate, de regulă, angajații din țară, care lucrează și pentru export (Israel, Belarus). Directorul filialei „Bucuria Trading” SRL din București, a declarat, că producția de la Chișinău este livrată, practic, consumatorilor de pe întreg teritoriul României.

Producția „Bucuria” este apreciată și solicitată de consumatorul german. Firma „Russischer Moret” este al treilea partener german care solicită produsele „Bucuria”. Iar în piețele SUA și Canada au fost vândute 37 tone de producție. S.A. „Bucuria” dispune de o rețea de magazine specializate în număr de 31 situate în Chișinău și diferite raioane pe teritoriul Republicii Moldova. De asemenea, compania dispune de 6 magazine specializate și în București, 1 în Cluj și Brașov. Recent, aceasta a lansat și serviciul de comenzi online.

#### **4.6 . Marketing susținut**

Comaniile trebuie să facă mai mult decât să furnizeze produse și servicii bune - trebuie să informeze clienții despre avantajele produselor și să le poziționeze cu atenție în mintea clienților.

Pentru a face acest lucru, trebuie să angajeze cu abilitate promoții de masă pentru a viza cumpărătorispecifici.

Cele trei instrumente de promovare în masă sunt publicitatea, promovarea vânzărilor și relațiile publice. Pentru a-și promova marca de fabrică, S.A. Bucuria își organizează materialele publicitare prin intermediul televiziunii și în presă, precum și prin tipărirea și difuzarea materialelor publicitare pliante. Se întreprind măsuri promoționale de reduceri la sărbători. Întreprinderea participă la târguri cu expoziții cum ar fi „Expo 2000” (Germania) și „Izvaș-2000” (Turcia). Principala formă de vânzare practică este vânzarea clasică, adică vânzarea la teșghea. În cadrul acestor forme, vânzătorul este elementul principal al actului de comerț, asigurând realizarea producției. Întreprinderea mai practică și vânzarea produselor sale la iarmaroace sau târguri și participarea la diferite expoziții cu vânzare.

- În multe dintre materialele promoționale este folosită imaginea femeii, prezentată alături de produs;
- Organizarea de concursuri și tombole;
- cromatică este mult prea bogată, culoarea dominantă este folosită în intensitate prea mare;
- datorită fundalului colorat, atenția privitorului este distractivă;
- sunt folosite prea multe elemente grafice pe fundal care nu ajută deloc compoziția ci încarcă și mai mult datorită repetiției și a dimensiunilor mari;
- putem identifica logo-ul „Bucuria” pe toate afișele. Fabrica de dulciuri „Bucuria” își promovează brandul:
- pe site-ul său oficial [www.bucuria.md](http://www.bucuria.md), [www.bucuriashop.md](http://www.bucuriashop.md), [www.bucuriaromania.ro](http://www.bucuriaromania.ro);
- pagina de facebook și youtube;
- cu ajutorul materialelor promoționale (pixuri, agende, calendare, uniforma personalului).

#### **Alte componente ale mix-ului de marketing**

##### **✚ Personalul**

Timp de mai mult de șaiszeci de ani la conducere s-au aflat adevărați profesioniști și patrioți ai întreprinderii. În diferiți ani fabrica a fost condusă de către 24 directori, care au adus o contribuție fără de preț la dezvoltarea liderului industriei moldovenești. Administrarea societății este organizată pe următoarele direcții: vânzări și marketing, evidență și finanțe, producere și tehnologie, altele (resurse umane, pază, servicii sociale). Fiecare dintre primele trei direcții se află în competența directorilor adjuncți. Conducerea tuturor activităților este asigurată de directorul general. În prezent la „Bucuria” lucrează în unitățile de producție 1547 persoane, dintre care 225 sunt angajate de rețeaua de comerț. Din totalul angajaților unităților de producție, administrația constituie 220 persoane, sau 12%. Angajații acestei companii au o vestimentație la fel alcatuită din combinația de culor alb-roșu care demonstrează încă odată primatul sus numit și puterea lor de a forma o echipă cu adevărat aptă de a satisface necesitățile consumatorului.

##### **✚ Serviciul online**

Prin intermediul site-ului [www.bucuriashop.md](http://www.bucuriashop.md) consumatorii pot cumpăra producția „Bucuria” la cele mai avantajoase prețuri direct de la banda rulantă a întreprinderii. Livrarea costă 30 de lei pentru o comandă în valoare mai mică de 250 de lei, iar pentru comenzile ce depășesc această sumă livrarea este gratuită. În cazul comenzilor ce depășesc suma de 300 de lei se oferă o reducere de 3% din suma comenzii. Producția fabricii „Bucuria” poate fi comandată pe site-ul [bucuriaromania.ro](http://bucuriaromania.ro). Utilizatorul adaugă produsele dorite în coș, iar după finalizarea comenzii poate opta pentru modalitatea de plată dorită. Clienții pot beneficia de transport gratuit acasă sau la birou în cazul unor comenzi de peste 250 de lei românești sau o taxă de livrare de 10 lei românești pentru comenzile de 50-250 de lei. Comanda minimă este de 50 de lei românești. „Bucuria” oferă posibilitatea ridicării comenzilor și din punctele de vânzare din stațiile de metrou în care este prezentă.

## 5. Concluzii și recomandări

În general „Bucuria” are o imagine pozitivă în rândul clienților, este destul de cunoscută și în România. Totuși, din motivul că mai păstrează stilul conservator, brandul nu reușește să se impună la adevărata valoare pe piață. Produsele de la Milka, în România sunt principalii competitori pentru „Bucuria”. În Moldova ar fi produsele de cofetărie din Rusia și Ucraina. Deși acești competitori se plasează mai jos față de Bucuria în ceea ce privește reputație, reușesc să fie la nivel egal sau în unele cazuri chiar deasupra companiei „Bucuria”, mai ales la nivel de consum. Strategia actuală de comunicare a „Bucuria” nu are rezonanță în mintea consumatorilor. Ambalajele de cele mai multe ori nu corespund cu produsul din interior. În urma documentării, s-a constatat că S.A. „Bucuria” nu se evidențiază pe piața internațională prin identitate vizuală;

- Nu există un patrn sau elemente specifice brandului;
- Nu se păstrează stilistica pentru ambalaj aceluiși produs;
- Cromatica este mult prea bogată, nu putem identifica o culoare cromatică dominantă, sau un element specific unei game de produse;
- Companiile duc o lipsă de comunicare, spre deosebire de competitorii internaționali. În urma studiului de piață s-a ajuns la concluzia că:
- Noul logo trebuie înlocuit cu unul mai moder care să corespundă cerințelor pieței și secolului în care ne aflăm;
- Se va face o diferențiere între game, prin formă, cromatică și text, păstrându-se totuși o identitate comună prin folosirea unui patrn sau tip de culoare, pentru a ușura recunoașterea pe raft;
- Materialele promoționale trebuie să inspire bucurie, copilărie și calitate prin modalitate de prezentare deosebită și la subiect, deci elementul principal va fi produsul ce trebuie promovat și scos în evidență. În mod necesar, evoluția produsului atrage după sine și o evoluție identitară;
- Este nevoie de organizarea a cât mai multe degustații și promoții pentru a nu se confrunța cu problema supracapacității de producție și a ajunge la un număr de clienți și mai mare;
- Urmărirea fără încetare a pieței și a consumatorilor, a căror gusturi, preferințe, nevoi și necesități evoluează în continuare;
- Creșterea accesibilității produselor din contul deschiderii a noi magazine specializate mai ales în punctele strategice;
- Utilizarea unor ambalaje noi, cât mai atractive, care n-ar putea lăsa indiferent consumatorul;
- Atragerea investițiilor pe baza acordării unui anumit procentaj din viitoarele vânzări.

## Bibliografie:

1. Crudu R. (2014) *Mediul de afaceri în Republica Moldova*, Revista/Journal „ECONOMICA” nr. 3 (89)/2014, Disponibil la <https://ibn.idsi.md/> [Accesat la 10 Aprilie 2022]
2. \*\*\* *Analiza mixului de marketing Bucuria-Kandia*, Disponibil la <https://www.scribd.com/> [Accesat la 14 Aprilie 2022]
3. \*\*\* *Controlul de Calitate la Bucuria*, Disponibil la <https://www.bucuria.md/rom> [Accesat la 12 Aprilie 2022]
4. \*\*\* *Despre compania Bucuria*, Disponibil la <https://www.bucuria.md/rom> [Accesat la 12 Aprilie 2022]

## A second chance

**Autori: Moldovan Vasile Ovidiu, Gherghel Elisabeta Bianca**  
**Coordonator: Prof. Romanescu Felicia**  
**Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani**

**Abstract:** *Environmental protection represents the set of regulations, measures and actions aimed at maintaining, protecting and improving natural environmental conditions, as well as reducing or eliminating, where possible, environmental pollution and pollution resources.*



Noi cei de la liceul Tehnologic „Retezat” ne-am gândit la o idee de afacere ce ar putea fi implementată, nu doar în valea Jiului ci și la nivel național și ce ar aduce venit prin reciclarea și ajutorarea mediului înconjurător.

### **Protecția mediului presupune:**

- ❖ -Gospodărirea rațională a resurselor;
- ❖ -Reconstrucția ecologică a mediului;
- ❖ -Evitarea poluării mediului;
- ❖ -Evitarea dezechilibrului prin conservarea naturii;
- ❖ -Descoperirea cauzelor care afectează mediul;
- ❖ -Proiecte complexe, rațional fundamentale.

Ideea noastră se bazează pe o afacere ce colectează gunoiul de pe râuri și îl reciclează producând: inele, brățări, și obiecte decorative ce vor aduce un profit pentru sustenabilitatea proiectului. Dintre toate țările europene, România reciclează numai 3% din întreg volumul de deșeuri pe care le produce, restul fiind aruncat la groapa de gunoi. La polul opus se află Belgia, care reciclează 94%.

Anual, până în 2013, obiectivele de colectare selectivă și reciclarea a deșeurilor din ambalaje pe care le are România cresc gradual, până ajung la standardele europene. Obiectivul de valorificare prin reciclare al României este de 38% în 2009, 42% în 2010 și 46% în 2011. În anul 2010, obiectivele de reciclare a hârtiei sunt la 60%, a plasticului 14%, a sticlei la 44% și a metalelor la 50%. Dacă România ratează țintele de valorificare și reciclare pe care le riscă, amenzi de 200.000 de euro pe zi, pentru fiecare obiectiv neîndeplinit.

În anul 2008, fiecare cetățean al orașelor mari din statele Uniunii Europene a produs 524 de kilograme de deșeuri, din care 40% au ajuns în gropile de gunoi, 20% au fost incinerate, 23% reciclate și 17% distruse prin descompunere. În anul 2007, cantitatea era de 525 de kilograme. Cei care au



produs cel mai puțin gunoi în 2008 au fost cehii cu 306 kilograme, iar cel mai mult danezii, cu 802 kilograme.

Cele mai mici cantități de deșeuri au fost generate în Cehia (306 kg/persoană), Polonia (320), Slovacia (328), Letonia (331) și România (382 kg/persoană). În schimb, cele mai mari cantități de deșeuri municipale au fost înregistrate în Danemarca (802 kg/persoană), Irlanda (733) și Cipru (770). Țările care au recurs cel mai mult la reciclare sunt Germania (48%) din cantitatea de deșeuri generată, Belgia (35%), Suedia (35%), Olanda (32%) și Austria (29%).

Nu este o noutate faptul că la nivel mondial omenirea se confruntă cu problema gravă a deșeurilor abandonate la întâmplare în arealele naturale și nu numai. La baza acestei probleme se află, pe de o parte, nepăsarea și, în unele cazuri, lipsa educației de mediu, iar pe de altă parte managementul deficitar al autorităților.

Am putea crede că impactul deșeurilor pe care le aruncăm la întâmplare este inexistent sau nesemnificativ, însă acest tip de comportament poate afecta atât sănătatea noastră, cât și a animalelor în moduri foarte diverse. Mai mult decât atât, modul în care noi ne comportăm îi poate determina și pe alții, copii sau adulți, să manifeste un comportament similar, multiplicând cantitatea de deșeuri și aportul negativ al acestora, atât asupra mediului, cât și asupra noastră, a oamenilor.

Lipsa de implicare a autorităților este cireașa de pe tort atunci când vine vorba despre administrarea problemei deșeurilor, responsabilii de la nivel local fiind rareori conștienți de implicațiile economice ale bunei sau mai puțin bunei gestionări a gunoiului. De asemenea, pentru ca natura să se bucure de un ecosistem sănătos este important ca apele să beneficieze de oxigen. Unde acesta lipsește, plantele și animalele se sufocă și mor. În anumite cazuri, aceste substanțe dăunătoare pot afecta viața balenelor și a broaștelor țestoase marine.

**Risc de focare de infecție:** Mormanele de gunoaie lăsate de izbeliște la marginea drumurilor sau pe albiile râurilor vă sunt cunoscute? Dacă vedeți astfel de locuri ar fi recomandat să le semnalăți autorităților competente pentru că ele înglobează condițiile ideale pentru formarea focarelor de infecție. Microorganismele formate în gunoi pot să contamineze apa care, netratată, reprezintă un pericol pentru sănătatea noastră, dar și a necuvântătoarelor, atrase de miros în zonele cu deșeuri. Aveți grijă la țânțari pentru că ei sunt buni transmițători ai bacteriilor formate în gunoiul lăsat la întâmplare!

**Gunoii atrage animale:** Dacă tot menționasem mai sus faptul că animalele sunt atrase de mirosul generat de gunoaie, trebuie să nu uităm să precizăm și faptul că prezența urșilor în proximitatea zonelor locuite de oameni poate avea drept motiv și apetisantul miros al resturilor alimentare pe care le lăsăm aruncate la întâmplare.

În România, prezența urșilor în afara habitatului lor natural și cât mai aproape de om este problematică și intens dezbătută. Luând înapoi cu noi resturile alimentelor pe care le consumăm atunci când mergem în drumeție sau la iarbă verde (chiar dacă știm că ele sunt biodegradabile) poate fi aportul nostru la diminuarea acestei probleme. De asemenea, pubele anti-urs sau protejate cu gard electric ar putea reprezenta o posibilă soluție pentru localitățile care se confruntă cu problema urșilor gunoieri.

**Surse de micro plastic:** Micro plasticele sunt bucăți de plastic de dimensiuni microscopice care sunt produse fie artificial, fie prin degradarea, în timp, a plasticului. Micro plasticul conține substanțe toxice care pot afecta, în timp, sănătatea oamenilor și a animalelor. Mai multe studii au indicat faptul că micro plasticul poate fi ingerat de animalele marine, intrând astfel în lanțul trofic și totodată în lanțul alimentar uman. Șansele ca acest lucru să se întâmple sunt foarte mari întrucât se estimează că 11 milioane de tone de plastic intră în oceane în fiecare an.

Cercetătorii au descoperit deja micro plastic în mai multe produse alimentare cum ar fi: carnea de pește, crustaceele, zahărul, mierea, sarea, apa îmbuteliată și berea. Se estimează că fiecare om ingerează săptămânal aproximativ 2.000 de bucățele de micro plastic, adică cam 5 grame de plastic, echivalentul unui card bancar.

**Generare de costuri suplimentare:** The European Litter Prevention Association estimează că la nivelul Uniunii Europene se cheltuie între 10 și 13 miliarde de euro anual pentru colectarea deșeurilor care au fost aruncate în afara spațiilor special amenajate. Imaginează-ți cum ar fi putut fi investiți banii aceștia în domenii precum educație, infrastructură sau sănătate.

**Distrugerea mediului înconjurător:** Suntem siguri că ești iubitor al vacanțelor în destinații noi, în care să reușești să te detașezi de toate – munca ta, problemele tale, deșeurile tale...

Conform zicalei „ce ție nu-ți place, altuia nu face”, ar trebui să fim atenți la gunoiul pe care îl generăm atunci când suntem în vacanță astfel încât să ne asigurăm că nu o să ajungă sub privirile altor vizitatori care, la fel ca noi, sunt dornici să se bucure mai degrabă de frumusețea naturii și a obiectivelor dintr-o destinație, decât de deșeurilor celor care au trecut înaintea lor. Atunci când farmecul unei destinații este răpit de prezența gunoaielor, scade și satisfacția vizitatorilor acelei destinații. Litoralul Mării Negre este un bun exemplu de așa nu atunci când vine vorba despre modul în care vizitatorii își gestionează gunoiul. Vama Veche și Costinești sunt destinațiile faimoase pentru mormanele de resturi care rămân în urma valurilor de turiști. Alegând să mergi în astfel de destinații te poți aștepta să împarți plaja nu doar cu alte sute de turiști, dar și cu miile de gunoaie lăsate în urmă de aceștia.

**Mai puține venituri pentru comunități locale:** Deprecierea satisfacției vizitatorilor ar trebui să fie un mare inconvenient pentru destinațiile în care comunitatea locală obține venituri suplimentare din activitățile turistice. Turiștii se pot simți descurajați să revină în locuri cu aspect neîngrijit în care gunoaiele se interpun frumuseții naturii. Mai mult decât atât, șansele ca ei să recomande aceste locuri altor persoane sunt mult mai mici. În timp, destinațiile care nu se preocupă activ de gestionarea deșeurilor pot pierde din numărul turiștilor, și, implicit, din veniturile pe care le obțin pe baza activităților turistice. Animalele, în special fauna marină, trag ponoasele neglijenței umane cu privire la gestionarea deșeurilor. Dacă în ceea ce privește impactul negativ al plasticului asupra omului cercetările sunt încă la început, în ceea ce privește animalele, efectele nocive sunt cât se poate de evidente. De-a lungul ultimului deceniu au fost identificate sute de animale care s-au rănit sau chiar au murit blocate în corpuri de plastic sau înghițind plastic. Îngrijorător este faptul că multe dintre aceste animale fac parte din specii pe cale de dispariție. Imaginile cu animalele care au suferit în urma interacțiunii cu deșeurile de plastic sunt emoționante și ar trebui să ne facă să conștientizăm, o dată în plus, faptul că este nevoie de implicarea fiecăruia dintre noi pentru a opri sau cel puțin a minimiza răul pe care direct sau indirect îl facem naturii.

Noi vom amplasa plase de pescuit în așa fel încât gunoiul să fie reținut fără a împiedica mediul înconjurător pe apele curgătoare ale României, iar colectarea se va face fie odată la 3 zile fie când aceasta aduna o cantitate minimă de gunoi

După tot gunoiul colectat din plase va fi dus într-o fabrică care va separa și pregăti gunoiul pentru confecționare, și toate materialele reciclate se vor transforma în brățări, inele sau obiecte decorative oferindu-le astfel o a doua viață și ajutând la reducerea gunoiului din ape. Gunoaiele și materialele ce nu vor putea fi reciclate, vor urma să fie aruncate la o groapă de gunoi special amenajată. Vânzarea bunurilor se va face online pe site-ul firmei sau prin terțe ce ar permite afacerea noastră să vândă la nivel național.

**Veniturile firmei:** Acestea vor veni fie din obiectele vândute sau din colaborări și reclame ce vor fi promovate prin produse, ele o să mai vină și din diferite instituit de stat ce vor ajuta la susținere proiectului.

### Analiza SWOT

<b>Puncte tari</b> -ideea e ușor de promovat -șansa mare de succes datorita domeniului de activitate -lipsa concurenței la nivel național -ajutarea mediului înconjurător	<b>Puncte slabe:</b> -costurile de funcționare mare -pot apărea probleme la aplicarea ideii
<b>Oportunități</b> -creșterea firmei de la nivel local la nivel național si extinderea ei la nivel global -oportunități de a dezvolta industria de reciclări	<b>Amenințări</b> -lipsa gunoiului suficient pentru confecționarea bunurilor -lipsa de interes a statului si a comunități locale/naționale

#### Costuri generale:

-Închirierea unui atelier si dotarea acestuia:3000\$

-Salariul angajaților: 7500\$

-Marketing si promovarea ideii: 1000\$

Cea ce ar aduce costul total la: 11500

**Aplicarea afaceri:** Consilierea cu comisia locală pentru stabilirea punctelor locale și obținerea unui aviz de la protecția mediului. Găsirea partenerilor si a sponsorilor, colectarea materialelor. Promovarea produselor pe diferite platforme ca Facebook, Instagram si la comunităților locale.

**Finanțarea ideii:** Finanțarea poate veni din doua surse: Surse propri prin credite bancare si fonduri nerambursabile venite de la uniunea european acordate proiectelor de mediu.

#### Bibliografie:

1. [www.wikipedia.ro](http://www.wikipedia.ro)

## Promovarea educației antreprenoriale la nivelul învățământului superior din România

**Autor: Szima Andreea**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** The idea of infusing entrepreneurship in education has caused a lot of excitement, entrepreneurship education being considered important not only to shape the mindset of young people, but also to ensure skills, knowledge and attitudes that are essential for the development of an entrepreneurial culture in Europe. At the level of higher education, the promotion of a strong entrepreneurial and innovative spirit is ensured both by including in the curriculum some courses aimed to training and strengthening entrepreneurial skills, as well as by establishing Student Entrepreneurial Societies at the level of each university, aimed to support, develop and encourage the entrepreneurial spirit in the university environment.*

### 1. Necesitatea promovării antreprenoriatului în educație și formare

Ideea infuziei antreprenoriatului în educație a provocat mult entuziasm în ultimii ani. O mulțime de efecte se așteptau a fi consecința acestui fapt, precum creștere economică, crearea de locuri de muncă, reducerea inechităților sociale, bunăstare individuală sau creșterea angajamentelor instituțiilor de învățământ. Educația antreprenorială este considerată importantă nu numai pentru a forma mentalitatea tinerilor, dar și pentru a asigura competențe, cunoștințe și atitudini care sunt esențiale pentru dezvoltarea unei culturi antreprenoriale în Europa.

Dezvoltarea și promovarea educației antreprenoriale a fost pentru mulți ani unul dintre obiectivele cheie ale politicilor instituțiilor UE și statelor membre. Uniunea Europeană promovează antreprenoriatul prin intermediul Strategiei Europa 2020 și al inițiativelor sale emblematice privind „Noi competențe și locuri de muncă”, „O agendă digitală pentru Europa”, „O Uniune a inovării” și „Tineretul în mișcare”, încurajând viziunea antreprenorială, precum și cunoștințele, competențele și aptitudinile asociate, care pot să stimuleze competitivitatea și creșterea economică inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii. La nivelul UE se apreciază că culturile care valorizează și recompensează comportamentul antreprenorial, precum asumarea de riscuri în mod calculat și o capacitate de gândire independentă, creează un mediu favorabil dezvoltării de soluții noi la provocările sociale, motiv pentru care educația antreprenorială trebuie intensificată.

Conform *Recomandării Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele fundamentale pentru învățarea pe tot parcursul vieții*, antreprenoriatul este văzut drept „capacitatea unei persoane de a transforma ideile în acțiune. Acesta presupune creativitate, inovare și asumarea riscului, precum și capacitatea de a pregăti și de a conduce proiecte pentru realizarea obiectivelor. Acesta reprezintă un sprijin pentru toți indivizii în viața de zi cu zi, acasă sau în societate, iar pentru angajați un mod de a conștientiza contextul activității lor și de a putea profita de ocaziile ivite și este punctul de pornire pentru noi cunoștințe și aptitudini specifice necesare întreprinzătorilor care creează o activitate socială sau comercială. Acesta ar trebui să includă conștientizarea valorilor etice și să promoveze buna guvernanță.”

Antreprenoriatul, ca multe alte domenii, necesită o abordare pe termen lung și o puternică încredere în capacitățile tinerilor. Atât antreprenoriatul, cât și educația reprezintă priorități ale Strategiei Europa 2020 pentru o creștere inteligentă, durabilă și favorabilă incluziunii prin prisma beneficiilor generate și anume:

- ✓ stimularea capacității de inserție profesională (se consideră că tinerii care își dezvoltă o mentalitate antreprenorială au șanse crescute de inserție pe piața muncii), a activităților independente și cetățeniei active, precum și dezvoltarea unor instituții de învățământ și de formare adaptabile și orientate către lumea exterioară;
- ✓ permite învățarea/dobândirea de către doritori, indiferent de sex, mediu socioeconomic sau nevoi speciale, a aptitudinilor și competențelor necesare formării spiritului și capacității antreprenoriale (creativitatea și spiritul de inițiativă; capacitatea de soluționare a problemelor și gândirea critică; capacitatea de luare a deciziilor și de asumare a riscurilor; adaptabilitatea și perseverența; autodisciplina și simțul responsabilității; asumarea rolului de lider și munca în echipă; abilitatea de planificare și organizațională; înțelegerea contextului social, economic și cultural; aptitudinile lingvistice și abilitatea de convingere);
- ✓ oferă oportunitatea și sprijinul pentru folosirea capacităților antreprenoriale în direcția creării de noi întreprinderi, de exemplu sub formă de IMM-uri și întreprinderi sociale;
- ✓ posibilitatea clădirii unor cariere profesionale urmare a înființării și conducerii unor firme.

Aptitudinile și competențele referitoare la antreprenoriat ar trebui abordate la toate nivelurile educației și formării și, în măsura posibilului, în întreaga programă de învățământ într-un mod care să asigure dezvoltarea lor continuă, acordându-se atenție obținerii de rezultate în domeniul învățării antreprenoriale.

Instituțiile de învățământ și de formare trebuie să depună, la rândul lor, eforturi pentru a își spori creativitatea și spiritul inovator, ca reacție la un mediu supus schimbării rapide, marcat de tehnologie, de globalizare și de evoluția necesităților în materie de aptitudini. Cadrele didactice, formatorii și cadrele de conducere din domeniul educației trebuie să fie încurajați să promoveze spiritul, competențele și aptitudinile antreprenoriale, în timp ce instituțiile trebuie să ofere medii de învățare creative și inovatoare și să încurajeze în mod activ implicarea comunității în sens larg.

Parteneriatele dintre instituțiile de învățământ și de formare și întreprinderi, în special IMM-uri, pot contribui la stimularea unei cooperări mai strânse între lumea educației și formării și piața forței de muncă. Prin urmare, întreprinderile și organizațiile de întreprinderi trebuie să fie încurajate să sprijine antreprenoriatul în educație și formare, de exemplu prin furnizarea unor platforme fizice sau virtuale menite să promoveze astfel de parteneriate și de activități de învățare la locul de muncă.

Învățarea nonformală și cea informală, precum și activitățile de voluntariat pot aduce, de asemenea, o contribuție importantă la dezvoltarea spiritului, aptitudinilor și competențelor antreprenoriale.

Conform mai multor documente și reglementări elaborate și aprobate la nivelul instituțiilor Uniunii Europene (Concluziile Consiliului privind antreprenoriatul în educație și formare (2015/C 17/02), Recomandarea Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele fundamentale pentru învățarea pe tot parcursul vieții, Concluziile Consiliului din 12 mai 2009 privind un cadru strategic pentru cooperarea europeană în domeniul educației și formării profesionale („ET 2020”), Concluziile Consiliului și ale reprezentanților guvernelor statelor membre, reuniți în cadrul Consiliului, din 26 noiembrie 2009 privind dezvoltarea rolului educației în cadrul unui triunghi al cunoașterii complet funcțional, Concluziile Consiliului din 20 mai 2014 privind promovarea antreprenoriatului în rândul generației tinere în vederea sprijinirii incluziunii sociale a tinerilor, Concluziile Consiliului din 20 mai 2014 privind formarea eficace a profesorilor, Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind regândirea educației: investiții în competențe pentru rezultate socioeconomice mai bune, Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind Planul de acțiune Antreprenoriat 2020 – Relansarea spiritului de întreprindere în Europa, etc.) antreprenoriatul reprezintă un vector important pentru creșterea economică și totodată poate constitui un element

important din perspectiva autonomiei, a dezvoltării personale și a bunăstării tinerilor, putând fi considerat drept una dintre soluțiile disponibile pentru combaterea șomajului în rândul tinerilor. Pentru a realiza acest obiectiv, este nevoie ca tinerii să fie încurajați și trebuie să li se cultive de timpuriu un spirit antreprenorial, lucru realizabil dacă educația, indiferent de forma ei – formală, nonformală sau informală – este orientată în direcția dezvoltării viziunii antreprenoriale și a aptitudinilor antreprenoriale ale tinerilor.

În acest sens, *în ceea ce privește în special învățământul superior*, având în vedere principiul autonomiei instituționale, Uniunea Europeană își propune să creeze condițiile propice prin care:

- să sprijine instituțiile de învățământ superior (*higher education institutions* – HEI) în eforturile acestora de a elabora măsuri specifice de gestionare a schimbărilor la nivel instituțional și de îmbunătățire a dezvoltării organizaționale, în special în ceea ce privește promovarea unui spirit antreprenorial și inovator mai puternic;
- să promoveze utilizarea instrumentului online *HEInnovate* ca mijloc de sprijinire a HEI în elaborarea de strategii eficiente pentru dezvoltarea unor capacități antreprenoriale și inovatoare mai pronunțate, prin îmbunătățirea nivelului de sensibilizare cu privire la chestiunile și dificultățile aduse în vedere și prin furnizarea de îndrumări cu privire la modul de abordare a acestora;
- să atragă atenția asupra rolului cercetătorilor debutanți ca agenți ai transferului de cunoștințe către mediul nonacademic, în special și acolo unde este cazul, prin stimularea atât a expunerii doctoranzilor la activitățile industriale și la alte sectoare relevante ale ocupării forței de muncă, cât și a dobândirii de diverse competențe transferabile, inclusiv referitoare la antreprenariat, printr-o formare corespunzătoare sau prin experiență practică.

## 2. Cadrul instituțional al promovării educației antreprenoriale în România

Pornind de la Concluziile Consiliului privind antreprenoriatul în educație și formare 2015/C 17/02 și prevederile Legii educației naționale nr. 1/2011, cu modificările și completările ulterioare, în anul 2015, ministrul educației naționale a emis *Ordinul nr. 3262/2017 privind organizarea și funcționarea de societăți antreprenoriale studențești în sistemul de învățământ superior din România* prin care se reglementa modul de organizare și funcționare a societăților antreprenoriale studențești (SAS), constituite ca structuri fără personalitate juridică la nivelul instituțiilor de învățământ superior acreditate, de stat sau particulare, din România, inclusiv a celor din învățământul superior militar, de informații, de ordine publică și de securitate națională.

Societățile antreprenoriale studențești (SAS) reprezintă un mecanism de sprijinire, dezvoltare și încurajare a spiritului antreprenorial în mediul universitar, în special în rândul studenților și absolvenților de învățământ superior, în vederea creșterii competitivității universităților din România, activitatea SAS adresându-se:

- a) studenților instituției de învățământ superior în care funcționează, indiferent de programul de studiu pe care aceștia îl frecventează sau de forma de învățământ, inclusiv studenților veniți la studii prin programe de mobilități;
- b) absolvenților proprii în primii 3 ani de la absolvire.

Principalele atribuții ale SAS-urilor vizează:

- a) elaborarea de materiale destinate informării și orientării studenților în realizarea planurilor de afaceri și/sau proiectelor de finanțare, raportat la faptul că posibilitatea sistemului educațional universitar de a produce într-un termen mediu competențele solicitate de mediu socioeconomic este în continuă schimbare;
- b) organizarea de activități de mentorat pentru studenții care vor să înființeze un start-up;

- c) încurajarea colaborării mentor - student în vederea consolidării și dezvoltării unor elemente ale competențelor antreprenoriale necesare viitorilor absolvenți la nivelul învățământului superior;
- d) organizarea de sesiuni de proiecte de start-up, idei de afaceri etc., cu scopul selectării unor propuneri care să fie înaintate consiliului executiv spre evaluare și feedback;
- e) organizarea de concursuri pentru atragerea de finanțări pentru cele mai bune proiecte;
- f) coordonarea activității tuturor incubatoarelor de afaceri, întreprinderilor simulate și altor entități antreprenoriale, din cadrul instituției de învățământ superior.

SAS se subordonează academic senatului universității și administrativ rectorului, desfășurându-și activitatea pe baza unui regulament de organizare și funcționare, propus de Consiliul executiv și aprobat de senatul universitar.

SAS este condus de un consiliu executiv, aprobat de senatul universitar, din care trebuie să facă parte: personal didactic din universitatea respectivă, tutori, oameni de afaceri locali și studenți, dar prin hotărârea senatului universitar din Consiliul executiv mai pot face parte: reprezentanți ai autorităților publice locale, ai patronatelor, ai incubatoarelor de afaceri, precum și ai altor entități reprezentative pentru activitatea SAS. Consiliul executiv al SAS este condus de un președinte, care trebuie să fie cadru didactic membru al Consiliului, ales prin vot de membrii Consiliului și numit prin decizie a rectorului.

Finanțarea SAS se face prin bugetul consolidat al universității, pe componenta de dezvoltare instituțională. În scopul asigurării/dezvoltării activității SAS, instituția de învățământ superior poate atrage fonduri nerambursabile și alte resurse extrabugetare.

În termen de 6 luni de la intrarea în vigoare a prezentului ordin, fiecare instituție de învățământ superior acreditată trebuia să elaboreze propriul regulament de organizare și funcționare, precum și metodologia de aplicare ale societății antreprenoriale studențești, aprobate de către senatul universității, cu respectarea prevederilor prezentului ordin.

Inițiativa privind antreprenoriile studențești nu trebuie confundată cu facilitățile acordate studenților care doresc să înființeze o afacere proprie, potrivit [H.G. nr. 166/2003](#) (scutiri de la plata taxelor și tarifelor pentru serviciile de asistență prestate de oficiile registrului comerțului de pe lângă tribunale, pentru operațiunile de înmatriculare efectuate la oficiile registrului comerțului de pe lângă tribunal, pentru autorizarea funcționării solicitate comercianților la constituire, pentru obținerea de la administrația publică locală a autorizației de desfășurare a unor activități economice în mod independent, pentru publicarea, în extras, în Monitorul Oficial al României Partea a IV-a, a încheierii de înmatriculare pronunțată de judecătorul delegat la oficiul registrului comerțului de pe lângă tribunal, pentru activitatea notarială, în cazul actelor a căror încheiere în formă autentică este obligatorie (taxa de timbru). Pentru a beneficia de scutirile de la plata acestor taxe și tarife, studentul care înființează o societate comercială urmează cursurile unei forme de învățământ superior de lungă sau de scurtă durată la o instituție de învățământ superior acreditată, este cel puțin în anul II de studiu și a promovat toate obligațiile prevăzute de senatul universității și nu a depășit vârsta de 30 de ani).

### **3. Activitatea Societății Antreprenoriale Studențești din cadrul Universității din Petroșani – S.A.S UPET**

La nivelul Universității din Petroșani, constituirea Societății Antreprenoriale Studențești s-a realizat în urma aprobării Hotărârii de Senat nr. 85 din 28 iunie 2017 stabilindu-se Consiliul executiv, Regulamentul de organizare și funcționare a societății antreprenoriale studențești din cadrul UPET și Metodologia de aplicare.

Obiectivele Societății Antreprenoriale Studențești din Universitatea din Petroșani – S.A.S.-UPET urmăresc stimularea potențialului creativ în materie de antreprenariat prin organizarea activităților de mentorat și organizarea de activități specifice, ca de exemplu: sesiuni de proiecte și

idei de afaceri, ateliere de lucru și workshop-uri, colaborarea cu antreprenori locali, participarea la evenimente ale mediului de afaceri regional etc.

