

STRATEGII MANAGERIALE

MANAGERIAL STRATEGIES

**Revistă editată de
Universitatea „Constantin Brâncoveanu”
Pitești**

nr. 3 / 2009

**Editura
Independența Economică**

Colegiul de redacție:

Președinte:	Prof. univ. dr. Alexandru Puiu
Vicepreședinte:	Prof. univ. dr. Ion Scurtu
Redactor-șef:	Lect. univ. dr. Cristinel Munteanu
Redactor-șef adjunct:	Lect. univ. dr. Cristina Șerbănică
Membri:	Prof. univ. dr. Marius Gust Prof. univ. dr. Ovidiu Puiu Prof. univ. dr. Dumitru Ciucur Prof. univ. dr. Iuliana Ciochină Conf. univ. dr. Mihaela Asandei Conf. univ. dr. Silvia Dugan Conf. univ. dr. Elena Enache Conf. univ. dr. Nicolae Grădinaru Conf. univ. dr. Radu Pârvu Conf. univ. dr. Dorian Rais
Procesare computerizată:	Conf. univ. dr. Cristian Moroza

**Autorii își asumă deplina responsabilitate
în ceea ce privește materialele publicate.**

© Editura „Independența Economică”, 2009
Pitești, Calea Bascovului nr. 2A
Tel./Fax: 0248/21.64.27

Editură acreditată de către C.N.C.S.I.S.

*Niciun material nu poate fi reprodus fără
permisiunea scrisă a Editurii.*

ISSN 1844 – 668X

CUPRINS

MAREA UNIRE DIN 1918.....	5
Prof. univ. dr. Ionel Căndea	

ECONOMIE

REGLEMENTAREA CERTIFICĂRII PRODUSELOR AGROALIMENTARE ECOLOGICE ÎN ROMÂNIA.....	7
Prof. univ. dr. Ion Diaconescu, Asist. univ. drd. Nicoleta Cârjilă	
CONSECINȚE ALE NERESPECTĂRII ETICII ÎN AFACERILE INTERNAȚIONALE	16
Lect. univ. dr. Andreea-Daniela Gangone	
POLUAREA CHIMICĂ A APEI	21
Lect. univ. dr. Ioana-Iulica Voicu	
IMPACTUL TURBULENȚELOR DE PE PIETELE INTERNAȚIONALE ASUPRA STABILITĂȚII FINANCIARE DIN ROMÂNIA	25
Asist. univ. drd. Dorin Hoarcă	
STADIILE CARIEREI - UN ASPECT IMPORTANT ÎN PROCESUL DE RECRUTARE ..	30
Asist. univ. drd. Carmen Marin	
DECIZIA DE FINANȚARE A AFACERII.....	32
Asist. univ. drd. Mihaela-Cosmina Petre, Lect. univ. dr. Cristina Bunea-Bontaș	
ZONA EURO ÎN FAȚA PROVOCĂRIILOR GENERATE DE CRIZA MONDIALĂ.....	37
Asist. univ. drd. Isabella Sima	
EXPORTURILE ROMÂNIEI ÎN CONDIȚIILE CRIZEI GLOBALE.....	42
Drd. Petruța Drugă	

DREPT

CONSIDERAȚII DESPRE PROCESUL VERBAL DE CONTRAVENȚIE ȘI PREZUMȚIA SA DE LEGALITATE.....	47
Avocat Andreea-Dana Dumitrescu	
CONTRAVENȚII ȘI INFRAȚIUNI PREVĂZUTE DE LEGEA NR.31/1990.....	50
Prep. univ. drd. Raluca Gherghina	

COMUNICARE ȘI JURNALISM

PERCEPȚIA STUDENȚILOR ASUPRA MANAGEMENTULUI TIMPULUI. STUDIU INTERCULTURAL.....	55
Lect. univ. dr. Cristina Șerbănică, Asist. univ. Tudorel Popescu, Masterand Mălina Cristescu	
ÎNȚEPRINDERE DE PRESĂ ÎN CONTEXTUL CRIZEI ECONOMICE.....	64
Asist. univ. dr. Cristina Munteanu, Asist. univ. Nicoleta Bărăscu	

CĂRȚI NOI PUBLICATE SUB EGIDA EDITURII „INDEPENDENȚA ECONOMICĂ” ... 72

CĂRȚI PUBLICATE ÎN ALTE EDITURI 76

CONTENTS

GREAT UNION FROM 1918	5
Prof. univ. dr. Ionel Căndea	

ECONOMY

THE REGLEMENTATION OF THE AGROALIMENTARY ECOLOGICAL PRODUCTS' CERTIFICATION IN ROMANIA.....	7
Prof. univ. dr. Ion Diaconescu, Asist. univ. drd. Nicoleta Cârjilă	
THE CONSEQUENCES OF THE LACK OF ETHICS IN INTERNATIONAL AFFAIRS...	16
Lect. univ. dr. Andreea-Daniela Gangone	
THE CHIMICAL POLLUTION OF WATER.....	21
Lect. univ. dr. Ioana-Iulica Voicu	
THE IMPACT OF THE CHANGES ON THE INTERNATIONAL MARKETS UPON THE FINANCIAL STABILITY IN ROMANIA	25
Asist. univ. drd. Dorin Hoarcă	
CAREER STAGES – AN IMPORTANT ASPECT IN THE RECRUITING PROCESS.....	30
Asist. univ. drd. Carmen Marin	
THE DECISION OF FINANCING A BUSINESS	32
Asist. univ. drd. Mihaela-Cosmina Petre, Lect. univ. dr. Cristina Bunea-Bontaș	
THE EURO ZONE IN FRONT OF THE CHALLENGES GENERATED BY THE WORLD CRISIS	37
Asist. univ. drd. Isabella Sima	
ROMANIA'S EXPORTS UNDER THE CIRCUMSTANCES OF THE GLOBAL CRISIS ..	42
Drd. Petruța Drugă	

LAW

CONSIDERATIONS REGARDING THE MINUTES OF CONTRAVENTION AND ITS PRESUMPTION OF LEGALITY.....	47
Avocat Andreea-Dana Dumitrescu	
CONTRAVENTIONS AND INFRINGEMENTS STIPULATED BY THE LAW NO.31/1990....	50
Prep. univ. drd. Raluca Gherghina	

COMMUNICATION AND JOURNALISM

THE STUDENTS' PERCEPTION UPON THE MANAGEMENT OF TIME. AN INTERCULTURAL STUDY.....	55
Lect. univ. dr. Cristina Șerbănică, Asist. univ. Tudorel Popescu, Masterand Mălina Cristescu	
THE ACTIONS OF THE PRESS IN THE CONTEXT OF THE ECONOMIC CRISIS	64
Asist. univ. dr. Cristina Munteanu, Asist. univ. Nicoleta Bărăscu	

NEWLY PUBLISHED BOOKS UNDER THE AUSPICES OF THE "INDEPENDENȚA ECONOMICĂ" PUBLISHING HOUSE	72
--	-----------

BOOKS ISSUED BY OTHER PUBLISHING HOUSES.....	76
---	-----------

MAREA UNIRE DIN 1918

Prof. univ. dr. Ionel Cîndea

Contemporan cu evenimentele politice și militare care ne-au adus la 1877-1878 recunoașterea independenței noastre de stat, Mihai Eminescu avea să spună că „*independența este suma vieții noastre istorice*”. Destinul poetului național n-a îngăduit cuprinderea în viața sa pământească și a celui alt eveniment *exponențial al istoriei noastre moderne* – Marea Unire din 1918. *Aceasta a fost cununa așezată pe suma vieții noastre istorice.*

Procesul întemeierii și apoi a desăvârșirii vieții noastre de stat începe, ca pentru multe țări din Europa, în evul mediu.

După cucerirea de către unguri a Voievodatului Transilvaniei, la începutul veacului al XIII-lea, neamului românesc, trăitor de o parte și de alta a Carpaților i-au rămas „cele două libertăți” extracarpatică cum le-a spus N. Iorga pentru o evoluție istorică ce se va dovedi adeseori zbuciumată.

Pentru ambele Principate dunărene se va dovedi esențial procesul de salvare a identității fiecăruia dintre ele în confruntarea teribilă cu Imperiul Otoman.

Turcii ajung la Dunăre spre sfârșitul veacului al XIV-lea, adică atunci când întemeierea Țării Românești și a Moldovei devenise fapt împlinit în condiții destul de vitrege.

Dacă Mircea cel Bătrân asigură pentru o bună bucată de vreme viața de sine stătătoare a Țării Românești sub presiunea unui sultan de talia lui Baiazid Ildârâm, Alexandru cel Bun va reuși un extraordinar balans politic, diplomatic și militar între Ungaria, Polonia și Lituania.

De la jumătatea veacului al XV-lea presiunea Porții Otomane va crește obligând pe domnii români să coopereze uneori – fie la luarea domniei – fie în păstrarea ei sau a menținerii unei anume atitudini față de turci.

Ni se pare interesat să evocăm aici faptul că lui Ștefan cel Mare cronică țării îi atribuie un număr 16 de ani ca domn în Țara Românească tocmai pentru faptul că a reușit să impună pe tronul acesteia voievozi care să facă politica sa antiotomană, singura în stare să salveze neamul și Europa Creștină în aceste circumstanțe.

Dar, de la jumătatea veacului al XV-lea pentru Țara Românească și un secol mai târziu pentru Moldova, rezistența în fața turcilor a căpătat alte aspecte, raporturile politice și economice fiind dictate de puternicul vecin de pe dreapta Dunării.

Tocmai statutul asemănător al celor două Principate în raport cu Poarta a determinat în momentul ridicării steagului de luptă antiotomană de către Mihai Viteazul, gesturi similare din partea Moldovei, Transilvania ca Principat autonom luând și ea parte la această ridicare contra turcilor pricipalele Sigismund Bathory dorind chiar să pozeze în conducător al acestei răscoale.

Evenimentele și contextul în care ele s-au desfășurat au condus pe Mihai Viteazul spre gestul de la 1 noiembrie 1599 – intrarea în Alba Iulia – și apoi la expediția din mai 1600 din Moldova de unde alungă pe filopolonul Ieremia Movilă. Pentru prima dată în istoria românilor de pe ambii versanți ai Carpaților, aceștia dobândeau un singur conducător politic neacceptat în această postură nici de împăratul creștin și nici de pașahul otoman. *Fapta lui Mihai, cu toată căderea lui dramatică, avea să lumineze de atunci neamul*

românesc spre calea arătată de marele voievod.. În tot cursul veacului al XVII-lea istoria noastră va consemna proiecte de reînființare a *Vechii Dacii* sugerând mereu unirea românilor ca țel politic major, capabil să țină piept, prin consecințe, *presiunii Imperiilor vecine*, adunate de la începutul secolului al XVIII-lea – împrejurul spațiului românesc.

După „veacul fanariot” redeșteptarea națională începută sub Tudor Vladimirescu la 1821 avea să capete înțelesuri tot mai clare odată cu revoluția de la 1848 în care colaborarea între munteni, moldoveni și ardeleni – a fost un factor important al trezirii națiunii române și al identificării pașilor ce urmau a fi făcuți în continuare.

Contextul internațional favorabil creat prin înfrângerea Rusiei de către Poartă în războiul Crimeei (1853 – 1856) a fost folosit cu maxim folos și chibzuință de tânăra clasă politică educată la școala Apusului.

Congresul de pace de la Paris din 1856 a hotărât în contra intereselor Rusiei – *pentru îndepărtarea ei de la gurile Dunării* – să consulte Principatele dunărene în privința viitorului lor politic. Ocazia nu a fost pierdută de tinerii feciori de boieri pentru a hotărî *Unirea*, câtă vreme marile puteri sugerau o astfel de soluție pentru o Dunăre liberă de la un capăt la celălalt.

Actul de la 24 ianuarie 1859 al dublei alegeri a lui Alexandru Ioan Cuza ca domn al Principatelor a așezat marile puteri europene în fața faptului împlinit: *întemeierea statului național român modern* se înfăptuia într-o Europă ce-și schimbase în mod sensibil atitudinea față de anul 1856.

Consolidarea Unirii – de fapt a însăși României – a fost opera capitală a lui Alexandru Ioan Cuza și a domnitorului Carol I (1866 – 1914).