Începând cu anul 2017, cea mai mare parte a activităților S.A.S.-UPET s-au derulat pe fondul asigurării finanțării activităților ca urmare a câștigării de proiecte prin CNFIS-FDI, astfel:

- 2017 - *Fii antreprenor, fii activ în SAS UPET !*, director de proiect conf.univ.dr. Isac Claudia;
- 2018 - *Studenți Antreprenori pentru România de Mâine pregătiți la Universitatea din Petroșani*, director de proiect conf.univ.dr. Dura Codruța;
- 2019 - *Antreprenor de succes cu SAS-UPET !*, director de proiect conf.univ.dr. Niță Dorina;
- 2020 – *Alege inițiativa ! Alege implicarea ! Alătură-te SAS-UPET !*, director de proiect conf.univ.dr. Niță Dorina;
- 2021- *Competitivitate, inițiativă, creativitate cu SAS-UPET*, director de proiect conf.univ.dr. Popescu Mirela;
- 2022 – *Visează, Îndrăznește, Acționează cu SAS UPET !*, director de proiect conf.univ.dr. Isac Claudia;
- 2023 – *Antreprenoriat durabil prin educație la SAS-UPET*, director de proiect conf.univ.dr. Isac Claudia.

Pe parcursul anilor, activitățile desfășurate în cadrul Societății Antreprenoriale Studențești din Universitatea din Petroșani – S.A.S.-UPET, au cuprins o largă paletă de evenimente și activități precum:

- organizarea de *Sesiuni privind proiectele de start-up și idei de afaceri* în cadrul cărora cele mai bune idei de afaceri au fost premiate;
- organizarea de *Workshopuri/Ateliere de lucru* cu antreprenori de succes la nivel local și regional din domenii diverse;
- organizarea de *cursuri de antreprenoriat Business Mind*;
- includerea în programul Simpozionului Studențesc *Student, Știință, Societate* a unei secțiuni speciale *Idei de afaceri și Antreprenoriat*;
- editarea de cărți de specialitate prin care studenții, masteranzii și toți cei interesați au beneficiat de ghidare în inițierea și conducerea unei afaceri (exemplu: *Ghid practic de elaborare a planului de afaceri* (2017), *managementul afacerilor* (2018), *Managementul I.M.M.-urilor* (2019), *Antreprenoriat: prezent și perspective* (2020), *Ghidul antreprenorului* (2021), *Cartea verde a antreprenoriatului* (2022));
- publicarea *Revistei ProAntreprenor* care cuprinde articole scrise de studenți, cadre didactice și antreprenori;
- crearea paginii Facebook <https://www.facebook.com/sas.upet.9> unde sunt postate evenimentele SAS UPET, a paginii dedicate pe site-ul universității <http://www.upet.ro/sas/> și a adresei de email;
- mediatizarea activităților Societății Antreprenoriale Studențești din Universitatea din Petroșani – S.A.S.-UPET în presa locală și în Buletinul Informativ al Universității din Petroșani;
- realizarea *Colecției de Antreprenoriat și dezvoltare personală*, prin achiziționarea de cărți de specialitate;
- organizarea de seri de lectură de carte antreprenorială;
- amenajarea de săli dotate corespunzător;
- participarea la *Business Days*;
- organizarea de bootcamp de antreprenoriat *Yes Antreprenor*;
- activități de mentorat în vederea îndrumării și sprijinirii studenților în demersul deschiderii unei afaceri (susținute de cadrele didactice);
- participarea cu lucrări de specialitate la simpozioane studențești organizate de către alte centre universitare;



- participarea la Școli de vară de antreprenoriat;
- participarea membrilor SAS la Târgul Firmelor de exercițiu.

## Concluzii

Prezentarea activităților desfășurate la nivelul Societății Antreprenoriale Studențești ce funcționează la nivelul Universității din Petroșani încă de la înființarea sa în 2017 demonstrează o implicare activă a instituției de învățământ superior din Valea Jiului în:

- ✓ crearea unui mediu de învățare adecvat inițiativelor antreprenoriale studențești (prin crearea unor spații amenajate și dotate corespunzător, asigurarea de către cadre didactice competente și implicate, de activități de mentorat și informare, preocuparea de a fi la curent cu toate evenimentele legate de antreprenoriat prin popularizarea și participarea la simpozioane, concursuri etc. organizate atât în cadrul universității, cât și în alte centre universitare din țară, formarea unei biblioteci ce conține colecții de cărți considerate de referință în domeniul antreprenorial atât la nivel național, cât și internațional etc.);
- ✓ promovarea și sprijinirea inițiativelor de întreprinderi studențești;
- ✓ facilitarea și stimularea proceselor de învățare a noțiunilor și comportamentelor antreprenoriale de către studenții și masteranzii universității prin includerea în planurile de învățământ, atât la nivelul studiilor de licență, cât și a celor de master a disciplinei de Antreprenoriat;
- ✓ diseminarea informațiilor ce evidențiază modele de succes în planul afacerilor prin organizarea periodică de întâlniri cu oameni de afaceri cu experiență și rezultate în domeniul antreprenorial sub forma atelierelor de lucru sau a workshop-urilor;
- ✓ vizionarea de materiale video cu speakeri motivaționali sau prezentarea de idei de afaceri de către studenți sau masteranzi în cadrul Sesiunilor de pitch-uri;
- ✓ schimbul de experiență cu privire la paleta de activități pretabile studenților și masteranzilor interesați de sfera antreprenorială prin organizarea și/sau participarea la evenimente specifice ce reunesc reprezentanți ai societăților antreprenoriale studențești din celelalte centre universitare din țară etc.

## Bibliografie:

1. \*\*\*, *Concluzii ale Consiliului privind antreprenoriatul în educație și formare* (2015/C 17/02), publicat în Jurnalul Oficial al Uniunii Europene 2015/C 17/02 din data de 20 ianuarie 2015, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
2. \*\*\*, *Recomandarea Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele fundamentale pentru învățarea pe tot parcursul vieții*, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
3. \*\*\*, *Concluziile Consiliului din 12 mai 2009 privind un cadru strategic pentru cooperarea europeană în domeniul educației și formării profesionale („ET 2020”)*, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
4. \*\*\*, *Concluziile Consiliului și ale reprezentanților guvernelor statelor membre, reuniți în cadrul Consiliului, din 26 noiembrie 2009 privind dezvoltarea rolului educației în cadrul unui triunghi al cunoașterii complet funcțional*, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
5. \*\*\*, *Concluziile Consiliului din 20 mai 2014 privind promovarea antreprenoriatului în rândul generației tinere în vederea sprijinirii incluziunii sociale a tinerilor* (2014/C 183/04), [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
6. \*\*\*, *Concluziile Consiliului din 20 mai 2014 privind formarea eficace a profesorilor* (2014/C 183/05), [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)

7. \*\*\*, *Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind regândirea educației: investiții în competențe pentru rezultate socioeconomice mai bune*, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
8. \*\*\*, *Comunicarea Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind Planul de acțiune Antreprenoriat 2020 – Relansarea spiritului de întreprindere în Europa*, [www.eur-lex.europa.eu](http://www.eur-lex.europa.eu)
9. \*\*\*, *Ordinul nr. 3262/2017 privind organizarea și funcționarea de societăți antreprenoriale studențești în sistemul de învățământ superior din România*, publicat în Monitorul Oficial nr. 138/2017
10. \*\*\*, *Rapoart asupra activităților derulate în cadrul Societății Antreprenoriale Studențești SAS-UPET*, [www.upet.ro](http://www.upet.ro)
11. Pagina de facebook a SAS UPET

## Educația antreprenorială în școli și universități

**Autori: Țepordei Alina, Cortac Gabriela**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Niță Dorina**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** This paper addresses a current topic that has aroused the interest of researchers from different fields, but also of practitioners, public institutions and governments, namely the importance of entrepreneurial education in schools and universities. Entrepreneurship is the process by which an individual or group of individuals makes an organized effort to find methods by which they can pursue opportunities to create value and profit. Entrepreneurial education has the role of developing the mentality of young people, encouraging both the spirit of initiative and the strengthening of confidence. The key to entrepreneurial success lies in school and education, in culture, in organizations that support entrepreneurship as well as in experienced investors who manage to see potential in young people's businesses and lend a truly valuable helping hand.*

### 1. Noțiuni introductive

Antreprenoriatul nu este nici înnăscut, nici fortuit: este mai degrabă rezultatul mediului în care individul trăiește. Educația antreprenorială reprezintă în acest caz un instrument puternic (deși nu suficient) pentru dezvoltarea societăților antreprenoriale.

"Antreprenoriatul este procesul prin care un individ sau un grup de indivizi depun eforturi organizate pentru a găsi metode prin care pot urmări oportunitățile de a crea valoare și profit, satisfăcând dorințe și nevoi prin inovație și unicitate, fără să se țină seama de resursele controlate în prezent". (Mary Coulter)

Din punct de vedere etimologic, cuvântul francez original "entrepreneur" ("antreprenor") care a fost adoptat de multe alte limbi este format din doi radicali: "entre" și "preneur" din verbul "prendre" (a lua), adică antreprenorul este cel care ia ceea ce este între (entre);

Antreprenoriatul este, mai presus de toate, o atitudine care se transformă într-un comportament. Astfel, este esențial ca învățarea sa să fie abordată dintr-o perspectivă comportamentală și de dezvoltare personală.

Văzut ca un proces, antreprenoriatul nu mai este un eveniment mitic: poate fi predat și învățat; aceasta poate fi aplicată la orice context organizațional; nu mai este un eveniment accidental pe care doar cei dotați genetic îl pot urmări. Dimpotrivă, este o activitate continuă pe care fiecare dintre noi o poate gestiona.

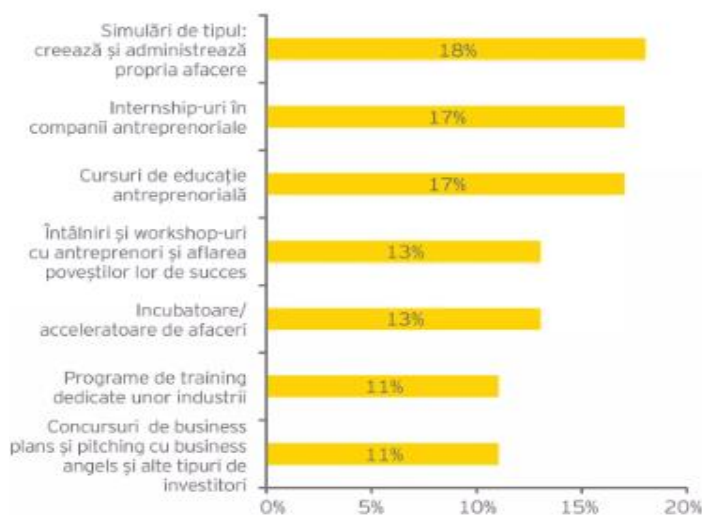
#### 1.1. Importanța sprijinirii educației antreprenoriale atât în România cât și în U.E.

Sprijinirea antreprenoriatului nu a fost niciodată mai importantă ca acum.

Consolidarea educației antreprenoriale în școli, instituții de învățământ profesional și universități va avea un impact pozitiv asupra caracterului dinamic al antreprenoriatului în cadrul economiilor noastre. Într-adevăr, pe lângă contribuția adusă la crearea întreprinderilor sociale și la înființarea de noi întreprinderi, educația antreprenorială îi va ajuta pe tineri să își dezvolte capacitatea de inserție profesională și să manifeste un spirit „intraprenorial” mai accentuat în activitatea lor din cadrul organizațiilor existente, la nivelul sectoarelor social, public și privat. Așadar, investiția în educația antreprenorială este una dintre cele mai rentabile investiții pe care o poate face Europa: cercetările arată că elevii și studenții participanți au șanse de 3 până la 6 ori mai mari de a-și deschide

o afacere ulterior, într-un anumit moment al vieții, comparativ cu cei care nu beneficiază de educație antreprenorială.

Prin Planul de acțiune „Antreprenoriat 2020” și Comunicarea „Regândirea educației”, Comisia Europeană a subliniat nevoia de integrare a învățării în spirit antreprenorial în toate sectoarele educației, inclusiv în învățarea informală. Ambele documente invită statele membre să ofere tuturor tinerilor o experiență practică în domeniul antreprenoriatului înainte de absolvirea învățământului obligatoriu, subliniind importanța învățării prin practică în cadrul procesului de educație și formare.



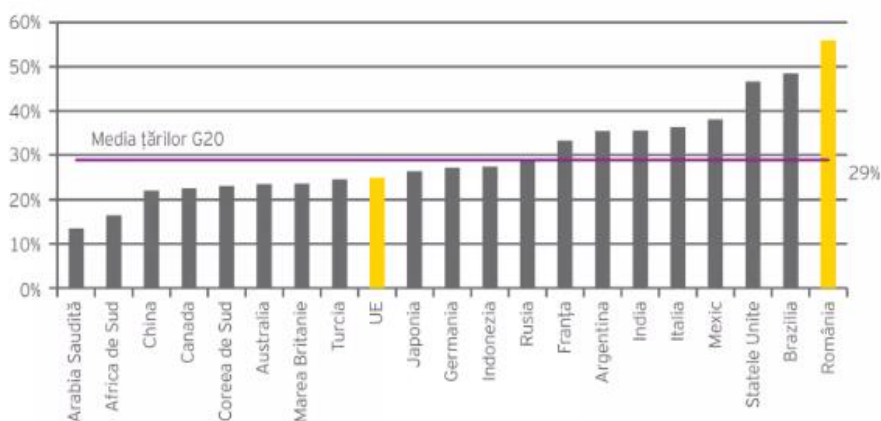
**Figura nr. 1. Prin ce măsură ar putea susține universitatea dezvoltarea spiritului antreprenorial**

Sursa: <https://www.slideshare.net/adriangeorgescu4/barometrul-educatiei-si-culturii-antreprenoriale>

Universitățile sunt cruciale pentru dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial, din care fac parte și investitorii de capital de risc, organizațiile specializate în susținerea antreprenorilor, incubatoare și o bază de specialiști calificați. Importanța universităților în crearea unui mediu antreprenorial nu poate fi negată, dacă se ia în considerare, de exemplu, Silicon Valley și rolul crucial al Universității Stanford în crearea contextului antreprenorial atât de eficient din Valley.

În România, tinerii studenți consideră că facultatea îi pregătește într-o măsură medie pentru a deveni antreprenori (44%).

Efectul programelor specifice în universități/școli de business asupra percepției antreprenoriatului ca opțiune de carieră



**Figura nr. 2. Efectul programelor specifice în universități/școli de business asupra percepției antreprenoriatului ca opțiune de carieră**

Sursa: <https://www.slideshare.net/adriangeorgescu4/barometrul-educatiei-si-culturii-antreprenoriale>

## 1.2. De ce școala și universitatea nu ne ajută să devenim antreprenori de succes

*I: De ce nu pot oamenii să își transforme ideile în milioane de dolari?*

*R: Deoarece majoritatea merg la școală pentru a deveni angajați, nu antreprenori.*

*Acesta este motivul pentru care li se spune: „Mergi la școală și găsește-ți un loc de muncă.” Nu am auzit niciodată spunându-se: „Mergi la școală și creează locuri de muncă”, lucru care este, de fapt, apanajul antreprenorilor de succes. Majoritatea oamenilor merg la școală ca să muncească pentru bani, pentru un salariu stabil. Puțini învață să creeze bani, ca să nu aibă nevoie de un salariu. Dacă ați citit Tată bogat, tată sărac, vă puteți aminti lecția numărul unu a tatălui bogat: Cei bogați nu lucrează pentru bani.” Antreprenorii înțeleg bine această lecție, găsind moduri de a determina banii să muncească pentru ei și construind bunuri care aduc flux de numerar și capital.*

După cum spune Robert Kiyosaki chiar dacă lumea este în continuă dezvoltare și se adaptează noilor tehnologii școala rămâne a fi la fel un loc în care învățăm cum să găsim un job dar nu și un loc în care învățăm să devenim antreprenori de succes și să fim noi cei care creează noi locuri de muncă. Astfel doar în cazul în care vom investi în dezvoltarea educației antreprenoriale în școli și universități vom putea ajunge la un alt nivel și în România vor fi mai mulți antreprenori de succes.

Statisticile arată că 9 din 10 afaceri mici dau greș în primii cinci ani pentru că majoritatea angajaților, chiar și absolvenți de facultate cu diplome precum MBA (Master of Business Administration), nu au aptitudinile necesare pentru a fi antreprenori. Mai rău, dintre cei care supraviețuiesc în primii cinci ani, 9 din 10 dau greș în următorii cinci.

### **Aptitudinile esențiale pentru antreprenori care nu sunt predate la școală:**

1. *Puterea de a face greșeli.* Școlile pedepsesc elevii care fac greșeli. Prin urmare, mult prea mulți renunță la școală crezând că sunt prosti, pentru că au făcut prea multe greșeli. În lumea afacerilor, antreprenorul care comite cele mai multe greșeli dar învață din ele - este cel mai bogat și cel mai de succes. Antreprenorii care fac greșeli și pretind că nu fac devin curând falimentari sau săraci.
2. *Cum îți poți vinde viziunea.* Misiunea antreprenorului este, de multe ori, să vândă ce nu există încă. Dacă nu îți poți comunica și vinde viziunea, atunci ea nu este destul de clară sau nu inspiră suficient.
3. *Creează o echipă, de preferat din indivizi mai deștepți decât tine.* O echipă care lucrează împreună poate avea rezultate minunate. La școală suntem învățați să facem totul de unii singuri. O afacere nu poate crește dacă faci totul singur.

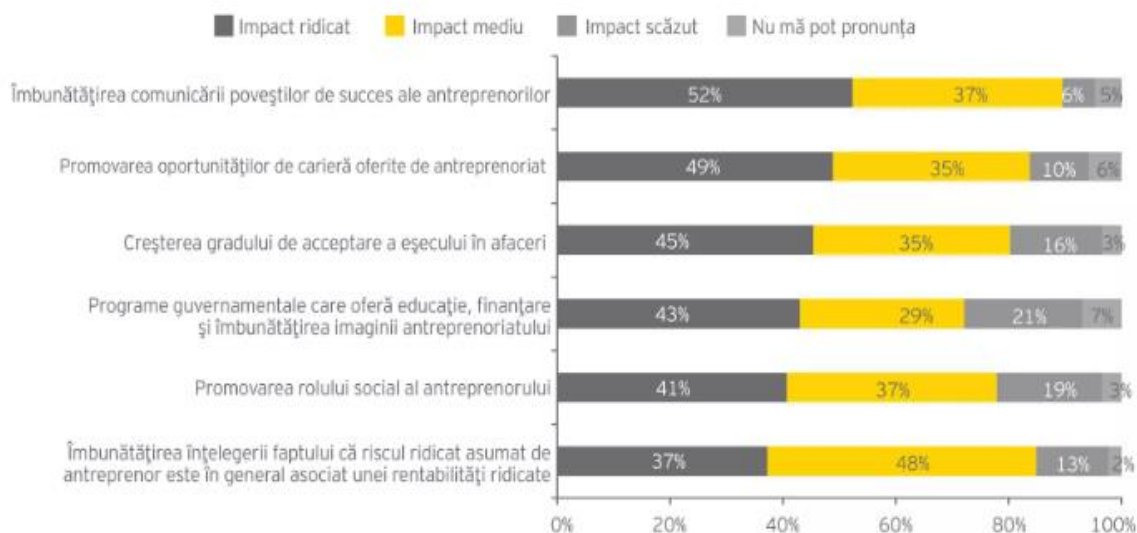
### **Caracteristicile unei școli antreprenoriale**

- Școli antreprenoriale care să susțină spiritul antreprenorial în cadrul predării și învățării
- O școală antreprenorială are o conducere dedicată și angajată care susține educația antreprenorială a tuturor elevilor.
- O școală antreprenorială are un concept educațional bazat pe predare pentru lumea de mâine.
- Cadrele didactice și membrii personalului general sunt dispuși să adopte schimbarea în mod pozitiv.
- Educația antreprenorială este integrată în programa de învățământ și la nivelul tuturor materiilor; nu este considerată o materie separată.
- Școala și-a asumat angajamentul de a susține competențele transversale, creative și antreprenoriale pe care copiii și tinerii trebuie să le stăpânească bine nu doar la școală, ci și în societatea mai largă.
- Sunt definite rezultate concrete ale învățării, care sunt evaluate în cadrul examenelor.
- Se desfășoară o evaluare periodică a activităților – în special a impactului asupra dezvoltării capacității individuale a elevilor.

- Feedbackul elevilor este colectat în mod sistematic – reacțiile pozitive ale cursanților sunt un stimulent important pentru punerea în practică a învățării antreprenoriale și accelerarea educației antreprenoriale.

## 2. Îmbunătățirea antreprenoriatului în România

Pentru a îmbunătăți cultura antreprenorială din România, ce impact ar avea factorii enumerați mai jos în următorii trei ani?



Sursa: EV Antreprenoriatul

**Figura nr.3. Impactul factorilor enumerați în următorii trei ani pentru a îmbunătăți cultura antreprenorială din România**

Sursa: <https://www.slideshare.net/adriangeorgescu4/barometrul-educatiei-si-culturii-antreprenoriale>

### 2.1 Generația Millenials și antreprenoriatul

Doar 11% dintre firmele active în România sunt deținute de tineri până în 29 de ani. Generația Millenials este noua generație (definită de cercetători ca fiind populația născută între 1980 și începutul anilor 2000), care vine cu un paradox în ceea ce privește antreprenoriatul. Pe de o parte, cei din această generație sunt cea mai educată generație de până acum și au avut expunere la antreprenoriat: în străinătate, ca și la noi, au devenit populare poveștile de succes ale unor antreprenori ca Mark Zuckerberg, fondatorul Facebook, sau copii care au devenit deja antreprenori înainte să meargă la școală.

Explicații pentru starea de fapt existentă în România sunt multe și diferite de cele referitoare la situația din SUA, printre care aversiunea scăzută față de risc, o cultură neprietenoasă cu antreprenorii, o economie cu rate mici de creștere, lipsa capitalului de început și lipsa educației antreprenoriale.

### 2.2. Starea educației antreprenoriale în România din perspectiva antreprenorilor

Există o relație directă între investiția în educație și creșterea Produsului Intern Brut al oricărei economii. Ceea ce ar trebui să fie cu atât mai adevărat cu cât această educație este orientată și spre dezvoltarea cunoștințelor, aspirațiilor și atitudinilor necesare unui antreprenor, construite inclusiv prin educația universitară.

Singura percepție net pozitivă a antreprenorilor români care au răspuns în studiul Antreprenorii vorbesc în acest an este aceea legată de educație. Conform barometrului, educația. Cu toate acestea, comparativ cu ceea ce se realizează în domeniul educației antreprenoriale în alte țări, România are încă mulți pași de parcurs.



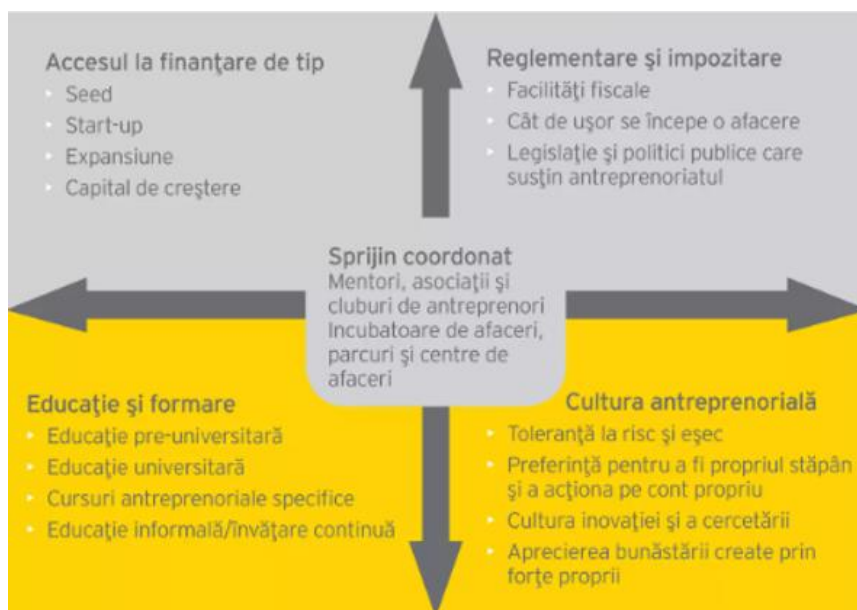
**Figura nr. 5**

Sursa: <https://www.slideshare.net/adriangeorgescu4/barometrul-educatiei-si-culturii-antreprenoriale>

### 3. Rolul antreprenoriatului

Educația antreprenorială are rolul de a dezvolta mentalitatea tinerilor, încurajând atât spiritul de inițiativă, cât și consolidarea încrederii. În acest sens, sistemul de învățământ este cel care permite să gândești „outside the box” către posibilitățile oferite de antreprenoriat și transmiterea cunoștințelor, a spiritului și a competențelor necesare.

Societatea actuală evoluează cu o viteză uluitoare, surprinzând printr-un ritm accelerat schimbările care vizează toate aspectele existenței umane. Antreprenoriatul este considerat motorul principal al dezvoltării economice, deoarece generează creștere și servește ca un vehicul al schimbării și inovării.

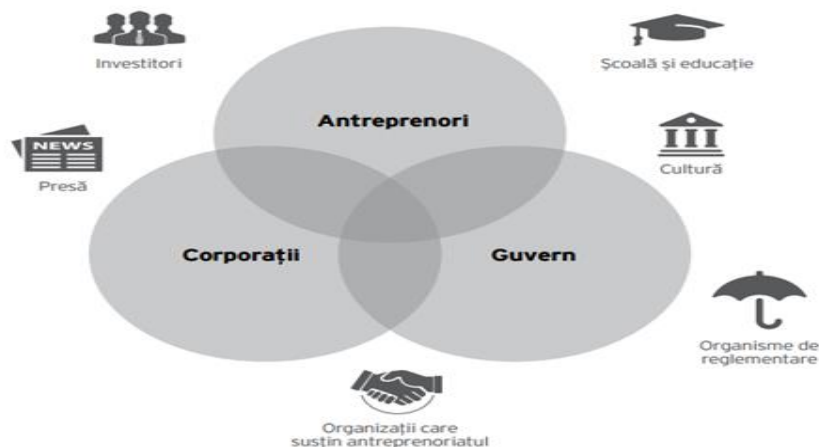


**Figura nr. 6 Cadrul de dezvoltare a antreprenoriatului**

Sursa: <https://www.slideshare.net/adriangeorgescu4/barometrul-educatiei-si-culturii-antreprenoriale>



Dovada importanței antreprenorului constă în interesul crescut al economiștilor și a specialiștilor din alte domenii, dar și a inițiativelor publice la nivel regional sau național de susținere a antreprenoriatului.



**Figura nr. 7 Cheia succesului antreprenorial**

Sursa: <http://newsdiaspora.ro/2015/05/21/importanta-educatiei-antreprenoriale-tradusa-prin-statistica-srl-d/>

Cheia succesului antreprenorial stă în școală și educație, în cultură, în organizațiile care susțin antreprenoriatul precum și în investitorii cu experiență care reușesc să vadă potențial în afacerile tinerilor și să dea o mână de ajutor cu adevărat valoroasă.

#### 4. Concluzii

Societatea actuală evoluează cu o viteză uluitoare, surprinzând printr-un ritm accelerat schimbările care vizează toate aspectele existenței umane. Antreprenoriatul este considerat motorul principal al dezvoltării economice, deoarece generează creștere și servește ca un vehicul al schimbării și inovării. Educația antreprenorială are rolul de a dezvolta mentalitatea tinerilor, încurajând atât spiritul de inițiativă, cât și consolidarea încrederii.

Educația antreprenorială ne pregătește să fim persoane responsabile și cu inițiativă. Nu învățăm pentru școală, ci pentru viață. Fiecare dintre noi are nevoie de spirit antreprenorial, inițiativă și angajament în ceea ce facem.

Dezvoltarea antreprenorială reprezintă o extraordinară șansă pentru România, aceasta reprezentând cea mai dinamică zonă a economiei. În plus, statutul de țară emergentă, precum și spiritul antreprenorial ridicat al multor români recomandă România ca fiind favorabilă dezvoltării antreprenoriale.

În concluzie, pentru ca să gândim antreprenorial, trebuie să avem deschiderea necesară către necunoscut, să investim în oameni, și să înțelegem că viitorul este, în cel mai bun caz, o ficțiune utilă.

#### Bibliografie:

1. Kiyosaki Robert, *Mai presus de bani... Echipa Antreprenorului*, Editura Curtea Veche, 2020
2. <http://rsc.showmineit.ro/ro/ce-este-antreprenoriatul/>
3. <http://newsdiaspora.ro/2015/05/21/importanta-educatiei-antreprenoriale-tradusa-prin-statistica-srl-d/>
4. <https://www.slideshare.net/adriangeorgescu4/barometrul-educatiei-si-culturii-antreprenoriale>
5. [https://www.utgjiu.ro/ecostudent/ecostudent/pdf/2017-09/10\\_Zivanovic%20Natalija.pdf](https://www.utgjiu.ro/ecostudent/ecostudent/pdf/2017-09/10_Zivanovic%20Natalija.pdf)



6. <https://www.scribd.com/document/482574259/Fenomenul-antreprenorial-in-SUA#>
7. <https://ro.wikipedia.org/wiki/Antreprenoriat>
8. <https://viatadefreelancer.ro/ce-este-un-antreprenor/>

*Secțiunea*  
***ASISTENȚĂ SOCIALĂ ȘI***  
***SOCIOLOGIE***

## Valențe ale problematicei de gen

**Autor: Alexa Marinela Simina**

**Coordonator: Prof. univ. dr. habil. Andrioni Felicia**

**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Gender enters into all our social relationships. When people interact, their view of themselves, including their identity and their rights and possibilities, confronts how they are perceived by other people and how others behave towards them. Understanding how we live together means being able to question the things we take for granted in our everyday lives. This includes a key part of our identity: our gender. When we refer to gender, it is a social construct that is believed to exist on a continuum and involves ideas about masculinity and femininity. As social beings, humans function through learned behaviors. The way we speak, our mannerisms, the things we use and our behaviors signal who we are and set rules for interaction. Gender is one such set of organizing principles that structure behaviors, attitudes, physical appearance, and habits.*

### 1. Problematice de gen

„Putem să iubim în celălalt și diferența și asemănarea, parteneriatul și nu subordonarea“.  
(Miroiu Mihaela, Neprețuitele femeii, Polirom, Iași, 2006, p.78)

Femeile și fetele reprezintă jumătate din populația lumii și, prin urmare, jumătate din potențialul acesteia. Egalitatea de gen, pe lângă faptul că este un drept fundamental al omului, este esențială pentru realizarea unor societăți pașnice, cu potențial uman deplin și dezvoltare durabilă. În plus, s-a demonstrat că împuternicirea femeilor stimulează productivitatea și creșterea economică. „Umanitatea comună se compune deopotrivă din bărbați și din femei, iar dacă vrem o umanitate întreagă, aceasta înseamnă că libertatea, inclusiv libertatea de exprimare, autoexpresia și autodezvoltarea trebuie să fie împărțite în comun. Inclusiv imaginea umanității trebuie construită de către reprezentanții ambelor sexe”. (Miroiu Mihaela, Aripă și rădăcini, Polirom, Iași, 2022, p.13)

Egalitatea de gen a fost inclusă pe planul internațional al drepturilor omului prin Declarația Universală a Drepturilor Omului, care a fost adoptată de Adunarea Generală a ONU la 10 decembrie 1948. Acest document de hotărâre în istoria drepturilor omului a recunoscut că „Toate ființele umane se nasc libere și egale în demnitate și drepturi” și că „orice persoană are dreptul la toate drepturile și libertățile enunțate în prezenta Declarație, fără deosebire de nici un fel, cum ar fi rasa, culoarea, sexul, limba, religia, ... nașterea sau alt statut”. (ONU, Declarația Universală a Drepturilor Omului, 1948, Art. 1 și 2)

În România, conform datelor provizorii ale recensământului publicate de INSS la finele anului 2022, populația rezidentă, pe sexe, dintr-un total de 19053815 persoane, este distribuită astfel: masculin 9245544 persoane și feminin 980827 persoane.

(Institutul Național de Statistică, Date provizorii recensământ, Disponibil la: [https://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2022/12/Date-provizorii-RPL\\_cu-anexe\\_30122022.pdf](https://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2022/12/Date-provizorii-RPL_cu-anexe_30122022.pdf) [Accesat la 2 aprilie 2022])

„Prin egalitate se înțelege nivelul egal de vizibilitate, autonomie, responsabilitate și participare a celor două sexe la/în toate sferile vieții publice și private”. (Grunberg Laura, în Ioana Borza, Laura Grunberg (coord.), Theodora-Eliza Văcărescu, Cartea neagră a egalității de șanse între femei și bărbați în România, Ed. AnA, București, 2006, p.24)

„Problematice de gen se referă la toate aspectele vieții femeilor și bărbaților, analizând diferențele dintre oportunitățile pe care le au, accesul la resurse și nevoi specifice diferite.

Problematica de gen nu înseamnă că sunt analizate și dezbătute doar problemele femeilor. Este vorba despre compararea statutului femeilor cu cel al bărbaților în toate domeniile sociale și analizarea relațiilor și diferențelor dintre femei și bărbați pentru a corecta dezavantajele și inegalitățile produse de rolurile de gen și a asigura o dezvoltare echitabilă atât pentru femei, cât și pentru bărbați. Deși femeile sunt, în general, grupul dezavantajat, și bărbații pot întâmpina bariere.” (Văileanu Cristina, în Văileanu, Rusu, Cantarji, Ghidul utilizatorului statisticilor de gen, Chișinău, Elan Poligraf, 2008, p.11)

Genul intră în toate relațiile noastre sociale. Când oamenii interacționează, viziunea lor despre ei înșiși, inclusiv identitatea și drepturile și posibilitățile lor, se confruntă cu modul în care sunt percepuți de alți oameni și cu modul în care alții se comportă față de ei. „Indivizii pot să aibă abilități diferite de decodificare a emoțiilor nu pentru că sunt femei sau bărbați, ci pentru că tind să se descrie pe sine în termeni diferiți- stereotipic feminini (de exemplu, empatic) sau stereotipic masculini (de exemplu, dur), iar această identitate asumată se traduce prin comportamente specifice de relaționare cu ceilalți (de exemplu, atenție la emoțiile exprimate de ceilalți).” (Ivan Loredana, în Iluț P. (coord.), Dragoste, familie și fericire. Spre o sociologie a seninătății, Polirom, Iași, 2015, p.275)

Înțelegerea modului în care trăim împreună înseamnă a fi capabili să punem la îndoială lucrurile pe care le luăm de bune în viața noastră de zi cu zi. Aceasta include o parte cheie a identității noastre: genul nostru. „Egalitatea de șanse nu înseamnă doar eliminarea obstacolelor în privința libertății de exprimare, ci și că orice individ are asigurată satisfacerea nevoilor de bază: adăpost, hrană, sănătate, educație.” (Miroiu Mihaela, Drumul către autonomie-teorii politice feministe, Polirom, Iași, 2004, p.115)

Conceptul de echitate de gen recunoaște că femeile și bărbații au nevoi și putere diferite și că aceste diferențe ar trebui identificate și abordate într-o manieră care să repare dezechilibrele dintre sexe. Aceasta poate include tratament egal sau tratament diferit, dar considerat echivalent în ceea ce privește drepturile, beneficiile, obligațiile și oportunitățile.

## 2. Identitatea, rolul și socializarea de gen

„În sens generic, conceptul referitor la identitatea de gen se referă la sentimentul unei persoane care se percepe pe ea însăși (și, eventual, se poate exprima) ca fiind femeie, bărbat, ambele, o persoană transgen sau niciuna dintre aceste variații. Exprimarea genului poate fi sau nu în concordanță cu identitatea și rolurile de gen prescrise social. Astăzi, se recunoaște că identitatea de gen poate fi relaționată cu rolurile de gen și exprimarea genului, dar nu se reduce numai la aceste două dimensiuni. De exemplu, o femeie care își asumă roluri de gen rezervate tradițional bărbaților nu este neapărat o persoană transgen, atâta vreme cât aceasta se autoidentifică ca fiind femeie. Deoarece identitatea de gen reprezintă o structură psihică (internă), această dimensiune a personalității și funcționării unui individ nu este neapărat vizibilă pentru alții.” (Bulboacă Gabriel și Robu Daniel, Revista de Psihologie, vol. 68, nr. 3, București, iulie – septembrie 2022, p.206)

Genul este un compus de roluri, comportamente, activități și/sau atribute construite social pe care o anumită societate le poate considera adecvate pentru persoanele de un sex atribuit. Identitatea de gen, ca și genul, se referă la sentimentul personal al unui individ de a fi femeie, bărbat, ambele sau oriunde de-a lungul spectrului de gen. Identitatea de gen poate sau nu să corespundă sexului asumat sau atribuit la naștere. Între timp, expresia de gen se referă la modul în care o persoană își prezintă genul. Aceasta poate include îmbrăcămintea, manierele, pronumele și numele lor.”Putem să ne imaginăm o societate în care niciodată o femeie nu spală vasele, așa cum putem să ne imaginăm o societate în care întotdeauna bărbații vor spăla vasele. Ambele societăți vor fi la fel de patriarhale, pentru că patriarhatul nu constă în spălarea vaselor de către femei, ci în distribuția resurselor ca urmare a unor decizii luate de bărbați, în favoarea bărbaților....ceea ce contează într-o relație de putere este nu distribuția rolurilor, ci decizia cu privire la distribuția resurselor”. (Pasti

Vladimir, în colab. cu Ilinca Cristina, *Ultima inegalitate-relațiile de gen în România*, Polirom, Iași, 2003, p.253)

Rolurile de gen se referă la atitudinile și comportamentele dominante pe care societatea le asociază cu fiecare sex. Acestea includ drepturile și responsabilitățile normative pentru bărbați și femei într-o anumită societate. De exemplu, a da naștere unui copil este un rol de sex (specific femeilor) în timp ce a avea grijă, a crește un copil este un rol de gen care este de cele mai multe ori atribuit femeilor, dar poate fi îndeplinit și de către bărbați. Rolurile sociale în general și rolurile de gen în particular sunt modelate de și reflectă caracteristicile structurale ale societății și culturii. Aceste așteptări larg împărtășite produc presiuni sociale astfel încât oamenii simt nevoia să se conformeze lor. „Rolurile de gen pentru care sunt socializați permanent bărbații și femeile se schimbă în timp, variază între și în interiorul comunităților și culturilor ca rezultat al schimbărilor istorice, sociale, economice, politice și culturale.” (Grunberg Laura, în Dragomir Otilia și Miroiu Mihaela (editoare) *Lexicon feminist*, Polirom, Iași, 2002, p.313)

Socializarea de gen este procesul prin care sunt învățate regulile, normele și așteptările unei culturi legate de gen. Acest proces începe adesea de la o vârstă foarte fragedă pentru majoritatea oamenilor. Se crede că copiii sunt conștienți de sexul lor până la vârsta de 3 ani, cu mult înainte de a ajunge să recunoască orice alt tip de grup din care ar putea aparține.

În socializarea de gen, este important să se facă distincția între sex și gen. Când se referă la diferențele anatomice sau reproductive dintre bărbați și femei, mulți oameni de știință socială folosesc termenul de sex. Când ne referim la gen, acesta este un construct social despre care se crede că există într-un continuum și implică idei despre masculinitate și feminitate. „Femeile nu sunt de la natură gospodine și mame- ceea ce reiese limpede din faptul că unele femei nu-și asumă deloc aceste roluri. Dar secole de presiune socială le-au făcut pe cele mai multe dintre ele să se conformeze acestei idei preconcepute. În același timp, bărbații sunt și ei constrânși de idei preconcepute, ca în cazul în care un bărbat simte că nu poate fi un tată de familie fără să riște să-și afecteze reputația sau statutul profesional.” (Lucker Kerstin și Daenschel Ute, *O istorie a lumii...cu femeile în prim-plan*, Litera, București, 2021, p.509)

Ideea centrală a socializării de gen este că societățile au propriile lor idei despre ce este genul. Oamenii și culturile din întreaga lume recunosc că există diferite grupuri de gen și le-au atribuit roluri și responsabilități.

Prin socializarea de gen, oamenii își dezvoltă propriile convingeri despre gen și în cele din urmă își formează propria identitate de gen. Este posibil ca ei să nu fie conștienți pe deplin de deciziile pe care le iau privind normele de gen. Rolurile și normele de gen sunt adesea incluse în scenariul a ceea ce ar trebui să facă sau să fie un bărbat/femeie. Părinții sunt adesea prima socializare de gen pe care o experimentează copiii.

„Între bărbat și femeie se vor păstra întotdeauna unele diferențe. Erotismul femeii, prin urmare lumea ei sexuală, având o imagine unică, nu ar putea să nu dea naștere unei senzualități, unei sensibilități specifice: raporturile cu propriul corp, cu trupul masculin, cu propriul copil nu vor fi niciodată identice cu acelea pe care bărbatul le stabilește cu propriul corp, cu corpul feminin, cu propriul copil. Cei care vorbesc atât de mult despre „egalitate în diferență” nu ar avea nici un motiv să nu fie de acord cu mine că pot exista diferențe în egalitate.” (De Beauvoir Simone, *Al doilea sex*, vol.2, Humanitas, București, 2022, p.645)

Comportamentul segregat de gen poate fi susținut de adulți și poate deveni o problemă atunci când copiii trebuie să poată funcționa în medii integrate de gen, cum ar fi școala. Ei pot descoperi că nu sunt capabili să relaționeze eficient cu alte genuri, ceea ce îi poate separa și mai mult și poate spori diferențele.

Atitudinile și comportamentele de gen sunt complexe și se schimbă în timp și în loc. Este important că genul este multidimensional și se intersectează cu alte categorii sociale, cum ar fi sexul, vârsta, statutul socioeconomic, orientarea sexuală și etnia. „Să nu existe deci nicio

constrângere stabilită în societate, căci urmând legea gravitației, sexele vor cădea fiecare în locul ce i se cuvine.” (Wollstonecraft Mary, În apărarea drepturilor femeilor, Herald, București, 2017, p.15)

Ca ființe sociale, oamenii funcționează prin comportamente învățate. Modul în care vorbim, manierele noastre, lucrurile pe care le folosim și comportamentele noastre semnaleză cine suntem și stabilesc reguli de interacțiune. Genul este un astfel de set de principii de organizare care structurează comportamentele, atitudinile, aspectul fizic și obiceiurile.

### **3. Stereotipuri, prejudecăți și discriminare de gen**

„Stereotipurile, prejudecățile și fenomenele de discriminare nu sunt răspândite uniform în cadrul culturilor diferite sau de-a lungul perioadelor istorice...Diferențele se explică prin modele învățate în cursul socializării infantile.” (Dora Capozza și Chiara Volpato, Relații intergrupuri-perspective clasice și contemporane, în Richard Y. Bourhis, Jacques-Philippe Leyens (coord.), Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri, Polirom, Iași, 1997, p.16)

Stereotipul de gen este cazul în care un set de atribute, caracteristici sau roluri de gen sunt atribuite oamenilor din cauza apartenenței lor la genul lor. Dacă societatea are idei specifice despre ceea ce ar trebui să fie fiecare gen și acestea sunt socializate pentru copii, acest lucru îi poate determina să aibă stereotipuri despre alte genuri sau să adere la propriile stereotipuri de gen. „Există un mecanism simplu prin care producem stereotipuri: mărim diferențele dintre diferite grupuri sociale și, simultan, micșorăm diferențele din interiorul fiecărui grup social pe care îl comparăm cu celelalte. Spunem, astfel, că toate femeile sunt empatiche sau mame bune (indiferent de diferențele dintre ele) și că toți bărbații sunt raționali și/ sau violenți.” (Columban A., Grünberg L., Ilisei I., Lincan G., Marțiș D., Voina A., Predarea și integrarea egalității de gen în învățământul preuniversitar : manual pentru cadre didactice, București , frACTalia, 2022 , p.24)

Rădăcinile prejudecăților, discriminării și violenței împotriva femeilor pot fi urmărite până la stereotipurile de gen larg răspândite, care provin din socializarea de gen.

„Prejudecata este o antipatie (afect negativ) față de o persoană sau de un grup, pe baza unor credințe și generalizări vizavi de acesta sau aceștia. Prejudecata poate fi simțită, dar și exprimată. Dacă stereotipurile pot fi și pozitive, în cazul prejudecății, aceasta este întotdeauna marcată de sentimente negative. Prejudecățile vizavi de un anumit grup stau adesea la baza faptelor de discriminare.” (Columban, Grünberg, Ilisei, Lincan, Marțiș, Voina, op.cit., 2022 , p.32)

Discriminările pot fi contracarate prin legi și politici care să le împiedice manifestarea (cel puțin, pe cea explicită). Din nefericire însă, de multe ori legile nu fac decât să împiedice o formă sau alta a discriminărilor, și nu discriminările însele. Ele se perpetuează în moduri puțin vizibile prin ochiul legii, fiindcă, de fapt, prejudecățile care le generează sunt „atât de adânc încastrate în cultura în care ne formăm, încât cu greu le conștientizăm ca atare și cu atât mai greu reușim să le depășim.” (Miroiu Mihaela, Gândul umbrei-abordări feministe în filosofie, Polirom, Iași, 2020, p.23). Abordarea tratamentului egal se bazează pe convingerea că femeile și bărbații ar trebui să fie tratați la fel.

Integrarea perspectivei de gen /gender mainstreaming este procesul de implementare, monitorizare și evaluare a politicilor și programelor în toate politicile, sferile economice și societale. Prin integrarea perspectivei de gen, orice acțiune planificată este evaluată în funcție de implicațiile sale pentru femei și bărbați. Scopul final este de a atinge egalitatea de gen.

### **4. Violența bazată pe gen**

Atât femeile, cât și bărbații se confruntă cu violența bazată pe gen, dar majoritatea victimelor sunt femei și fete. „Majoritatea răspunsurilor femeilor la întrebarea „Este mai bine să fii femeie sau bărbat?” aduc în prim plan experiențe de viață ce indică distribuția inegală a responsabilităților în familie, precum și experiențele feminine și femeiești pe care le trăiesc femeile

pentru că sunt femeii, în timp ce bărbații se află într-o poziție superioară, norocoși pentru că s-au născut bărbați și nu trebuie să facă și să trăiască tot ceea ce fac femeile.” (Bragă Andreea, Neaga Diana-Elena, Nica Georgiana Anca, „Toată lumea știa” - violența împotriva femeilor române și nerome între „normal” și normativ, Ed. Hecate, București, 2017, p.53), ceea ce confirmă și spusele lui Pasti „în societatea românească de acum și dintotdeauna este mai convenabil să fii bărbat decât să fii femeie.” (Pasti, op. cit., pp.11-12).

Violența bazată pe gen și violența împotriva femeilor sunt termeni care sunt adesea folosiți în mod interschimbabil, deoarece a fost larg recunoscut că majoritatea violenței bazate pe gen este aplicată femeilor și fetelor de către bărbați. Cu toate acestea, utilizarea aspectului „bazat pe gen” este importantă, deoarece evidențiază faptul că multe forme de violență împotriva femeilor sunt înrădăcinate în inegalitățile de putere dintre femei și bărbați.

Violența de gen este pusă în aplicare sub manifestări diferite, de la cea mai răspândită formă, violența partenerului intim, până la acte de violență desfășurate în spațiile online. Aceste forme diferite nu se exclud reciproc și se pot produce multiple incidente de violență simultan și se pot consolida reciproc. Inegalitățile experimentate de o persoană legate de rasa, incapacitatea, vârsta, clasa socială, religia, sexualitatea sa pot, de asemenea, să conducă la acte de violență. Aceasta înseamnă că, în timp ce femeile se confruntă cu violența și discriminarea pe criterii de gen, unele femei se confruntă cu forme multiple și interconectate de violență.

Convenția de la Istanbul (Consiliul Europei, Convenția privind prevenirea și combaterea violenței împotriva femeilor și a violenței domestice), definește violența împotriva femeilor ca fiind sub patru forme cheie: fizică, sexuală, psihologică și economică. „Violența împotriva femeilor este înțeleasă ca o încălcare a drepturilor omului și o formă de discriminare împotriva femeilor și va însemna toate actele de violență bazată pe gen care duc la, sau este probabil să aibă ca rezultat, vătămări fizice, sexuale, psihologice sau economice sau suferința femeilor, inclusiv amenințările cu astfel de acte, constrângerea sau privarea arbitrară de libertate, indiferent dacă apare în viața publică sau în viața privată.” (Council of Europe Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence, Istanbul, 11.V.2011, Art. 3, alin. a Seria Tratatelor ale Consiliului Europei - Nr. 210)

Violența bazată pe gen (GBV), uneori denumită și violența sexuală și bazată pe gen (SGBV) este orice act dăunător de abuz sexual, fizic, psihologic, mental și emoțional care este săvârșit împotriva voinței unei persoane și care se bazează pe diferențe atribuite social (adică de gen) între bărbați și femei.

Violența – sub toate formele ei – poate avea un impact asupra sănătății și bunăstării unei femei pe tot parcursul vieții – chiar și la mult timp după ce actele de violență s-au terminat. Este asociată cu risc crescut de răni, depresie, tulburări de anxietate, sarcini neplanificate, infecții cu transmitere sexuală, inclusiv HIV și multe alte probleme de sănătate. Are impact asupra societății în ansamblu și vine cu costuri uriașe, impactând bugetele naționale și dezvoltarea generală.

„Printre sursele violenței în societatea românească actuală menționăm perpetuarea mentalității tradiționale cu privire la statutul superior al bărbatului în familie și legitimitatea folosirii violenței în baza superiorității sale și violența generată structural de procesul de tranziție de la familia tradițională la cea modernă și procesul de dezorganizare socială.” (Liiceanu A., Saucan D. Șt., Micle M.I., *Violența domestică și criminalitatea feminină*, Institutul Național de Criminologie, București, 2004, p.5)

Prevenirea violenței necesită abordarea inegalităților economice și sociale sistemice, asigurarea accesului la educație și la muncă sigură și schimbarea normelor și instituțiilor discriminatorii de gen. Intervențiile de succes includ, de asemenea, strategii care asigură că serviciile esențiale sunt disponibile și accesibile pentru supraviețuitori, care sprijină organizațiile de femei, contestă normele sociale inechitabile, reformează legile discriminatorii și consolidează răspunsurile legale, printre altele. „Reducerea violenței este asociată cu asumarea responsabilității de către bărbat în scopul schimbării și cu asumarea rolului activ de către femeie în echilibrarea

puterii în cadrul relației.” (Irimescu Gabriela, *Violența în familie și metodologia intervenției*, în Neamțu George și Stan Dumitru (coord.), *Asistența socială-studii și aplicații*, Polirom, Iași, 2005, p.135)

### **Bibliografie:**

1. Bragă A., Neaga D.E., Nica G.A. (2017) „*Toată lumea știa*” -*violența împotriva femeilor rome și nerome între „normal” și normativ*, Ed. Hecate, București
2. Bulboacă G. și Robu D. (2022) *Distanța socială față de persoanele LGBT: Studiu exploratoriu în rândul studenților din România și Republica Moldova*, în *Revista de Psihologie*, vol. 68, nr. 3, iulie-septembrie, București
3. Columban A., Grünberg L., Ilisei I., Lincan G., Marțiș D., Voina A. (2022) *Predarea și integrarea egalității de gen în învățământul preuniversitar: manual pentru cadre didactice*, București, frACTalia
4. Council of Europe (2011) *Convention on preventing and combating violence against women and domestic violence*, Istanbul, 11.V.2011, Art.3, alin. a Seria Tratatate ale Consiliului Europei - Nr. 210
5. De Beauvoir Simone (2022) *Al doilea sex*, vol. 2, Humanitas, București
6. Dora C. și Chiara V. (1997) *Relații intergrupuri- perspective clasice și contemporane*, în Richard Y.Bourhis și Jacques-Philippe Leyens (coord.), *Stereotipuri, discriminare și relații intergrupuri*, Polirom, Iași
7. Grunberg L. , în Borza I., Grunberg L. (coord.), Văcărescu TH.E. (2006) *Cartea neagră a egalității de șanse între femei și bărbați în România*, Ed. AnA, București
8. Grunberg L., în Dragomir O. și Miroiu M. (editoare) (2002) *Lexicon feminist*, Polirom, Iași
9. Institutul Național de Statistică, *Date provizorii recensământ*, Disponibil la [https://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2022/12/Date-provizorii-RPL\\_cu-anexe\\_30122022.pdf](https://www.recensamantromania.ro/wp-content/uploads/2022/12/Date-provizorii-RPL_cu-anexe_30122022.pdf) [Accesat la 2 aprilie 2022]
10. Irimescu G. (2005) *Violența în familie și metodologia intervenției*, în Neamțu G. și Stan D. (coord.), *Asistența socială-studii și aplicații*, Polirom, Iași
11. Ivan L., în Iluț P.(coord.) (2015) *Dragoste, familie și fericire. Spre o sociologie a seninătății*, Polirom, Iași
12. Liiceanu A., Saucan D.Șt., Micle M.I. (2004) *Violența domestică și criminalitatea feminină*, Institutul Național de Criminologie, București
13. Lucker K. și Daenschel U. (2021) *O istorie a lumii...cu femeile în prim-plan*, Litera, București
14. Miroiu M. (2002) *Aripi și rădăcini*, Polirom, Iași
15. Miroiu M. (2004) *Drumul către autonomie-teorii politice feministe*, Polirom, Iași
16. Miroiu M. (2006) *Neprețuitele femei*, Polirom, Iași
17. Miroiu M. (2020) *Gândul umbrei-abordări feministe în filosofie*, Polirom, Iași
18. ONU (1948) *Declarația Universală a Drepturilor Omului*, Art. 1 și 2
19. Pasti V., în colab. cu Ilinca C. (2003) *Ultima inegalitate-relațiile de gen în România*, Polirom, Iași
20. Văileanu C., în Văileanu, Rusu, Cantarji (2008) *Ghidul utilizatorului statisticilor de gen*, Elan Poligraf, Chișinău
21. Wollstonecraft M. (2017) *În apărarea drepturilor femeilor*, Herald, București



## Analiza statistică a progresului școlar al elevilor la Evaluarea Națională

**Autor: Cortac Gabriela**

**Coordonator: Lect. univ. dr. Popescu Anamaria**

**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The paper presents in a concise form the main indicators of the forms of central tendency, scattering and frequency distribution. In what follows, we have analyzed the distribution by medium groups established by the students from Petroșani, Hunedoara County at the 2022 National Assessment, using a system of indicators that are relevant and through the interpretation of which certain conclusions can be drawn depending on which. It is possible to forecast the future evolution. The analysis of the distribution by groups of means was carried out by determining the indicators through rigorous mathematical calculation, but also using analytical tools from Microsoft Excel that allow the automatic calculation of descriptive statistics using the Data Analysis option from the Tools menu.*

### 1. Introducere

Formele individuale de manifestare ale fenomenelor de masă analizate într-o colectivitate prezintă o variabilitate (împrăștiere) mai mare sau mai mică în funcție de numărul, natura, direcția și sensul acțiunii factorilor esențiali și întâmplători. La nivelul colectivității, sau al ansamblului, legea tendinței comportamentului acestor fenomene este reflectată sintetic de indicatorii tendinței centrale: media, mediana etc. Cu cât fenomenele au un grad mai mare de complexitate (determinată de multitudinea de factori de influență), cu atât variația (împrăștierea) valorilor individuale este mai mare. Deci, utilizarea corectă a indicatorilor tendinței centrale în fundamentarea deciziilor necesită verificarea stabilității și reprezentativității valorilor înregistrate de aceștia. Astfel, valoarea determinată a mediei este reprezentativă numai în măsura în care ea este calculată din date omogene, apropiate între ele ca mărime sau din punctul de vedere al altor criterii. Aceasta înseamnă că determinarea valorii mediei trebuie să fie însoțită de verificarea omogenității valorilor individuale din care ea s-a calculat. Verificarea omogenității valorilor individuale necesită măsurarea și analiza împrăștierii și concentrării față de valorile tipice calculate.

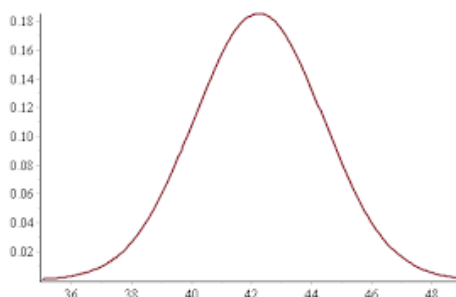
Forma unei distribuții de frecvențe se analizează comparativ cu distribuția ideală, normală prin indicatori asimetrici (oblicității) și indicatori ai boltirii (excesului). [2]

O analiză statistică a acestor rezultate de la evaluarea națională culese de pe site-ul <https://data.gov.ro/> impune câteva considerații teoretice prealabile. Examenul de evaluare națională a clasei a VIII-a sunt destinate să măsoare performanța atinsă de elevi la absolvirea unor stadii de pregătire. Rezultatele finale din județul Hunedoara la Evaluarea Națională 2022 arată o rată de 81,6%, după contestații. Astfel, 81,6% din numărul candidaților prezenți au obținut medii mai mari sau egale cu 5. [5]

### 2. Indicatori ai tendinței de centrale

Pentru o serie de date statistice univariată, distribuția de frecvențe reprezintă șirul numărului valorilor pe care variabila le ia.

În cadrul distribuțiilor de frecvențe se poate observa gruparea valorilor în jurul unei valori centrale. În această situație curba de distribuție are forma unui clopot, fiind cunoscută sub denumirea de curba normală sau Gauss-Laplace. [9]



**Figura nr.1. Curba lui Gauss-Laplace**

Sursa: <http://www.thetrainers.ro/blog/2015/11/19/mitul-lui-gauss/>

Gruparea valorilor în jurul unei valori centrale se numește tendința de centralitate a unei distribuții de frecvențe.

Măsura tendinței de centralitate este dată de un set de valori grupate în jurul valorii centrale, reprezentativitatea acesteia fiind dată de gradul de concentrare al datelor în jurul valorii centrale.

Principalii parametri ce măsoară tendința de centralitate sunt: media aritmetică, modul și mediana.

## 2.1. Media aritmetică

Media aritmetică a setului de date statistice  $x_1, x_2, \dots, x_n$  este prin definiție suma acestor date împărțită la numărul datelor

$$\text{Serii simple:} \quad \bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n} \quad (1)$$

$$\text{Serii de frecvențe:} \quad \bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^n n_i x_i}{n} \quad (2)$$

unde  $x_i$  reprezintă centrul de interval al grupeii și  $n_i$  frecvența valorilor din intervalul grupeii, iar suma se extinde pe ansamblul claselor.

## 2.2. Mediana

Mediana ( $Me$ ) reprezintă valoarea centrală a unei serii de date aranjate crescător sau descrescător. Cu alte cuvinte, față de valoarea mediană, jumătate din observații au valori mai mici sau egale cu mediana, iar jumătate au valori mai mari sau egale cu mediana.

Seria simplă: Dacă seria are un număr impar de termeni, mediana este a  $(n+1)/2$  valoare din seria ordonată (crescător sau descrescător). În cazul unei serii cu un număr par de termeni, mediana va fi egală cu media aritmetică a celor doi termeni centrali.

Seria de frecvențe: În calculul medianei unei distribuții de frecvențe se parcurg următoarele etape:

- se cumulează crescător frecvențele de apariție,  $F_{ci}$ ;
- se determină locul medianei în serie:  $LocMe = \frac{n+1}{2}$ ;
- se determină intervalul median (primul interval a cărui frecvență cumulată este mai mare decât locul medianei în serie,  $F_{Me} > LocMe$ );
- se determină mediana pe baza formulei:

$$Me = x_{Me}^{inf} + \frac{h}{n_{Me}} \left( \frac{n+1}{2} - F_{Me-1} \right) \quad (3)$$

unde:  $x_{Me}^{inf}$  = limita inferioară a intervalului median.  
 $n_m$  = numărul de observații pe care îl conține intervalul median  
 $h = x_{Me}^{sup} - x_{Me}^{inf}$  = lungimea intervalului median.

### 2.3. Modul

Modul sau dominantă unei variabile reprezintă valoarea care înregistrează cea mai mare frecvență de apariție. În cazul seriilor de date organizate pe intervale de variație a caracteristicii de grupare, modul se află prin interpolare în intervalul de grupare cu frecvența cea mai mare.

Pentru seria simplă modul este valoarea care se înregistrează cel mai frecvent.

Pentru seria de frecvențe estimarea valorii modale presupune parcurgerea următoarelor etape:

- se determină intervalul modal ( $x_{Mo}^{inf}, x_{Mo}^{sup}$ ) (intervalul cu frecvența cea mai mare);
- se determină modul pe baza formulei:

$$MO = x_{Mo}^{inf} + h_{Mo} \frac{\Delta_1}{\Delta_1 + \Delta_2} \quad (4)$$

unde:  $x_{Mo}^{inf}$  = limita inferioară a intervalului modal;

$d_{Mo} = x_i^{sup} - x_i^{inf}$  = mărimea intervalului modal;

$\Delta_1 = n_i - n_{i-1}$  = diferența între frecvența intervalului modal și frecvența intervalului anterior;

$\Delta_2 = n_i - n_{i+1}$  = diferența între frecvența intervalului modal și frecvența intervalului următor.

Dintre cei trei indicatori medii cea mai puțin reprezentativă este media aritmetică, aceasta fiind distorsionată de cele două valori extreme ale seriei de date. Valoarea modală are o frecvență de apariție de numai trei înregistrări, ceea ce face ca valoarea mediană să fie cea mai reprezentativă medie corespunzătoare seriei simple de date analizate.

### 3. Indicatorii sintetici ai variației

Indicatorii sintetici ai variației (dispersiei) exprimă împrăștierea tuturor nivelurilor individuale ale unei caracteristici față de nivelul lor mediu. Pentru a caracteriza pe ansamblu o serie de date, se utilizează următorii indicatori sintetici ai dispersiei: abaterea medie liniară, varianța (dispersia), abaterea medie pătratică (abaterea/deviația standard) și coeficientul de variație. [7]

#### 3.1. Abaterea medie liniară

Abaterea medie liniară arată variația medie, în plus și în minus, de la valoarea medie a distribuției și este cu atât mai mică cu cât valorile sunt mai grupate în jurul mediei.

Serii simple: 
$$\bar{a} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k |x_i - \bar{x}| \quad (5)$$

Serii de frecvențe: 
$$\bar{a} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k |x_i - \bar{x}| \cdot n_i \quad (6)$$

#### 3.2. Dispersia

Dispersia se calculează ca medie aritmetică (simplă sau ponderată) a pătratelor abaterilor termenilor seriei de la media lor; este un indicator abstract, fără unitate de măsură, și arată modul în care termenii seriei gravitează în jurul mediei.

$$\text{Serii simple:} \quad \sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2 \quad (7)$$

$$\text{Serii de frecvențe:} \quad \sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k (x_i - \bar{x})^2 \cdot n_i \quad (8)$$

### 3.3. Abaterea medie pătratică

Abaterea medie pătratică (abaterea standard, abaterea tip) se calculează ca medie pătratică (simplă sau ponderată) a abaterilor termenilor seriei de la media lor:

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} \quad (9)$$

### 3.4. Coeficientul de variație

Coeficientul de variație sau de omogenitate se calculează ca raport procentual între abaterea medie liniară/pătratică (simplă sau ponderată) și nivelul mediu al abaterilor termenilor seriei de la media lor:

$$Cv = \frac{\sigma}{\bar{x}} \cdot 100 \quad (10)$$

Proprietăți:  $Cv \in [-1; 1]$

Dacă  $Cv = 0 \rightarrow$  serie simetrică.

Dacă  $Cv \in (0; 1] \rightarrow$  serie cu asimetrie pozitivă.

Dacă  $Cv \in [-1; 0) \rightarrow$  serie cu asimetrie negativă.

## 4. Indicatori ai formei unei distribuții

Indicatorii asimetriei și boltirii seriilor de repartiție oferă informații suplimentare care completează și le dezvoltă pe acelea sintetizate de indicatorii medii sau de cei ai variației. [6]

### 4.1. Asimetria

Asimetria pentru o serie de date statistice indică abaterea de la aspectul simetric și direcția acesteia (pozitivă sau negativă).

Dacă  $\bar{x} = Mo$  atunci există simetrie perfectă;

Dacă  $\bar{x} > Mo$  atunci există asimetrie pozitivă sau de stânga;

Dacă  $\bar{x} < Mo$  atunci există asimetrie negativă sau de dreapta.

Aprecierea “de stânga” sau “de dreapta” provine din observarea poziției în care se află modul ( $Mo$ ) față de medie ( $\bar{x}$ ) pe axa absciselor în cazul unei serii de repartiție asimetrică.

Pentru a aprecia calitativ această situație, coeficientul de asimetrie propus de K. Pearson este:

$$C_{as} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left( \frac{x_i - \bar{x}}{\sigma} \right)^3 \quad (11)$$

Proprietăți și interpretare:

- interval de valori  $[-1; +1]$ ;

- semnul arată direcția asimetriei;

- valori mici (aproape de 0) indică o asimetrie de mică intensitate;

- valori mari (aproape de  $\pm 1$ ) indică o asimetrie cu intensitate foarte mare.

## 4.2. Boltirea

Boltirea sau excesul este o măsură a formei seriei de date, măsurând înălțimea (boltirea) distribuției de date față de o distribuție normală, este exprimată prin formula:

$$K = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \left( \frac{x_i - \bar{x}}{\sigma} \right)^4 \quad (12)$$

Boltirea poate fi:

- zero pentru o distribuție normală a seriei de date (repartiție mezocurtică);
- pozitivă pentru o serie de date mai înaltă decât o distribuție normală (repartiție leptocurtică);
- negativă pentru o serie de date mai joasă decât o distribuție normală (repartiție platicurtică).

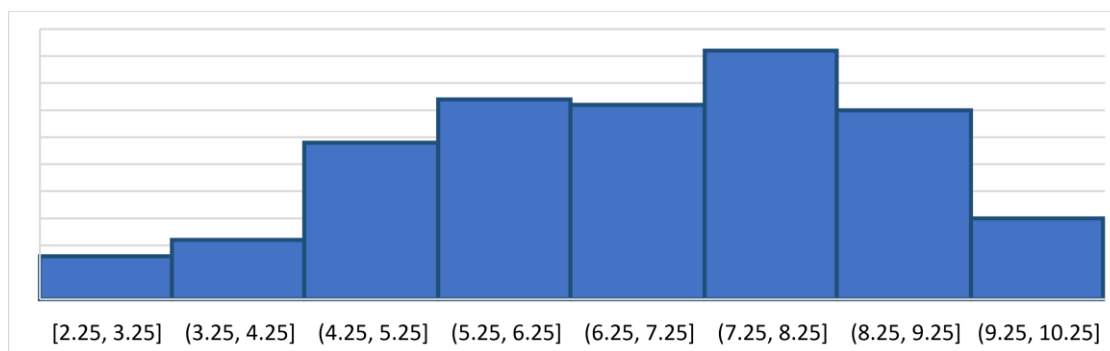
## 5. Rezultate și interpretări

Repartiția pe grupe de medii obținute a elevilor promovați din Petroșani la evaluarea națională 2022 prezentată în tabelul nr. 1, a fost realizată cu ajutorul formulei lui Sturges, iar histograma distribuției elevilor se regăsește în figura 2. [5]

**Tabelul nr. 1**  
**Distribuția elevilor promovați la evaluarea națională 2022, pe categorii de medii obținute**

Grupe de medii obținute la evaluarea națională ( $x_M^{inf}, x_M^{sup}$ )	Nr. elevi $n_i$	Centrul intervalului $x_i$	$x_i \cdot n_i$	Frecvențe cumulate $C(x_i)$
[2,25-3,25)	8	2,75	22	8
[3,25-4,25)	11	3,75	41,25	19
[4,25-5,25)	29	4,75	137,75	48
[5,25-6,25)	37	5,75	212,75	85
[6,25-7,25)	36	6,75	243	121
[7,25-8,25)	46	7,75	356,5	167
[8,25-9,25)	35	8,75	306,25	202
[9,25-10,25]	15	9,75	146,25	217
Total	217		1465,75	

Sursa: <https://data.gov.ro/dataset/rezultate-evaluare-nationala-2022/resource/66128aa8-f353-4eae-8f07-8995ed509478>



**Figura nr. 2. Histograma distribuției elevilor pe grupe de medii**

Sursa: rezultate-evaluare-națională-2022 aplicate în Data Analysis

Din histogramă se poate observa că variabila studiată nu are o distribuție normală (fig. 2).

Nota medie a celor 217 de elevi din Petroșani se determină utilizând formula mediei aritmetice ponderate (3):  $\bar{x} = \frac{1467,75}{217} = 6,7638$

Așadar, tendința valorilor variabilei statistice este aceea de grupare în jurul valorii de 6,76.

Estimarea medianei presupune parcurgerea următoarelor etape:

- Calculul frecvențelor cumulate crescător
- Stabilirea intervalului median: [6,25 – 7,25) astfel încât ,  $F_{Me} > LocMe$
- Aplicarea formulei medianei (3):  $Me = 6,25 + \frac{1}{36}(109 - 85) = 6,92$

Nota cea mai des întâlnită între cei 217 de elevi participanți se estimează astfel:

- Se determină intervalul modal (intervalul cu frecvența cea mai mare): [7,25 – 8,25)
- Se calculează valoarea modală (4):  $Mo = 7,25 + 1 \cdot \frac{10}{11} = 8,16$

Pentru a stabili gradul de omogenitate a colectivității de 217 de elevi calculăm coeficientul de omogenitate,  $C_v$  (10).