Dobândind independența, statul român atât de tânăr (1859 – 1881) putea fi proclamat regat și înzestrat cu o dinastie dintr-o ilustră familie europeană, împlinind astfel unul din marile deziderate exprimate de Divanurile ad hoc din 1857.

Procesul a cărui desăvârșire avea să se petreacă la sfârșitul primei conflagrații mondiale începe în opinia noastră cu Pacea de la București din 1913 când România sub Carol I dobândește Cadrilaterul.

Următorul pas avea să se facă în chiar cursul războiului, cinci ani mai târziu, la 27 martie 1918, când Moldova dintre Prut și Nistru unindu-se cu Țara – regatul României – **relansa procesul desăvârșirii unității naționale.**

La 28 noiembrie Bucovina și la 1 decembrie 1918 Transilvania, dând glas voinței majorității locuitorilor acestor provincii în conformitate cu dreptul popoarelor la autodeterminare – proclamat în contextul destrămării Imperiului Austro-ungar – au hotărât și ele unirea pe veci cu România.

Un proces istoric îndelung lua astfel sfârșit cu nădejdi și speranțe pe măsura suferințelor îndurate de un neam întreg în toată devenirea sa. România își trasa granițele sale firești fără să creadă că ceea ce înfăptuiseră atâtea și atâtea generații va putea fi zdruncinat vreodată.

Din interior – dar mai ales din afară – un concurs de factori au reușit să submineze în decurs de două decenii (1918 – 1940) eforturile și jertfele generației ce a înfăptuit România Întreagă.

Ziua de 1 Decembrie, devenită după 1989 ziua națională a României, are de aceea, pentru toți românii, **suficientă pildă și mult îndemn totodată.**

Reglementarea certificării produselor agroalimentare ecologice în România

Prof. univ. dr. Ion Diaconescu

ASE București, Facultatea de Comerț

Asist. univ. drd. Nicoleta Cârjilă

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești,

Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Brăila

1. Introducere

Pe plan mondial, opțiunea pentru practicarea agriculturii ecologice este una serioasă, în plină expansiune, motivată fiind prin argumente ecologice și igienico-sanitare, impuse de schimbarea radicală a cererii consumatorilor și de preocupările tot mai insistente pentru biosecuritatea alimentară. Producția agroalimentară ecologică are ca scop realizarea unor sisteme agricole durabile, diversificate și echilibrate, care asigură protejarea resurselor naturale și sănătatea consumatorilor. Organismele modificate genetic și derivatele lor nu sunt permise în producția agroalimentară ecologică. Modul de producție ecologic diferă de cel convențional prin faptul că evită utilizarea îngrășămintelor chimice și a pesticidelor, care constituie principala cauză a problemelor de poluare agricolă actuală și de afectare a sănătății consumatorilor. În agricultura ecologică, metodele de cultură biologice și mecanice sunt utilizate, în măsura în care este posibil, în locul produselor chimice de sinteză, pentru a îndeplini toate funcțiile specifice sistemului agricol, în conformitate cu regulile și principiile de producție ecologică stabilite și care sunt certificate de un organism de inspecție și certificare.

Agricultura ecologică se dezvoltă rapid și se practică în peste 140 țări ale lumii, procentul de suprafață ecologică din total suprafață agricolă și numărul operatorilor ecologici continuă să crească în multe țări. În concordanță, cu ultimul studiu¹ privind agricultura ecologică la nivel mondial, 32.221.311 hectare sunt organizate în sistem ecologic, ceea ce reprezintă 0,78 % din suprafața agricolă totală la nivel mondial.

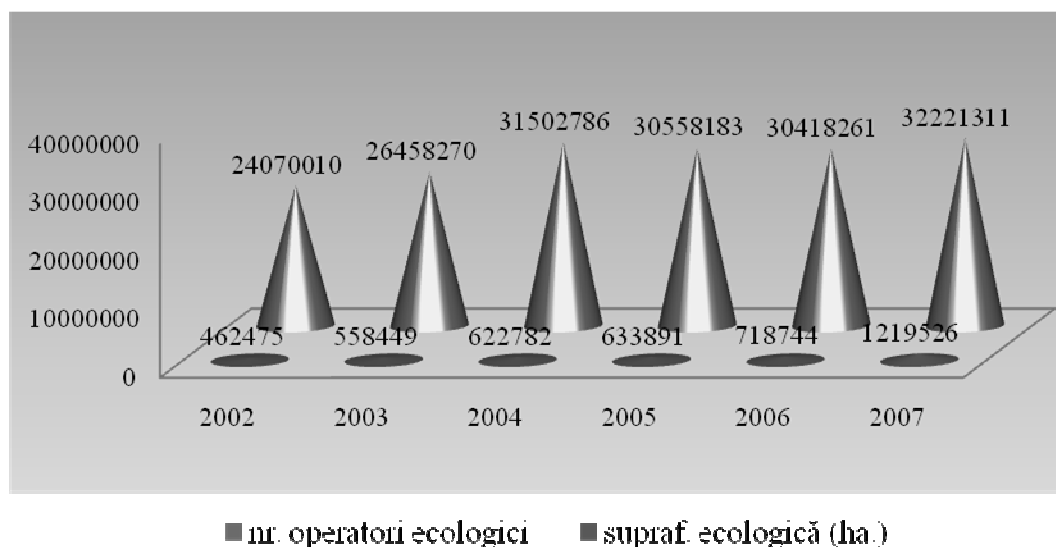
Din analiza evoluției suprafețelor ecologice din ultimii 6 ani, se constată în 2007, o creștere a acestora cu aproximativ 39% față de anul 2002, iar numărul operatorilor ecologici a crescut cu 164%, înregistrându-se astfel o creștere spectaculoasă a acestora cu aproape 70% față de anul precedent (figura 1.1.).

Din analiza datelor statistice prezentate în România², se constată că suprafața cultivată în agricultura ecologică a crescut în anul 2007, de circa 11 ori față de anul 2000, respectiv de la 17.438 ha în anul 2000 la 190.129 ha în anul 2007 (figura 1.2.).

¹ Willer, Helga; ș.a - *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2009*, IFOAM, FiBL, cu date la 31.12.2007

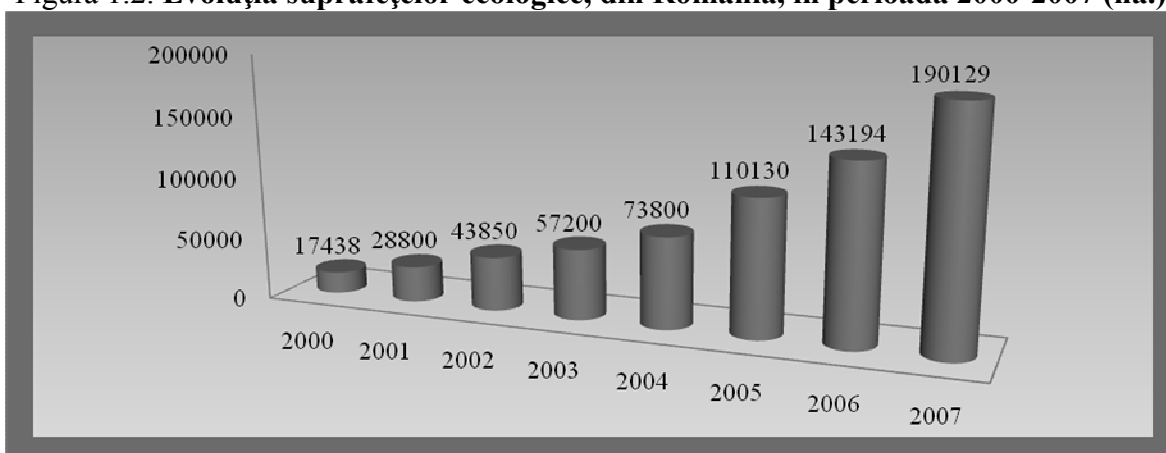
² MADR – www.madr.ro

Figura 1.1. Evoluția suprafețelor ecologice și a fermelor ecologice la nivel mondial în perioada 2002-2007



Sursa: prelucrat după studiile *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2004-2009*)

Figura 1.2. Evoluția suprafețelor ecologice, din România, în perioada 2000-2007 (ha.)



Sursa: [www.madr.ro/agricultura ecologică](http://www.madr.ro/agricultura%20ecologica)

2. Sistemul de certificare și control al produselor agroalimentare ecologice la nivel mondial

Mecanismele acreditării și certificării se dezvoltă rapid. Nu există aproape domeniu al vieții umane sau al tehnologiei în care să nu fi fost introduse și dezvoltate norme și reglementări.

Referitor la alimente, producția și prelucrarea alimentelor ecologice au avut ca precedent industria convențională. În timp ce organizațiile private de fermieri au dezvoltat standarde pentru inspecția și certificarea ecologică încă din anii 80, primele guverne au preluat această sarcină abia la începutul anilor '90.

Codex Alimentarius la capitolul ecologic, definește cadrul comun internațional pentru guverne. Reglementările Uniunii Europene și ale Statelor Unite referitoare la producția ecologică au fost adoptate și implementate la nivel guvernamental sau supra-guvernamental. Guvernele, statale au adăugat cerințe specifice. Standardele private sunt bazate pe standardele de bază IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements- Federația Internațională a Mișcărilor de Agricultură Ecologică IFOAM), unde sunt referințe la reglementările guvernamentale ca și în Codex Alimentarius.

La nivelul anului 2006, aproape 69 țări aveau deja agricultură ecologică reglementată cu standarde naționale și în plus recunoașterea cerințelor legislative a organismelor de inspecție și câteva proceduri de inspecție.

La nivelul anului 2007, erau înregistrate 468 de organizații la nivel mondial care ofereau servicii de certificare. Cele mai multe organisme de certificare sunt în Europa (37%), urmată de Asia (31%) și America de Nord (18%). Majoritatea organismelor de certificare sunt localizate în Uniunea Europeană, Statele Unite ale Americii, Japonia, Coreea de Sud, China și Germania. Multe din aceste organisme de certificare operează de asemenea în afara țării. Mare parte dintre aceste organisme de certificare sunt din țările dezvoltate și își oferă serviciile sale de certificare în țările în curs de dezvoltare și nu există un organism de certificare localizat în Uniunea Europeană care să-și ofere serviciile în SUA, unde au nevoie de acreditarea Programului Ecologic Național. Multe țări din Africa și chiar zone mari din Asia încă duc lipsă de furnizori de servicii locale de certificare. În 2005, existau doar 8 organisme de certificare în Africa (localizate în Africa de Sud, Kenya, Uganda, Tanzania și Egipt). În Asia majoritatea organismelor de certificare sunt în China, India și Japonia. Cea mai spectaculoasă creștere a organismelor de certificare se înregistrează în China, ca efect al introducerii legislației referitoare la agricultura ecologică (numărul organismelor de certificare a crescut de la 6 în 2004 la 26 în 2005). Numărul organismelor de certificare a scăzut în SUA, din momentul în care a fost aprobat Programul Ecologic Național (deși la început organizațiile s-au grăbit să se înregistreze ca organisme de certificare, similar s-a întâmplat și în Europa la mijlocul anilor 90). În Europa se înregistrează o creștere a organismelor de certificare de la an la an, mai ales în Spania, Italia și alte țări noi membre ale UE.

Din totalul organismelor de certificare înregistrate la nivel mondial, 40% dintre acestea sunt aprobate de Uniunea Europeană, 32% au acreditare ISO 65 și 28% sunt acreditate de Programul Național Ecologic al Statelor Unite.

O importantă inițiativă pentru armonizarea internațională este programul de acreditare IFOAM, care evaluează organismele de certificare față de Normele IFOAM. În mod curent, 36 de organisme de certificare care operează în peste 70 de țări în toată lumea, se supun procesului de acreditare IFOAM. O dezvoltare recentă este Serviciul Internațional de Armonizare și Echivalență în Agricultura Ecologică (International Task Force on Harmonization and Equivalence in Organic Agriculture - ITF), care ajută la consensul general pe armonizarea privată cu guvernele și guvernele cu standardele guvernamentale/reglementări. Acest Serviciu dezvoltă în prezent, un set de Cerințe Internaționale ca bază pentru echivalența și armonizarea viitoare și un ghid pentru a judeca echivalența standardelor.