**Tabelul nr. 2**  
**Calculare aferente coeficientului de omogenitate**

Grupe de medii obținute la EN ( $x_M^{inf}, x_M^{sup}$ )	Nr. elevi $n_i$	Centrul intervalului $x_i$	$x_i - \bar{x}$	$(x_i - \bar{x})^2 \cdot n_i$	$(x_i - \bar{x})^3 \cdot n_i$	$(x_i - \bar{x})^4 \cdot n_i$
[2,25-3,25)	8	2,75	-4,01	128,64	-515,85	2068,56
[3,25-4,25)	11	3,75	-3,01	99,66	-299,98	902,94
[4,25-5,25)	29	4,75	-2,01	117,16	-235,50	473,35
[5,25-6,25)	37	5,75	-1,01	37,74	-38,12	38,50
[6,25-7,25)	36	6,75	-0,01	0,00	0,00	0,00
[7,25-8,25)	46	7,75	0,99	45,08	44,63	44,19
[8,25-9,25)	35	8,75	1,99	138,60	275,82	548,88
[9,25-10,25]	15	9,75	2,99	134,10	400,96	1198,88
Total	217			701,00	-368,03	5275,30

Sursa: rezultate-evaluare-națională-2022 aplicate în Excel

În tabelul nr. 2 totalul din colana a 6-a permite calcularea dispersiei (8):

$$\sigma^2 = \frac{701}{217} = 3,23$$

Abaterea medie pătratică (9),  $\sigma = \sqrt{3,23} = 1,80$  semnifică faptul că nota medie a celor 217 de elevi din Petroșani se abate în medie cu 1,80 de la media estimată.

Abaterea standard de 1,80 reprezintă 26,63 % față de medie (10):

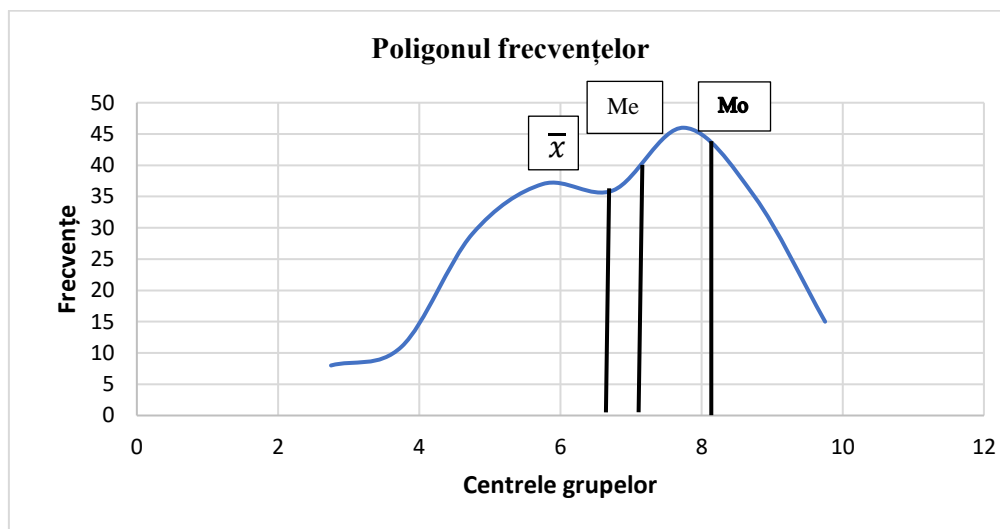
$$C_v = \frac{1,80}{6,76} \cdot 100\% = 26,63\%$$

Valoarea determinată a coeficientului de variație se situează sub valoarea de 35%, astfel concluzionăm că eșantionul celor 217 de elevi analizați este unul omogen din perspectiva variabilei notă (medie obținută), și totodată rezultă că și media notelor este reprezentativă din punct de vedere statistic.

Intensitatea împrăștierii notelor față de nota medie este mijlocie, ceea ce arată că media  $\bar{x} = 6,76$  este suficient de reprezentativă pentru toți cei 217 de elevi.

Valoarea coeficientului de asimetrie Pearson (11):  $C_{as} = (-368,03)/(217 \cdot 1,80^3) = -0,29$  indică o asimetrie cu o intensitate foarte mare negativă (de dreapta) (figura 3).

Boltirea sau excesul (12) este  $K = 5275,30 / (217 \cdot 1,80^4) = 2,3157$  sau  $\beta = K - 3 = 2,3157 - 3 = -0,6843$ , ceea ce ne indică o serie de date mai înaltă decât o distribuție normală (repartiție leptocurtică). [4]



**Figura nr. 3. Asimetrie negativă (de dreapta)  $\bar{x} < Mo$**   
 Sursa: rezultate-evaluare-națională-2022 aplicate în Excel

Se observă că forma de distribuție (repartiție leptocurtică) indică o variație crescătoare. Rezultatul se poate datora faptului că testul este neadecvat pentru populația respectivă, fie faptului că instruirea anterioară a fost neeficientă. [4]

Din grafic se observă deplasarea masivă spre dreapta a mediilor (notelor) mari, comparativ cu distribuția corectă. Se observă faptul că unii dintre elevi au obținut medii între 8-10.

Mediile obținute de cei 217 de elevi la EN 2022 au fost introduse într-o foaie de lucru Excel, și folosind opțiunea Analiza datelor din meniul Instrumente, am selectat Descriptive Statistics.

Calcularea automată a statisticilor descriptive în Excel sunt prezentate în tabelul nr. 3, a doua coloană, în analogie cu indicatorii obținuți anterior, prima coloană.

**Tabelul nr. 3**  
**Prezentarea rezultatelor prin calcul matematic și calcul automat**

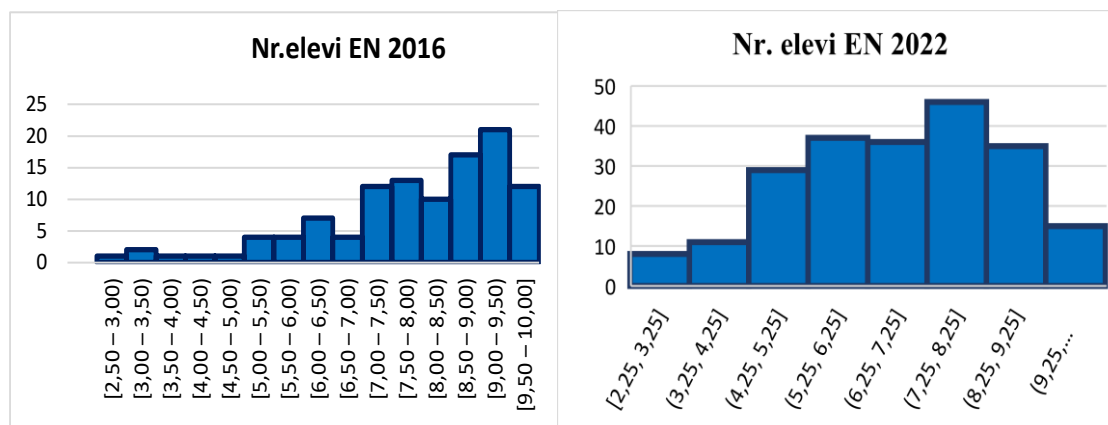
Indicatori	Medie EN Elevi Petroșani	
	Calcul matematic	Statistici descriptive
Medie	6,7638	6,759539
Eroare standard	0,11927	0,11927
Mediana	6,92	6,9
Modul	8,16	8,15
Deviație standard	1,80	1,756959
Varianta eșantionului	3,23	3,086903
boltire	-0,6843	-0,63841
asimetrie	-0,29	-0,32459
amplitudine	7,55	7,55
Minim	2,25	2,25
Maxim	9,8	9,8
Sumă	1466,82	1466,82
Număr elevi	217	217

Sursa: rezultate-evaluare-națională-2022 aplicate în Excel și Descriptive Statistics

## 6. Concluzii

În această lucrare am prezentat analiza repartiției pe grupe de medii obținute de elevii din Petroșani, județul Hunedoara, la Evaluarea Națională 2022, utilizând un sistem de indicatori care poate prognoza evoluția viitoare.

Făcând comparații între anii 2016 și 2022 la Evaluarea Națională din Petroșani putem observa ca mediile din 2022 au crescut comparativ cu anul 2016. În anul 2022, 81,6% din elevi au obținut medii mai mari sau egale cu 5, iar în anul 2016, 65% din elevi au obținut note mai mari sau egale cu 5. Putem observa aceasta schimbare și din figurile următoare: [1]



**Figura nr. 4. Comparație între histogramele distribuțiilor pe grupe de medii**  
Sursa: rezultate-evaluare-națională-2022 aplicate în Excel

Distribuția de frecvențe și reprezentările ei grafice ne dau o imagine generală despre modul cum este distribuită o colecție de valori ale variabilei care formează obiectul cercetării respective. Cu alte cuvinte, media și ceilalți indicatori ai tendinței centrale caracterizează corespunzător colectivitatea cercetată.

Cu alte cuvinte, media și ceilalți indicatori ai tendinței centrale caracterizează corespunzător colectivitatea cercetată.

### Bibliografie:

1. Popescu, A., *Statistică socială*, Editura Universitas, Petroșani, 2022
2. <http://www.ise.ro/wp-content/uploads/2015/03/PUBLICATIE-Sistemul-de-invatamant-2014.pdf> [Accesat la 26 Aprilie 2023]
3. <http://www.liviu-dragomirescu.ro/Carte/Performanta-notare.pdf> [Accesat la 26 Aprilie 2023]
4. <http://www.rasfoiesc.com/educatie/didactica/Analiza-statistica-a-datelor-e82.php>. [www.uab.ro/cursuri\\_perfectionare/program...7.../curs\\_modul7.doc](http://www.uab.ro/cursuri_perfectionare/program...7.../curs_modul7.doc) [Accesat la 26 Aprilie 2023]
5. <https://www.edupedu.ro/prefectul-de-hunedoara-singurul-prefect-care-a-reactionat-dupa-rezultatele-de-la-evaluarea-nationala-2022-si-bac-2022-directorii-scolilor-si-liceelor-cu-rezultate-foarte-slabe-ar-trebuie-sa-ia-urg/> [Accesat la 26 Aprilie 2023]
6. <http://inf.ucv.ro/documents/danciulescu/curs4-curs-5-curs6.pdf> [Accesat la 27 Aprilie 2023]
7. <https://www.phys.ubbcluj.ro/~dana.maniu/BIOSTAT/C2.pdf> [Accesat la 26 Aprilie 2023]
8. <https://data.gov.ro/dataset/rezultate-evaluare-nationala-2022/resource/66128aa8-f353-4eae-8f07-8995ed509478> [Accesat la 25 Aprilie 2023]
9. <http://www.thetrainers.ro/blog/2015/11/19/mitul-lui-gauss/> [Accesat la 26 Aprilie 2023]



## Percepția studenților despre calitatea învățământului

**Autor: Iari Amalia Izabela**

**Coordonator: Lect. univ. dr. Stegar Irinel**

**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper presents the way in which students perceive education and the way in which the activity is carried out. This work was carried out at the University of Petroșani and was based on a number of 14 subjects.*

Trăim într-o societate bazată pe economie de piață, în care, competiția produselor și a serviciilor a crescut foarte mult. Pentru a te menține pe piață și pentru a fi prosper, trebuie să fii competitiv, adică, să satisfaci cerințele clienților, să te raportezi la cele mai înalte standarde și să produci calitate. Întrucât nimeni nu cumpără produse sau servicii cărora le lipsește calitatea. Indiferent de cât de atractiv ar fi prețul lor.

Competitivitatea este de altfel, cerința fundamentală pentru succesul oricărei organizații care are ca obiective câștigarea și menținerea segmentului de piață căruia i se adresează cu produsele (bunuri sau servicii) oferite, în condiții de rentabilitate.

Organizațiile care livrează produse de același fel, se află într-o competiție permanentă, cu caracter ascendent, și nu-și permit să renunțe la aceasta, întrucât, pierderea competitivității ar însemna cu siguranță, falimentul și dispariția lor de pe piață.

Calitatea este un concept foarte frecvent utilizat în toate domeniile de activitate, în care concurența produselor și a serviciilor de pe piață a crescut foarte mult. Auzim tot mai des expresii de genul: Calitate înainte de toate!, Calitatea face diferența!, Mizăm pe calitatea produselor noastre! Sau Oferim servicii la cele mai înalte standarde de calitate!.

Prin urmare, un producător sau prestator de servicii poate exista și se poate dezvolta numai în condițiile de realizare a bunurilor și serviciilor la un nivel de calitate concurențial. Fără calitate nu există vânzări. Fără vânzări nu există profit. Fără profit, o afacere nu poate supraviețui.

Calitatea produsului este așadar o caracteristică importantă a competitivității unei organizații, alături de personal, activitatea industrială, activitatea comercială și activitatea financiară. O organizație este cu atât mai competitivă cu cât calitatea produsului este mai bună, activitatea industrială este mai eficientă, personalul mai bine pregătit și mai angajat în procesul muncii.

Mai mult, astăzi, în întreaga lume se consideră că, unul din factorii esențiali pentru realizarea și menținerea performanțelor unei organizații este calitatea produselor acesteia. Este important, așadar, pentru propria prosperitate, ca organizațiile și instituțiile producătoare sau prestatoare de servicii să dea importanța cuvenită competitivității și implicit calității produselor sau serviciilor oferite.

Componenta educațională nu face excepție de la nevoia de calitate, în special învățământul universitar, deoarece, pregătirea generațiilor succesive de educabili, pentru a face față solicitărilor multiple ale societății actuale, depinde în mare măsură de calitatea ofertei și prestației educative din mediul educațional universitar.

Învățământul universitar este cel care creează specialiștii care vor conduce într-un viitor apropiat, societatea și economia țării. Fiind responsabil, așadar, de pregătirea tinerelor generații de absolvenți în diferitele domenii ale cunoașterii, învățământul superior este responsabil totodată și de viitorul societății. De starea viitoare a națiunii. Calitatea instruirii și formării, este în consecință, un proces esențial, de maximă importanță pentru progresul educabililor și a societății totodată.

Această lucrare este bazată pe un studiu făcut asupra 14 studenți, legat despre modul în care percep ei învățământul universitar și cât de important este acest aspect pentru ei. Cercetarea s-a desfășurat în cadrul lunii Aprilie 2023, a fost folosit ca și instrument chestionarul, acesta fiind alcătuit din 23 de întrebări.

**Tabelul 1. Vârsta subiecților**

18-25 ani inclusiv	Peste 25 ani	Total
8	6	14
57%	43%	100%

**Tabelul 2. Programul de studiu al subiecților**

Asistență Socială	Sociologie	Total
9	5	14
64%	36%	100%

**Tabelul 3. Anul de studiu al subiecților**

Anul I	Anul II	Anul III	Total
8	3	3	14
57%	21%	21%	100%

Majoritatea subiecților vizați în cadrul cercetării, fac parte din programul de studiu de asistență socială și sociologie atât din anul I, II și III și au vârsta de 18-25 de ani dar și peste 25 de ani.

Cea mai mare parte dintre subiecți consideră actul de predare ca fiind cel mai important în procesul de învățământ, dar o parte importantă o constituie și calitatea relației dintre studenți și profesori dar și condițiile de lucru cum ar fi: săli, laboratoare, bibliotecă și accesul la logistică.

Pentru cea mai mare parte dintre subiecți cea mai frumoasă perioadă a vieții o reprezintă perioada studenției, o parte dintre aceștia nu o consideră cea mai importantă ci o văd ca pe o perioadă firească din viață.

Evaluarea și examinarea studenților se face în mod corect și obiectiv aceștia nefiind favorizați sau fiind nevoiți să utilizeze alte metode de a trece (relații, mită). Sintagma „ai carte, ai parte”, are o amprentă bine stabilită pe majoritatea dintre subiecți.

**Tabelul 4. Cea mai calitativă formă de desfășurare a procesului de învățământ**

Învățământul față-în-față	Învățământul online	Total
13	1	14
93%	7%	100%

**Tabelul 5. Preferința subiecților**

Învățământul față-în-față	Învățământul online	Total
12	2	14
86%	14%	100%

Cea mai mare parte dintre subiecți consideră că învățământul față-în-față este mai calitativ decât învățământul online, aceștia punând accentul pe șansa de a înțelege mai bine materia și de a primi explicații mai consistente. Aceștia preferă într-un număr foarte mare învățământul față-în-față și se declara mulțumiți de calitatea pregătirii lor până în acest moment.

În concluzie, doar punerea în practică a tuturor acestor aspecte și preocuparea universității pentru îmbunătățirea lor continua, va duce la asigurarea unor servicii de calitate pe toate palierele

instituției de învățământ superior, și ulterior la inserția în societate a unor absolvenți capabili să se integreze social și să acceseze locuri de muncă pe piața europeană a muncii.

Preocuparea pentru asigurarea calității în mediul universitar este oportună și importantă. Așadar, atâta timp cât la nivel internațional, calitatea este soluția care oferă instituției de învățământ superior credibilitate în fața clienților, o face competitivă pe piața internațională, și îi asigură existența.

Riscurile rămânerii în urmă în domeniul asigurării calității în învățământul superior, sau al ignorării acestui domeniu, sunt considerabile pentru universități și absolvenții acestora: nerecunoașterea diplomelor oferite de universitățile noastre în afara granițelor, pierderea credibilității universităților naționale în fața beneficiarilor, scăderea competitivității acestora și în ultimă instanță, izolarea universităților.

### **Bibliografie:**

1. <https://ro.scribd.com/document/405288668/Dimensiunea-calitatii-in-invatamantul-universitar-docx>
2. [https://www.researchgate.net/publication/275029866\\_Calitate\\_in\\_invatamantul\\_superior\\_Oportunitate\\_si\\_importanta](https://www.researchgate.net/publication/275029866_Calitate_in_invatamantul_superior_Oportunitate_si_importanta)

## Influența Social Media asupra tinerilor din noua generație

**Autor: Mitroi Maria-Cosmina**

**Coordonator: Lect. univ. dr. Anghel Mariana**

**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This paper reflects the issue of social development and evolution, so that the digital age becomes a peak, a central place in everyday life through which young people develop various skills, needs, abilities, habits, social peculiarities, contributing to the increase of skills. The direct implications of technologies concern professional activity as well as personal life, having negative and positive impacts on physical and mental health, appropriate / inappropriate behaviors in most situations.*

### 1. Noțiuni introductive

Social media are o influență semnificativă asupra tinerilor în ziua de astăzi, deoarece, datorită expansiunii mijloacelor de comunicare în masă și dezvoltării diferitelor platforme de comunicare, a devenit parte integrantă a vieții acestora. În literatura de specialitate, social media este definită ca fiind un mijloc utilizat în crearea comunităților / grupurilor de persoane, de comunicare prin intermediul device-urilor (calculatorul, laptop-ul telefonul, tableta), de căutare, procesare și transmitere a informațiilor descoperite pe internet, evidențiind, totodată, valori și interese comune. Luând în considerare dinamica dezvoltării informaționale existentă la momentul actual în societate, se observă anumite tendințe de diversificare în desfășurarea conținuturilor online prin intermediul rețelelor de socializare, cum ar fi: facebook, tik-tok, instagram, youtube și altele. Aceste conținuturi, dacă la început au avut menirea de a ușura transmiterea informațiilor, precum și comunicarea la distanță, în prezent, sunt organizate sub forma unor workshop-uri, training-uri, vizionare de videoclipuri, distribuire de fotografii etc, adică pot facilita procesul de formare al indivizilor, fără a fi necesară prezența fizică a acestora într-o anumită locație. Astfel, „platformele online de socializare au evoluat în ultimii ani de la un mijloc de comunicare între cetățeni la un instrument de marketing economic<sup>1</sup> sau de alternativă educațională și telemuncă. Toate aceste schimbări au condus la modelarea comportamentelor sociale care au determinat evoluția lor atât în prezent, cât și o regândire a modalităților de utilizare a acestora, într-un mod eficient, pe viitor.

Rețelele de socializare prezintă un ansamblu de modalități de transmitere de informații, prin care indivizii ajung să-și dezvolte profiluri personale, să se prezinte, să citească, să distribuie și să vizioneze postări, videoclipuri; să se infiltreze în grupuri și „să stabilească sau să mențină legături cu alte persoane”. Fiind într-o permanentă mișcare, au atras milioane de utilizatori, majoritatea accesându-le mereu, ilustrând modul lor de interacțiune și relaționare, beneficiind de „învățarea și participarea la cursuri și platforme.”<sup>2</sup>

Așadar, era digitală îi ajută pe tineri să fie remarcați, cunoscuți prin intermediul platformelor de socializare și să mențină o conexiune îndelungată între ei. Odată ce sentimentele de singurătate, izolare, depresie și anxietate dispar, se pot exprima liber fără nici o reținere, își demască o nouă

---

<sup>1</sup>\*\*\* *Social media – Ministerul pentru o societatea informațională;* Disponibil la: <https://www.anfp.gov.ro/R/Doc/2015/Proiecte/Social%20media/Ministerul%20pentru%20Societatea%20Informationala.pdf> accesat în data de 28.04.2023

<sup>2</sup> Iordache Dragoș Daniel (2014), *Utilizarea rețelelor de socializare în rândul studenților români – variabile, avantaje și limite*, Editura Revista Română de Interacțiune Om-Calculator București, p.1, Disponibil on-line la: <http://rochi.utcluj.ro/rrioc/articole/RRIOC-7-3-Iordache.pdf>

personalitate, amplificându-și abilitățile de cunoaștere și capacitățile de adaptare în mediul online. Internetul devine, astfel, o rutină pentru aceștia și intră în obișnuința zilnică deoarece își împărtășesc anumite aspecte din viața lor: cum se prezintă, ce vor să demonstreze sau să evedențieze, pe ce pun accentul cel mai mult și cum se văd pe ei înșiși.

## 2. Impactul utilizării internetului asupra tinerilor

Impactul utilizării internetului generează efecte comune la nivel individual, de grup sau social. Se prezintă contextul în care tinerețea este prezentată ca o perioadă a schimbărilor, a evoluțiilor, a personalităților reflexive centrate pe sentimente și emoții care primează în mediul virtual și atrage mulți tineri. Dependența pentru social media “definește raportul ce se creează între utilizatori și mediu online. În mediul online, există o dublă natură a individualității centrale, care poate să fie exprimată fie printr-o formă puternică și particularizată, fie prin exprimarea unui sine colectiv care se regăsește prin apartenența la grupul vast din care face parte utilizatorul.”<sup>3</sup> Se pune accentul pe imaginea de sine, comportamentul și personalitatea lor care se află într-o continuă schimbare, iar preocupările și posibilitățile oferite de noua tehnologie pot conduce la promovarea socializării, integrarea a tot ceea ce este nou în mediul virtual și țelurile noi atinse aflându-se într-un continuu progres de autocunoaștere și realizare. Socializarea este considerată principalul factor de atracție în cadrul rețelelor virtuale, deoarece presupune utilizarea platformelor online, interacțiunea între membrii, transmiterea anumitor informații cu privire la interese, pasiuni și atitudini comune, precum și însușirea anumitor norme de conduită practică în cadrul grupurilor. Social media este astfel considerată a fi o metoda utilă și necesară prin care tinerii sunt activi, deschiși spre cunoaștere, interacțiune și relaționare cu cei din jur.

Potrivit unui studiu pentru tineri, blogurile și rețelele sociale reprezintă „mijloace de exprimare, de comunicare și de influențare a conturării sinelui și a conduitei interioare prin care mediul online devine o țintă în îndeplinirea scopurilor propuse. Pe aceste site-uri, utilizatorii își definesc abordările online prin formula „I like”, ce reprezintă raportul afectiv în crearea legăturii între indivizi și mediul digital. În mediul online există o dublă natură a tânărului, în general, care poate să fie exprimată fie printr-o formă puternică și particularizată, fie prin exprimarea unui sine colectiv care se regăsește la fiecare grup vast din care face parte utilizatorul”<sup>4</sup>.

În contextul apariției pandemiei COVID-19, au fost generate o serie de manifestări care au accelerat și susținut tranziția de la mediul fizic spre cel on-line, evidențiind anumite implicații sociale. Impactul utilizării internetului prezentând deopotrivă atât aspecte pozitive (educația on-line, evoluția relațiilor de prietenie, accesibilitatea la informații etc), cât și aspecte negative (hărțuire, agresivitate online, vulgaritate, promovarea exemplelor negative).

### 2.1 Prezentarea avantajelor utilizării internetului

Tinerii au început ușor-ușor să se adapteze și să se familiarizeze cu modul de funcționare a erei digitale, cunoscând fel și fel de metode prin care se pot remarca, exprimându-se liber, făcându-se cunoscuți, legând prietenii, comunicând și interacționând. În acest sens, utilizarea internetului poate fi o modalitate eficientă de a comunica cu alți tineri și, totodată, găsind suportul emoțional de care au nevoie. Schimbarea mediului de viață și explorarea noilor tehnologii, evedențiază anumite aspecte generale enumerându-se posibilitățile pentru inovație, creativitate și divertisment. Era digitală devine, un loc central în viața de zi cu zi prin care tinerii își dezvoltă diverse aptitudini, nevoi, abilități, deprinderi, particularități sociale, contribuind la creșterea competențelor. Social media este o cale de

---

<sup>3</sup> Rădăcină Oana-Elena, (2018), *Implicațiile utilizării calculatorului și internetului asupra dezvoltării sociale a tinerilor* Editura Presa Universitară Clujeană, Cluj-Napoca, p.19; Disponibil on-line la: <http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/2387.pdf>

<sup>4</sup> *Ibidem*

a-i reprezenta și a se cunoaște pe ei înșiși, de a le amplifica trăsăturile și valorile, ajutându-i în marea majoritate a cazurilor să rămână conectați între ei. Sfera digitală determină o navigație mai amplă și mai succintă în care tinerii își pierd timpul pe internet, reprezentând pentru ei, totodată, un loc de explorare, orientare și exprimare prin care era digitală e văzută ca o energie a societății moderne, furnizând idei oamenilor, percepții și oportunități de dezvoltare. „Odată ce prezența online devine familiară, iar tinerii dezvoltă competențe digitale, ei devin participanți activi ai lumii virtuale. Atitudinea creativă și dinamică depinde însă și de alți factori, precum caracteristicile socio-culturale ale familiei din care tânărul face parte, utilizarea internetului de către părinți, stilul de viață al familiei, dispoziții personale etc. De aceea nu toți tinerii experimentați în utilizarea internetului devin creativi și inițiatori în lumea digitală. Ei descarcă mai multă muzică și filme, se joacă mai mult la calculator sau conversează online cu alte persoane. Pentru ei internetul oferă noi modalități și ocazii de divertisment, fără a atrage cheltuieli materiale în plus. În același timp, ei rămân în urmă cu aplicările creative, participative, generatoare de conținut.”<sup>5</sup>

## 2.2 Riscurile asociate utilizării internetului

De multe ori tinerii se lasă pradă influențării și manipulării magiei internetului, deoarece aceștia utilizează într-un mod necontrolat spațiul virtual producându-se schimbări psihice: distorsionarea interacțiunii, favorizarea izolării și a singurătății, dificultăți în a-și auto-regla timpul petrecut pe ecrane. Practic, utilizarea excesivă a internetului poate afecta performanța personală, academică și profesională a tinerilor. De asemenea, se pot manifesta efecte negative, cum ar fi: bunăstarea mentală, dezvăluirea intimității, integritatea în societate, stări de depresie, anxietate, vulnerabilitatea, izolare socială și stres. Pe parcurs, au apărut fenomenele de sexting (utilizarea tehnologiilor de transmitere a unor conținuturi cu elemente sexuale), a cyberbullying-ului (agresiune prin intermediul internetului), hărțuire online (comportament intenționat, care amenință sau deranjează insistent), iar „riscurile cu care tinerii se confruntă în spațiul virtual au ca sursă nu doar acțiuni ale altor persoane, ci și vulnerabilitățile propriului comportament. Acestea sunt adesea asociate neglijenței ori indiferenței manifestate în aplicarea unor măsuri stricte de protejare a datelor personale postate pe diverse site-uri sau rețele de socializare, fiind publice, accesibile tuturor și expuse exploatării în scopuri potențial dăunătoare propriei imagini sau siguranțe.”<sup>6</sup> Totodată, studiile de specialitate au evidențiat un nivel mai ridicat de protecție a datelor personale în spațiul virtual din partea persoanelor de sex feminin, acestea fiind mult mai deschise spre asumarea de riscuri prin dezvăluirea de informații sensibile despre propria persoană.

## 3. Necesitatea utilizării internetului

Internetul participă într-un mod total diferit în viețile tinerilor modelându-le caracterul, comportamentul și formându-le personalitatea. În timp, ei încep să dezvolte anumite deprinderi, afișează anumite gesturi și tipare, desfășoară activități cu prieteni, colegi, persoane apropiate și discută diverse aspecte din viața lor. „O analiză aprofundată a proceselor de comunicare, în contextul utilizării noilor tehnologii informaționale, poate avea un impact direct asupra teoriilor psihologiei sociale și a modelelor psihologice care explică comportamentul indivizilor pe Internet și îndeosebi accesarea site-urilor de social networking.”<sup>7</sup> Internetul are o importantă influență asupra tinerilor deoarece este facilitat accesul la informații de la un subiect banal până la cărți, articole științifice,

---

<sup>5</sup> \*\*\* *Oportunități online și tipuri de utilizatori online în rândul tinerilor din România* (2014) București, p.8/64, Disponibil la: <https://www.revistadesociologie.ro/pdf-uri/nr.1-2-214/05-TGyongyver.pdf>, accesat în data de 1.05.2023

<sup>6</sup> Popovici Elena Irina (2011) *Vulnerabilități și riscuri în exploatarea noilor tehnologii de informare și comunicare de către tineri*, Editura Eikon, Iași, pp.5/145-6/146, Disponibil la:

[https://revistasociologieromaneasca.ro/sr/article/download/2011\\_3\\_popovici/369/](https://revistasociologieromaneasca.ro/sr/article/download/2011_3_popovici/369/)

<sup>7</sup> <https://asociatiagetica.ro/influenta-internetului-asupra-tinerilor/> accesat în data de 29.04.2023

tutoriale ori recenzii pentru anumite produse, favorizează de asemenea comunicarea rapidă între oameni la nivel global prin intermediul email-ului, mesageriei sau rețelelor sociale și oferă oportunități pentru educație prin acces la cursuri, materiale didactice și instrumente de învățare.

Așadar, „internetul găzduiește o mulțime de site-uri cu un conținut educativ. Acestea variază de la simple persoane care își spun părerea despre anumite subiecte la specialiști cu zeci de ani experiență în domeniu respectiv, care pun la dispoziția tuturor lucrări științifice sau cursuri gratuite. Foarte mulți artiști și persoane publice și-au lansat cariera prin diferitele platforme de Social Media și, în același timp, aceste platforme reușesc să ofere șansa fiecărui individ să se afirme.”<sup>8</sup>

În timpul pandemiei, internetul a reprezentat o modalitate importantă pentru desfășurarea activităților profesionale și educaționale. În urma închiderii școlilor au fost luate măsuri stricte de izolare, iar activitățile instructiv-educative au făcut apel la noua tehnologie și soluții digitale, oferindu-le tinerilor șansa să învețe și să rămână conectați. Aceste soluții digitale pentru activitățile educaționale au scos la iveală și anumite limite, deoarece nu toți tinerii au resurse și acces la internet, sau dețin cunoștințe, abilități și resurse necesare pentru a comunica în lumea virtuală, deoarece viața lor se limita la spațiul propriei case, la ieșiri cu prieteni și activități extrașcolare. Așadar, „peste 1,5 miliarde de copii și tineri au fost afectați de închiderea școlilor din întreaga lume. În prezent, mulți dintre acești elevi învață și socializează mai mult online. Lipsa contactului direct cu prietenii poate duce la asumarea unor riscuri mai mari, cum ar fi trimiterea unor fotografii cu caracter sexual, iar timpul mai mare petrecut online, fără un program bine structurat, poate expune copiii la conținut dăunător și violent și la un risc crescut de hărțuire online.”<sup>9</sup>

De asemenea, internetul este și o sursă importantă pentru divertisment cu acces la jocuri online, filme sau cărți audio. În concluzie, internetul este necesar pentru a rămâne conectat cu lumea din jurul nostru și pentru a beneficia de oportunitățile pe care ni le oferă.

#### 4. Metodele de prevenire a influențării internetului asupra tinerilor

Cunoașterea modului de utilizare a internetului și identificarea cauzelor generate de utilizarea internetului, cum ar fi expunerea constantă în mediul online, problemele de personalitate (anxietate, depresie) dependența de internet, timiditatea, sentimentul de singurătate, izolare socială, stări de agitație, schimbări de comportament, pierderea noțiunii timpului etc. desemnează un impact profund al dispozitivelor, tehnologia fiind tot mai prezentă în viețile tuturor. Măsurile de prevenire ale social media vizează protejarea tinerilor de tot ceea ce înseamnă influențe negative expunere necontrolată, hărțuire sau agresiune on-line. Totodată, utilizarea în mod adecvat a informațiilor personale în mediul online în general sunt aspecte care țin de prevenția în rândul tinerilor. Prevenirea la timp asupra abuzurilor în mediul online, furnizarea opțiunilor de accesare a informațiilor, sprijin pentru tinerii aflați în situații critice, crearea unor conținuturi pozitive pe diferite platforme pentru a garanta că ele sunt sigure și sensibilizarea în rândul tinerilor să nu acceseze anumite site-uri sau să nu stea atât de mult conectați online sunt doar câteva modalități prin care se pot desfășura anumite ședințe sau discuții cu scopul de a-i ajuta și informa pe tinerii despre aceste probleme. Ei pot fi încurajați să facă activități în afara internetului, cum ar fi: sporturi, drumeții, cititul cărților, scrierea sentimentelor și emoțiilor într-un carnet/jurnal, ieșitul pe afară cu prietenii, comunicarea față-n față cu cei dragi.

„O serie de proiecte la nivel european au încercat să pună în perspectivă problema riscurilor internetului și să arate că mai multe riscuri, adesea, înseamnă și mai multe oportunități pentru utilizator și că experiențele riscante nu înseamnă neapărat experiențe dăunătoare. Mai mult, cercetările europene, la care România a luat parte, au însoțit o schimbare de paradigmă pentru modul

---

<sup>8</sup> \*\*\**Conectat la media-Interacțiunea tinerilor din România cu media*, Disponibil la:

<https://calculatorescu.ro/avantajele-dezavantajele-internetului/#acces-rapid-la-informa%C8%9Bii> accesat în data de 29.04.2023

<sup>9</sup> <https://www.unicef.org/romania/ro/comunicate-de-pres%C4%83/unicef-copiii-sunt-expu%C8%99i-unui-risc-crescut-%C3%AEEn-mediul-online-%C3%AEEn-timpul> accesat la data de 2.05.2023

cum este privit tânărul și locul acestuia în lumea digitală. S-a considerat că protejarea tânărului în raport cu riscurile internetului trebuie contrabalansată de împuternicirea lui, prin recunoașterea dreptului acestuia la o viață privată digitală și la exprimare în spațiul online. Mai mult, s-a considerat că este necesar să fie ascultată vocea acestuia atunci când se află situații problematice pe care le întâlnește pe internet. Toată această schimbare de paradigmă a însoțit discursul oficial care a trecut de la dezideratul unui internet ”mai sigur”, la dezideratul unui internet ”mai bun” pentru tineri, prin aceasta recunoscându-li-se dreptul la participare online și implicare civică.”<sup>10</sup>

## 5. Concluzii

Problemele rețelelor de socializare pătrund în fiecare aspect al vieții tânărului, deoarece acesta este tot mai activ în social media, intrând ușor în lumea digitală, de multe ori uitând să facă contact cu realitatea înconjurătoare, generând anumite comportamente și caractere cu efecte negative / pozitive. Pentru tineri, în marea majoritate a timpului, era digitală este foarte atrăgătoare la această vârstă (18-24 ani) deoarece răspund nevoii de comunicare, de interrelaționare, adaptându-se și familiarizându-se imediat cu modul de folosire și utilizare, iar tinerii au dezvoltat o dependență de diferitele device-uri în era digitală, care generează probleme de ordin psihologic și social.

„Poate părea dificil de recunoscut, dar probabil fiecare tânăr a observat cât de ușor apar sentimentele de invidie, gelozie, insecuritate atunci când altcineva este în centrul atenției, intensificându-se în momentul în care ei urmăresc postările altora sau postările „influencerilor”. Deși, de multe ori nu își dau seama de acest aspect, dar social media poate avea un efect nedorit, ducând la ceea ce putem numi o deformare a imaginii de sine.”<sup>11</sup>

„Rețelele de socializare sunt atât de atractive pentru tineri în general și pentru fete în particular datorită fuziunii a două trăsături ale adolescenței feminine. O trăsătură este instinctul adânc de a depăși raza familiei, de a-și lărgi cercul social și de a-și face noi prieteni. Și a doua este impulsul înăscut pentru activități care le provoacă intelectual.”<sup>12</sup>

Utilizarea internetului are un impact semnificativ în viața tinerilor, de aceea este important pentru ca tinerii să înțeleagă atât avantajele, cât și dezavantajele utilizării acestuia și să ia măsuri pentru a se proteja de posibilele efecte negative. De asemenea, este necesar să existe un program de prevenire a riscurilor asociate utilizării internetului într-un mod neadecvat, precum și îndrumarea tinerilor să utilizeze internetul într-un mod sănătos și echilibrat.

## Bibliografie:

1. Iordache Dragoș Daniel (2014), *Utilizarea rețelelor de socializare în rândul studenților români – variabile, avantaje și limite*, Editura: Revista Română de Interacțiune Om-Calculator, București, <http://rochi.utcluj.ro/rrioc/articole/RRIOC-7-3-Iordache.pdf>
2. Rădăcină Oana-Elena (2018) *Implicațiile utilizării calculatorului și internetului asupra dezvoltării sociale a tinerilor*, Editura Presa Universitara Clujeană, Cluj-Napoca, Disponibil la: <http://www.editura.ubbcluj.ro/bd/ebooks/pdf/2387.pdf>
3. Popovici Elena Irina (2011) *Vulnerabilități și riscuri în exploatarea noilor tehnologii de informare și comunicare de către tineri*, Editura Eikon, Iași, disponibil la: [https://revistasociologieromaneasca.ro/sr/article/download/2011\\_3\\_popovici/369/](https://revistasociologieromaneasca.ro/sr/article/download/2011_3_popovici/369/)

---

<sup>10</sup> \*\*\* *Conectat la media-Interacțiunea tinerilor din România cu Media*, Material realizat în cadrul programului ”Predau Educație Media! Laboratorul de educație și cultură media”, inițiat de Centrul pentru Jurnalism Independent, p.2 Disponibil la: <https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/02/STUDIU-CJI-000.pdf>

<sup>11</sup> <https://respiro.ro/time/influenta-social-media-asupra-imaginii-de-sine> accesat în data de 29.04.2023

<sup>12</sup> <https://www.dove.com/ro/incredereintine/help-for-parents/talking-about-appearance/how-does-social-media-affect-teens.html> accesat la data de 29.04.2023



4. \*\*\**Oportunități online și tipuri de utilizatori online în rândul tinerilor din România* (2014), București, Disponibil la: <https://www.revistadesociologie.ro/pdf-uri/nr.1-2-214/05-TGyongyver.pdf>
5. \*\*\**Conectat la media-Interacțiunea tinerilor din România cu Media*, Disponibil la: <https://cji.ro/wp-content/uploads/2020/02/STUDIU-CJI-000.pdf>
6. <https://www.anfp.gov.ro/R/Doc/2015/Proiecte/Social%20media/Ministerul%20pentru%20Societatea%20Informationala.pdf> accesat în data de 28.04.2023
7. <https://asociatiagetica.ro/influenta-internetului-asupra-tinerilor/> accesat la data de 29.04.2023
8. <https://calculatorescu.ro/avantajele-dezavantajele-internetului/#acces-rapid-la-informa%C8%9Bii> accesat în data de 29.04.2023
9. <https://www.unicef.org/romania/ro/comunicate-de-pres%C4%83/unicef-copiii-sunt-expu%C8%99i-unui-risc-crescut-%C3%AEn-mediul-online-%C3%AEn-timpul> accesat la data de 2.05.2023
10. <https://respiro.ro/time/influenta-social-media-asupra-imaginii-de-sine> accesat la data de 29.04.2023
11. <https://www.dove.com/ro/incredereintine/help-for-parents/talking-about-appearance/how-does-social-media-affect-teens.html> accesat la data de 29.04.2023

## Cauzele violenței în familie

**Autor: Pîrlea Gabriela-Steliana**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Anghel Mariana**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *The subject of this paper is domestic violence –its definition and some statistical data on victims, perpetrators and the types of domestic violence –, the causes of domestic violence and strategies of prevention for the different types of domestic abuse.*

### 1. Introducere

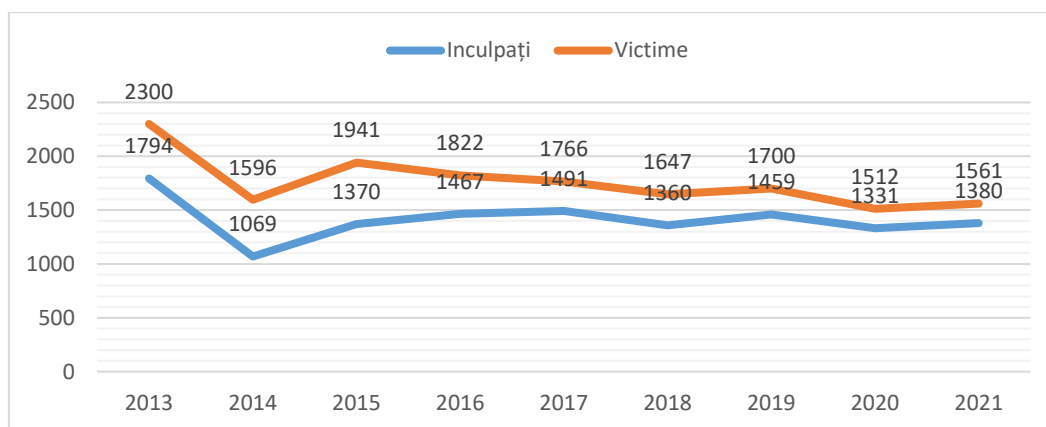
Expunerea la violență reprezintă una dintre cele mai importante cauze care generează degradarea calității vieții ființei umane, implicând costuri sociale, economice psihice și umane majore (Rujoiu în Buzducea (coord.), 2010, p. 223). Astfel, conform dicționarului de psihologie, violența în sine este definită ca “modalitate de acțiune socială menită să rezolve radical probleme ale orânduirii sociale; mobilizare și aplicare a forței revoluționare a maselor. În psihologie, conduită agresivă acută cu finalitate distructivă, punitivă sau transformativă” (Popescu-Neveanu, 1978, pp. 773-774).

Pentru o evidențiere mai clară și concisă, este necesar să luăm în considerare prevederile legislative cu privire la violența în familie, astfel în articolul 3 - Capitolul I Dispoziții generale din cuprinsul Legii nr. 217/2003 (\*republicată\*) pentru prevenirea și combaterea violenței domestice, „*violența domestică înseamnă orice inacțiune sau acțiune intenționată de violență fizică, sexuală, psihologică, economică, socială sau spirituală sau cibernetică care se produce în mediul familial sau domestic ori între soți sau foști soți, precum și între actuali sau foști parteneri, indiferent dacă agresorul locuiește sau a locuit împreună cu victima*” (<https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/despre-violenta-domestica>).

În societatea românească, odată cu schimbările sociale și economice generate de evenimentele din decembrie 1989, au fost declanșați mai mulți factori care au contribuit semnificativ la creșterea numărului cazurilor de violență domestică, dar și a intensității fenomenului la nivel de cuplu. Deși nu dispunem de informații cantitative care să reflecte prevalența reală a fenomenului în România, au fost însă identificate sursele violenței domestice (Rujoiu în Buzducea (coord.), 2010, p. 265).

Astfel, principala cauză este reprezentată de procesul de dezorganizare socială specific mai ales pentru acele secvențe ale colectivității caracterizate de sărăcie extremă, dizolvarea uniunii conjugale, delicvență și, în majoritatea cazurilor, alcoolism. Stresul social imens generat de perioada de tranziție reprezintă o importantă sursă a violenței, adesea partenerului mai slab din familie sau a femeilor care sunt percepute ca obiecte sexuale, în afara acesteia. Totodată inexistența unei legislații speciale în vederea incriminării actelor de violență intrafamilială, nerecunoașterea, din punct de vedere practic (din punct de vedere teoretic sunt susținute) a drepturilor pe care femeile le au, persistența modelelor tradiționale au constituit premise pe care s-a fundat fenomenul violenței împotriva femeii. Abia începând cu anul 2000 a fost inaugurat un proces constant de adoptare a unei legislații sensibile la problemele genului. Variabilele critice se referă la dezvoltarea instrumentelor instituționale pentru aplicarea acestei legislații și la dezvoltarea profesională și culturală a mecanismelor responsabile pentru promovarea legii. O protecție juridică a drepturilor femeii poate fi eficientă numai dacă este completată printr-un complex de programe politice, guvernamentale, educaționale, culturale și civice. Subdezvoltarea serviciilor de asistență socială reprezintă un factor cu impact negativ asupra protecției femeii aflată în situații de dificultate. Nici măcar legea nu poate fi aplicată eficient în absența unor astfel de servicii. De asemenea, dacă dezvoltarea unor servicii de

sprijin pentru situații-limită (violență, lipsă de adăpost, mame singure) este vitală, dezvoltarea unor servicii de prevenție, terapie și recuperare este la fel de importantă (Rujoiu în Buzducea (coord.), 2010, pp. 265-266).



**Figura nr. 1 Evoluția cazurilor de violență în familie în perioada 2013-2021 (nr. cazuri)**

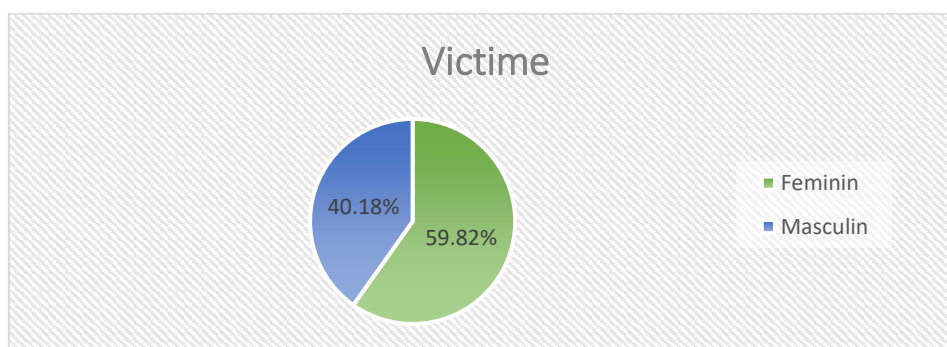
Sursa: Ministerul Public, Date statistice privind victimele violenței în familie (2013-2021)

<https://www.mpublic.ro/ro/content/date-statistice-privind-victimele-violenței-în-familie>

În România, în ceea ce privește cazurile de violență domestică, se poate observa că anii 2013 și 2014 au fost anii cu cea mai mare diferență în ceea ce privește numărul de cazuri raportate. În anul 2015 se vede o creștere ceva mai semnificativă; din anul 2016 până în anul 2021 nu mai au loc creșteri sau scăderi însemnate.

Diferențele în numărul cazuri de la un an la altul poate fi explicat prin: decizia victimelor de a-și raporta sau nu agresorul, crearea unor strategii naționale pentru combaterea violenței domestice și promovarea egalității de șanse între femei și bărbați, legi mai stricte, o schimbare treptată a mentalității asupra acestui subiect permițând victimelor să se deschidă cu privire la problemele lor și de a le oferi curajul de a dori să-și schimbe situația etc.

Un alt lucru care se poate observa este diferența destul de însemnată dintre numărul de inculpați în comparație cu numărul de victime, numărul de inculpați fiind mai mare. Acest lucru se întâmplă din cauza faptului că un agresor are, de multe ori, mai mult de o singură victimă (de exemplu, un bărbat își poate agresa, pe lângă soție, și copiii).



**Figura nr. 2 Procentajul victimelor violenței domestice pe sexe, 2018**

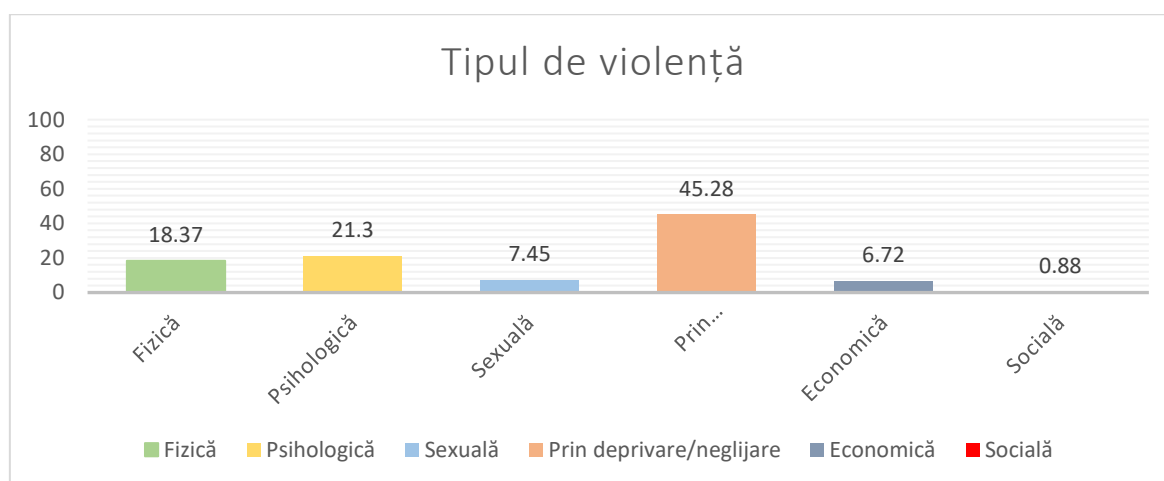
Sursă: Studiu Național privind violența domestică, (2018), Agenția Națională pentru Egalitatea de șanse între femei și bărbați, disponibil online pe: <https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2020/02/2018-STUDIU-NATIONAL-VD.pdf>

Potrivit unui studiu cu privire la violența domestică pe anul 2018 al Agenției Naționale Pentru Egalitatea De Șanse Între Femei Și Bărbați evidențiază următoarele aspecte relevante ale violenței domestice. În urma acestui studiu a reieșit faptul că din 13.182 de victime ale violenței în familie

7.885 (59,82%) au fost de sex feminin, iar 5.297 (40,18%) au fost de sex masculin (<https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2020/02/2018-STUDIU-NATIONAL-VD.pdf>).

Repartiția victimelor violenței în familie după tipul de violență (<https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2020/02/2018-STUDIU-NATIONAL-VD.pdf>):

- Fizică: 2.533 (18,37%);
- Psihologică: 2.937 (21,3%);
- Sexuală: 1.027 (7,45%);
- Prin deprivare / neglijare: 6.242 (45,28%);
- Economică: 926 (6,72%);
- Socială: 121 (0,88%).



**Figura nr. 3 (%) Repartiția victimelor violenței în familie după tipul de violență, 2018**

Sursă: *Studiu Național privind violența domestică, (2018), Agenția Națională pentru Egalitatea de șanse între femei și bărbați, disponibil online pe: <https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2020/02/2018-STUDIU-NATIONAL-VD.pdf>*

## 2. Cauzele violenței în familie

Având în vedere faptul că toate situațiile violenței în familie sunt unice, există totuși o serie de cauze comune care influențează apariția comportamentelor agresive. Printre cele mai comune cauze amintim: comunicarea defectuoasă între parteneri care generează tensiuni și stres, la fel cum consumul de alcool sau de droguri poate conduce la creșterea violenței. Deși, nici o cauză, indiferent de natura ei, nu justifică violența domestică, este important de a trece în revistă a factorii care generează violența în familie așa cum sunt prezentați pe site-ul Poliției Române (*Cauze ale violenței domestice, disponibil online pe: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/cauzele-violentei-domestice> apud. Studiul privind violența domestică, (2016) Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității*):

### ➤ Factorii culturali:

- **Atitudinile și stereotipurile sociale care legitimează rolul dominant al bărbatului și pe cel subordonat al femeii**, care s-au perpetuat de-a lungul istoriei omenirii, reprezintă una dintre principalele cauze care determină apariția violenței conjugale. Astfel, mentalitatea privind superioritatea masculină reprezintă un principal factor responsabil în manifestarea fenomenului de violență domestică. Nu trebuie uitat faptul că în România, mai ales în mediul rural, familia este văzută ca o sferă privată, aflată sub controlul bărbaților, având la bază modelul patriarhal de relaționare, în care bărbatul decide și femeia ascultă, se conformează și îl urmează.

- O altă problemă este cea a **percepției asupra desfacerii căsătoriei**. Există încă, moștenită prin educație, perspectiva conform căreia divorțul este recunoașterea unui eșec, de multe ori al femeii, considerată a fi principala responsabilă de unitatea familiei. În starea psihică de teamă provocată de agresiunile partenerului, victima se îndreaptă, în primă instanță, către familia de proveniență și către vecinătate, unde, din păcate se poate lovi de o reacție de dezaprobare față de intenția de a-și destrăma casa. Din păcate, multe dintre victime, descurajate, se resemnează în acest moment și nu mai speră că situația lor se mai poate schimba sau că cineva le mai poate ajuta.
- **Permisivitatea socială față de violența în cuplu** - Conflictele violente din familie, în care femeia este victimă, devin într-o oarecare măsură cunoscute în rândul anturajului, în rândul comunității în care trăiesc, iar lipsa de reacție a celor din jur denotă indiferență sau chiar o aprobare tacită.
- Un alt aspect cultural care contribuie în mod decisiv la apariția unor comportamente violente în cuplu este reprezentat de faptul că **violența este văzută ca o formă de soluționare a situațiilor tensionate/conflictuale**. Acest lucru este vizibil nu numai la nivelul familiei/cuplului, ci și la nivel comunitar și în modul de abordare a altor tipuri de situații conflictuale. Prin violență se încearcă impunerea unei viziunii proprii asupra unor aspecte care ridică divergențe.
  - **Mijloacele de comunicare în masă**
- Nu se poate spune că mass-media creează violență, dar contribuie la întreținerea ei și, fără îndoială, are un rol în creșterea nivelului de agresivitate. Este dificil de cuantificat măsura în care mass-media este responsabilă de intensificarea unor comportamente violente, dar putem observa că tendința este de liberalizare a activităților mediatice, fără a fi dublate însă de un control sau autocontrol eficient asupra calității și responsabilității impactului difuzării informației, raportat la nivelul de înțelegere al publicului.
  - **Factorii socio-economici:**
- **Sărăcia** este unul dintre cei mai des incriminați factori responsabili în apariția și proliferarea violenței în familie. Incapacitatea de a-și satisface anumite trebuințe materiale determină frustrarea individului, frustrare care generează, la rândul ei, o energie negativă care se răsfrânge asupra vieții familiale.
- **Dependența financiară a femeii**, existentă în multe dintre cazurile de abuz în cuplu, favorizează lipsa de reacție a victimei. Femeia rămâne lângă partenerul său pentru că nu se poate întreține singură, nu are cu ce să plătească o locuință, nu are cu ce să își întrețină copiii și, astfel, alege să rabde.
  - **Factorii juridici:**
- Procedurile legale greoaie aplicabile în cazul solicitării custodiei copiilor, lipsa de pregătire a specialiștilor din instituțiile publice – asistenți sociali, procurori, psihologi sunt alți factori care îngreunează activitatea de prevenire și combatere a fenomenului. Totodată, criza încrederii în sistemul juridic poate constitui un factor agravant al acestui fenomen.
  - **Factorii politici:**
- Lipsa interesului politic pentru problematica femeilor, în general, și pentru violență domestică, în particular, valorizarea excesivă ca spațiu privat a familiei, prin limitarea intervenției statului în viața cuplului, neimplicarea femeilor în viața politică, favorizează perpetuarea violenței domestice în societate.
  - **Factorii endogeni - caracteristici ale personalității**
- Agresorul: Această explicație a violenței domestice mută accentul pe **trăsăturile de personalitate ale persoanei abuzatoare**, fiind considerate un important factor de risc. Abuzatorii sunt deseori descriși ca având stimă de sine scăzută, gelozie excesivă, personalități agresive și ostile, au abilități scăzute de comunicare, abilități sociale scăzute, nevoia intensă de putere sau sentimente de neputință, anxietate sau teamă puternică de abandon, personalități

narcisice, egoism etc. **Concepția lor despre viață și familie este bazată pe mentalitatea tradițională de superioritate a bărbatului asupra femeii**, conform căreia dreptul de control asupra membrilor familiei le aparține.

- Victima: Totodată, un rol important în apariția și proliferarea comportamentelor violente în cuplu îl au și **caracteristicile de personalitate ale victimei**. Teoria învățării sociale explică de ce femeilor le este dificil să iasă dintr-o relație violentă, pentru că, așa cum comportamentul agresiv se învață, așa se învață și atitudinea și comportamentul de neajutorare, comportamentul pasiv, lipsa de reacție față de violență. Femeile învață că violența este în afara controlului lor sau, că este ceva normal și, astfel, devin deprimare, depresive și incapabile să se ajute. Ajung să considere violența ca un dat al destinului lor, să o accepte ca pe o consecință a unei alegeri greșite și să nu mai încerce altceva decât să reducă intensitatea ei, pentru că nu-și mai pot imagina o altfel de viață.

Ceea ce este specific victimei violenței în cuplu este dependența materială și emoțională de agresor, interiorizarea unor concepții tradiționale cu privire la rolul femeii în cuplu precum și prezența unor caracteristici de personalitate ce o predispun la o astfel de victimizare (fragilitate psihică, tendința de autoînvinovățire, docilitatea, obediența, anxietatea, conformismul, starea de irascibilitate, pot fi persoane fără inițiativă sau le poate lipsi percepția obiectivă asupra realității) (*Cauze ale violenței domestice, disponibil online pe: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/cauzele-violentei-domestice> apud. Studiul privind violența domestică, (2016) Institutul de Cercetare și Prevenire a Criminalității*).

### 3. Prevenirea violenței domestice

Conform “*Strategiei naționale privind promovarea egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați și prevenirea și combaterea violenței domestice pentru perioada 2018-2021*” există două metode de a preveni violența domestică.

Prima metodă face referire la **creșterea eficacității măsurilor de prevenire a violenței domestice și a recidivei acesteia** prin derularea de campanii de conștientizare, organizare de dezbateri publice periodice și promovarea bunelor practici în domeniu.

A doua metodă include **dezvoltarea de atitudini și comportamente nonviolente pentru atingerea obiectivului "toleranță zero" față de violența domestică**, care prevede:

- Desfășurarea unor programe educative pentru părinți și copii, în vederea prevenirii violenței domestice, inclusiv prin parteneriate școală-comunitate-familie;
- Creșterea gradului de informare, conștientizare și responsabilizare a populației;
- Dezvoltarea unui răspuns pro-activ și preventiv al școlilor la problema violenței domestice;
- Schimbarea modalităților de abordare/mediatizarea faptelor de violență domestică.
- Elaborarea unei strategii naționale specială pentru prevenirea și combaterea violenței sexuale. (<https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2018/06/Strategia-Nationala-ES-si-VD.pdf>):

În continuare sunt prezentate câteva acțiuni pe care ar trebui să le ia în considerare victima violenței domestice în situația în care este abuzată (*Ce ai putea face cineva care este victima violenței domestice, disponibil online pe: <https://dj.politiaromana.ro/ro/prevenirea-criminalitatii/prevenirea-violentei-domestice>*):

- Victima trebuie să-și facă un plan de siguranță care să conțină persoanele cu care victima poate discuta despre abuz, care îi poate oferi un refugiu în caz de nevoie, care o pot consilia și sprijini, care pot să depună mărturie în cazul în care se ajunge la proces și cărora le poate da spre păstrare documentele importante, bani etc. De asemenea, numerele de telefon la care victima poate apela la nevoie ori lista cu obiectele de care aceasta are nevoie în cazul în care trebuie să plece.

- Victima să se prezinte la medicul legist pentru constatarea leziunilor produse prin agresare și obținerea certificatului medico-legal. Încadrarea juridică a faptei se face în funcție de numărul zilelor de îngrijiri medicale.
- Să se prezinte imediat la Poliție pentru a depune plângere.
- Să se adreseze Direcției Generale de Asistență Socială și Protecția Drepturilor Copilului în cazul în care copiii au asistat la violențe sau au fost victimele violențelor.
- Să nu își retragă plângerea.
- Să solicite instanței de judecată emiterea unui ordin de protecție care o va apăra de agresor.

#### 4. Concluzii

Violența în familie este un fenomen des întâlnit în societatea românească, aceasta putând lua multiple forme, unele mai greu de detectat și de rezolvat decât altele.

Acest fenomen poate afecta: (1) starea de sănătate fizică și mentală a victimelor; (2) viața profesională; (3) statutul economic, precum și (4) relațiile sociale (*Consecințele violenței domestice, disponibil online pe: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/consecintele-violentei-domestice>*).

Violența domestică are multiple consecințe:

- Consecințe cu privire la sănătatea fizică – victima poate suferi o serie de vătămări care necesită îngrijiri medicale
- Urmări la nivelul sănătății mentale – victimele pot prezenta tulburări tranzitorii sau definitive în sfera emoțională
- Violențele în familie este principala cauză a comportamentelor pre-delicvente adoptate de minori
- În ceea ce privește statutul profesional și economic – victimelor le poate fi interzisă, de către agresor, practicarea unei meserii
- Consecințe din punct de vedere social – victimele sunt izolate radical sau treptat de familia de origine, grupul de prieteni, colegi, servicii de suport social. Izolarea socială a victimei reprezintă unul dintre cei mai severi factori de eșec în încercarea victimei de a ieși din această dependență față de agresor.

Violența domestică se poate întâmpla oricui, indiferent de rasă, vârstă, religie, sex etc. și afectează persoane de toate mediile socioeconomice indiferent de nivelurile de educație. Violența domestică se poate întâmpla partenerilor intimi care sunt căsătoriți, locuiesc împreună, se întâlnesc sau au un copil sau mai mulți.

Violența domestică nu îi afectează doar pe cei care sunt abuzați, ci are și un efect substanțial asupra membrilor familiei, prietenilor, colegilor de muncă, altor martori și asupra comunității în general. Copiii, care cresc martori ai violenței domestice, se numără printre cei grav afectați de această crimă. Expunerea frecventă la violență în casă nu numai că predispune copiii la numeroase probleme sociale și fizice, dar îi învață și că violența este un mod normal de viață - prin urmare, crescând riscul lor de a deveni următoarea generație de victime și agresori ai societății.

Ca măsuri de protecție care pot fi luate în cazuri de violență domestică amintim: apelarea la poliție, solicitarea unui ordin de protecție, consiliere juridică, precum și asistență psihologică și medicală. De asemenea, este important să existe grupuri de suport pentru victimele violenței domestice pentru a li se asigura suportul emoțional de care au nevoie și pentru a facilita trecerea peste trauma suferită.

#### Bibliografie:

1. Agenția Națională pentru Egalitatea de Șanse între Femei și Bărbați, *Strategia națională privind promovarea egalității de șanse și de tratament între femei și bărbați și prevenirea și*

- combaterea violenței domestice pentru perioada 2018-2021*, Disponibil la: <https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2018/06/Strategia-Nationala-ES-si-VD.pdf> [Accesat la 7 Aprilie 2023]
2. Agenția Națională pentru Egalitatea de Șanse între Femei și Bărbați, *Studiu național privind violența domestică – 2018*, 2019, Disponibil la: <https://anes.gov.ro/wp-content/uploads/2020/02/2018-STUDIU-NATIONAL-VD.pdf> [Accesat la 19 Aprilie 2023]
  3. I.P.J. Dolj, *Prevenirea violenței domestice*, Disponibil la: <https://dj.politiaromana.ro/ro/prevenirea-criminalitatii/prevenirea-violentei-domestice> [Accesat la 20 Aprilie 2023]
  4. Ministerul Public, Parchetul de pe lângă Înalta Curte de Casație și Justiție, *Date statistice privind victimele violenței în familie pentru întreg ministerul public (2013 - 2021)*, Disponibil la: <https://www.mpublic.ro/ro/date-statistice-privind-victimile-violentei-in-familie> [Accesat la 1 Aprilie 2023]
  5. Poliția Română, *Cauzele violenței domestice*, 2016, Disponibil la: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/cauzele-violentei-domestice> [Accesat la 30 Martie 2023]
  6. Poliția Română, *Consecințele violenței domestice*, Disponibil la: <https://www.politiaromana.ro/ro/violenta-domestica/consecintele-violentei-domestice> [Accesat la 21 Aprilie 2023]
  7. Poliția Română, *Despre violența domestică*, Disponibil la: <https://www.politiaromana.ro/ro/prevenire/violenta-domestica/despre-violenta-domestica> [Accesat la 20 Aprilie 2023]
  8. Popescu-Neveanu P., 1978, *Dicționar de psihologie*, Editura Albatros, București
  9. Buzducea D. (coord.), 2010, *Asistența socială a grupurilor de risc*, Editura Polirom, Iași.



## Ora de educație fizică la Universitatea din Petroșani

**Autor: Sandu Eugenia**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Stelescu Ioan**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Physical education can be defined as a learning and development process that focuses on the development of motor skills, physical and mental health and socialization through movement. Through physical education, students are exposed to a wide range of physical activities, including games, sports, gymnastics, dance and other activities that involve movement. This area involves a variety of activities and exercises that improve cardiovascular fitness, muscle strength, flexibility and coordination. These activities are designed to improve students' physical fitness, mental health and overall well-being. In addition, physical education promotes values such as fair play, respect, cooperation and tolerance.*

Educația fizică este o componentă importantă a educației globale. Prin conținutul și sarcinile sale specifice, prin influențele sale sistemice asupra individului, atât în plan motric, cât și fizic, intelectual, afectiv, estetic ea se constituie într-o cale spre educația generală. Conceptul de educație fizică reprezintă o abstractizare și o generalizare a experienței acumulate în acest domeniu, începând din cele mai vechi timpuri și până în zilele noastre. Concepția despre educația fizică reprezintă valorificarea conceptului de educație fizică, prin aplicarea lui la condițiile concrete ale anumitor societăți.

Educația fizică și sportul sunt activități de interes național, sprijinite de stat, de aceea se precizează că: „prin educație fizică și sport se înțelege toate formele de activitate fizică menite, printr-o participare organizată sau independentă, să exprime sau să amelioreze condiția fizică și confortul spiritual, să stabilească relații sociale civilizate și să conducă la obținerea de rezultate în competiții de orice nivel”. Practicarea educației fizice și sportului este un drept al persoanei, fără nici o discriminare, garantat de stat, iar autoritățile administrative, instituțiile de învățământ și instituțiile sportive au obligația de a sprijini educația fizică, sportul pentru toți și sportul de performanță și de a asigura condițiile de practicare a acestora.

Specificul calitativ al educației fizice nu constă în faptul că se desfășoară o activitate motrică, ci în modul în care se desfășoară această activitate, în obiectivele urmărite și în accentul pus pe valoarea formativă a conținutului instruit. Subiectul care execută o anumită acțiune motrică reacționează printr-o conduită complexă care include reacții fiziologice, manifestări exterioare, răspunsuri mentale și efecte asupra mediului extern. În consecință, conceptul de educație fizică trebuie să evidențieze contribuțiile multiple ale acestei activități la calitatea vieții individului.

În ceea ce privește conținutul educației fizice, acesta poate varia în funcție de țară, școală și nivel de învățământ. Cu toate acestea, obiectivele educației fizice includ de obicei dezvoltarea aptitudinii fizice și a abilităților motorii, precum și promovarea unui stil de viață activ și sănătos.

Educația fizică este importantă pentru menținerea sănătății și a stării fizice bune. Oamenii care fac activități fizice regulate au un risc mai mic de a dezvolta afecțiuni precum bolile de inimă, diabetul și obezitatea. Activitatea fizică poate fi de asemenea benefică pentru sănătatea mentală, reducând stresul și îmbunătățind starea de spirit.

În sistemul educațional, educația fizică este adesea inclusă ca materie obligatorie, încurajând elevii să își dezvolte abilitățile fizice și să aibă un stil de viață sănătos. Activitățile fizice din cadrul educației fizice pot include sporturi colective și individuale, jocuri, exerciții de forță și de flexibilitate, dans și alte activități care îmbunătățesc starea fizică și dezvoltă abilitățile motorii.

Teoria educației fizice și sportului este un domeniu care se ocupă cu studiul principiilor, metodelor și strategiilor utilizate pentru a îmbunătăți performanța fizică și sportivă. Această teorie se bazează pe o serie de discipline științifice, cum ar fi anatomia, fiziologia, biomecanica, psihologia și pedagogia, pentru a oferi o înțelegere mai profundă a proceselor fiziologice și psihologice care stau la baza performanței fizice și sportive.

În plus, teoria educației fizice și sportului se concentrează și pe importanța exercițiilor fizice și a activității sportive pentru sănătatea și bunăstarea generală a oamenilor. Cercetările au demonstrat că activitatea fizică regulată are beneficii semnificative pentru sănătatea fizică și mentală, îmbunătățind starea de spirit, reducând stresul, îmbunătățind somnul și creșterea capacității cognitive.

Teoria educației fizice abordează mai multe aspecte, cum ar fi: *dezvoltarea fizică și motorie*. Aceasta se referă la modul în care activitățile fizice pot îmbunătăți aptitudinile motorii și capacitatea fizică a indivizilor. *Dezvoltarea socială și emoțională*: activitățile fizice pot ajuta la îmbunătățirea relațiilor sociale și la dezvoltarea abilităților de colaborare, comunicare și leadership. *Promovarea sănătății*: educația fizică poate ajuta la promovarea unui stil de viață sănătos prin intermediul activităților fizice și a alimentației echilibrate. *Învățarea prin mișcare*: Activitățile fizice pot fi utilizate pentru a îmbunătăți performanța academică prin îmbunătățirea capacității cognitive și a atenției. *Managementul activităților fizice*: Aceasta se referă la planificarea și organizarea activităților fizice și sportive în cadrul școlii sau a altor instituții, precum și la gestionarea resurselor și a programelor educaționale. În general, teoria educației fizice are ca obiectiv îmbunătățirea stării de sănătate și a calității vieții prin intermediul activităților fizice și sportive și prin dezvoltarea abilităților sociale și cognitive. (*Terminologia educației fizice și sportului, Editura Stadion, București, 1974*)

Ora de educație fizică la universitate poate fi o oportunitate excelentă pentru studenți de a se angaja într-un stil de viață activ și sănătos și de a-și îmbunătăți performanțele academice. Unele universități cer studenților să urmeze cursuri de educație fizică ca parte a programului lor de studii, iar altele oferă această opțiune ca o alegere opțională.