Sistemul de Garantare Ecologic IFOAM (The Organic Guarantee System - OGS) unește lumea ecologică într-un sistem comun de standarde, verificare și identitate pe piață. Acest sistem oferă posibilitatea certificarilor să devină acreditați IFOAM în conformitate cu Normele IFOAM și operatorilor certificați să-și eticheteze produsele ecologice cu sigla IFOAM în plus față de logo-ul organismului de certificare. Programul de acreditare IFOAM este un serviciu oferit organismelor de certificare în conformitate cu standardele de bază IFOAM (IFOAM Basic Standards), care trebuie să demonstreze conformitatea cu criteriile de acreditare IFOAM (IFOAM Accreditation Criteria). Organismele implicate în Programul de Acreditare IFOAM sunt Serviciul Internațional de Acreditare Ecologică (International Organic Accreditation Service – IOAS) și Organismele de Certificare Acreditate IFOAM (IFOAM Accredited Certification Bodies - ACBs).

O inițiativă recentă este certificarea acvaculturii ecologice. De la mijlocul anilor 1990, un număr de agenții de certificare și asociații de crescători ecologici au început să dezvolte standarde specifice de acvacultură. În prezent, Comisia Europeană este în

procesul de elaborare a unui proiect de regulament pentru acvacultura ecologică, în același proces se află și Programul Ecologic Național al Statelor Unite.

3. Sistemul de control și certificare al produselor agroalimentare ecologice în România

În România, autoritatea responsabilă pentru agricultura ecologică este Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, care prin compartimentul de specialitate, are următoarele atribuții principale¹:

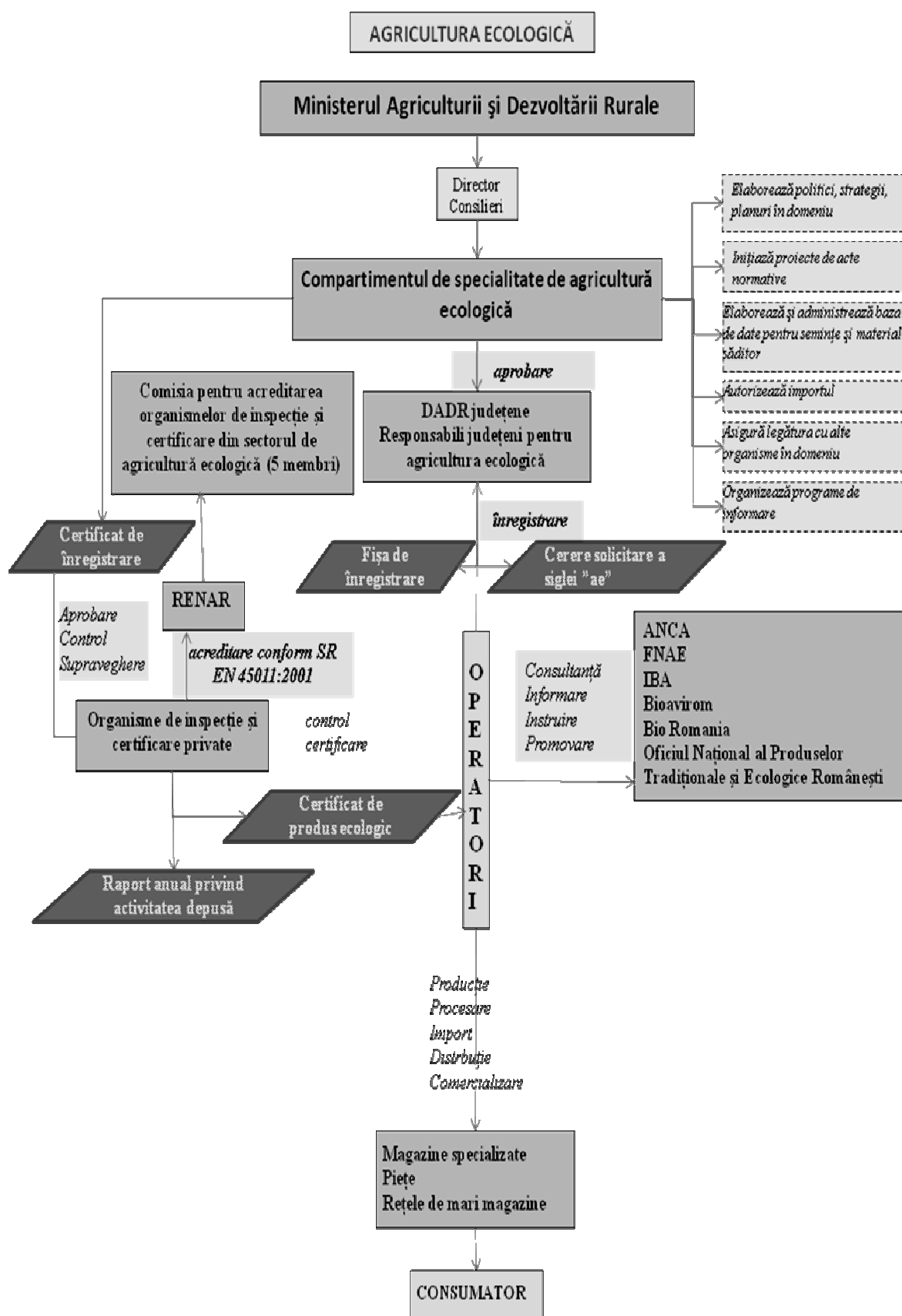
- a) elaborează politici, strategii și planuri de acțiune în domeniu;
- b) inițiază proiecte de acte normative naționale privind agricultura ecologică;
- c) înregistrează, în fiecare an, solicitările de înscriere a operatorilor, persoane fizice și/sau juridice, care produc, prepară, depozitează, comercializează sau importă din țări în Uniunea Europeană produsele ecologice și elaborează în fiecare an lista operatorilor din agricultura ecologică;
- d) aprobă organismele de inspecție și certificare din domeniu care fac dovada conformității cu prevederile legislației în vigoare;
- e) controlează și supraveghează activitatea organismelor de inspecție și certificare aprobate;
- f) acordă derogări privind prelungirea sau reducerea perioadei de conversie, la propunerea organismelor de inspecție și certificare;
- g) elaborează și administrează baza de date pentru semințe sau material vegetativ săditor și acordă derogări pentru utilizarea de semințe care nu provin din agricultura ecologică;
- h) autorizează importul produselor ecologice din țări în Uniunea Europeană;
- i) aprobă cererile solicitanților pentru utilizarea siglei „ae”;
- j) asigură legătura cu organismele interne și internaționale din domeniu;
- k) organizează programe de informare și de pregătire cu părțile interesate în vederea promovării conceptului de agricultură ecologică.

Înregistrarea producătorilor în agricultura ecologică, este obligatorie în fiecare an și se face prin completarea Fișelor de înregistrare în agricultura ecologică, disponibile la Direcțiile de Agricultură și Dezvoltare Rurală (D.A.D.R.) județene, în perimetrul căreia producătorul își desfășoară activitatea. Informațiile privind completarea fișelor de înregistrare sunt furnizate de responsabilii județeni pentru agricultura ecologică. Fișele de înregistrare completate de producători și vizate de Directorul executiv al D.A.D.R., sunt transmise spre aprobare la M.A.D.R - Compartimentul de agricultură ecologică. Fișele de înregistrare aprobate de M.A.D.R sunt returnate producătorului și D.A.D.R.-ului și pot fi documente eligibile pentru acordarea de sprijin în agricultura ecologică și pentru solicitarea siglei „ae”. În fiecare an M.A.D.R elaborează Lista operatorilor din agricultura ecologică care este pusă la dispoziția celor interesați. Organizarea instituțională a agriculturii ecologice (figura 3.1.) este făcută sub coordonarea Ministerului Agriculturii și Dezvoltării Rurale și cuprinde mai multe organizații sau asociații de profil care activează în domeniul agriculturii ecologice.

În România, controlul și certificarea produselor obținute din agricultura ecologică sunt asigurate în prezent de organisme de inspecție și certificare private. Potrivit legislației românești, organismul de inspecție și certificare reprezintă „*persoana juridică din sectorul public sau privat, acreditată/aprobată în condițiile legii, cu atribuția de a verifica dacă un produs obținut, procesat, ambalat, manipulat, comercializat, etichetat cu referire la metodele de producție din agricultura ecologică este conform cu prevederile ordonanței de urgență nr. 62/2006*”.

¹Ordonanța de Urgență a Guvernului nr. 62/2006 pentru modificarea și completarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 34/2000 privind produsele agroalimentare ecologice

Figura 3.1. Schema organizării instituționale a agriculturii ecologice în România



Sursa: original

Aceste organisme sunt aprobate de Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale, pe baza criteriilor de independență, imparțialitate și competență, de Comisia pentru acreditarea organismelor de inspecție și certificare din sectorul de agricultură ecologică, compusă din cinci persoane¹:

1. directorul general al direcției generale în subordinea căreia se află Compartimentul de agricultură ecologică și alte metode de producție cu impact redus asupra mediului - președinte;

2. un consilier din cadrul Compartimentului de agricultură ecologică și alte metode de producție cu impact redus asupra mediului - membru;

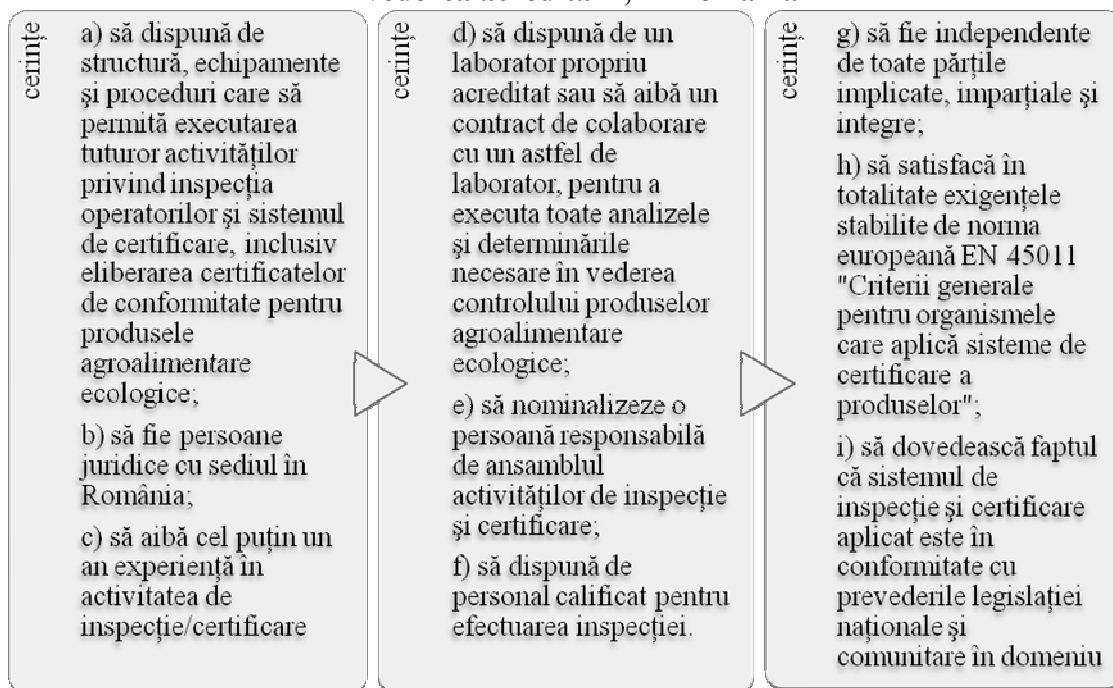
3. un consilier juridic din cadrul direcției generale în subordinea căreia se află Compartimentul de agricultură ecologică și alte metode de producție cu impact redus asupra mediului - membru;

4. doi reprezentanți de la Autoritatea Națională Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor - Direcția generală siguranța alimentelor - membri.

Secretariatul tehnic al Comisiei va fi asigurat de Compartimentul de agricultură ecologică și alte metode de producție cu impact redus asupra mediului.

Organismele candidate la aprobarea ca organisme de inspecție și certificare în agricultura ecologică trebuie să îndeplinească cumulativ cerințele prezentate în figura 3.2.