În cadrul Universității din Petroșani, această disciplină e în regim obligatoriu pentru anii I și II, iar facultativ pentru ceilalți ani. În timpul orelor de educație fizică la universitate, studenții pot participa la o varietate de activități fizice, inclusiv sporturi, gimnastică și alte activități recreative. Aceste activități pot fi organizate ca un curs semestrial sau trimestrial, sau ca un program de activități la cerere, care permite studenților să participe la activități în funcție de programul lor și de interesele lor.

În plus față de beneficiile pentru sănătatea fizică, orele de educație fizică la universitate pot oferi și beneficii pentru sănătatea mentală. Studenții pot reduce nivelul de stres și anxietate prin activități fizice și pot dezvolta abilități sociale prin interacțiunea cu alți studenți și prin jocurile de echipă. La Universitatea din Petroșani, baza materială se compune din stadion gazonat omologat pentru fotbal și rugby, pistă de atletism cu 5 culoare, teren de bitum multifuncțional, teren de tenis de câmp cu zgură și sală de sport omologată pentru jocuri de volei și baschet. (*Ionuț Stelescu, Ora de educație fizică la Universitatea din Petroșani, pag.17*)

Educația fizică la universitate poate fi o oportunitate excelentă pentru studenți de a-și îmbunătăți sănătatea fizică și mentală și de a dezvolta abilități sociale. Este important să găsiți o activitate care să vă placă și să vă țină motivați pentru a vă menține angajamentul pe termen lung.

Cercetarea s-a desfășurat în mediul online în perioada lunii decembrie 2022, a cuprins 64 subiecți din Universitatea din Petroșani, aceștia fiind aleși ținând cont de câteva cote: să fie studenți în cadrul universității, să fie de vârste cuprinse între 20- 55 ani și să aibă diverse ocupații. Tehnica utilizată a fost interviul, bazat pe un protocol de interviu care a cuprins 19 întrebări, dintre ele fiind întrebări de opinie și factuale.

Din punct de vedere al caracteristicilor comune lotului de subiecți avem:

**Tabelul 1. Studenți din cadrul celor 3 facultăți:**

	Științe	IME	MINE	Total
Abs	41	21	2	64
%	64.1%	32.8%	3.1%	100%

**Tabelul 2. Din cei 64 respondenți, 78.1 % sunt mulțumiți de structura educației fizice**

	Sunt mulțumiți	Nu sunt mulțumiți	Total
Abs	50	14	64
%	78.1%	21.9%	100%

Studenții din cadrul universității sunt mulțumiți de structura educației fizice. Prin educația fizică din școală, se asigură formarea de cunoștințe, deprinderi practice și intelectuale, precum și însușirea de valori etice, care contribuie la dezvoltarea capacității de integrare socială a individului. Studenții evidențiază că educația fizică nu reprezintă scopuri în sine, ci contribuie la realizarea finalităților generale ale educației, alături de celelalte discipline.

**Tabelul 3. Sportul ales de studenți să practice la lecția de educația fizică:**

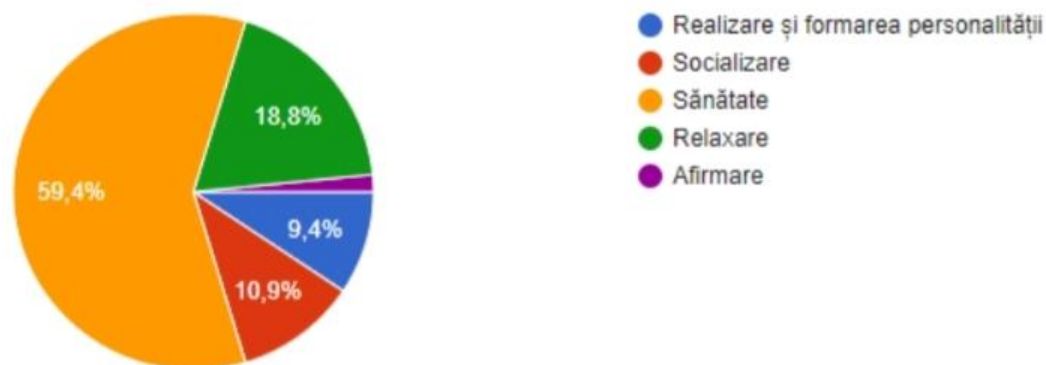
	Fitness	Fotbal	Volei	Tenis	Baschet	Jogging	Scrimă	Total
Abs	20	16	14	7	3	2	2	64
%	31.3%	25%	21.9%	10.9%	4.7%	3.1%	3.2%	100%

Practicarea unui sport, reprezintă instrumentul ideal prin care un student se poate menține în formă, atât din punct de vedere mental, dar mai ales din punct de vedere fizic. Studenții pe lângă exercițiile aerobice și de fitness, preferă să practice sporturi cu mingea de fotbal, volei, baschet, tenis. Putem menționa că activitatea sportivă din cadrul orelor este aleasă și în timpul liber.

**Tabelul 4. Cât de importantă este ora de sport în domeniul de desfășurare pentru studenți:**

	Formarea personalității	Socializare	Sănătate	Relaxare	Afirmare	Total
Abs	6	7	38	12	1	64
%	9.4%	10.9%	59.4%	18.8%	1.6%	100%

Este bine știut că, educația fizică desfășurată la nivel de învățământ universitar îndeplinește un rol deosebit în procesul de formare și dezvoltare a personalității. După cum se observă din tabelul nr.4, locul fruntaș ocupat de activitatea sportivă în sănătate, putem afirma că majoritatea subiecților consideră mișcarea un factor de menținere a sănătății și de dezvoltare. Locul secund este dedicat relaxării. Practicarea unui sport implică interacționarea cu prietenii, colegii fiind un mijloc de destindere.



**Tabelul 5. Condițiile de lucru din sălile de sport, terenuri în opinia studenților sunt:**

	Foarte bune	Medii	Insuficiente	Necorespunzătoare	Total
Abs	15	41	7	1	64
%	23.4%	64.1%	10.9%	1.6%	100%

Universitatea din Petroșani, asigură studenților un stadion gazonat pentru fotbal și rugby, teren de tenis de câmp cu zgrură, o sală de sport omologată pentru jocuri de volei și baschet.

**Tabelul 6. Considerați sistemul de notare cu calificativul ADMIS-RESPINS adecvat**

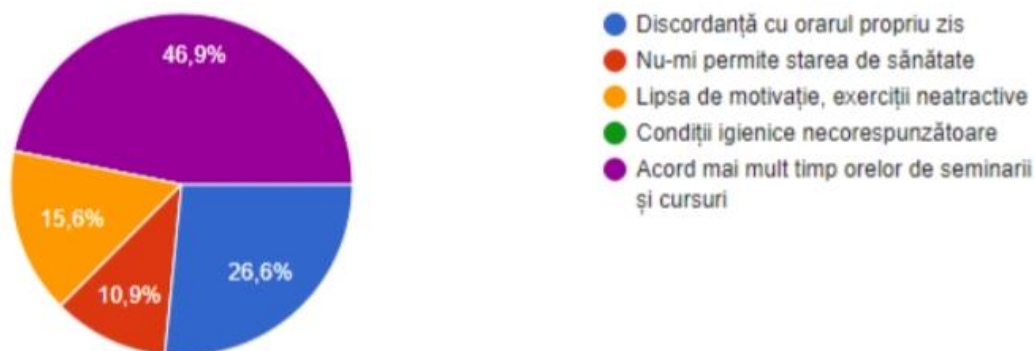
	Da	Nu	Indiferent	Total
Abs	47	6	11	64
%	73.4%	9.4%	17.2%	100%

Luând în considerare desfășurarea orei, putem observa că aceasta este apreciată, având o structură aproape neschimbată din anii liceului-marea majoritate a subiecților fiind de acord cu calificativele ADMIS-RESPINS și cei ce nu vor acest lucru.

**Tabelul 7. La câte lecții de educație fizică ați participat în acest semestru**

	7-14 prezențe	Săptămânal	Sub 7 prezențe	Nici una	Total
Abs	12	13	17	22	64
%	18.8%	20.3%	26.6%	34.4%	100%

Însă, luând în considerare media absențelor, se observă că acestea sunt făcute la limită, adică trei pe semestru sau într-un număr mai mic. Categoria de motive „propusă” de subiecți cuprinde dezinteresul, comoditatea și neatractivitatea orelor ținându-i pe aceștia uneori departe de sală. Prioritate au apoi cursurile și seminariile, existând și discordanțe între orarul propriu-zis, iar alte motive se referă la anumite boli.



**Tabelul 8. Sporturile practicate în timpul liber de către studenți**

	Fotbal	Fitness	Volei	Înot	Tenis	Baschet	Șahmat	alte	Total
Abs	17	22	6	4	3	2	1	9	64
%	26.6%	34.4%	9.4%	6.3%	4.7%	3.1%	1.6%	13.9%	100%

Deoarece această activitate este nelipsită din viață celor mai mulți dintre subiecți, am evidențiat în cele ce urmează tipul de sport ales de fiecare în parte, în timpul liber. Astfel, putem observa în figura numărul 8 opțiunea subiecților pentru sporturile cu mingea, exprimată în proporții apropiate pentru: fotbal, baschet și volei, însă o grupă de subiecți se detașează față de aceste sporturi, prin practicarea altora și anume a tenisului, aerobicului, ciclismului, culturismului, handbalului, snowboardului, șahului, patinajului, într-un procent apropiat de sporturile cu mingea. Acest lucru evidențiază preocuparea subiecților în precădere de forma corpului modelată în special de aerobic, ciclism, culturism, dar și de sporturile sezoniere precum snowboardul și patinajul însă se observă un procent destul de semnificativ, în comparație cu distribuția opțiunilor.

**Tabelul 9. Repartizarea sporturilor practicate în timpul liber**

	Studiu individual	Voluntariat	Familie	Sport	Muncă	Altele	Total
Abs	23	10	8	7	2	14	64
%	25.9%	15.6%	12.5%	10,9%	3.1%	32%	100%

Ceea ce este cel mai interesant e repartiția ocupațiilor în funcție de variabila sex, observându-se preocuparea studenților în principal pentru familie, studiu individual și sport, dar nu mai mare decât cea a studentelor pentru primele două activități amintite anterior.

În concluzie, conținutul educației fizice este legat de conduita motrică sau de ansamblul tehnicilor corporale variate, care influențează complex subiecții. Acest tip de conduită este numitorul comun al tuturor activităților fizice și sportive, iar identificarea ei ca obiect specific al educației fizice li conferă acesteia identitate în ansamblul celorlalte discipline. În final, adăugăm câteva note care, pe lângă cele prezentate, pot fi definatorii pentru educația fizică. Educația fizică dispune de un sistem de mijloace și metode, de tehnologii de predare diferențiate conform condițiilor și obiectivelor proprii categoriilor de subiecți educația fizică răspunde cerințelor de realizare a dezvoltării fizice și a capacității motrice, în vederea satisfacerii solicitărilor proprii diferitelor profesioniști și pentru menținerea îndelungată a unei bune condiții fizice educația fizică îmbină în mod echilibrat instruirea cu educația, în vederea formării unei personalități complete, evaluate și armonioase fiind o valoare esențială pentru individ și societate, educația fizică face parte din sfertul culturii fizice. Este activitatea motrică cu cel mai important impact social. Educația fizică reprezintă și un mod de a transmite, de la o generație la alta, elementele unei culturi, valorile, experiența pozitivă, atitudinile și convingerile pe care aceasta le creează. Educația fizică realizează o legătură între a fi și a deveni, într-o tranziție

echilibrată, care favorizează exprimarea deplină a potențialului motric, mental și social al subiectului. Cu toate acestea, obiectivele educației fizice includ de obicei dezvoltarea aptitudinii fizice și a abilităților motorii, precum și promovarea unui stil de viață activ și sănătos.

**Bibliografie:**

1. Stelescu Ionuț, *Ora de educație fizică la Universitatea din Petroșani*, Editura Edyro Press, Petroșani 2009
2. \*\*\* *Terminologia educației fizice și sportului*, Editura Stadion, București, 1974
3. <https://romaniuiradu.files.wordpress.com/2017/02/educatie-fizica-si-sport-teoria-si-didactica-2006-dragnea-adrian.pdf>

## Sinuciderea asistată – controverse și implicații economice

**Autor: Silvestru Emilia-Ștefania**

**Coordonator: Conf. univ. dr. Ogarcă Radu  
Universitatea din Craiova**

***Abstract:** A person's life is unique; therefore, everyone has the right to choose what to do with their life as long as it does not affect others. Considered the most debated subject, the right to life is the most protected human right. However, death is also a unique, inevitable event, which is why controversial discussions have recently taken place in all fields, especially in medicine, law, and theology regarding the right to die. This issue is intensively debated and there is no question of concluding it at this time. At first glance, legalizing this right internationally may seem cruel and unacceptable, but if we delve deeper and study critical cases, this right should be approved to offer patients a dignified and peaceful death, without suffering.*

### 1. Conceptul de sinucidere asistată

Înainte de a dezbate dacă este sau nu etic să legalizăm la nivel mondial dreptul de a muri la cerere trebuie să înțelegem istoria, termenii și să delimităm clar situațiile în care se apelează la această practică, cât și metoda prin care se realizează.

În acest domeniu sunt întâlniți doi termeni care deși sunt folosiți de cele mai multe ori ca și sinonime, de fapt sunt cât se poate de distincte: eutanasia și sinuciderea asistată medical.

Opinia societății față de viață și moarte a oscilat de-a lungul timpului. În Sparta și Grecia era susținută sinuciderea sau omorârea persoanelor care puteau reprezenta o povară pentru alții. Când Roma a cucerit Grecia au preluat și aceste obiceiuri ajungând să fie considerată un gest onorabil. Sprijinirea sinuciderii și a omorului a rămas valabilă până în a doua parte a secolului al IV-lea, când Împăratul Vales a interzis aceste practici (Stănilă, 2014).

Cuvântul „eutanasia” provine din greacă, iar în traducere liberă înseamnă „moarte bună” („eu” tradus „bine”/ „bun” și „thanatos” tradus „moarte”), totodată este considerată crimă din compasiune. În Dicționarul Explicativ al Limbi Române întâlnim două definiții ale acestui termen, însă cea care se aplică în circumstanțele date este: „Metoda de provocare (de către medic) a unei morți precoce nedureroase unui bolnav incurabil, pentru a-i curma o suferință îndelungată și grea” (Diculescu, 2019).

Eutanasia este împărțită în categorii: eutanasiu voluntară (când pacientul este conștient de decizia luată și își dă consimțământul), involuntară (când are loc fără a se ține cont de dorința persoanei în cauză), non-voluntară (când un pacient nu este capabil din punct de vedere psihic), activă (atunci când medicul crede că moartea este mai benefică pentru pacient) și pasivă (declanșarea decesului prin omisiune).

Pe de altă parte, sinuciderea asistată medical presupune ca medicul să nu intervină în mod direct, acesta doar prescrie și oferă pacientului substanța.

Religia iudeo-creștină consideră că omul a fost creat după chipul și asemănarea lui Dumnezeu, prin urmare viața este sfântă, demnă și inviolabilă. Inviolabilitatea vieții împiedică omorul intenționat, dar nici nu menționează că viața trebuie susținută cu orice preț de pildă chimioterapia agresivă a pacienților bolnavi de cancer în fază terminală.

Dacă din punct de vedere religios acceptarea sinuciderii asistate este de neconceput, când vine vorba de justiție lucrurile sunt diferite. În justiție în cazul celor ce au ucis din milă, au fost judecați cu indulgență. Totuși nu este acceptat acest concept întrucât are efecte negative în țările unde este

aprobat, punându-se o presiune foarte mare asupra persoanelor bolnave de boli incurabile. Progresul înregistrat în domeniul tehnologiilor medicale și farmaceutice care asigură supraviețuirea în ultimii ani, nu este suficient de mare încât să nu mai fie cazuri de boli din cauza cărora pacienții suferă cumplit. Multe cazuri specifice care sunt cunoscute pentru suferința fizică și mentală extinsă și insuportabilă a persoanelor în cauză au ridicat problema recunoașterii noii legi - dreptul la moarte.

În 2002, Curtea Europeană a Drepturilor Omului s-a pronunțat în privința acestui fapt în cazul Pretty împotriva Regatului Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord nr.2346/02, dreptul de a muri nu a fost recunoscut. De asemenea nu există nici reglementări la nivel de România în privința acestui drept. (Diculescu, 2019).

În conceptul celor ce sprijină aprobarea sinuciderii asistate medical sau a eutanasierii este folosită expresia „moarte bună” care include mai multe valori și drepturi fundamentale precum dreptul de a dispune de propriul corp.

## **2. Legislația în România și Europa cu privire la sinuciderea asistată**

La nivel internațional tot mai multe state adoptă reglementări cu privire la sinuciderea asistată medical sau eutanasiu, impunând anumite reguli.

### **2.1. Legislația la nivel european**

Deși la nivel de Uniune Europeană, nu este legalizată sinuciderea asistată, unele state au luat decizia de a le oferi cetățenilor acest drept, astfel că în: Italia, Luxemburg, Germania, Belgia și Olanda este legal, însă fiecare stat are regulile sale.

Conform Diculescu (2019), primul stat care a legalizat sinuciderea asistată este Oregon, pacientul trebuie să fie în fază terminală cu speranța de viață mai mică de 6 luni și să fie capabil mental pentru a cere pastila fatală. Reglementarea adoptată în Oregon este implementată mai târziu și în Washington, Vermont, Montana și New Mexico.

În Europa primul stat care a reglementat aspectul dreptului de a muri a fost Olanda, unde cererea se face în deplină cunoștință de cauză, vârsta minimă fiind de 12 ani, copiii cu vârstă între 12 și 18 ani au nevoie de acordul părinților, pacientul care optează pentru sinuciderea asistată trebuie să sufere de o boală incurabilă și să aibă dureri insuportabile. În mod normal aplicarea eutanasiei persoanelor sub 12 ani este interzisă, totuși medici care fac asta, dar aplică protocolul Groningen nu sunt acuzați de omor, acest aspect fiind menționat în jurisprudenței. Conform articolului „Perspectiva mondială asupra eutanasiei – formă atenuată a infracțiunii de omor sau act de compasiune?” în 2003 În Olanda au fost înregistrate 1.626 cazuri de sinucidere asistată. (Tănase și Clipcea, 2015).

În 2020 în Olanda s-a ajuns la numărul de 7.000 și reprezintă 4% din totalul numerelor de decese. (Noel, 2021)

În Germania este permisă această practică cu condiția ca pacientul să își pună capăt zilelor fără ajutor. În Belgia este legal ca medicul să își ajute pacienții care suferă de dureri să aibă o moarte rapidă.

Elveția pe de altă parte este recunoscut ca și „statul cel mai permisiv” deoarece oferă undă verde sinuciderii asistate atâta timp cât nu este din motive egoiste. Tot în Elveția este legal să deții organizații care să ofere astfel de servicii, cele mai cunoscute fiind Dignitas și Exit. Dignitas oferă servicii atât cetățenilor elvețieni cât și străinilor, în timp ce Exit oferă servicii doar cetățenilor elvețieni.



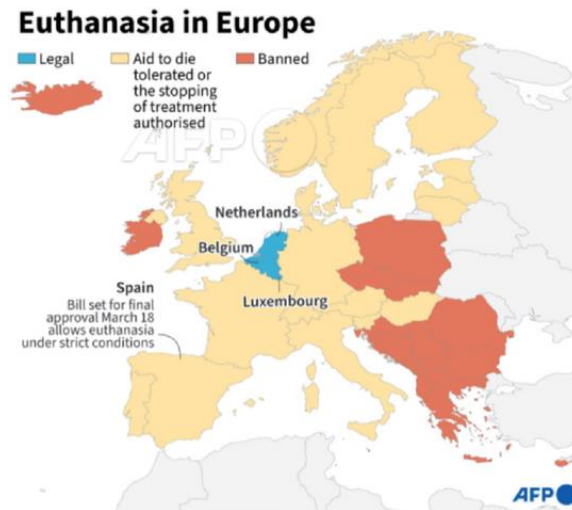


Figura nr. 1. Harta statelor care permit eutanasierea

Sursa: Vidu (2021)

## 2.2. Aspecte legale în România

În România sinuciderea asistată și eutanasierea sunt ilegale și considerate ucideri. Conform art. 188, din legea 286/2009 (Codul Penal), omorul se pedepsește cu închisoare între 10 și 20 de ani (*”Uciderea unei persoane se pedepsește cu închisoarea de la 10 la 20 de ani și interzicerea exercitării unor drepturi”*). De asemenea, omorul calificat, conform art. 189, din legea 286/2009, se pedepsește cu închisoare de la 15 la 25 de ani (*”Omorul săvârșit în vreuna dintre următoarele împrejurări: cu premeditare, din interes material, pentru a se sustrage ori pentru a sustrage pe altul de la tragerea la răspundere penală sau de la executarea unei pedepse, pentru a înlesni sau a ascunde săvârșirea altei infracțiuni, de către o persoană care a mai comis anterior o infracțiune de omor sau o tentativă la infracțiunea de omor, asupra a două sau mai multor persoane, asupra unei femei gravide, prin cruzimi, se pedepsește cu detențiunea pe viață sau închisoare de la 15 la 25 de ani și interzicerea exercitării unor drepturi”*). Omorul la cerere este tratat cu indulgență dacă victima suferă de dureri insuportabile și este bolnav de o boală gravă, incurabilă. Conform noului cod penal: *”Uciderea săvârșită la cererea explicită, serioasă, conștientă și repetată a victimei care suferea de o boală incurabilă sau de o infirmitate gravă atestată medical, cauzatoare de suferințe permanente și greu de suportat, se pedepsește cu închisoarea de la unu la 5 ani.”* (art.190, legea nr. 286/2009),

Persoanele care lucrează la centrele de tratare a bolnavilor oncologici în ultimul stadiu sunt împotriva legalizării eutanasierei și consideră pedeapsa prevăzută de lege prea mică. (Tănase și Clipsea, 2015).

Deși părerile sunt împărțite de-a lungul timpului au existat mai multe cazuri în care cetățenii români au căutat să beneficieze de o moarte rapidă și demnă, pentru a scăpa de o viață chinuită.

Un exemplu ar fi bărbatul de 57 de ani care suferă de o boală gravă, tetrapareză spastică, din cauza unui accident la locul de muncă. Bărbatul și-ar dori să moară în țară și a făcut toate demersurile posibile pentru a obține aprobare pentru sinucidere asistată, însă conform avocatului său, Adrian Cuculis, șansele sunt discutabile. Bărbatul nu va renunța și dacă în țară nu va reuși, va apela la o clinică din Elveția, Dignitas, care oferă astfel de servicii contra cost. (Șerban, 2022).

## 3. Argumente pro și contra

În secolul al XX-lea au fost create o multitudine de grupuri care sunt pro sau contra eutanasierei. Prima organizație s-a format în 1935 și era alcătuită din medici londonezi, se numea The Voluntary

Euthanasia Society. După trei ani, în 1938, Hemlock Society este înființată în SUA. Hemlock Society în 2010 avea 67.000 de membri care sprijineau dreptul individului de a muri. (Medlife.ro, 2010)

Într-un articol publicat în 2010, pe site-ul companiei MedLife, furnizoare de servicii medicale private, *argumentele pro eutanasiei* sunt următoarele (Medlife.ro, 2010):

- Reprezintă o cale de a le curma suferința bolnavilor aflați în ultimul stadiu și de a le oferi o moarte liniștită.
- Fiecare ar trebui să poată decide când să moară. Unii susțin și că dreptul la moarte ar trebui condiționat, spre exemplu să nu faci rău altora.
- Să încercăm să menținem pe cineva în viață, când corpul nu mai poate, nu este moral.
- Să îți petreci viața într-un spital, cămin, fără să te poți descurca singur, simțindu-te ca o povară pentru cei dragi este foarte trist, de aceea oamenii ar trebui să poată beneficia de o moarte demnă.
- Cei apropiați bolnavului nu trebuie să treacă prin clipele grele de a-și vedea persoana dragă stingându-se din viață în chinuri.
- Ar putea fi reduse costurile îngrijirii pacienților incurabili.
- Metoda de eutanasiere sau sinucidere asistată este practică oricum în spitale și cămine, însă medicul și familia care sunt de acord cu această practică, și o și aplică, riscă să fie acuzați de crimă.

Tot în acest articol sunt prezentate și *argumentele contra eutanasiei*, care se bazează în mare parte pe principiile morale și religioase (Medlife.ro, 2010):

- Din punct de vedere religios, viața este sacră și inviolabilă, prin urmare nimeni nu are dreptul de a lua viața altcuiva.
- Pot apărea greșeli de diagnosticare sau tratamente noi. Din acest punct de vedere viața înseamnă speranță, iar sprijinitorii acestei opinii
- Posibilitatea unui diagnostic greșit sau a unui nou tratament. În această viziune, acolo unde există viață, există speranță. Cei ce susțin acest concept sunt de părere că în condițiile dezvoltării rapide a societății moderne și tehnologiei medicale, eutanasierea ar putea priva pacienții de dreptul lor de a se bucura de un tratament viitor și de o viață mai bună.
- În cazurile grave legalizarea eutanasiei ar putea fi folosită în exces.
- Deși dacă cineva dorește să fie eutanasiat, dorința poate fi rezultatul depresiei sau al unui diagnostic greșit.
- Eutanasierea zădărnicește finanțarea sectorului geriatric și îngrijirea adecvată a persoanelor în vârstă.
- De asemenea, poate să reducă activitățile de cercetare în domeniu.
- Acest lucru poate afecta grav relațiile dintre vârstnici sau persoanele dependente de asistență medicală și rudele lor, care îi pot supune presiunii pentru a nu reprezenta o povară.
- Poate afecta încrederea dintre medici și pacienți.
- Sinuciderea sub orice formă este chinuitoare pentru rudele în viață; o astfel de decizie afectează în special copiii din viața pacientului.

Deși există aceste temeri, este demonstrat că în țările unde eutanasierea este legalizată nu au fost înregistrate abuzuri, nu este exclus ca acestea să existe și să fie neobservate, însă supravegherea este foarte riguroasă. (Noel, 2021)

În opinia mea, argumentele contra pot fi desființate cu niște reguli foarte bine conturate. Pentru a evita abuzul sinuciderii asistate medical, trebuie stabilite anumite condiții:

- să se efectueze numeroase investigații, pentru ca diagnosticul să fie definitiv;
- să se ofere o analiză psihologică amănunțită pentru a se constata că pacientul ia decizia în cunoștință de cauză, în deplinătatea facultăților mintale;
- dacă pacientul nu suferă de boli grave în fază terminală, tetrapareză și dureri insuportabile nu va beneficia de aceste servicii;

- pentru a reduce suferința rudelor, a copiilor să se facă o terapie de familie și înainte de toate să ne punem întrebarea dacă chiar facem bine să îi ținem lângă noi pe cei aflați în suferință;

Pentru a-mi întări argumentele voi expune un caz, care din păcate nu este unic, relatat de Cîrlig (2019). Scriitoarea, după un articol în care vorbea despre boala mamei sale și efectul devastator al incapacității sistemului, a fost contactată de oameni care trecuseră print-o pierdere asemănătoare.

Având în vedere că în majoritatea cazurilor pacienții aflați în ultima fază mor acasă, în chinuri, tratați de cei dragi care văzându-i cum se chinuie și neștiind ce să facă pentru ai ajuta, suferă la rândul lor.

Printre mărturiile prezentate în articol se numără și mărturia lui A.T. din Arad al cărui tată și-a petrecut ultimele luni în agonie, iar tânărul s-a lovit de un sistem defectuos, aflat în colaps, care, în loc să îl sprijine cu ajutor moral și tratament pentru pacient, l-a lăsat singur să lupte cu boala tatălui său.

Într-o lume în care apariția unui nou virus a agravat situația din spitale, persoanele care aveau nevoie de dialize, au avut de suferit asemenea tatălui lui A.T. După multă suferință autorul a rămas cu durere în suflet și cu regret: „Am rămas cu agonia ultimelor lui zile. Cu mâna lui rece, pe care încercam să o încălzesc cu disperare, ca și cum i-aș mai da câteva ore de la mine. Cu certitudinea că o mare parte din suferința tatălui meu putea fi evitată și că oricine merită o moarte mai demnă. Și mă consolez cu gândul că nu a fost singur, dar nu pot să scap de senzația că a fost abandonat.” (Cîrlig, 2019)

Ca acest caz mai sunt multe, putem observa suferința autorului și nu ne putem imagina suferința prin care a trecut acel pacient. Lucrurile puteau fi diferite putea să i se acorde mai mult sprijin, mai multă îngrijire, iar un program care să permită chiar și sinuciderea asistată este bine-venit în astfel de situații. Nu este vorba doar despre „a muri”, ci despre a muri cu demnitate, fără chinuri și fără suferință.

#### **4. Impactul economic**

Un studiu realizat de doi eticieni, cu poziții contrare privind eutanasia, surprinde efectele pe care legalizarea sinuciderii asistate medical ar avea-o asupra economiei Statelor Unite (citată de Haney, 1998). Dr. Ezekiel J. Emanuel de la Harvard Medical School se opune aprobării acestei legi, în timp ce eticianul Margaret P. Battin de la Universitatea din Utah susține legalizarea eutanasiilor. În Statele Unite, este legală sinuciderea asistată medical doar în Oregon. Ținând cont de faptul că nu se cunoaște numărul americanilor care ar apela la aceste servicii, dacă ar putea, cercetătorii au presupus că cifra s-ar apropia de cea din Țările de Jos unde sinuciderea asistată este o normalitate. Având în vedere că acolo reprezintă 2,7% din totalul de decese, dacă americanii ar opta pentru acest serviciu în același ritm numărul s-ar ridica la 62.000 de decese pe an. Experții au estimat că acei oameni renunță în medie la patru săptămâni din viață. Facturile medicale pentru ultima lună din viață a celor care mor natural se ridică la suma de 10.118 USD prin urmare s-ar economisi 627 milioane USD anual. Însă această sumă este infimă reprezentând mai puțin de 0,07% din costurile totale de îngrijire a sănătății din Statele Unite (Haney, 1998).

Pe aceeași linie, Shaw și Morton (2020) furnizează ca argument suplimentar pentru acceptarea și legiferarea sinuciderii asistate faptul că resursele alocate pacienților cărora li se refuză moartea asistată (de cele mai multe ori cu tratamente costisitoare) ar putea fi folosite pentru a crește calitatea vieții altor categorii de pacienți. Așa cum punctează și cei doi autori, consider că argumentele economice nu trebuie să fie un factor care să justifice sinuciderea asistată, ci doar elemente suplimentare care să susțină legiferarea acesteia.

În țările unde este legalizată sinuciderea asistată medical s-a creat un fel de turism macabru. Un exemplu ar fi Elveția, unde este permis să deții o organizație care să ofere aceste servicii considerate macabre. Cele mai cunoscute sunt Exit și Dignitas. În timp ce Exit oferă servicii doar

cetățenilor elvețieni, susținând că toate țările ar trebui să ofere acest drept populației sale, Dignitas oferă servicii și persoanelor din străinătate.

Dignitas este o organizație non-profit, însă în ciuda acestui lucru pentru a beneficia de serviciile oferite trebuie plătită o taxă de 10.000 euro în care sunt incluse cheltuielile de înmormântare. Există și un pachet minim care costă 4.000 de euro, dar care include doar procedura de sinucidere asistată medical. În 2008 aproximativ 1.000 de oameni au apelat la serviciile clinicii. (capital.ro, 2009)

Pe fondul lipsei de legislații privind sinuciderea asistată din anumite state, această formă de ”turism” se extinde, cu toate controversesele morale care o însoțesc. De altfel, în ultimii ani, în plan european, Belgia a devenit o altă destinație preferată pentru ”turismul pentru sinucidere”. Costul este de circa 3500 de dolari, plătiți clinicii, indiferent dacă salariatul se răzgândește în ultimul moment. (Rodriguez, 2019)

## 5. Concluzii

Personal susțin sinuciderea asistată, deoarece oricât de greu mi-ar fi să renunț la o persoană dragă, chiar și propriul părinte, nu aș suporta nici să văd acea persoană în agonie, prin urmare dacă decizia ar fi luată de persoana în cauză i-aș respecta decizia și l-aș susține.

Din articolul prezentat ne putem da seama că totul ține de educație și de mentalitatea pe care o avem. În unele zone precum Belgia sinuciderea asistată este o normalitate, însă la noi este de neconceput. Putem privi la țările care au legalizat dreptul de a muri, spre exemplu la Oregon sau Olanda, cum au gestionat situația și să luăm model.

Dacă privim în trecut această practică era o normalitate și considerată un gest onorabil în unele culturi.

Singurul mod prin care putem reduce numărul persoanelor care doresc să treacă prin această procedură este prin dezvoltarea tratamentelor și suport psihologic, dar nu trebuie să privim oamenii de acest drept.