Figura 3.2. **Cerințele pentru organismele de inspecție și certificare în vederea acreditării, în România**

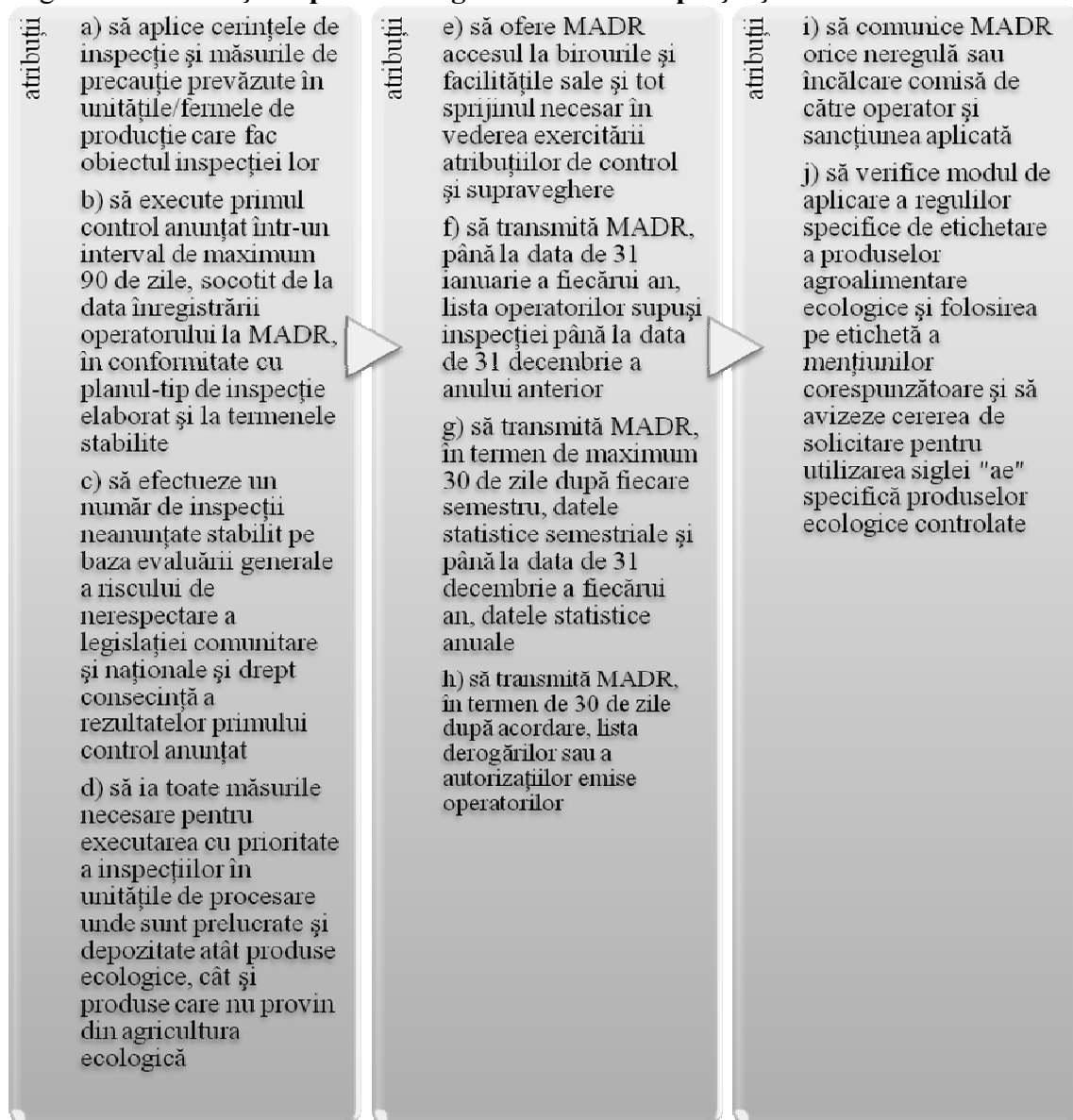


Sursa: *Ordinul 688/2007/*

Organismele de inspecție și certificare aprobate au o serie de atribuții prezentate în figura 3.3.

¹ *Ordinul 153/2006 privind aprobarea componenței Comisiei pentru acreditarea organismelor de inspecție și certificare din sectorul de agricultură ecologică*

Figura 3.3. Atribuțiile specifice Organismelor de inspecție și certificare în România



Sursa: Ordinul 688/2007/

În prezent în România sunt acreditate 14 organisme de inspecție și certificare codificate cu simbolul RO-ECO (tabelul 3.1.).

Tabelul 3.1. Lista organismelor de inspecție și certificare acreditate în România, în anul 2008

Nr. crt.	Denumirea	Codul
1.	BCS OKO-GARANTIE România S.R.L.	RO-ECO-001
2.	QC&I S.R.L.	RO-ECO-002
3.	SUOLO e SALUTE România S.R.L	RO-ECO-003
4.	ICEA România S.R.L	RO-ECO-005
5.	S.C. ECOCERT S.A.	RO-ECO-007
6.	S.C. Ecoinspect S.R.L. România	RO-ECO-008
7.	BIOS S.R.L. Italia Sucursala România	RO-ECO-009
8.	LACON S.R.L. Germania Sucursala România	RO-ECO-010
9.	BIOINSPECTA România S.R.L.	RO-ECO-012

10.	IMO CONTROL S.R.L. România	RO-ECO-013
11.	CERES HAPPURG GmbH Sucursala Iernut România	RO-ECO-014
12.	Agreco R.F GÖDERZ GmbH Germania Sucursala România	RO-ECO-015
13.	BIOAGRICERT ITALIA SRL Sucursala România	RO-ECO-016
14.	Certification Services International CSI GmbH Germania Sucursala Romania	RO-ECO-017

Aprobarea de către M.A.D.R a organismelor de control este precedată de acreditarea în conformitate cu EN ISO 45011:2001, emisă de **Asociația Rețelei Naționale de Acreditare din România - Renar**¹. Potrivit statutului său, scopul asociației este să dezvolte acreditarea și evaluarea conformității și să ofere încredere în imparțialitatea, independența și competența tehnică a organismelor acreditate care activează în domeniul evaluării conformității din România, urmărind în principal:

- să contribuie la creșterea competitivității produselor și serviciilor în contextul globalizării piețelor și integrării României în Uniunea Europeană;
- să contribuie la promovarea principiului liberei circulații a mărfurilor și serviciilor;
- să promoveze protecția vieții, a sănătății și securității persoanelor fizice, precum și a mediului.

4. Concluzii

La nivel mondial, este necesar să se obțină o echivalență minimă garantată peste tot, cu scopul de lăsa producția să circule liberă. Lipsa acceptării și recunoașterii dintre diferitele sisteme de certificare și acreditare este în contradicție cu obiectivul de dezvoltare a comerțului, a pieței și de creștere a încrederii consumatorilor.

Existența sistemelor diferite creează o barieră tehnică producătorilor, multiplelor certificări, pentru operatorii lor, dacă produsele lor sunt accesibile diferitelor piețe cu diferite reglementări.

Oricum, este cert că dezvoltarea standardelor, a sistemelor de certificare și acreditare în timpul ultimei decade, a dezvoltat încrederea și transparența sistemului ecologic, dar dintr-o perspectivă generală, momentan se încearcă revizuirea sistemelor, cu scopul de a le face mai cuprinzătoare și de a reduce barierele pieței. Diferențele în sistemul ecologic sunt rezultatul mai mult sau mai puțin a detaliilor minore și a abordărilor diferite (culturale), deși toate sistemele servesc ideii comune de a îmbunătăți credibilitatea sistemului ecologic.

Este timpul de a reconsidera că acreditarea și certificarea reprezintă la bază un instrument pentru dezvoltarea ecologică. Ca rezultat al factorilor menționați, certificarea inclusiv inspecția și acreditarea trebuie proiectate să sprijine credibilitatea sistemului ecologic mai degrabă decât să periclitizeze prin supraîncărcarea cu multe și varii detalii.

Abstract

Ecological agriculture relies on the firm engagement of farmers, producers and processors of working according to a series of standards and regulations which define the system of ecological production. In order to offer consumers safety and trust, ecological products are submitted to the certification system. Moreover, ecological agriculture relies on the transparency of the production system to make it understandable and appreciated; ecological agriculture needs consumer's consideration to develop the market. In this context, the systems of accreditation and certification serve mainly as instruments for increasing production, commerce, retail and developing the market. Inspection and certification of ecological agro-alimentary products are accredited or at least supervised by governmental authorities as they are stated in regulation, even though the implementation systems are rather different. Control and supervision at all levels has to guarantee that inspectors and certifiers are evaluated. Nowadays, statistics count a large number of certification organisms which certify according to private standards and/or regulations at world level.

¹ www.renar.ro

Bibliografie

1. Cârjilă, Nicoleta, *Valențele valorii nutritive ale produselor agroalimentare ecologice*, Simpozion Internațional „Perfecționarea managementului micro și macroeconomic în condițiile unei economii funcționale de piață”, Pitești, 2006
2. Diaconescu, I.; Ardelean, D.; Diaconescu, M., 2007, *Merceologie alimentară – calitate și siguranță*, Editura Universitară, București, 2007
3. Diaconescu, Ion, *Bazele merceologiei*, II, Editura Uranus, București, 2002
4. Willer, Helga, *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2004*, IFOAM, FiBL, 2009
5. *** – Ordinul MADR nr. 688/2007 pentru aprobarea Regulilor privind organizarea sistemului de inspecție și certificare, de aprobare a organismelor de inspecție și certificare și de supraveghere a activității organismelor de control”, publicat în „Monitorul Oficial al României”, nr. 599 din 30 august 2007

Consecințe ale nerespectării eticii în afacerile internaționale

Lect. univ. dr. Andreea-Daniela Gangone

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești
Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Pitești

Valorile, calitatea și performanța sunt unanim recunoscute ca mobiluri ale desfășurării afacerilor. Etica este o parte integrantă a fiecăreia dintre ele. De aceea, este important să vedem standardele etice ca generând beneficii în afaceri, nu ca pe o povară sau ca pe o amenințare la adresa reușitei¹.

Organizațiile sunt puse deseori în situația de a alege între două variante opuse din punct de vedere etic: fie să meargă pe calea onoarei și să ia decizia decentă, fie să meargă pe calea dezonoarei și să înșele încrederea persoanelor implicate.

La nivel individual, există manageri care nu respectă principiile etice în afaceri deoarece, privind în jur, constată că există mulți oameni de afaceri care nu respectă aceste principii și nu sunt descoperiți.

De asemenea, există manageri care nu reușesc să vadă avantajele luării în seamă a eticii sau nu sunt conștienți de costurile atrase de practici care contravin standardelor etice cunoscute.

Practica a demonstrat, însă, că dezavantajele și costurile care trebuie suportate în condițiile în care comportamentele non-etice dezvăluite publicului sunt frecvent mai mari decât costurile necesare evitării acestora. Companii mari, din întreaga lume, au avut de suportat consecințe serioase când practicile lor dubioase au ieșit la iveală.

Din acest motiv, organizația trebuie, prin normele, regulamentele, valorile, așteptările din partea salariaților, atitudinile, credințele și modelele de comportament, să-și dezvolte mijloace de planificare, implementare și control ale comportamentului etic, la fel cum își planifică marjele de profit.

Mai mult, este important ca organizațiile să își stabilească obiective etice care pot fi atinse pe căi licite, altminteri fie scopurile propuse nu se vor realiza, fie realizarea lor va agrava situația comunității în care organizația acționează.

În opinia mea, este important ca organizațiile contemporane să înțeleagă faptul că, indiferent de natura consecințelor unor comportamente non-etice și de orizontul de timp la care acestea se raportează, pe termen lung, pentru organizație, ele vor însemna costuri considerabile.

Este de notorietate cazul companiei americane **Enron**, care a dat faliment pentru că managerii săi de nivel superior falsificau periodic rapoartele despre datoriile firmei, în scopul obținerii unor avantaje pecuniare de la partenerii acesteia².

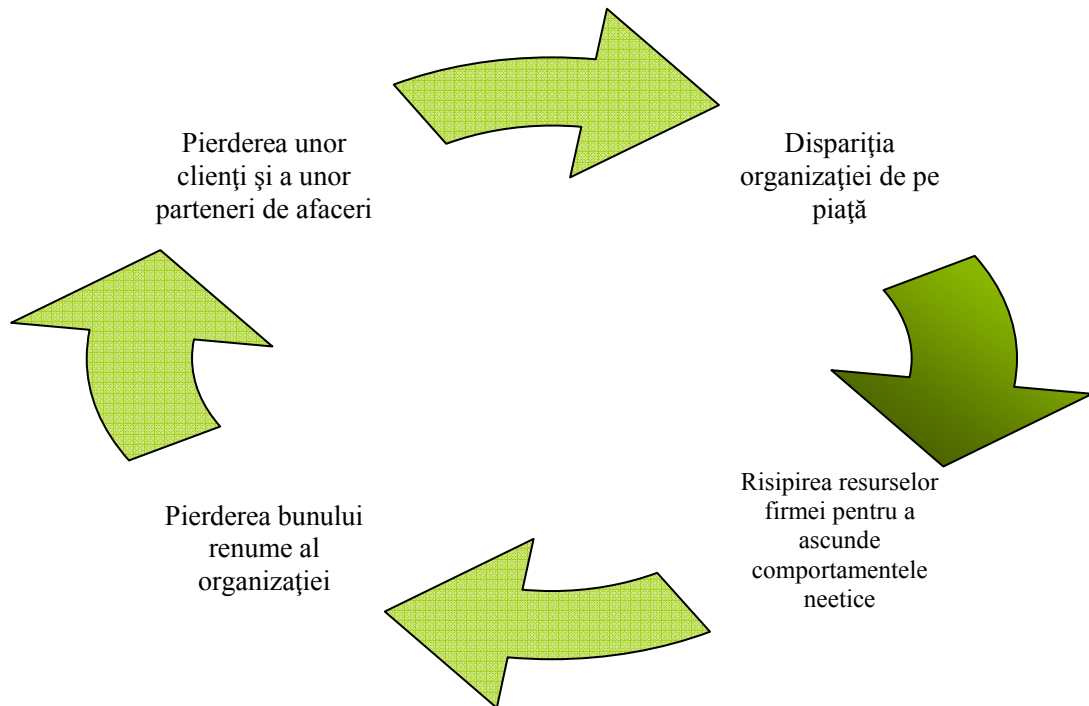
Exemplul prezentat este unul răsunător, care evidențiază consecința cea mai gravă a lipsei de integritate personală a managerilor unei organizații. Cel mai adesea, însă, nu se ajunge la faliment, ci la pierderea încrederii grupurilor sociale interesate în organizație și în activitatea sa.

Unul dintre numeroasele exemple în acest sens este cel al concernului multinațional **Mitsubishi Corporation** care, în anul 1989, a fost boicotat de către activiștii din organizația „Rainforest Action Network”, ce au acuzat compania că este responsabilă în foarte mare măsură de distrugerea pădurilor din Asia de S-E, America de S și de N și Siberia.

¹ Tierney, E., *Etica în afaceri*, Editura Rentrop&Straton, București, 1999, p. 27.

² Spulber, D. F., *Management strategy*, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2004, p. 53.

Consecințe ale unui comportament neetic al organizației



Boicotul a vizat produsele a două companii membre ale concernului amintit: Mitsubishi Motor Sales of America și Mitsubishi Electric America. Boicotul s-a încheiat în anul 1998. În decembrie 2001, nouă companii componente ale concernului internațional Mitsubishi Corporation au fost amendate de Comisia Europeană cu suma de 313,7 milioane de Euro, pentru că în anii 1990 au constituit un cartel pentru a menține ridicate prețurile hârtiei fără carbon.

În noiembrie 2002, Mitsubishi Corporation s-a declarat pregătită să înceapă imediat să respecte reglementările internaționale privind exploatarea pădurilor¹.

Pierdere a numelui organizației sau zvonurile privind incorectitudinea ei pot determina scăderea vânzărilor, clienții orientându-se spre alți furnizori.

Paradoxal, în majoritatea cazurilor de **dezvăluire publică** a unor practici și comportamente non-etice în afaceri, comunitatea oamenilor de afaceri și a managerilor rămâne străină, pasivă și liniștită în fața acestor manifestări incorecte.

Această „liniște” transmite publicului un mesaj negativ foarte clar, mult mai elocvent decât orice declarație privind standardele și principiile etice asumate în activitatea unei organizații, indiferent care ar fi aceasta.

O organizație care se luptă pentru a scăpa de acuzațiile privind tranzacții dubioase nu se mai poate concentra asupra scopurilor și obiectivelor pe termen lung, nu mai acordă atenția cuvenită concurenților, care o devansează.

O asemenea organizație își cheltuiește resursele încercând să descifreze situația în care se află și motivele pentru care a ajuns acolo, iar această privire îndreptată spre trecut este consecința neglijării eticii².

Din perspectivă antagonică, *respectarea principiilor de etică în afaceri poate genera o serie de avantaje importante pentru organizațiile contemporane.*

¹ Werner, K.; Weiss H., *Noua carte neagră a firmelor de marcă*, Editura Aquila, București, 2004, p. 354.

² Tierney, E., *Etica în afaceri*, Editura Rentrop&Straton, București, 1999, p. 61.

Astfel, în primul rând, *promovarea unui comportament etic asigură protejarea firmei atât de comportamentul neetic al concurenței, cât și de eventualele abuzuri din partea propriilor angajați.*

De asemenea, comportamentul etic al salariaților unei organizații în relațiile cu mediul economico-social în care își desfășoară activitatea, protejează societatea împotriva diverselor practici neloiale.

În plus, *integrarea organică a unor responsabilități etice în cultura organizațională și, implicit, în mentalitatea angajaților săi, va conduce la formarea unei imagini pozitive a acesteia în percepția publicului larg, care o va privi cu încredere și care va fi mai înclinat să o susțină în acțiunile sale.*

Managerii se străduiesc să încurajeze practicile etice, adică nu numai să fie corecți din punct de vedere moral, dar și să obțină pentru organizațiile pe care le conduc toate avantajele care rezultă din proiectarea unei imagini etice față de parteneri și salariați.

Pentru asigurarea caracterului etic al afacerilor, managementul organizației trebuie orientat către acțiuni de tipul:

- formularea clară, corectă a principiilor, regulilor și normelor de conduită, cu scopul stimulării unui comportament etic al tuturor angajaților;
- definirea clară a obiectivelor asumate;
- inițierea unor programe de pregătire – educație etică a propriilor angajați;
- utilizarea standardelor etice în procesul de evaluare a salariaților;
- colaborarea cu specialiști din afara firmei pentru analiza și evaluarea corectă a laturii etice a comportamentului în afaceri¹.

Samuel Certo propune și alte modalități care să favorizeze asigurarea unui loc de muncă etic, cum ar fi: înființarea unui birou sau a unui compartiment responsabil cu urmărirea eticii practicilor din firmă sau desfășurarea unor programe de pregătire a salariaților pentru încurajarea unor practici etice.

Astfel de programe oferă managerilor criterii pe care să le folosească pentru a stabili cât de etică poate fi o anumită acțiune².

În funcție de nivelul de dezvoltare economică și, implicit, al culturii organizaționale, firmele pot organiza și comitete de etică, dar se apreciază că numai 15% dintre organizațiile care au un cod etic beneficiază și de sprijinul unui comitet de etică³ în evaluarea deciziilor și acțiunilor angajaților, din perspectiva criteriilor morale și sociale general acceptate.

În opinia mea, cea mai eficientă modalitate de formare a unui comportament etic este educarea viitorilor angajați și investitori încă din școală. Omul de afaceri etic trebuie format încă din perioada universitară, când învățarea tehnicilor și practicilor de afaceri trebuie îmbinată cu fundamentarea unor principii de etică în afaceri sănătoase și realiste.

Viitorilor investitori și manageri trebuie să li se prezinte o serie de cazuri de încălcare a eticii în afaceri nu pentru „a le da idei în acest sens”, cum susțin unii autori, ci pentru a le lansa provocarea mentală de a găsi soluții creative pentru depășirea unor obstacole similare în mod etic, cu respectarea partenerilor de afaceri și a societății, în ansamblul său.

Managerii pot și trebuie să-și asume responsabilitatea pentru crearea și susținerea condițiilor în care oamenii sunt înclinați să se comporte etic și pentru minimizarea condițiilor în care oamenii vor fi tentați să aibă un comportament lipsit de etică. Prin astfel de practici, managerii pot reduce orice presiune asupra salariaților de a se comporta non-etice în organizație.

¹ Gavrilă, T.; Lefter, V., *Managementul general al firmei*, Editura Economică, București, 2002, p. 274.

² Certo, C. S., *Managementul modern*, Editura Teora, București, 2002, p. 101.

³ Puiu, Al., *Management. Analize și studii comparative*, Editura Independența Economică, Pitești, 2004, p. 156.

Programele sau cursurile de etică destinate angajaților contribuie la difuzarea normelor și codurilor etice în rândul acestora, iar analizele comportamentului etic pot ajuta la urmărirea și evaluarea atitudinii firmelor și la utilizarea concluziilor în vederea adaptării atât a politicii, cât și a comportamentului etic.

Organizațiile cele mai admirate sunt cele care respectă un cod al onoarei ce spune că trebuie să servească și interesele oamenilor, nu numai propriile interese.

Institutul Reputației și Organizația Harris Interactive sondează opinia publică din Statele Unite ale Americii în legătură cu firmele pe care le admiră cel mai mult.

Astfel, există câteva companii care, an de an, se bucură de distincții de acest gen, printre care: Johnson&Johnson, Microsoft, Coca-Cola, Intel, 3M, Sony, HP, FedEx, Maytag, IBM, Disney, General Electric, Dell, Procter&Gamble și United Parcel Service¹.

Toate aceste companii s-au remarcat prin produsele lor, nivelurile de servire și filantropia corporativă, dar reputația și încrederea pe care o inspiră au contribuit, în mod esențial, la prosperitatea lor financiară și la buna lor imagine.

Cu alte cuvinte, etica nu se reduce la a respecta legea și înseamnă mai mult decât simplul efort de preîntâmpinare a unor conflicte. Etica în afaceri presupune găsirea unui echilibru între interesele acționarilor și interesele grupurilor afectate, de la partenerii de afaceri, până la consumatori și societate.

Din nefericire, *un comportament etic nu asigură, însă, neapărat și o mai mare eficiență* în activitatea individuală sau organizațională. Astfel, o politică organizațională de refuzare a efectuării unor plăți către funcționari guvernamentali din țările unde această practică este subînțeleasă poate genera întârzieri costisitoare sau chiar pierderea unor afaceri ale firmei în țările respective².

De asemenea, *un comportament etic din partea organizațiilor poate să nu fie vizibil* celorlalți participanți la activitățile pieței sau societății, în general, sau, chiar dacă este vizibil, poate să nu fie recompensat corespunzător.

Spre exemplu, o disponibilitate crescută din partea unei organizații privind angajarea persoanelor cu dizabilități, deși corectă din punct de vedere etic, este, cel mai adesea, ineficientă din punct de vedere economic.

Specialistul american Edward Freeman a evidențiat și un paradox generat de integrarea unor principii etice în activitatea organizațională, respectiv paradoxul paternalismului.

Paradoxul paternalismului este generat de faptul că, deși formarea și susținerea conștiinței grupului social este necesară, ea implică o formă reală de constrângere, întrucât presupune influențarea valorilor etice ale altora, din afara sau din interiorul organizației³.

Deși integrarea unor responsabilități etice în sfera afacerilor poate conduce la o serie de efecte mai puțin favorabile în plan economic, consider că această activitate este absolut necesară pentru a putea realiza cel mai important deziderat al omenirii, așa cum a fost formulat de Aristotel – *dezvoltarea deplină a umanității*. Promovarea unui comportament etic în toate sferele vieții unui individ reprezintă fundamentul pentru realizarea dezideratului menționat mai sus⁴.

Prin urmare, cu toate că un comportament etic poate să nu fie întotdeauna profitabil, un comportament non-etice generează, frecvent, pierderi substanțiale, mai ales pe termen lung.

¹ Kotler, Ph., *Marketing de la A la Z. 80 de concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager*, Editura Codecs, București, 2004, p. 49.

² Baron, D. P., *Business and its environment*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey, 1996, p. 571.