## Bibliografie:

1. Cîrlig I. (2022) *Nu merită nimeni să moară așa. 9pledoarii pentru medicină paliativă* Disponibil la: <https://www.scena9.ro/article/marturii-medicina-paliativa-ingrijire-moarte> [Accesat la 28 aprilie 2023]
2. Diculescu I. M. (2019) *Dreptul la sinucidere asistata medical. Granița dintre soluție și dezastru* Disponibil la: [http://www.euroavocatura.ro/articole/2208/Dreptul\\_la\\_sinucidere\\_asistata\\_medical\\_\\_Granit\\_a\\_dintre\\_solutie\\_si\\_dezastru](http://www.euroavocatura.ro/articole/2208/Dreptul_la_sinucidere_asistata_medical__Granit_a_dintre_solutie_si_dezastru) [Accesat la 28 aprilie 2023]
3. Haney D. (1998) *Economics Of Assisted Suicide* Disponibil la: <https://www.cbsnews.com/news/economics-of-assisted-suicide/> [Accesat la 28 aprilie 2023]
4. Noel M. (2021) *În tot mai multe țări ale lumii câștigă teren procedura de sinucidere asistată și acceptabilitatea socială a acestei decizii* Disponibil la: <https://www.newmoney.ro/in-tot-mai-multe-tari-ale-lumii-castiga-teren-procedura-de-sinucidere-asistata-si-acceptabilitatea-sociala-a-acestei-decizii/> [Accesat la 28 aprilie 2023]
5. Puie I. M., (2020) *Perspective istorico-antropologice asupra eutanasiei în lumea modernă și contemporană rezumat* Disponibil la: <https://teze.doctorat.ubbcluj.ro/doctorat/teza/fisier/5549> [Accesat la 1 mai 2023]
6. Rodriguez C. (2019) *Euthanasia Tourism: Is The E.U. Encouraging Its Growth?* Disponibil la: <https://www.forbes.com/sites/ceciliarodriguez/2019/03/17/euthanasia-tourism-is-the-e-u-encouraging-its-growth/?sh=16ac3a56229b> [Accesat la 3 mai 2023]

7. Shaw, D., & Morton, A. (2020). Counting the cost of denying assisted dying. *Clinical Ethics*, 15(2), 65-70.
8. Stănilă L. (2014) *Obsesia terapeutică. Pro și contra eutanasiei – noi provocări ale legislației românești*. Disponibil la: <https://drept.uvt.ro/administrare/files/1481047525-lect.-univ.-dr.-laura-sta--nila--.pdf>. [Accesat la 28 aprilie 2023]
9. Șerban T. (2022) Povestea unui român care a decis să ceară statului sinucidere asistată. ”Ducea o viață normală până acum câțiva ani” Disponibil la: <https://ziare.com/sinucidere-asistata/sinucidere-asistata-roman-solicitare-instanta-clinica-dignitas-1748548> [Accesat la 1 mai 2023]
10. Tănase A. L., Clipcea Ș. (2015) *Perspectiva mondială asupra eutanasiei – formă atenuantă a infracțiunii de omor sau act de compasiune?* Disponibil la: [https://drept.unibuc.ro/documente/dyn\\_doc/publicatii/revista-stiintifica/Tanase%20Anda%20Laura,%20Clipcea%20Stefan%202015.pdf](https://drept.unibuc.ro/documente/dyn_doc/publicatii/revista-stiintifica/Tanase%20Anda%20Laura,%20Clipcea%20Stefan%202015.pdf) [Accesat la 28 aprilie 2023]
11. Vidu V. (2021) *Eutanasia și sinuciderea asistată, legalizate în Spania* Disponibil la: <https://www.news.ro/externe/eutanasia-si-sinuciderea-asistata-legalizate-in-spania-1922405318002021031620069813> [Accesat la 28 aprilie 2023]
12. <https://www.capital.ro/monopol-elvetian-sinuciderea-asistata-o-afacere-de-milioane-de-euro-125933.html>
13. <https://www.medlife.ro/articole-medicale/argumente-pro-si-contra-eutanasiei-si-sinuciderii-asistate.html> [Accesat la 3 mai 2023]
14. Portal Legislativ, Lege nr. 286 din 17 iulie 2009 Disponibil la: <https://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocumentAfis/109854> [Accesat la 27 aprilie 2023]

## Bunăstarea statului

**Autor: Țepordei Alina**  
**Coordonator: Conf. univ. dr. Slusariuc Gabriela**  
**Universitatea din Petroșani**

***Abstract:** This paper starts out with a brief discussion of the historical background, the justifications and the political forces behind the built up of the modern welfare state. It also summarizes its major achievements in terms of economic efficiency and redistribution. It also presents the definition of the welfare state- a state which provides for its citizens a wide range of social services in such areas as unemployment, medicine, education and housing, and it presents the fact that every country call herself a welfare state but the level of welfare services vary from society to society. Welfare states are as varied as the nations in which they exist. The paper also tries to identify some major problems of contemporary welfare-state arrangements.*

### 1. Noțiuni introductive

Statul social, cunoscut și ca statul bunăstării, este un concept de guvernare în care statul joacă un rol cheie în protejarea și promovarea bunăstării economice și sociale a cetățenilor săi. El se bazează pe principiile egalității de șanse, pe distribuția echitabilă a resurselor și pe responsabilitatea publică față de cei care nu-și pot asigura resursele minime pentru a duce o viață mai bună.

Termenul general poate acoperi o varietate de forme de organizare socială și economică. Conform unei definiții restrânse, statul bunăstării cuprinde două tipuri de modalități de cheltuieli guvernamentale: (1) prestații în numerar către gospodării (transferuri, inclusiv asigurarea obligatorie a veniturilor) și (2) subvenții sau furnizarea directă de servicii umane (cum ar fi îngrijirea copiilor, preșcolar, educație, îngrijire a sănătății și îngrijire pentru bătrânețe). Prin definiții mai largi, statul bunăstării poate include, de asemenea, reglementarea prețurilor (cum ar fi controlul chiriei și susținerea prețurilor agricole), politicile de locuințe, reglementarea mediului de muncă, legislația privind siguranța locului de muncă și politicile de mediu.

Sociologul T. H. Marshall a descris statul modern al bunăstării ca o combinație distinctă de democrație, bunăstare și capitalism.

În prezent, state moderne ale bunăstării sunt Germania, Franța, Marea Britanie și Țările de Jos, precum și țările nordice precum Islanda, Suedia, Norvegia, Danemarca și Finlanda, care utilizează un sistem cunoscut sub numele de modelul Nordic

### 2. Scurt istoric al statelor bunăstării

Prima idee a unui stat al bunăstării a fost prezentată de împăratul Așoka al Indiei în secolul al III-lea î.Hr. El a încercat în mod conștient să o adopte dharma (religia sau calea) ca pe o politică de stat fiind un ideal complet nou de regalitate. Așoka a renunțat la război și cucerire de violență și a interzis uciderea mai multor animale. Din moment ce dorea să cucerească lumea prin dragoste și credință, el a trimis mai multe misiuni pentru a propaga dharma. Astfel de misiuni au fost trimise la locuri precum Egipt, Grecia și Sri Lanka. Propagarea dharmei a inclus mai multe măsuri pentru bunăstarea oamenilor. Au fost fondate centre de tratament pentru oameni și animale în interiorul și în afara imperiului. Au fost amenajate plantații umbroase, fântâni, livezi și case de odihnă. Așoka a interzis, de asemenea, sacrificiile inutile și anumite forme de adunări care duceau la risipă, indisciplină și superstiție.

Conceptele de bunăstare și de pensie au fost introduse în primele legii islamice ca forme ale Zakat (dania rituală), unul dintre cei Cinci Stâlpi ai Islamului, în timpul Califatului Rashidun din secolul al VII-lea. Această practică a continuat apoi în epoca abbasidă a Califatului. Taxele (inclusiv Zakat și Jizia) colectate în trezoreria unui stat islamic erau folosite pentru a asigura venituri pentru nevoiași, adică pentru săraci, bătrâni, orfani, văduve și invalizi.

Istoricul Robert Paxton observă că pe continentul european dispozițiile statului bunăstării au fost adoptate inițial de către conservatori la sfârșitul secolului al XIX-lea și de către fasciști în secolul al XX-lea cu scopul de a distra atenția muncitorilor de la sindicate și mișcările socialiste și li s-au opus radicalii și politicienii de stânga. El reamintește că statul german al bunăstării a fost instituit în anii 1880 de cancelarul Bismarck.

### **3. Elementele caracteristice ale statului bunăstării în fostele țări socialiste**

- Sursa cea mai importantă a bunăstării individuale o constituie veniturile primare. Există însă deosebiri față de statul bunăstării fundat pe economia de piață : sursa salarială a fost generalizată, veniturile din profit au fost complet eliminate iar veniturile din proprietate au devenit marginale. În România, ca și în cazul altor țări socialiste, a existat obligativitatea muncii pentru toate persoanele apte. Primeau pensie de invaliditate în mod universal doar cei care nu erau apti de muncă. Politica salarială era orientată puternic spre promovarea egalității
- Generalizarea sistemului de asigurări sociale. Țările socialiste au dezvoltat un sistem de asigurări sociale foarte amplu. Politica folosirii complete a forței de muncă a exclus total nevoia ajutorului de șomaj. Totodată, prin faptul că marea majoritate a populației era salariată, se asigura, quasi-universal, o pensie, excepție făcând doar femeile care întreaga lor viață au fost casnice. Dar datorită nivelului scăzut al salariilor, la care s-au adăugat și rațiuni ideologice, a existat o puternică presiune asupra femeilor de a se angaja în muncă, beneficiind și ele în consecință într-o largă măsură de dreptul la pensie.
- Redistribuirea veniturilor după nevoi este o componentă esențială a programului socialist al bunăstării. Se realiza prin alocații generoase pentru copii, acestea echilibrând veniturile familiilor cu copii în raport cu ale celor fără copii. În plus, în România a existat o alocație pe viață pentru mamele cu 3 sau mai mulți copii.
- Sistemul fiscal similar cu cel al țărilor cu economie de piață.
- Statul se funda pe resursele sale financiare pe impozite directe (pe veniturile salariale) și indirecte (pe consum - impozitul pe circulația mărfurilor). În plus, statul beneficia și de profitul activității economice, în calitate de proprietar al întregii economii. În România, impozitul individual pe salariu a fost înlocuit cu impozitul pe fondul general de salariu, dispărând în acest fel, diferența dintre salariul brut și cel net.
- Educație și asistență medicală gratuite pentru toți, la care se adăugau și alte gratuități și forma de sprijin: burse pentru elevi, tabere, manuale gratuite etc.

### **4. Bunăstarea României la momentul actual**

România urcă o poziție, pentru al doilea an consecutiv, și ajunge pe locul 43 în clasamentul mondial privind Indicele de Progres Social 2022, care evaluează calitatea vieții și bunăstarea socială din 169 de țări, efectuat de organizația nonprofit Social Progress Imperative cu sprijinul Deloitte. Anul acesta, România nu mai este pe ultimul loc din rândul statelor membre ale Uniunii Europene, ocupând penultima poziție, înaintea Bulgariei, care se clasează pe locul 44. România înregistrează 76,89 de puncte din 100, un scor ușor mai scăzut față de anul precedent, dar care o plasează în rândul

țărilor din a doua categorie (după ce anul trecut s-a regăsit printre țările din a treia categorie), după Barbados, Argentina și Ungaria.

Analiza dedicată României din cadrul studiului subliniază punctele slabe și punctele forte ale României în comparație cu alte 15 state care înregistrează un PIB pe cap de locuitor similar.

**Coordonatele la care România a primit cele mai slabe punctaje sunt:**

- serviciile de apă și de salubritate (locul 83)
- sănătatea și bunăstarea (locul 74)
- accesul la educație de bază (locul 73).

**Printre coordonatele la care țara noastră a obținut cel mai bun punctaj se află:**

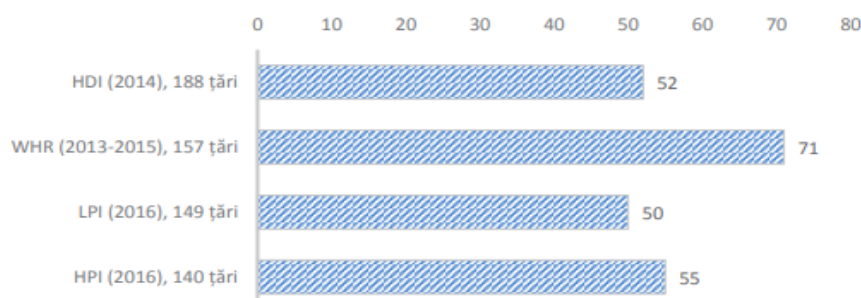
- siguranța personală (locul 36)
- calitatea mediului (locul 40)
- hrana și îngrijirea medicală de bază (locul 47)
- drepturile personale (locul 48).

Indicator \ Țara	1. Sănătate			2. Venituri și consum			3. Educație			Medie generală
	Speranța de viață la naștere	Rata supraviețuirii infantile	Sănătate - medie -	PIB per capita *	Consumul gospodăriilor, per capita *	Venituri și consum - medie -	Rata înmatriculării terțiare **	Indicele capitalului uman	Educație - medie -	
România	0,498	1,000	0,749	0,508	1,000	0,754	0,687	0,531	0,609	0,704
Bulgaria	0,000	0,287	0,143	0,474	0,367	0,420	0,366	0,414	0,390	0,318
Rep. Cehă	1,000	0,351	0,675	0,249	0,335	0,292	0,996	0,845	0,920	0,629
Ungaria	0,893	0,456	0,675	0,211	0,100	0,156	0,685	0,830	0,758	0,529
Polonia	0,831	0,398	0,614	1,000	0,701	0,850	1,000	1,000	1,000	0,822
Germania	0,608	0,000	0,304	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,101

**Figura nr. 1. Evoluția bunăstării 1990-2014**

Sursa: [https://media.hotnews.ro/media\\_server1/document-2017-01-12-21528395-0-evolutia-bunastarii-romania.pdf](https://media.hotnews.ro/media_server1/document-2017-01-12-21528395-0-evolutia-bunastarii-romania.pdf)

**Poziția României în diferite rapoarte care măsoară bunăstarea**



Sursa: Realizat pe baza datelor calculate de Human Development Index (HDI) 2015; World Happiness Report (WHR) 2016; Legatum Prosperity Index (LPI) 2016; Happy Planet Index (HPI) 2016.

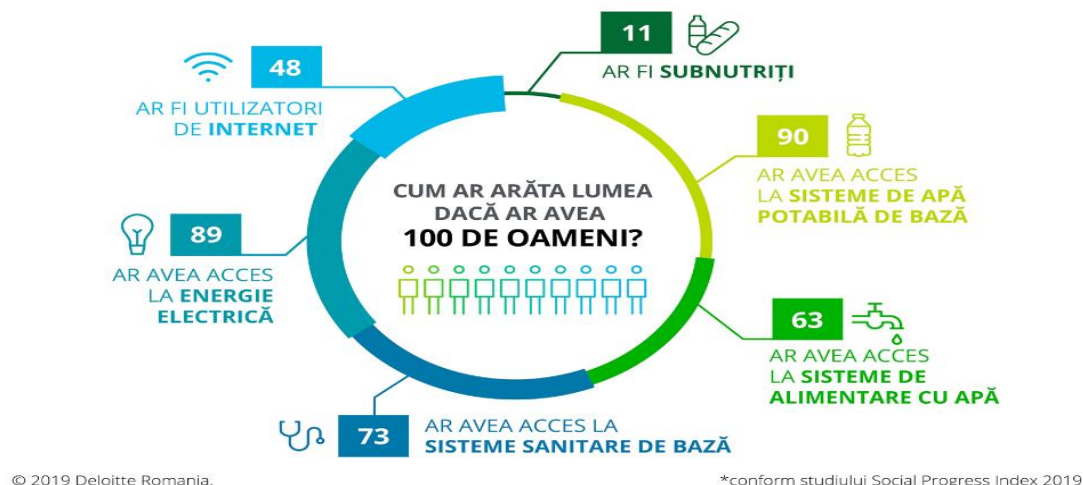
**Figura nr. 2. Poziția României în diferite rapoarte care măsoară bunăstarea**

Sursa: [https://media.hotnews.ro/media\\_server1/document-2017-01-12-21528395-0-evolutia-bunastarii-romania.pdf](https://media.hotnews.ro/media_server1/document-2017-01-12-21528395-0-evolutia-bunastarii-romania.pdf)



## 5. Bunăstarea statelor la nivel mondial

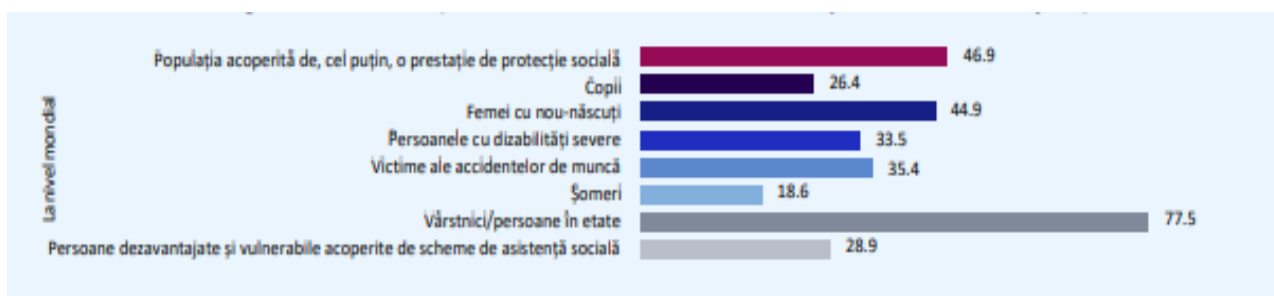
**Deloitte.**



**Figura nr. 3**

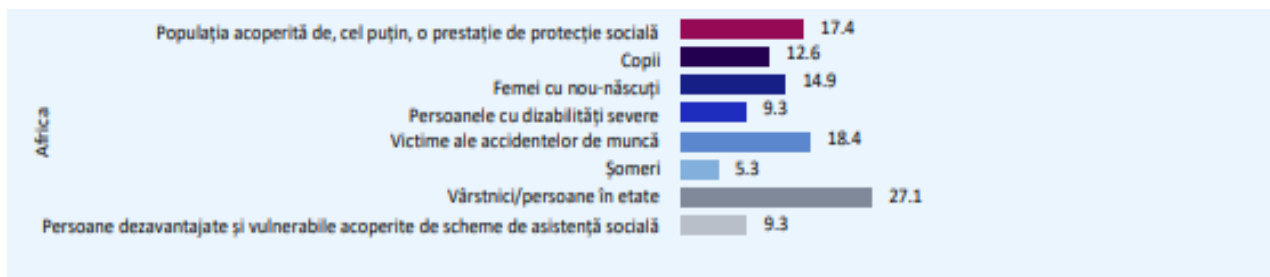
Sursa: <https://cursdegovernare.ro/calitatea-vietii-si-bunastarea-sociala-romania-coboara-pe-locul-45-in-clasamentul-mondial.html>

În anul 2020, doar 46,9% din populația lumii beneficia de, cel puțin o prestație/o formă de protecție socială (Indicatorul Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă (ODD) 1.3.1; vezi Figura 1), în timp ce 53% (4,1 miliarde de persoane) nu au avut venituri garantate/nu beneficiau de nicio garanție de venit din partea sistemului lor național de protecție socială. Ponderea medie la nivel mondial maschează importante diferențe de la o regiune la alta: în Europa și Asia Centrală rata de acoperire a populației cu sisteme de protecție socială este superioară mediei mondiale (83,9%). Și continentul American (cele două Americi) înregistrează o valoare mai mare decât media mondială (64,3%). În Asia și Pacific aceasta constituie 44,1%, iar Africa înregistrează lacune de acoperire mult mai semnificative (17,4%).



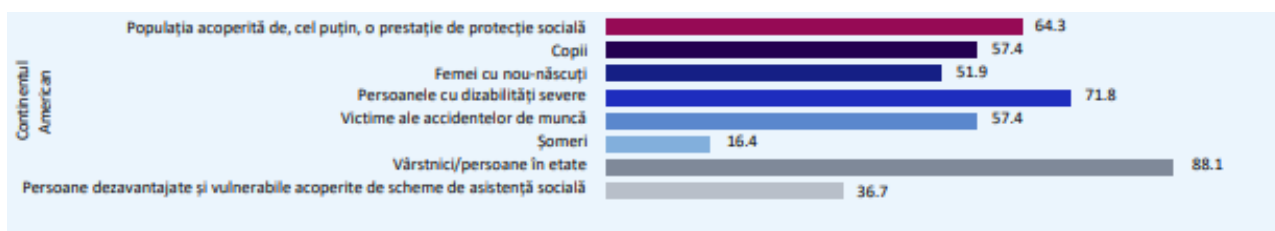
**Figura nr. 4**

Sursa : Raport Global Privind Protecția Socială 2020-22 disponibil online pe: [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_831030.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_831030.pdf)



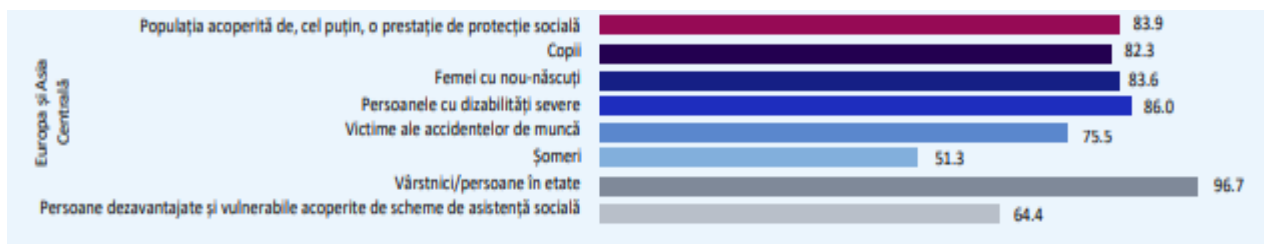
**Figura nr. 5**

Sursa : Raport Global Privind Protecția Socială 2020-22 disponibil online pe:  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_831030.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_831030.pdf)



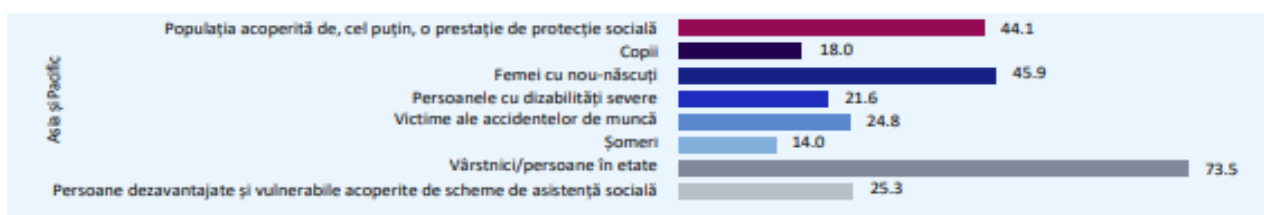
**Figura nr. 6**

Sursa : Raport Global Privind Protecția Socială 2020-22 disponibil online pe:  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_831030.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_831030.pdf)



**Figura nr. 7**

Sursa : Raport Global Privind Protecția Socială 2020-22 disponibil online pe:  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_831030.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_831030.pdf)



**Figura nr. 8**

Sursa : Raport Global Privind Protecția Socială 2020-22 disponibil online pe:  
[https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_831030.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_831030.pdf)

Sistemele de protecție socială a copiilor rămân a fi limitate, însă sunt esențiale pentru deblocarea potențialului lor.

Marea majoritate a copiilor din lume sunt, încă, lipsiți de protecție socială eficientă: doar fiecare al patrulea copil (26,4%) se bucură de un tip de prestație socială. Nivelul de acoperire eficientă este deosebit de scăzut în unele regiuni: Asia și Pacific (18%), statele arabe (15,4%) și Africa (12,6%) În medie, alocațiile de stat pentru protecția socială a copiilor sunt prea mici, echivalând cu doar 1,1% din PIB, comparativ cu 7% din PIB, alocate pentru plata pensiilor de asigurări sociale. Regiunile

lumii cu cea mai mare pondere a copiilor în totalul populației și cu cea mai mare nevoie de sisteme de protecție socială au unele dintre cele mai scăzute rate de acoperire și cheltuieli publice, în special Africa subsahariană (0,4% din PIB).

### **Bunăstarea Africii Subsahariană**

Analiza aprofundată a progreselor realizate între 1990 și 2015 demonstrează că doar cinci din nouă regiuni în curs de dezvoltare au atins obiectivul ODM privind apa potabilă. Lacune mari persistă între locuitorii din mediul rural și urban, iar la moment, 8 din 10 persoane fără surse îmbunătățite de apă potabilă locuiesc în zonele rurale. În unele țări, sporul natural a depășit de fapt câștigurile obținute prin extinderea zonei de acoperire, ceea ce a dus la o scădere a accesului în zonele urbane. În Africa Subsahariană și Asia de Sud, unde locuiesc mai mult de 1 miliard de copii, mai rămân provocări majore, în pofida progreselor realizate în cadrul ODM, provocări care afectează în mod disproporționat cei mai săraci și mai dezavantajați copii și comunități. Aceste provocări include sănătatea neonatală și supraviețuirea, subnutriția și retardul statutar, educația, lipsa grupurilor sanitare și căsătoria juvenilă. Deși astfel de probleme persistă în fiecare regiune, schimbările demografice care au deja loc în Africa Subsahariană amenință să agraveze situația copiilor defavorizați din această regiune.

### **Viața în comunism**

Văzută din Occident, Coreea de Nord este „cea mai pură formă de totalitarism pe care mintea umană a inventat-o vreodată. Statul este caracterizat de un cult al personalității cvasireligios, o politică oficială de o xenofobie feroce, și prezența unui sistem de lagăre de concentrare. Există rapoarte credibile despre experimente chimice făcute pe prizonieri politici.

Situația locuitorilor este deosebit de cruntă, fiind supuși malnutriției prelungite și unor condiții de viață grele. Coreea de Nord este unicul stat din lume care nu colectează impozite.

Mortalitatea infantilă s-a situat la un nivel ridicat de 51,3 la 1000 de nașteri, aceasta fiind de 2,5 ori mai mare decât cea a Chinei, de 5 ori cât cea a Rusiei și de 12 ori cât cea din Coreea de Sud.

Potrivit UNICEF în „Starea copiilor lumii 2003” Coreea de Nord s-a clasat pe locul 73 (având cea mai ridicată rată de mortalitate infantilă), între Guatemala (72) și Tuvalu (74). Rata totală de fertilitate din Coreea Nord este relativ scăzut și a fost de 2,0 în 2009, comparabilă cu cea a Statelor Unite și cea a Franței.

## **6. Imaginea de ansamblu a schimbărilor indicelui bunăstării în ultimii zece ani**

- În contextul generat de pandemia de COVID-19, calitatea vieții și bunăstarea socială se află pentru prima dată în scădere în ultimii zece ani.
- Indicele global raportat la populație a crescut de la 60,63 din 100 în 2011, la 64,24 în 2020.
- În perioada 2011-2020, 155 dintre țările analizate au cunoscut o îmbunătățire cu cel puțin un punct a calității vieții și bunăstării sociale, în timp ce 42% dintre acestea au înregistrat scoruri mai mari cu cinci sau mai multe puncte. Statele Unite ale Americii, Brazilia și Ungaria sunt singurele trei țări care au înregistrat un declin privind indicele de progres social în acest interval.
- Din 2011 până în prezent, coordonatele care s-au îmbunătățit la nivel global sunt accesul la informații și comunicații, accesul la educație avansată, locuință și apă și salubritate.
- Drepturile personale și incluziunea se regăsesc printre indicatorii care au scăzut de-a lungul perioadei analizate, în timp ce siguranța personală și calitatea mediului au stagnat.

## **Concluzii**

Statul bunăstării reprezintă unul dintre aranjamentele instituționale majore ale democrațiilor moderne. Din anumite puncte de vedere, statul bunăstării ajută la temperarea dezechilibrelor sociale, nu numai în termeni ai inegalității financiare, ci și în termeni ideologici și politici.

Creșterea statelor bunăstării se datorează recunoașterii drepturilor sociale și a altor drepturi, ceea ce a dus la o extindere a cheltuielilor publice. În acest context, a sporit numărul pensionarilor, dar și al celor care primesc ajutor de șomaj și asistență socială. Deciziile politice au fost luate în cunoștință de cauză, în vederea îmbunătățirii siguranței sociale prin mecanismele bunăstării și stabilirea unor noi programe. Statul bunăstării - și în special sistemul de sănătate - are capacitatea de a satisface sau măcar de a veni în întâmpinarea mai multor nevoi decât în trecut, aspect care a dus la o creștere a cererii de servicii de sănătate. Problemele cunoscute, cum ar fi șomajul, au câștigat importanță. Însă chiar și acum unele state nu oferă cetățenilor un nivel de trai decent și au un nivel al bunăstării destul de scăzut, un exemplu este Africa Subsahariană unde populația acoperită de cel puțin o prestație socială reprezintă doar 17,4% din populație.

### **Bibliografie:**

1. [https://ro.wikipedia.org/wiki/Stat\\_social](https://ro.wikipedia.org/wiki/Stat_social)
2. [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms\\_831030.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---europe/---ro-geneva/---sro-budapest/documents/publication/wcms_831030.pdf)
3. [https://media.hotnews.ro/media\\_server1/document-2017-01-12-21528395-0-evolutia-bunastarii-romania.pdf](https://media.hotnews.ro/media_server1/document-2017-01-12-21528395-0-evolutia-bunastarii-romania.pdf)
4. <https://www.monitorulexpres.ro/2022/11/02/studiu-calitatea-vietii-si-bunastarea-sociala-romania-urca-o-pozitie-pana-pe-locul-43-in-clasamentul-mondial-si-nu-mai-este-pe-ultimul-loc-in-uniunea-europeana/>
5. [https://www.unicef.org/media/50436/file/Equity\\_report-RO.pdf](https://www.unicef.org/media/50436/file/Equity_report-RO.pdf)
6. <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:371E:0030:0038:RO:PDF>
7. [https://www.academia.edu/10555227/STATUL\\_BUN%C4%82ST%C4%82RII\\_DIN\\_ROM%C3%82NIA\\_%C5%9EI\\_RAPORTAREA\\_LA\\_TIPOLOGII](https://www.academia.edu/10555227/STATUL_BUN%C4%82ST%C4%82RII_DIN_ROM%C3%82NIA_%C5%9EI_RAPORTAREA_LA_TIPOLOGII)
8. <https://rtsa.ro/rtsa/index.php/rtsa/article/viewFile/173/169>
9. <https://ec.europa.eu/eurostat/documents/7870049/14455112/KS-FT-22-003-EN-N.pdf/1010df35-96f3-f7b3-b13b-e10888f96552?t=1647961382032>

## Tipuri de servicii sociale

**Autor: Viziteu Mihaela-Nicoleta**  
**Coordonatori: Lect. univ. dr. Stegar Irinel, Lect. univ. dr. Pleșan Nicoleta**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *Filtered for centuries in the human mind, the ideas finally took the form of "drops" of wisdom, crystallized in proverbs. Let's take as an example the proverb, "man learns as long as he lives". With the help of this proverb, we can see that from birth the child learns: in addition to the physiological aspects (breathing, eating, sleeping), the child must learn to look, use his hands, walk, etc. In addition to these things related to adaptation in the physical environment, the child must learn later, to survive in the social environment: to speak, write, read.*

*Much later, after the "completion" of school and university studies, no one can say "DONE!" "I'm done with learning".*

*It is true that the period of formal, school education has ended, but learning is not over yet: any acquisition of information represents learning - we can even talk about learning how a new device works (for example, the computer), so man learns as long as he lives.*

*Social services are granted to beneficiaries with the aim of ensuring the application of social policies in the field of child protection, family, elderly people, disabled people, as well as other people, groups or communities in social need.*

*Social services constitute the realization of the set of measures, actions, professional activities, specialized services, to respond to individual, family or group social needs, in order to prevent and overcome situations of difficulty, vulnerability or dependence, to prevent marginalization and social exclusion and increasing the quality of life.*

*Within Social Assistance, social services occupy a special place in solving the fundamental problems of the beneficiaries as well as satisfying the social needs they face.*

*For this topic, our research is based on the following hypothesis: If the activity of the Petrila Day Center for children from families in difficulty is more effective, the better the life of the beneficiary families.*

### 1. Serviciile sociale

Serviciile sociale sunt definite de Halloran și Calderon ca „servicii furnizate direct cetățenilor pentru a răspunde nevoilor lor în ceea ce privește ocuparea forței de muncă, sănătatea, locuința, educația, securitatea socială și îngrijirea, serviciile sociale sunt în general reglementate și finanțate de către autorități publice la nivel național, regional sau local, dar ele pot fi furnizate de sectorul public sau privat”.<sup>1</sup>

Dicționarul de sociologie le definește ca „totalitatea serviciilor pe care o comunitate (localitate, asociație) le asigură total sau parțial, pentru toți membrii ei sau pentru segmente particulare care manifestă o nevoie sporită de astfel de servicii. În această accepțiune, în sfera acestora sunt incluse și serviciile oferite de comunitățile locale sau de către asociații membrilor lor”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Halloran J., Calderon K.V., „Basic social services in rural settlements- Village and remote homestead community care-giving”, Hungary, 2005, p. 12

<sup>2</sup> Zamfir C., Vlăsceanu L., „Dicționar de sociologie”, Editura Babel, București, 1998, p. 531

Serviciile sociale reprezintă ansamblul complex de măsuri și acțiuni realizate pentru a răspunde nevoilor sociale individuale, familiale sau de grup, în vederea prevenirii și depășirii unor situații de dificultate, vulnerabilitate sau dependență pentru prezervarea autonomiei și protecției persoanei, pentru prevenirea marginalizării și excluziunii sociale, pentru promovarea incluziunii sociale și în scopul creșterii calității vieții.<sup>3</sup>

În concluzie, serviciile sociale reprezintă activitatea sau ansamblul de activități realizate pentru a răspunde nevoilor sociale, precum și a acelor speciale, individuale sau de grup, în vederea depășirii situațiilor de dificultate, prevenirea și combaterea riscului social, promovarea incluziunii sociale și creșterea calității vieții.

## **2. Beneficiarii serviciilor sociale**

Beneficiarii de servicii sociale sunt:<sup>4</sup>

- a) persoane și familii aflate în dificultate sau risc;
- b) grupuri sociale în situații de dificultate sau risc, generatoare de marginalizare sau excluziune socială;
- c) comunitatea care are nevoie de sensibilizare, prevenire și combatere a situațiilor de dificultate sau risc.

Beneficiarii de servicii sociale pot fi: copii, persoane vârstnice, persoane cu handicap, persoane dependente de consumul de droguri, alcool sau alte substanțe toxice, persoane care au părăsit penitenciarele, familii monoparentale, persoane afectate de violența în familie, victime ale traficului de ființe umane, persoane infectate sau bolnave HIV/SIDA, fără venituri sau cu venituri mici, imigranți, persoane fără adăpost, bolnavi cronici, persoane care suferă de boli incurabile, precum și alte persoane aflate în situații de nevoie socială.

## **3. Furnizorii de servicii sociale**

Serviciile sociale sunt asigurate de către autoritățile administrației publice locale, precum și de persoane fizice sau persoane juridice publice ori private, în condițiile legii<sup>5</sup>.

Furnizori publici de servicii sociale pot fi:

- a) structurile specializate din cadrul/subordinea autorităților administrației publice locale și autoritățile executive din unitățile administrativ-teritoriale organizate la nivel de comună, oraș, municipiu și sectoare ale municipiului București;
- b) autoritățile administrației publice centrale ori alte instituții aflate în subordinea sau coordonarea acestora care au stabilite prin lege atribuții privind acordarea de servicii sociale pentru anumite categorii de beneficiari;
- c) unitățile sanitare, unitățile de învățământ și alte instituții publice care dezvoltă, la nivel comunitar, servicii sociale integrate.
- d) organizațiile neguvernamentale, respectiv asociațiile și fundațiile;
- e) cultele recunoscute de lege;
- f) persoanele fizice autorizate în condițiile legii;
- g) filialele și sucursalele asociațiilor și fundațiilor internaționale recunoscute în conformitate cu legislația în vigoare;
- h) operatorii economici, în condiții speciale, prevăzute de lege.

---

<sup>3</sup> Legea nr. 292 din 20.12.2011 privind asistența socială, Monitorul Oficial nr. 905 din 20 decembrie 2011, art. 27, alin.1

<sup>4</sup> [www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/familie/politici-familiale-incluziune-si-asistenta-sociala/819-servicii-sociale1](http://www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/familie/politici-familiale-incluziune-si-asistenta-sociala/819-servicii-sociale1)

<sup>5</sup> Legea 292/2011 privind beneficiarii și furnizorii de servicii sociale

## **4. Aria și metodologia cercetării**

### **4.1. Aria cercetării**

Cercetarea de față, prin care am încercat să punem în evidență tipurile de servicii sociale s-a desfășurat în perioada 13.02.2023-17.02.2023 la Organizația Salvați Copiii Filiala Hunedoara. Lotul de subiecți a fost investigat și compus dintr-un număr de 45 persoane, părinți beneficiari ai programului Centrul de zi pentru copii din familii aflate în dificultate Petrila.

### **4.2. Metodologia cercetării**

În ceea ce privește metoda de cercetare, precizăm că am apelat la ancheta indirectă ce a avut ca instrument de lucru chestionarul compus dintr-un număr de 14 întrebări.

Menționăm că am ales metoda anchetei indirecte din următoarele motive.