³ Freeman, R. E. (editor), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press Inc., New York, 1991, p. 106.

⁴ Paul K., *Business Environment and Business Ethics. The Social, Moral and Political Dimensions of Management*, Ballinger Publishing Company, Cambridge, Massachusetts, A Subsidiary of Harper&Row, Publishers Inc., 1987, p. 67.

În plus, acțiunile cu caracter non-etic derulate de o organizație înrăutățesc mediul de afaceri, prin crearea unei atitudini suspicioase din partea societății privind motivațiile și metodele folosite de toate organizațiile care acționează în domeniul respectiv¹.

În cele din urmă, această atitudine conduce la intensificarea acțiunilor guvernamentale derulate în scopul prevenirii și sancționării pe cale legală a unor astfel de acțiuni.

Pe termen lung, este mai eficient să se ajungă la un echilibru între exigențele afacerilor economice și exigențele societății, întrucât este evident că afacerile nu mai sunt evaluate numai în termeni de profitabilitate și rentabilitate, ci și prin prisma standardelor morale și principiilor etice conform cărora acestea sunt guvernate.

În plus, este evident că, oricât de dure ar fi constrângerile guvernamentale și sancțiunile internaționale privind comportamentele non-etice, singura soluție fiabilă pentru conturarea unui mediu de afaceri internațional etic este formarea unei culturi etice în rândul unui număr tot mai mare de investitori și, bineînțeles, de consumatori.

Abstract

In contemporary economy, businesses are no longer evaluated with respect to their profitability and rentability, but also with respect to those moral standards and ethical principles which govern them. Hence, organizations should find a balance between the exigencies of the economic affairs and those of the society, by assuming ethical responsibilities and integrating them in their current activities. This attitude can generate no beneficial immediate effects for the organization, and it can also mean supplementary costs, especially on a short term. In spite of all this, ignoring the ethical principles in businesses will take the organization to a negative environment, where, in its effort of hiding unethical behaviours, the organization will lose its resources, its fame, clients and business partners, and on a long term it will disappear from the market.

Bibliografie

1. Baron, D. P., *Business and its environment*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey, 1996
2. Certo, C. S., *Managementul modern*, Editura Teora, București, 2002
3. Freeman, R. E. (editor), *Business Ethics. The State of the Art*, Oxford University Press Inc., New York, 1991
4. Gavrilă, T., Lefter, V., *Managementul general al firmei*, Editura Economică, București, 2002
5. Kotler, Ph., *Marketing de la A la Z. 80 de concepte pe care trebuie să le cunoască orice manager*, Editura Codecs, București, 2004
6. Paul, K., *Business Environment and Business Ethics. The Social, Moral and Political Dimensions of Management*, Ballinger Publishing Company, Cambridge, Massachusetts, A Subsidiary of Harper&Row, Publishers Inc., 1987
7. Puiu, Al., *Management. Analize și studii comparative*, Editura Independența Economică, Pitești, 2007
8. Spulber, D. F., *Management strategy*, McGraw-Hill/Irwin, New York, 2004
9. Tierney, E., *Etica în afaceri*, Editura Rentrop&Straton, București, 1999
10. Werner, K., Weiss, H., *Noua carte neagră a firmelor de marcă*, Editura Aquila, București, 2004

¹ Baron D. P., *Business and its environment*, Second Edition, Prentice Hall, New Jersey, 1996, p. 572.

Poluarea chimică a apei

Lect. univ. dr. Ioana-Iulica Voicu

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești
Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Pitești

1. Considerații generale despre poluare

1.1. Aspecte definitorii cu privire la poluare

Poluarea reprezintă modificarea componentelor naturale prin prezența unor componente străine, numite poluanți, ca urmare a activității omului și care provoacă prin natura lor, prin concentrația în care se găsesc și prin timpul cât acționează, efecte nocive asupra sănătății, creează disconfort sau împiedică folosirea unor componente, ale mediului, esențiale vieții¹.

A polua înseamnă: a face ca aerul, apa, mediul de viață să devină nocive din cauza materiilor chimice reziduale, a deșeurilor industriale, a gazelor de eșapament. A vicia, a infecta².

Practic, poluarea este o stare negativă a relației dintre mediul creat de om și mediul natural, caracterizată prin deteriorarea ciclurilor normale de viață bio-geo-chimică, determinată de acțiunea factorilor poluanți. Având în vedere că poluarea se produce ca urmare a introducerii în mediu a reziduurilor consumului productiv și ale celui neproductiv, precum și a efectelor ecologice naturale, ea mai poate fi definită și ca resurse ajunse la loc nepotrivit sau risipă de resurse și factori de degradare a calității vieții.

1.2. Tipuri de poluare întâlnită

Poluarea se manifestă atât în atmosferă, cât și în apă, în legătură directă cu solul.

După modul de manifestare se disting următoarele tipuri de poluare:

- **Poluarea fizică.** Aceasta este produsă de zgomote, apa încălzită, temperatură ridicată, pulberi de la fabricile de ciment, particule de cărbune și steril de la exploatarea miniere.

- **Poluarea chimică.** Este determinată de emanații gazoase de la diverse industrii, ionii unor metale grele, pesticide etc.

- **Poluarea biologică.** Apare ca rezultat din infestarea mediului cu germeii patogeni din entrofizarea apelor.

- **Poluarea radioactivă.** Apare ca urmare a exploziilor nucleare, a scurgerilor de la centralele atomice și a folosirii unor materiale radioactive, în industrie, agricultură, medicină.

- **Poluarea termică.** Este provocată apelor prin deversarea în acestea a lichidelor calde ce au servit la răcirea instalațiilor industriale sau a centralelor termice.

- **Poluarea fonică.** Este exprimată prin zgomot sau emisiune de sunete cu vibrații de intensități și periodicități diferite, producând senzații dezagreabile și chiar disconfort.

1.3. Riscuri existente pentru mediu

Principalele riscuri ce decurg, pentru mediu, din aceste tipuri de poluare existente sunt:

- **Schimbarea climei** generată de efectul de seră al gazelor emise în atmosferă, cel mai important fiind bioxidul de carbon produs prin arderea combustibililor fosili;

- **Subțierea stratului de ozon**, care ferește viața de pe pământ de efectele nocive ale razelor solare;

- **Creșterea acidității aerului și a mediului** în general;

- **Iradieria** provocată de accidente la reactoarele nucleare și depozitarea deșeurilor nucleare sau de demontarea reactoarelor după ieșirea lor din funcțiune.

¹ Conferința Mondială a Organizației Națiunilor Unite, Stockholm, 1972, p. 25.

² *** *Dicționarul explicativ al limbii române*, Ed. Univers Enciclopedic, București, 1996, p. 821.

De exemplu: fumul și alte substanțe poluante pot călători mii de kilometri, înainte de a cădea sub formă de deșeuri sau ploii acide. Deșeurile lichide aruncate în apele râurilor pot otrăvi viețuitoarele acestora și pot amenința rezervele de apă potabilă.

În concluzie, poluarea apare când o substanță dăunătoare este eliberată în mediu, în cantități atât de mari, încât aduce prejudicii oamenilor, viețuitoarelor sau habitatelor. Controlul poluării este o problemă globală a omenirii. În curând, zone întinse nu vor mai putea fi locuite, iar multe plante și animale pot dispărea. Opinia publică forțează, în prezent, guvernele și companiile să combată poluarea. Evitarea poluării înseamnă, fără îndoială, evitarea cauzelor ce o pot provoca.

2. Poluarea chimică a apei și efectele generate

2.1. Apa, substanță universală

Apa este un factor de mediu indispensabil vieții, este cea mai obișnuită substanță de pe Pământ. Ea îndeplinește în organism multe funcții, practic fără apă toate reacțiile biologice devenind imposibile. Lipsa de apă sau consumul de apă poluată are multiple consecințe negative asupra omului și sănătății sale.

Apa, substanță universală, acoperă 70% din suprafața Pământului, adică peste 1,4 mld. Km³, însă în mică parte este folosită de către om. Apa de mare reprezintă aprox. 97% din rezervele mondiale de apă, și conține până la 35 kg de săruri minerale dizolvate în fiecare 1000 de litri de apă. Aceasta este de opt ori mai sărată și nu poate fi folosită pentru băut sau irigații. Apa dulce reprezintă doar 3% din rezervele mondiale de apă, iar 97% este apă de mare. 77% este blocată în calote de gheață polare sau în ghețari montani, 22% sunt ape subterane, iar diferența se compune din: 0,05% vapori de apă, 0,2% umiditatea solului, 0,35% râuri și lacuri, 0,4% lacuri cu apă sărată și mări interioare¹.

Mai mult, corpul uman conține apă în proporție de două treimi și are nevoie, pentru a fi sănătos, de 2,5 litri de apă în fiecare zi. În societățile occidentale se folosesc aproximativ 250 litri de apă pe zi pentru igiena corporală și consumul casnic, dar și în industrie și agricultură. Pentru a cultiva grâul necesar fabricării unei franzele se consumă 400 de litri de apă și 270 tone de apă pentru a produce o tonă de oțel². În mod natural, apa apare în trei forme diferite: *solidă* (înghețată sau gheață), *lichidă* (apă) și *gazoasă* (vapori de apă în aer). Ea poate dizolva mai multe substanțe decât orice alt lichid.

2.2. Poluarea chimică a apei

Poluarea apelor poate fi definită ca acea schimbare a compoziției apelor care le face dăunătoare pentru sănătatea oamenilor, neadecvate pentru întrebuințarea economică sau recreativă și care duc la deteriorarea florei și faunei din mediul acvatic. Se manifestă ca un fenomen complex, multiform, care exprimă atât unitatea dintre apele dulci și de mare, cât și dintre uscat și mediul acvatic.

Poluarea chimică rezultă din deversarea în ape a diversilor compuși ca: nitrați, fosfați și alte substanțe folosite în agricultură, a unor reziduuri și deșeuri provenite din industrie sau din activități care conțin plumb, cupru, zinc, crom, nichel, mercur sau cadmiu. Fără îndoială că poluarea apelor cu nitrați și fosfați a devenit tot mai îngrijorătoare în ultimul timp, mai ales în țările cu agricultură dezvoltată și industrializate.

Excesul de îngrășăminte cu azot în sol sau din alte surse poate face ca o parte din nitrați și nitriți să treacă în apa freatică în cantități mari. O cauză principală a poluării apelor o constituie hidrocarburile, prezente în toate fluviile lumii, ca unul din efectele civilizației moderne.

¹ www.worldwatch.org

² www.worldbank.org

Poluarea chimică a apelor afectează fitoplanctonul și macrofitele în mod diferit, după natura agentului contaminat. Prin urmare, sărurile de cupru și cromații sunt toxice pentru alge. Fitoplanctonul este puternic afectat de numeroase pesticide, mai ales erbicide. De exemplu, erbicidele din grupa ureelor blochează creșterea fitoflagelatelor. Detergenții sintetici, pe de altă parte, sunt foarte toxici pentru flora microbiană a apelor. Peștii pot muri din cauza tuturor tipurilor de poluare, dar majoritatea cazurilor mortale sunt provocate de lipsa oxigenului dizolvat în apă și datorită pesticidelor și a reziduurilor toxice.

Dunărea este poluată și conform datelor Ministerului Mediului, cel mai mare poluator al Dunării este Bucureștiul. Numai în anul 2008, în Dâmbovița au fost deversate 370.000 de m³ de ape uzate, care conțineau peste 25.000 de tone de fosfați, 500 de tone de detergenți, o tonă de cianuri, iar cantitățile de azot, amoniu, uree sau fosfor au depășit de 30-40 de ori normele impuse.

Poluarea Dâmboviței duce la poluarea Dunării, iar în prezent, locuitorii din Călărași au mari probleme cu calitatea apei potabile din localitate. În acest cerc vicios, un rol important îl are Stația de Epurare a Bucureștiului care ar trebui în mod normal să filtreze apele reziduale ale Capitalei înainte ca acestea să ajungă în Dâmbovița.

Deși s-au făcut investiții, la Stația de Epurare a Bucureștiului din 2003, prin accesare de fonduri europene, modernizarea completă a filtrelor stației de epurare va avea loc în anul 2013. Conform Raportului de Monitoring realizat de Administrația Națională Apele Române (ANAR) pentru anul 2008, volumul de ape uzate evacuate din București și localitățile limitrofe a fost de 354,3 mil. m³ pe an, reprezentând toate apele uzate evacuate direct în Dâmbovița, după trecerea printr-o treaptă mecanică, ceea ce are un impact puternic asupra calității apei râurilor Dâmbovița și Argeș, tronsoanele de râu afectate fiind ape puternic degradate.

Directivele europene în domeniul apelor impun, în special marilor orașe, crearea unor stații de epurare cu treaptă terțiară, în vederea atingerii stării bune a apelor, respectiv clasa a II-a de calitate. Până la sfârșitul anului 2009, în București trebuie finalizată linia I, urmând ca până în anul 2012 să fie realizate și lucrările la linia II de epurare.

Volumul maxim de ape uzate deversate în București este de 18 m³ pe secundă. După realizarea liniei I de epurare ar putea fi curățat un volum maxim de 10 m³ pe secundă, urmând ca, după realizarea liniei a II-a, să fie epurat debitul maxim de 18 m³ pe secundă.

Conform datelor monitorizării ANAR, și în anul 2008 apele uzate continuau să fie încărcate cu nutrienți, valorile ridicate ale azotului, în medie anuală de 27,037 miligrame pe litru și fosforului de 3,99 miligrame pe litru, necesitând o epurare avansată a apelor uzate.

Din cele 2.605 localități din România, doar 505 sunt dotate cu sisteme de canalizare. Din acestea, doar 18 sunt conforme cu cerințele directivei europene în domeniu. Gradul de racordare la rețele de canalizare a fost, în anul 2008, de 49,46%. România și-a asumat față de UE obiectivul ca, până la finele anului 2010, 60,8% din locuitorii de la orașe să fie racordați la canalizare.

Din același număr total de localități, doar 390 sunt deservite de 337 stații de epurare, dintre care doar 14 sunt conforme cu cerințele europene, având treapta secundară de epurare.

Orașele mari nu au însă stații de epurare a apelor conforme cu cerințele europene. Anul 2010 este, potrivit ANAR, primul termen-țintă la care România trebuie să raporteze progresele referitoare la implementarea directivei europene privind epurarea apelor uzate. Potrivit ANAR, până la sfârșitul lui 2010, "o parte din marile aglomerări urbane cu mai mult de 100.000 de locuitori, între care: București, Cluj, Iași, Buzău, Piatra Neamț, Satu Mare, Constanța, Galați, Târgu Mureș, Ploiești sau Timișoara, trebuie să raporteze finalizarea lucrărilor la stațiile de epurare cu treaptă terțiară și, implicit, racordarea locuitorilor la acestea". În prezent, în România, nu există vreo stație de epurare cu treaptă terțiară capabilă să trateze apele uzate de conținutul de nutrienți, respectiv fosfor total și azot total.

Efectele poluării resurselor de apă sunt complexe și variate, în funcție de natura și concentrația substanțelor impurificatoare. Rezolvarea acestor probleme ridicate de poluarea apei se realizează prin tratare, prin care se asigură condițiile necesare pentru consum¹.

Opinia publică trebuie să se convingă de gravitatea situației actuale. Masa substanțelor poluante, pe care le deversăm în ape crește cu fiecare zi, iar dacă nu se iau măsuri pentru a preveni pericolul, poluarea de astăzi va reprezenta prea puțin în comparație cu cea de mâine.

Abstract

Pollution is a negative situation created between man-made environment and natural environment and it is present in the air, as well as in the water and also has a direct influence on the soil. Pollution has different forms: physical, chemical, biological, radioactive, thermal or noise pollution. The environment reacts to contamination causing a series of changes such as changes in the climate, the depletion of stratospheric ozone, increasing levels of acid in the air and soil, radiation. Water is indispensable to life. The lack of it or the consumption of polluted water have negative consequences on humans and their health. This is way the European Union struggles to build more and more treatment plants that follow the latest quality requirements.

In 2010, Romania will be the subject of its first evaluation regarding the implementation of the European Norm for the treatment of wastewater. The public opinion must realize the gravity of the situation. The volume of pollutants we discharge directly or indirectly into water bodies increases by the day and measures must be taken to stop the contamination for today's pollution is nothing compared to what we may have to face tomorrow.

Bibliografie

1. Bercea Mihai - *Ecologie generală și protecția mediului*, Ed. Ceres, București, 2002
2. Brawn Lester - *Politica ecologică a planetei*, Ed. Tehnică, 2002
3. Scurtu Ion - *Ecologie și protecția mediului înconjurător*, Ed. Independența Economică, 2007
4. Sima Cristina - *Ecologie și protecția mediului înconjurător*, Ed. Independența Economică, 2005
5. Vișan Sanda - *Poluare și protecție*, Ed. Economică, 2000
6. The Worldwatch Institute - *State of the world 2007. Our Urban Future*, 2008
7. *** - www.worldbank.org
8. *** - www.worldwatch.org
9. *** - www.mmediu.ro
10. *** - www.rowater.ro

¹ www.ecomagazin.ro

Impactul turbulențelor de pe piețele internaționale asupra stabilității financiare din România

Asist. univ. drd. Dorin Hoarcă

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești

Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Râmnicu-Vâlcea

Cadrul macroeconomic și financiar internațional este supus unor tensiuni, dar rămâne relativ robust. Încetinirea creșterii economice în unele țări și corecția prețului activelor datorită ajustării percepției privind riscul s-au materializat, iar caracteristicile piețelor financiare s-au schimbat semnificativ din a doua parte a anului 2007. Percepția investitorilor privind riscurile s-a înrăutățit, iar excesul de lichiditate a dispărut. Aceste schimbări își au originea în problemele apărute pe piețele ipotecare cu risc ridicat (sub-prime mortgage) din SUA și s-au extins în întreaga lume.

Creșterea ratelor de dobândă în SUA în perioada 2003-2006 a creat tot mai multe dificultăți unor debitori în a-și onora serviciul datoriei la bănci. Aceste probleme s-au resimțit cel mai acut pe piețele titlurilor americane garantate cu ipotecă cu risc ridicat. Sute de miliarde de dolari s-au evaporat în câteva săptămâni din cauza acestui cuvânt, *sub – prime*, care exprimă în lumea financiară creditele ipotecare acordate celor care nu puteau să se împrumute la prima mână, pentru că nu aveau bonitatea necesară. Atunci interveneau alte companii, un fel de hibrid între firma ipotecară și bancă, firme care preluau clientul și îi dădeau banii și casa. Bineînțeles, la un preț mult mai mare. Dacă nu putea să plătească o dobândă de 5%, sigur putea să plătească 12%!

Cu un portofoliu de mii de clienți de acest gen, companiile ipotecare se duceau apoi în piața financiară pentru a face rost de bani ca să crească afacerea prin vânzarea de obligațiuni garantate cu împrumuturile/ipotecile acordate celor care nu îndeplineau condițiile de credit. Și aceste obligațiuni aveau un preț mai mare decât cel al pieței. Cu mult. Investitorii și fondurile cumpărau aceste instrumente pentru că obțineau un câștig mai mare decât dacă ar fi plasat banii în titluri de stat, spre exemplu. Operațiunile mergeau aproape de la sine, prețul caselor creștea, la fel ca și numărul celor care obțineau acest gen de credite.

După câțiva ani au început să apară poveștile, dar și realitățile. Nu numai că aceia care accesau credite nu aveau bonitatea necesară să plătească ratele, dar și cei care ofereau banii practic îi forțau să intre în afacere și să cumpere casele, prin modificarea modului de calcul al veniturilor sau prin acceptul de a nu dispune de avans. Ceea ce definitivă procesul era faptul ca imobilele erau supraevaluate. Toată lumea era fericită pe acest lanț. Clientul avea o casă unde să stea sau pe care să o speculeze - o locuință scumpă, ce-i drept. Dezvoltatorul își lua banii pe casă, iar intermediarul vânzării - comisionul. Creditorul știa că debitorul nu va avea bani să plătească, dar spera într-o minune. Oricum era fericit, pentru că plasase mai departe ipoteca și contractul de credit către alți investitori, care erau la rândul lor bucuroși că obțineau dobânzi mai mari, puteau raporta către acționarii lor profituri mai mari și la finalul anului își încasau bonusurile.

Datorită transparenței scăzute pe piețele instrumentelor financiare inovative (inclusiv pe cele care au declanșat turbulențele), investitorii nu au mai putut identifica și evalua în mod rezonabil riscurile investițiilor lor. În acest fel, percepțiile negative privind riscul s-au extins și asupra altor categorii de instrumente financiare, nivelul riscului în ansamblu a fost reevaluat, iar lichiditatea s-a deteriorat.

Modificarea caracteristicilor sistemelor financiare internaționale începând din a doua jumătate a anului 2007 nu a fost însă o surpriză. Numeroase instituții supranaționale (FMI, BIS, BCE) au atras atenția asupra faptului că riscul este subevaluat și că o evoluție în sens

invers este tot mai posibilă. Cauzele identificate ca stând la originea problemelor din sistemele financiare ale țărilor dezvoltate au fost:

- *excesul semnificativ al lichidității în contextul unor rate mici ale dobânzii ce a promovat asumarea de riscuri mai mari pentru a obține randamente mai ridicate;*
- *dezvoltarea inovațiilor financiare ce s-a realizat fără o înțelegere adecvată a riscurilor asumate și fără implementarea unor metode corespunzătoare de gestiune a riscurilor;*
- *transparența plasamentelor în produsele inovative, precum și cadrul de reglementare aferent ce au fost insuficiente.*

Băncile centrale au reacționat prompt. Măsurile imediate au constatat în: furnizarea de urgență de lichidități, utilizarea de noi facilități de finanțare peste cele oferite prin operațiunile curente de politică monetară și, în unele situații, reducerea (agresivă, în cazul FED-ului) a ratelor de politică monetară.

În UE, măsurile pe termen mediu și lung care urmează a se implementa sunt:

- *îmbunătățirea transparenței expunerilor băncilor;*
- *dezvoltarea standardelor de evaluare prin includerea riscului de lichiditate;*
- *întărirea reglementărilor prudențiale, în special în ceea ce privește expunerile mari, urmând ca riscul de lichiditate și securizarea să fie încorporate în noile modificări ale Directivei europene privind adecvarea capitalului;*
- *îmbunătățirea structurală a funcționării piețelor financiare, analizându-se rolul agențiilor de rating, și a modelului utilizat de bănci de tip „inițiază și distribuie” (originate and distribute).*

Fondul Monetar Internațional (FMI) avertizează că economia mondială va intra într-o recesiune mai lungă și mai gravă decât cele anterioare, înaintea unei reveniri „ușoare”¹. Astfel, FMI arată că recesiunea globală și criza financiară vor duce, cel mai probabil, la o scădere nemaiîntâlnită a producției.

Economiștii FMI au ajuns la această concluzie prin compararea actualei crize cu cele înregistrate anterior la nivel mondial. Aceștia nu au avansat o dată pentru reluarea creșterii economice, dar au avertizat că declinul intrărilor de capital în țările emergente va dura, din cauza problemelor cu care se confruntă băncile din țările dezvoltate.

Riscurile sunt predominante în Europa de Est, unde problemele băncilor-mamă din Europa de Vest, care domină peisajul bancar local, amenință sectorul financiar local și economia.

Deși în ultima perioadă au început să se vadă primele semne ale ieșirii din criză în SUA, China, unele țări cu economii puternice din Europa, creșterea și comerțul global tind să își revină, piețele de capitaluri și-au reluat creșterea relativă se ridică întrebarea dacă în aceste țări revenirea este sustenabilă cum va influența ea economia românească.

Stabilitatea financiară din România a fost și este afectată încă de aceste turbulențe prin canalul indirect, respectiv prin impactul asupra economiei reale și asupra lichidității bancare. Nu există impact prin canalul direct, pentru că băncile românești nu au plasamente în instrumente financiare cu risc ridicat.

A. Impactul asupra economiei

Prin canalul indirect ar putea apărea următoarele provocări:

1. Creșterea economică și activitatea de comerț exterior ale României au fost afectate.

România nu este afectată direct de recesiunea din SUA, deoarece relațiile comerciale sunt modeste și în scădere, ea desfășurând aproximativ o treime din comerțul exterior cu Germania și Italia. Majorarea costurilor de finanțare în țările partenere vor conduce la reducerea profitabilității și lichidității companiilor din aceste țări, cu consecințe asupra deciziilor lor investiționale.