În primul rând, ne-am asigurat de faptul că răspunsurile celor chestionați vor fi anonime, acestea având rolul de a contribui la sinceritatea și completitudinea răspunsurilor.

În al doilea rând, ne-am putut asigura că vom primi toate chestionarele de la subiecți, aceasta având rolul de a obține cu exactitate răspunsurile la cererea noastră.

De asemenea, am realizat și un studiu de caz semnificativ pentru tipul de servicii sociale, și anume, centrul de zi al Organizației Salvați Copiii Filiala Hunedoara.

Studiul de caz a fost foarte util în stadiile incipiente ale cercetării atunci când obiectivul a fost de a explora ideii, de a testa și de a perfecționa instrumentele de măsurare și de a pregăti un studiu mai amplu.

În acest fel, prin intermediul studiului de caz, am testat valabilitatea tipurilor de servicii sociale oferite de către Centrul de zi Petrila.

### **Studiu de caz**

Daniel, 10 ani

Daniel, în vârstă de 10 ani, beneficiază de sprijinul Salvați Copiii Filiala Hunedoara din luna septembrie 2016, atunci când una din mătușile sale, în grija căruia ajunsese băiatul, ne-a solicitat acest lucru.

Daniel are mama plecată în Italia de peste 7 ani; ne spune, de câte ore are prilejul, că îi este foarte dor de ea. Despre tatăl său nu știe nimic. Se presupune că ar fi în străinătate. Este un copil care a fost crescut de mai multe persoane, nebeneficiind de siguranța și căldura unui adevărat cămin familial. Copil călător nu din propria-i dorință, ci pentru că așa a impus-o situația, lui Daniel îi este greu să-și stabilească clar și marginile lumii sale interioare. Profund dezorientat, Daniel a devenit neîncrezător și ușor temător, singurul mecanism de apărare fiindu-i retragerea în visuri, acolo unde toate dorințele se împlinesc, unde totul este posibil.

După plecarea mamei a locuit la o mătușă maternă, într-o familie numeroasă, cu relații conflictuale și dificultăți mari socio-economice; pentru că lui Daniel nu i s-a acordat prea mare atenție, acesta a rămas cu grave lacune educaționale, în dezvoltarea deprinderilor de comunicare și a altor deprinderi, cum ar fi cele de igienă.

La rugămintea mamei, din anul 2016 Daniel a ajuns în grija altei mătuși, tot soră de-a mamei, mătușa care a solicitat sprijinul Salvați Copiii. Din anul 2017, atât mătușa cât și Daniel au fost ajutați de către o familie care i-a și găzduit, aceștia nemaiavănd unde locui.

În luna noiembrie 2018, mătușa a decedat din cauza unor grave probleme de sănătate. În acest punct Daniel se simțea, din nou, abandonat. Iar singur, iar expus necunoscutului, fără nimeni în care să poată avea încredere, fără siguranță, fără protecție, toate atât de necesare unui copil de

vârsta lui. Nemaiaivând nicio rudă care să fie dispusă să îl îngrijească, s-a instituit măsura de protecție specială – plasament către familia respectivă.

Membrii familiei de îngrijire se străduiesc să îi ofere lui Daniel cele necesare, de la afecțiune la un cămin sigur. Merg frecvent la școală pentru a monitoriza situația școlară; de asemenea, colaborează cu personalul Salvați Copiii Filiala Hunedoara. Îl integrează în toate activitățile vieții de familie și încearcă să-i ofere modele de urmat. L-au implicat pe Daniel în treburile casnice, pentru a-l ajuta să-și dezvolte deprinderile de viață conform vârstei, iar acesta a reușit să învețe reguli aparent simple de igienă și de comportament chiar pentru un copil de vârstă mică – să se spele pe mâini, să mănânce cum trebuie, să fie cooperant în relațiile cu ceilalți.

În programul Salvați Copiii Filiala Hunedoara, Daniel beneficiază, alături de alți copii asemenea lui de activități de sprijin școlar, consiliere psihologică, activități recreative și sprijin material. Eforturile echipei Salvați Copiii Filiala Hunedoara, în paralel cu căminul pe care Daniel îl are în sfârșit, fac ca progresele lui, atât în plan educațional, în ceea ce privește rezultatele școlare, cât și emoțional și comportamental să fie vizibile. Învață despre emoții și sentimente, exprimă bucurie și mândrie față de sine atunci când reușește să își gestioneze comportamentele dificile. Specialiștii organizației încearcă să-i ofere un climat plin de apreciere, de validare și nu în ultimul rând de încredere, un spațiu cu oameni și relații stabile, fără evenimente excepționale. Daniel nu mai are nevoie de nou, ci de constanță, are nevoie de lucruri la care să se aștepte și pe care să se bazeze.

În continuare, caută atenția celor din jur prin diverse mijloace; uneori manifestă un comportament agitat și agresiv în acest scop, astfel că nevoia de consiliere este importantă în continuare. Și-ar dori ca mama lui să nu mai plece la muncă în străinătate. O vede foarte rar. Vorbește la telefon cu mama, săptămânal de obicei, când nu vorbește la telefon, Daniel ne spune că „se simte agitat și nu știe de ce”.

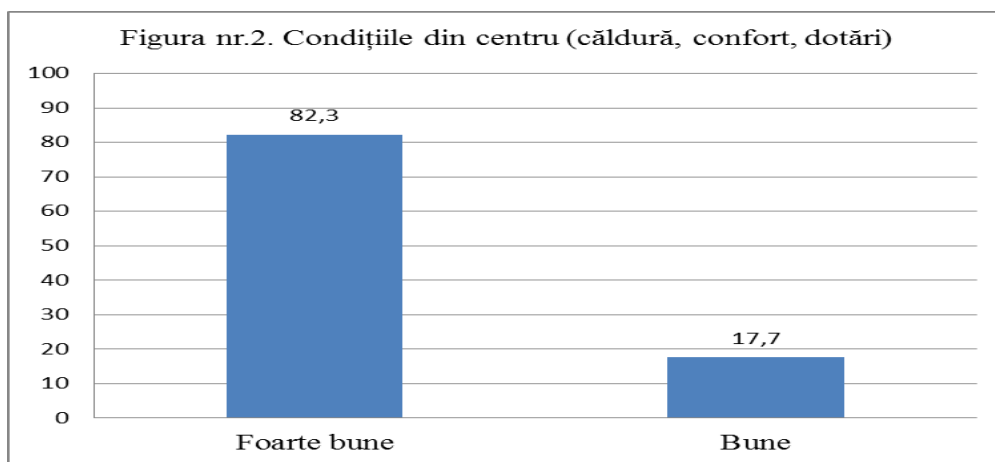
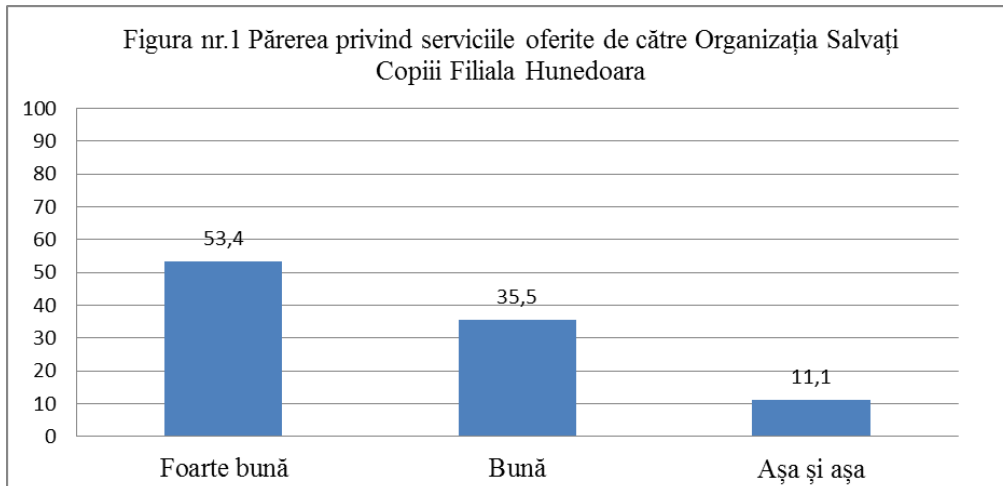
## 5. Analiză și interpretare

### Serviciile oferite de către Organizația Salvați Copiii Filiala Hunedoara

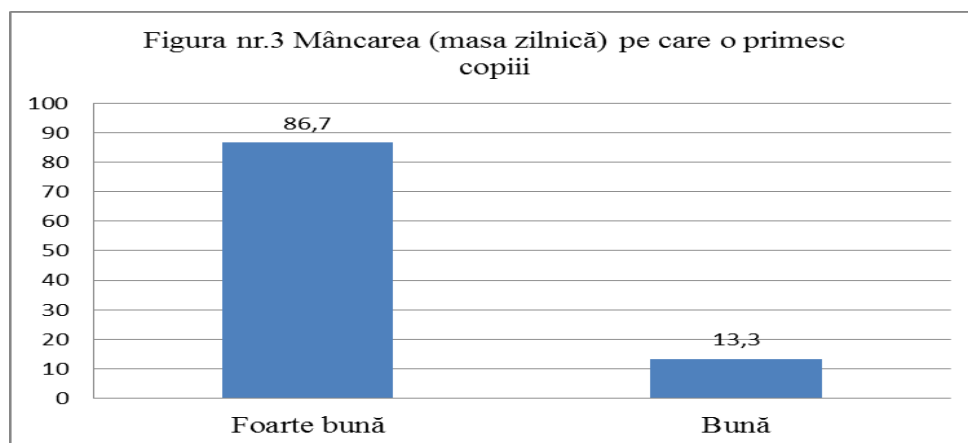
Din figura de mai jos putem observa că marea majoritate dintre beneficiari au o părere „foarte bună” privind serviciile oferite de către Organizația Salvați Copiii Filiala Hunedoara. Părinții pun accent pe activitățile desfășurate în unitatea de asistență socială și anume: activități de asistență socială prin intermediul serviciilor educaționale și sociale oferite de Centrul de zi Petrila adresate atât copiilor cât și lor. Consiliere socială -copiii și familiile lor au beneficiat de asistență în scopul ameliorării situațiilor dificile din punct de vedere social. Asistență psihologică -copiii au beneficiat de consiliere educațională și psihologică individuală/de grup în vederea dezvoltării personale, emoționale, sociale și cognitive; soluționării sau ameliorării problemelor cu care se confruntă. Îngrijire și asistență medicală -copiii care au avut nevoie au fost sprijiniți pentru investigații medicale, consultații și tratamente în vederea ameliorării problemelor de sănătate cu care se confrunta. Suport material -copiii au primit o masă caldă, pachete cu dulciuri, suc și fructe, pachete cu alimente și pachete cu îmbrăcăminte, încălțăminte, rechizite și materiale de igienă.

Activități educative - activități recreative și de socializare- activități de pregătire pentru școală. Copiii au beneficiat de ajutor pentru realizarea sarcinilor școlare au beneficiat de sprijin pentru efectuarea temelor, realizarea referatelor, portofoliilor necesare la diferite materii; activități școlare de timp liber: jocuri sportive (tenis de masă, basseball, fotbal, cursa cu obstacole, badminton); jocuri în sală (colaje, desene, remy, monopoly, puzzle, jocuri de memorie, jocuri logice, jocuri pe calculator; preșcolarii au participat la activități educative conform vârstei.

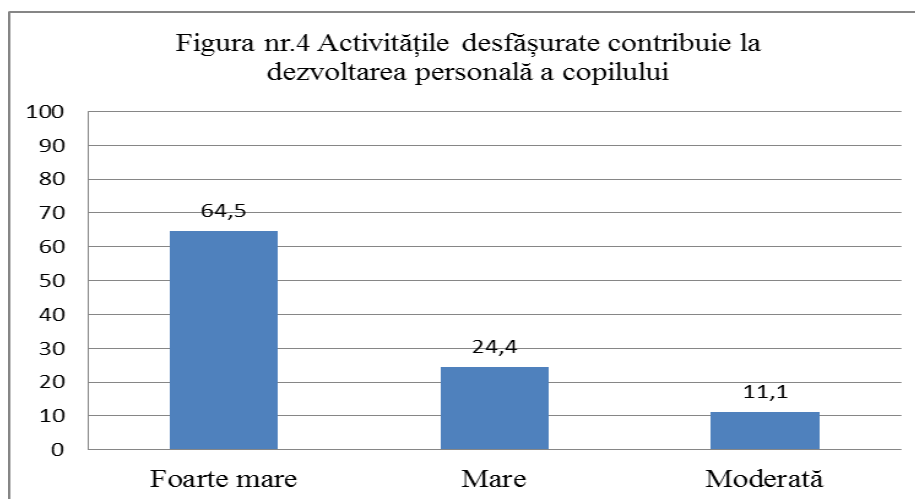




Din figura nr. 2, putem observa, așa cum era de așteptat, că marea majoritate dintre părinții clasifică condițiile din centru (căldură, confort, dotări) ca fiind „foarte bune”. Putem deduce că părinții sunt foarte mulțumiți de condițiile în care, copiii dumnealor își desfășoară activitatea. Acest loc este unul pe placul copiilor beneficiari, în care se simt în largul lor, reușind să fie în zona lor de confort, ceea ce explică atașamentul și dorința de a petrece cât mai mult timp într-un astfel de mediu. Tot în aceste condiții, procesele cognitive (cum ar fi: memoria, gândirea, imaginația, limbajul) ating cote maxime ceea ce explică devotamentul, atracția și buna dispoziție a unui loc cald, uman, plin de emoție.



Dintre subiecții chestionați de noi, marea majoritate a părinților au o părere „foarte bună” despre masa zilnică pe care o primesc copiii la centru prin activitatea bucătarului care pregătește zilnic masa caldă pentru beneficiari, se asigură de îngrijirea blocului alimentar și a documentelor necesare funcționării în condiții optime. Putem deduce că, bucătarul pregătește meniurile asigurând o alimentație echilibrată, în conformitate cu preferințele și nevoile biologice specifice vârstei fiecărui copil și a normelor în vigoare cu privire la necesarul de calorii.



Din figura nr. 4, putem constata că marea majoritate a subiecților consideră ca fiind „foarte mare” măsura în care activitățile desfășurate în cadrul centrului de zi contribuie la dezvoltarea personală a propriilor copii. De aici putem deduce că activitățile desfășurate contribuie la cunoașterea resurselor comunitare, dobândirea deprinderilor de viață independentă, autocunoaștere, reducerea impulsivității, furiei și controlului emoțional, dezvoltare cognitivă, dezvoltare motrică și fizică. Părinții constată faptul că, varietatea activităților desfășurate în cadrul centrului de zi, le aduce numai beneficii în viitor, astfel încât vor fi mulțumiți de „adușii” care vor deveni.

### Bibliografie:

1. Halloran J., Kalderon K.V., „Basic social services in rural settlements- Village and remote homestead community care-giving”, Hungary, 2005
3. Zamfir C., Vlăsceanu L., „Dicționar de sociologie”, Editura Babel, București, 1998
3. MEC, „Raportul privind sărăcia și impactul politicilor în anul 2006”, 2006
4. UE TACIS. Baza de date a ONG-urilor active în domeniul social prestatoare de servicii, 2007;
5. Legea nr.81-XV din 28.02.2002 privind cantinele de ajutor social și Regulamentul-tip cu privire la funcționarea cantinelor de ajutor social, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.1246 din 16.10.2003;
6. Legea nr.453-XVI din 28.12.2006 privind descentralizarea administrativă;
7. Legea nr. 292 din 20.12.2011 privind asistența socială, Monitorul Oficial nr. 905 din 20 decembrie 2011, art. 27, alin.1;
8. Legea 292/2011 privind beneficiarii și furnizorii de servicii sociale;
9. Legea 292/2011 privind procesul de acordare al serviciilor sociale;
10. Hotărârea Guvernului nr.87 din 31.01.2002 cu privire la extinderea funcțiilor și eficientizarea activității Centrului Republican Experimental de Protezare, Ortopedie și Reabilitare;
11. Hotărârea guvernului 1512 din 31.12.2008 pentru aprobarea Programului național privind crearea sistemului integrat de servicii sociale pe anii 2008-2012;

12. Ordinul Ministrului Muncii și Protecției Sociale nr.32 din 09.06.2003 cu privire la Regulamentul evidenței și distribuirii biletelor de reabilitare medicală persoanelor în vârstă și cu dizabilități, aprobat prin Ordinul nr.32 din 09.06.2003;
13. [www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/familie/politici-familiale-incluziune-si-asistenta-sociala/819-servicii-sociale1](http://www.mmuncii.ro/j33/index.php/ro/2014-domenii/familie/politici-familiale-incluziune-si-asistenta-sociala/819-servicii-sociale1);
14. [www.scritub.com/sociologie/asistenta-sociala/SERVICII-SOCIALE33822.php](http://www.scritub.com/sociologie/asistenta-sociala/SERVICII-SOCIALE33822.php);

## Procesul de adaptare al studenților străini în cadrul Universității din Petroșani

**Autor: Vlad Robert Serban**  
**Coordonator: Lect. univ. dr. Stegar Irinel**  
**Universitatea din Petroșani**

**Abstract:** *This article deals with the issue of foreign student integration and acclimation to the environment found at the University of Petroșani, and it is based on a study conducted on foreign students currently residing inside the aforementioned institution.*

Datorită creșterii interesului acordat României în ultimii ani numărul de studenți străini ce au hotărât să își efectueze studiile în instituțiile din interiorul țării a înregistrat o creștere, ajungând în 2021 la un total de 35.392, tendință ce pare a se menține. Acest lucru aduce cu sine întrebări legate de procesul de integrare socială al acestor studenți, cât și planurile de viitor în legătură cu posibila profesare a carierei în România.

În virtutea acestui fapt, consider că, pentru a putea facilita integrarea acestor studenți străini în rândul corpului studențesc românesc prezent și, ulterior, integrarea lor profesională pe piața muncii din România, este necesară înțelegerea opiniilor, atitudinilor și a necesităților, pe care aceștia le au pentru a putea apoi depăși dificultățile cu care ei se confruntă.

Având în vedere acest fapt, lucrarea curentă este bazată pe un studiu făcut asupra a 9 studenți veniți din alte țări pentru a obține informații legate de modul în care ei percep timpul petrecut în cadrul universității cât și nivelul la care aceștia consideră că s-au integrat. Cercetarea s-a desfășurat în luna Aprilie 2023, instrumentul utilizat fiind chestionarul, care a cuprins un număr de 20 de întrebări.

**Tabel Nr. 1 Vârsta Subiecților**

	Până în 20 de ani inclusiv	21-25 ani	26-30 ani	Total
<b>ABS.</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>67</b>	<b>22</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr. 2 Programul de studiu al subiecților**

	An pregătitor de limba româna	IME	Management	Business si administrare	Total
<b>ABS.</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>33</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr. 3 Țara de proveniența a subiecților**

	Rep. Moldova	Niger	Yemen	Total
<b>ABS.</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>67</b>	<b>11</b>	<b>22</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr. 4 Anul de studiu curent al subiecților**

	Anul I	Anul II	Anul IV	Total
<b>ABS.</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>44</b>	<b>44</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

Majoritatea subiecților vizați în cadrul studiului provin din Republica Moldova, se află în anul I sau II și au vârsta până la 30 de ani. Acest lucru ne arată faptul că, în majoritatea cazurilor, studenții străini ce vin să urmeze studiile în cadrul Universității din Petroșani tind a fi la început de carieră, lucru ce le conferă potențialul de a acționa ca o sursă importantă de viitori specialiști ce poate fi utilizată pentru suplimentarea numărului de studenți ce activează în cadrul instituției.

Pentru a putea determina nivelul la care studenții străini s-au integrat în cadrul colectivului de studenți autohtoni, iar apoi pentru a putea obține o imagine de ansamblu legată de opiniile subiecților în legătură cu noile condiții de lucru și de acomodare, consider că este necesară identificarea elementelor ce au jucat un rol important în formarea percepției acestora, anume: modul în care a fost văzut procesul de adaptare de către subiecți, modul în care subiecții văd atât interacțiunile și comunicarea cu colegii, cât și cu cadrele didactice întâlnite în cadrul instituției, și, în final, perioada de studiu pe care aceștia au petrecut-o în România.

**Tabel Nr. 5 Procesul de adaptare al subiecților**

	<b>Dificultate moderată</b>	<b>Ușor</b>	<b>Total</b>
<b>ABS.</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>67</b>	<b>33</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr 6. Perioada de timp petrecuta in România**

	<b>Mai puțin de 1 An</b>	<b>1-2 Ani</b>	<b>Total</b>
<b>ABS.</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>56</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

Unul din elementele importante ce joacă un rol în cadrul procesului de adaptare al studenților străini la noile condiții este perioada de timp petrecută în țara noastră. În cadrul studiului, subiecții vizați au petrecut o perioadă de timp relativ scurtă în interiorul universității, 56% aflându-se în România de mai puțin de un an, în timp ce 44% au petrecut între 1-2 ani în țară. Acest fapt duce la ideea conform căreia dificultățile întâmpinate de către subiecți în procesul de adaptare, 67% din aceștia considerând că el a fost unul oarecum dificil, pot fi parțial atribuite intervalului de timp relativ scăzut acordat acomodării și interacțiunii cu noile comunități întâlnite.

**Tabel Nr 7. Percepția subiecților asupra comunicării cu colegii români**

	<b>Oarecum ușoara</b>	<b>Ușoara</b>	<b>Total</b>
<b>ABS.</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>44</b>	<b>56</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr. 8 Percepția subiecților asupra comportamentului studenților români**

	<b>Oarecum mulțumit</b>	<b>Foarte mulțumit</b>	<b>Total</b>
<b>ABS.</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>33</b>	<b>67</b>	<b>100</b>

Două alte elemente importante în procesul de integrare al subiecților vizați în cadrul studiului sunt modul în care aceștia percep dificultatea comunicării cu noii colegi, cât și modul în care este văzut comportamentul acestora de către persoanele care au participat la acest studiu. Primul element din cele menționate anterior, și anume, ușurința cu care subiecții pot comunica cu colegii români este extrem de important pentru a putea rezolva eventualele neînțelegeri culturale ce pot apărea odată cu interacțiunea pe o perioadă lungă de timp a unor culturi diferite. În acest domeniu, nici unul dintre

subiecți nu a întâmpinat dificultăți majore în comunicarea cu noii colegi , 56% văzând-o chiar că fiind ușoară. Cel de-al doilea element ce ajută la conturarea percepției pe care studenții străini o au asupra noilor comunități în care se afla, anume, modul în care aceștia văd comportamentul colegilor cu care intra în contact, este extrem de important atât pentru a asigura un mediu favorabil pentru demararea studiilor cât și pentru a dezvolta un respect profesional sănătos între ambele grupe. Majoritatea respondenților, anume 67%, se declară foarte mulțumiți de comportamentul noilor colegi, în timp ce 33% îl considera adecvat. Acest lucru denotă faptul că, în ciuda anumitor dificultăți întâmpinate de ambele grupe în cadrul comunicării, studenții romani continua să facă un efort pentru a integra subiecții în cadrul propriilor comunități.

**Tabel Nr. 9 Percepția comportamentului cadrelor didactice de către subiecți**

	Oarecum mulțumiți	Foarte mulțumiți	Total
<b>ABS.</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>22</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr. 10 Percepția subiecților asupra comunicării cu cadrele didactice**

	Oarecum ușoara	Foarte ușoara	Total
<b>ABS.</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>22</b>	<b>78</b>	<b>100</b>

Ultimele elemente cruciale pentru a determina nivelul de integrare al elevilor străini în cadrul comunității studențești din Petroșani sunt capacitatea de a comunica cu cadrele didactice și modul în care comportamentul acestora este perceput de către subiecți.

În raport cu modul în care studenții străini văd comportamentul cadrelor didactice 78% se declară foarte mulțumiți, în timp ce 22% sunt oarecum mulțumiți. De asemenea capacitatea subiecților de a interacționa cu cadrele didactice, este la un nivel ridicat, 78% considerând acest lucru ca fiind foarte ușor. Aceste observații denotă faptul că, în ciuda diferențelor culturale, comportamentul cadrelor didactice continuă să fie pozitiv, iar studenții străini îl percep ca atare, lucru ce este ajutat de ușurința cu care aceștia consideră că pot comunica.

În virtutea datelor prezentate anterior, pot afirma că subiecții vizați în cadrul studiului se bucura de un grad ridicat de integrare, aceștia fiind capabili atât de a interacționa cu colegii cât și cu cadrele didactice, și sunt, de regula, capabili de a își comunica ideile și părerile într-un mod satisfăcător pentru toate persoanele implicate.

Cea de a doua componentă a acestui studiu, anume, înțelegerea necesităților și a elementelor ce ar ajuta la sporirea gradului de confort al subiecților vizați în cadrul studiului, este importantă atât pentru creșterea numărului de studenți străini ce activează în cadrul universității, cât și pentru a ridica șansele ca aceștia să continue studiile în cadrul instituțiilor din România, și ulterior, să profeseze în țară.

**Tabel Nr. 11 Percepția subiecților asupra condițiilor de locuit**

	Oarecum mulțumit	Foarte mulțumit	Total
<b>ABS.</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>77</b>	<b>23</b>	<b>100</b>

**Tabel Nr 12. Percepția subiecților asupra la condițiilor de lucru**

	Oarecum mulțumit	Foarte mulțumit	Total
<b>ABS.</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>67</b>	<b>33</b>	<b>100</b>

În cadrul studiului, majoritatea subiecților vizati, anume 77%, se considera satisfăcuți de condițiile de locuit, în timp ce 23% se declara foarte mulțumiți. Aceste percepții par a fi predominant influențate de elemente precum temperaturile scăzute din interiorul universității și accesul la apă caldă în cadrul căminului. Aceleași elemente par a contura și opinia subiecților în raport cu condițiile de lucru, 67% din aceștia considerându-se oarecum mulțumiți în timp ce 33% se declara foarte mulțumiți. În virtutea acestui fapt, îmbunătățirea factorilor menționați anterior reprezintă principalul element ce ar spori confortul în viziunea studenților străini.

**Tabel Nr. 13. Percepția subiecților asupra posibilităților de petrecere a timpului liber**

	Total nemulțumit	Oarecum mulțumit	Foarte mulțumit
<b>ABS.</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
<b>%</b>	<b>22</b>	<b>56</b>	<b>22</b>

Percepțiile studenților străini asupra modalităților în care aceștia își pot petrece timpul liber tind a fi variate, 22% declarându-se total nemulțumiți, cel mai probabil datorita lipsei facilităților pe care aceștia le-ar dori, în timp ce 56 % se declara oarecum mulțumiți de opțiunile pe care le au și doar 22% consideră că posibilitățile de petrecere a timpului liber la care aceștia au acces sunt ideale. În viziunea autorului, diferențele culturale joacă un rol important asupra așteptărilor pe care studenții le au în raport cu modalitățile de petrecere a timpului liber, acestea fiind puternic influențate de concepțiile formate înaintea venirii în Romania.

**Tabel Nr. 14. Măsura în care subiecții ar fi dorit să urmeze studiile în altă țară**

	In mica măsura	In măsura medie	In mare măsura	Nu pot aprecia	Total
<b>ABS.</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>33</b>	<b>23</b>	<b>33</b>	<b>11</b>	<b>100</b>

În cadrul cercetării, opiniile subiecților asupra posibilității de a urma studiile în cadrul unei alte țări sunt fragmentate. 33% declara că sunt mulțumiți de decizia de a studia în Romania, în timp ce 23% au considerat că aceasta este oarecum satisfăcătoare, luând însă în considerare posibilitatea de a studia într-o altă țară. 33% își exprima dorința de a studia în mod definitiv într-o instituție străină, iar 11% sunt indeciși. În virtutea acestor observații, instituțiile din Romania par a fi văzute de către studenții străini într-o lumina pozitivă, însă nefiind la fel de agreeate că instituțiile străine, îndeosebi cele aflate în Europa de Vest.

**Tabel Nr. 15 Planurile subiecților după absolvire**

	Realizarea unei cariere în România	Reîntoarcerea în țara de proveniență	Continuarea pregătirii în alte țări	Nehotărâți	Total
<b>ABS.</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>9</b>
<b>%</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>44</b>	<b>34</b>	<b>100</b>

Odată cu finalizarea studiilor curente, cea mai mare parte a subiecților, anume 44%, doresc să își continue pregătirea în cadrul unei alte țări. Acesta dorință este influențată atât de percepția pe care subiecții o au asupra instituțiilor străine, acestea fiind, adeseori, văzute într-o lumina pozitivă, cât și de numărul redus de oportunități de clădire a unei cariere în interiorul țării noastre. Numărul subiecților ce își doresc să urmeze o carieră în România este unul redus aceștia reprezentând doar 11% din respondenți, fapt ce se datorează, de regula, imposibilității acestora de a-și satisface cerințele profesionale odată cu finalizarea studiilor în interiorul țării. Numărul subiecților ce doresc să se întoarcă în țara de proveniență este, de asemenea, redus, aceștia constituind 11% din persoanele incluse în acest studiu, fapt ce conturează ideea conform căreia o buna parte din respondenți văd

pregătirea în cadrul instituțiilor din România că o treapta în cariera lor profesională. 34% din subiecți nu au decis încă ce ar dori să facă odată cu finalizarea studiilor.

În concluzie, în urma demarării acestui studiu, se poate constata faptul că în ciuda nivelului ridicat de integrare de care se bucură, de regulă, studenții străini veniți la Universitatea Petroșani, șederea acestora ar putea fi îmbunătățită, lucru ce ar ajuta atât la retenția acestora cât și la atragerea unui număr mai mare de viitori specialiști străini.

**Bibliografie:**

Minsiterul Educatiei (2022) – „Raport privind Starea Invatamantului din Romania 2021-2022”



## AUTORII LUCRĂRILOR

1. Alexa Marinela Simina
2. Anghel Antonio
3. Bârsan Dumitrița Francesca
4. Berca Maria Emilia
5. Bernat Nicholas
6. Bloj Maria Liliana
7. Bobora (Muntean) Ileana Maria
8. Bogdan Octavian Nicolae
9. Călina Bogdan
10. Cărăvan Șerban-Constantin
11. Ceureanu Dragoș
12. Ciobîrcă Andrei Alexandru
13. Ciornilă Denisa Mihaela
14. Ciubotaru Andreia
15. Coposesc Denisa Mihaela
16. Cortac Gabriela
17. Crețu Răzvan
18. Cuclev Eugeniu
19. Deliu Ilinca
20. Dicanu Andrei-Radu
21. Doni Mihaela
22. Donisa Claudia
23. Dragne Daniel
24. Droj Ana Maria
25. Florea Maria Denisa
26. Foszto (Drăgoi) Irina
27. Gavrilescu Natalia-Iuliana
28. Gherghel Elisabeta Bianca
29. Ghițun Andreea Denisa
30. Girbaci (Miclea) Izabela
31. Gonța Alexandrina
32. Grigoroiu Elena-Iuliana
33. Hotea Estera
34. Hribal Larisa
35. Iari Amalia Izabela
36. Ignat (Livezan ) Paulina Doinița
37. Ilie Dana Adela
38. Ilieș Cosmina Luminița
39. Istrate Ana Maria
40. Joița Angela
41. Korozsi Kinga Izabella
42. Lacataș Larisa
43. Macaru Ana-Maria
44. Malairos Alexandru-Simon
45. Mangu Antonia-Mirela
46. Mateucă Oana Mădălina
47. Măcriș Maria - Andrada
48. Miclea Veronica Oana
49. Mihalache (Stoenescu) Valentina
50. Mirci Daniela Loredana
51. Mitroi Maria-Cosmina
52. Mocanu Oleg
53. Moldovan Vasile Ovidiu
54. Motau (Jitaru) Aurora
55. Munteanu Ana-Maria
56. Nicuța Maria Alexandra
57. Obraz-Medrea Radu-Andrei
58. Pietrar Kristina
59. Pîrlea Gabriela-Steliana
60. Pociovălișteanu Diana
61. Pociovălișteanu Raul-Mihai
62. Popa Iulia
63. Popescu Eliza
64. Popescu Nicoleta Mariana
65. Rădoi Maria Alexandra
66. Recean Gabriela
67. Romoșan Cristina
68. Roșca Ana
69. Sandu Eugenia
70. Silvestru Emilia-Ștefania
71. Sima Georgeta Iuliana
72. Stanciu Elena-Nicoleta
73. Stanici Alexandra Nicoleta
74. Stoica Anca-Ioana
75. Susan Elena
76. Szima Andreea-Simona
77. Șuvar Lăcrămioara
78. Tabacariu Mădălina Elena
79. Tărhat Elena-Mădălina
80. Toma Andrei Tudor
81. Tronciu Gianina
82. Țepordei Alina
83. Țiridis Marilena
84. Ungur Rachela Lorena
85. Vitez Alexandra
86. Viziteu Mihaela-Nicoleta
87. Vlad (Checherița) Eufrozina
88. Vlad Robert Serban
89. Voicu Victoria
90. Zavedeev Cătălina

## **COORDONATORII LUCRĂRILOR**

1. Prof. univ. dr. Andrioni Felicia
2. Prof. univ. dr. Ionică Andreea
3. Prof. univ. dr. Man Mariana
4. Prof. univ. dr. Țîrcă Diana-Mihaela
5. Conf. univ. dr. Ciurea Maria
6. Conf. univ. dr. Dobre-Baron Oana
7. Conf. univ. dr. Drigă Imola
8. Conf. univ. dr. Dura Codruța
9. Conf. univ. dr. Ghicajanu Mihaela
10. Conf. univ. dr. Guță Anca Jarmila
11. Conf. univ. dr. Isac Claudia
12. Conf. univ. dr. Monea Alin
13. Conf. univ. dr. Niță Dorina
14. Conf. univ. dr. Nițescu Alina
15. Conf. univ. dr. Ogarcă Radu
16. Conf. univ. dr. Popescu Mirela
17. Conf. univ. dr. Slusariuc Gabriela
18. Conf. univ. dr. Stelescu Ioan
19. Conf. univ. dr. Stoicuța Olimpiu
20. Lect. univ. dr. Anghel Mariana
21. Lect. univ. dr. Cenușe Melinda
22. Lect. univ. dr. Pleșan Nicoleta
23. Lect. univ. dr. Popescu Anamaria
24. Lect. univ. dr. Rákos Ileana-Sorina
25. Lect. univ. dr. Răvaș Oana
26. Lect. univ. dr. Stegar Irinel
27. Lect. univ. dr. Stoicuța Nadia
28. Lect. univ. dr. Ungureanu Adelin
29. Asist. univ. dr. Dobre Alexandru Cristian
30. Prof. Malairos Alexandru
31. Prof. Năstasie Cristina
32. Prof. Romanescu Felicia
33. Prof. Roșian Lucian

## **INSTITUȚII DE ÎNVĂȚĂMÂNT REPREZENTATE**

- \* **Universitatea „Constantin Brâncuși” din Târgu-Jiu**
- \* **Universitatea din Craiova**
- \* **Universitatea din Petroșani**
- \* **Colegiul Economic „Hermes” Petroșani**
- \* **Colegiul Național „Tudor Vladimirescu” din Târgu-Jiu**
- \* **Liceul Tehnologic „Retezat” Uricani**
- \* **Liceul Teoretic „Ion Constantin Brătianu” Hațeg**

## PARTENERI