¹ FMI - Raportul privind perspectivele pentru economia mondială.

România va înregistra o recesiune dificilă în 2009, însă economia va evita colapsul, în special ca urmare a datoriei relativ scăzute a sectorului privat și a dependenței mai reduse de exporturi¹.

În 2010, economia românească ar urma să revină pe creștere, consideră Moody's.

2. *Finanțarea deficitului balanței comerciale ar putea fi mai dificilă dacă lichiditatea pe plan extern se menține restrictivă.*

În ultima perioadă, lichiditatea în țările emergente pare a reveni la valorile de la mijlocul anului 2007. România dispune de intrări autonome de lichidități – transferuri ale românilor aflați în străinătate și fonduri europene. Valoarea acestor intrări (nete) autonome este cifrată la 4,5 miliarde euro în 2007 (3,7 la sută din PIB). În 2009 volumul transferurilor s-a diminuat semnificativ deoarece în principalele țări unde lucrează cetățeni români (Spania și Italia) s-a produs o reducere semnificativă a activității economice. În acest context, sporește în importanță capacitatea de absorbție a fondurilor europene.

Datoria externă în țările emergente din Europa cunoaște dezvoltări ce reclamă atenție. Datoria pe termen scurt a crescut mai rapid decât cea pe termen mediu și lung, astfel că agravarea problemelor de lichiditate pe plan internațional ar putea face mai dificilă finanțarea deficitelor de cont curent.

Sectorul privat este cel care a determinat creșterea datoriei externe, iar în cazul unui șoc provenind pe canalul îndatorării externe, se consideră că deține mai puține soluții de management al crizei decât cel public.

Eficacitatea rezervelor oficiale ca instrument de ultimă instanță al autorităților în cazul unui șoc pe curs s-ar putea să se fi deteriorat. Pentru majoritatea țărilor, ponderea datoriei externe pe termen scurt în rezervele oficiale fie se află la niveluri ridicate, fie a crescut. România, alături de Cehia și Ungaria, se află în grupul țărilor care a realizat o oarecare stabilizare a acestui indicator, la un nivel relativ scăzut.

3. *Încrederea operatorilor din economie s-a deteriorat.* Sondajele periodice ale principalelor agenții de rating arată că această încredere a fost afectată de turbulențe. Atât în România, cât și la nivelul întregii UE, așteptările pentru anul 2009 și chiar 2010 ale agenților economici și ale populației au devenit pesimiste astfel că deciziile lor de consum și investiții au fost semnificativ afectate.

4. *Condițiile de finanțare pentru companii și populație s-au înrăutățit.*

De la debutul turbulențelor, băncile românești au previzionat o înăsprire a condițiilor de creditare pentru companii și populație, cererea de credite aflându-se pe o pantă descendentă ca urmare a măsurilor și normelor adoptate de acestea.

5. *Aversiunea la risc față de România a crescut.* Din noiembrie 2007, agențiile de rating au coborât perspectiva calificativului de credit pentru România. Piața internațională a instrumentelor cu venit fix reflectă aceeași evoluție. Scăderea calificativelor pentru România s-a datorat în special semnelor de supraîncălzire a economiei (deficite externe mari și ritmuri ridicate ale creditului) și politicilor fiscale insuficient de restrictive, neadaptate noului context macroeconomic.

Rating-ul de țară reflectă comportamentul de plată al companiilor și măsoară riscul mediu al apariției incidentelor de plată ale companiilor dintr-o anumită țară. În decembrie 2004, rating-ul de țară acordat României a fost B, în iunie 2005 a fost apreciat la B+, urmând ca în decembrie 2005 să treacă pragul la A4, unde a rămas până în octombrie 2007. Sfârșitul de an 2007 a adus diminuarea rating-ului până la A4-, menținut pe tot parcursul anului 2008, precum și la început de an 2009. Un rating de țară A4- denotă un istoric al plăților mediu, ce se poate înrăutăți din cauza unui mediu economic și politic ce se deteriorează, probabilitatea de neplată fiind încă admisibilă.

¹ Raport al Agenției de Rating Moody's

În ceea ce privește analiza mediului economic românesc în cadrul Country Risk Conference, desfășurată la începutul anului 2009, Coface România a emis următoarele observații:

- *Frânarea bruscă a creșterii economice.* Datorită condițiilor nefavorabile și intrării în recesiune a principalelor economii din UE, România resimte o scădere bruscă a activității economice. Principalele motoare de creștere economică din ultimii ani și anume: consumul, construcțiile și producția industrială, sunt puternic afectate de criza creditului pe fondul înrăutățirii condițiilor de creditare și accesului la credite. Acesta din urmă a condus la blocarea în special a activității din sectorul construcțiilor, dar și a tuturor companiilor care desfășoară activități conexe în acest sector. Pe fondul efectelor negative și a instalării crizei în economia mondială, în special cea europeană, și datorită scăderii cererii pe piețele tradiționale de export, producția industrială din România a înregistrat primele semne de scădere abruptă și rămâne într-un con de umbră pe întreg anul 2009.

- *Vulnerabilitate ridicată a monedei naționale datorită dependenței crescute a țării față de capitalul extern.* Creșterea puternică a consumului a fost susținută prin creșterea gradului de îndatorare în valută, atât la nivelul companiilor cât și la nivelul persoanelor fizice, alimentând adâncirea deficitului de cont curent. Pe fondul înrăutățirii condițiilor de acces la finanțare, a creșterii semnificative a costurilor cu creditarea și în paralel cu scăderea investițiilor străine directe, finanțarea deficitului de cont curent va o misiune imposibilă în 2009. Practic, pentru echilibrarea acesteia, asistăm și vom asista la devalorizarea monedei naționale care va atrage o scădere abruptă a nivelului importurilor și diminuarea balanței comerciale.

- *Creșterea vulnerabilității companiilor românești.* Companiile românești, care își desfășurau în principal activitatea pe bază de surse împrumutate, sunt cele mai afectate în acest moment de criză, efectele fiind resimțite la nivelul creșterii dobânzilor și a majorării ratelor, dar și prin scăderea comenzilor. Exportatorii sunt puternic afectați de scăderea cererii de pe piețele tradiționale, iar la intern, scăderea consumului a condus la o reducere a vânzărilor de până la 30%. Blocajul de lichiditate din sistem creează un efect de domino între clienți și furnizori, dovada fiind volumul mare al creanțelor neîncasate și creșterea întârzierilor la plată de până la 90-120 de zile. În 2009 vor supraviețui companiile care au rezerve de capital din anii de creștere precedenți și care se vor putea adapta cât mai repede noilor condiții de piață.

B. Impactul asupra lichidității bancare

Excesul de lichiditate din sistemul bancar românesc s-a diminuat semnificativ față de anii trecuți, în condițiile continuării evoluției ascendente a creditării și ale reducerii lichidității piețelor financiare internaționale. Poziția de lichiditate a instituțiilor de credit persoane juridice române se menține însă, în general confortabilă. Riscul sistemic continuă să fie foarte scăzut, expunerile bilaterale interbancare fiind în general de dimensiuni reduse în raport cu fondurile proprii și activele lichide de care dispun băncile creditoare. Dependența finanțării activelor din resurse externe provenite de la instituții financiare este în creștere, însă se păstrează sub nivelul de vulnerabilitate înregistrat de alte țări din regiune. Performanța instituțiilor de credit în privința corelării pe benzi de scadență a pasivelor cu activele rămâne adecvată, însă lichiditatea globală a sistemului bancar românesc își continuă dinamica descendentă, pe fondul creșterii gradului de intermediere bancară. Indicatorul de lichiditate pe sistem bancar, calculat conform reglementărilor în vigoare, se menține la niveluri care depășesc limita minimă de 1, însă diferența dintre lichiditatea efectivă și cea necesară este, în termeni relativi, în scădere.

În ceea ce privește sectorul financiar nebanca, piața asigurărilor și instituțiile financiare nebanca necesită o atenție deosebită. Piața asigurărilor, în expansiune și în etapa finală a armonizării cu legislația europeană, nu a fost afectată deocamdată de actualele turbulențe de pe piețele financiare, din motive ce țin de specificul asigurărilor și de gradul lor de dezvoltare și integrarea cu piețele financiare externe. Principalele evoluții

ce impun o monitorizare atentă sunt creșterea ratei daunelor pentru asigurările generale și dinamica rentabilității portofoliului de active mobiliare pentru asigurările de viață.

Instituțiile financiare nebankare (cu activitate de creditare) dețin o pondere redusă în ansamblul sistemului financiar. Vulnerabilitățile potențiale asociate cu aceste instituții pot genera riscuri limitate, care pot fi mai ușor identificate odată cu intrarea lor în sfera de reglementare și supraveghere a băncii centrale.

Referitor la piața de capital românească, convergența acesteia cu piața europeană a avansat; totodată, riscurile de pe această piață au crescut datorită impactului turbulențelor de pe piețele externe, dar și cadrului economic intern asupra capitalizării bursiere și volumului tranzacțiilor.

Analiza corelațiilor zilnice ajustate cu volatilitatea între indicele BET al Bursei de Valori București și indici de pe piețele dezvoltate și de pe piețele emergente arată o legătură relativ slabă cu piețele dezvoltate și, în raport cu piețele de capital emergente, o evoluție similară (strânsă) în perioadele de declin al piețelor și evoluții nesincronizate în perioadele de avânt. Aceste comparații atestă pe de o parte insuficienta integrare cu piața europeană (corelații slabe în timpuri normale) și, pe de altă parte, tratamentul similar al investitorilor nerezidenți față de piețele emergente în fazele de declin.

Concluzionând, se remarcă *probabilitatea sporită ca activitatea economică să se mențină la un nivel scăzut până la sfârșitul anului, în pofida temperării evidente a ritmului de decelerare. Această evaluare ia în considerare efectele nefavorabile propagate cu un anumit decalaj, precum deteriorarea în continuare a condițiilor pe piața forței de muncă. În perspectiva anului viitor, după o perioadă de stabilizare, se anticipează o redresare treptată, cu ritmuri de creștere pozitive.*

Abstract

The macroeconomic and international finance framework is subject to tensions, but remains relatively robust. Slower economic growths in some countries and asset price correction due to the adjustment of risk perception have materialized and characteristics of financial markets have changed significantly. The investor perceptions of risk have worsened and excess liquidity has disappeared. Although lately have begun to be seen the first signs of exit from the crisis in the U.S., China, some countries with strong economies from Europe, the growth and the global commerce tend to recover, equity markets have resumed their relative growth, a question arises, whether in these countries the return is sustainable and how it will affect the Romanian economy?

Bibliografie electronică

www.bnro.ro - Banca Națională a României – *Buletin de conjunctură*, septembrie, 2009

www.imf.org/ World Economic Outlook, *Crisis and Recovery*, aprilie, 2009

www.moodys.com

www.bnro.ro - *Buletinul lunar BCE* - august 2009

Stadiile carierei - un aspect important în procesul de recrutare

Asist. univ. drd. Carmen Marin

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești,
Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Brăila

Cariera este un aspect important al vieții multor oameni. Ea este influențată de tipurile de nevoi, interese și preocupări asociate cu evoluția vieții adulte. Dar, distinct de stadiile vieții, există tipare generale ale evoluției din activitățile care privesc rolul profesional, fiind denumite de specialiști “stadiile carierei”.

Deși cariera fiecăruia conține solicitări unice, care dictează pașii către succes, există astfel, aspecte și obligații-cheie care sunt de o mare importanță pentru o parte din oameni.

Potrivit literaturii de specialitate, conceptul de **carieră** are mai multe înțelesuri:

- *avansare*, ceea ce presupune ascensiunea într-o organizație sau în ierarhia profesională;
- *profesie*, conform acestei concepții anumite profesii sunt considerate ca reprezentând o carieră, pe când altele sunt considerate simple posturi;
- *succesiune de posturi de-a lungul vieții*.

G. Jones, în lucrarea *Comportament organizațional*, definește cariera ca fiind „o succesiune evolutivă de activități și poziții profesionale pe care le atinge o persoană, ca și atitudinile, cunoștințele și competențele asociate care se dezvoltă de-a lungul timpului”.

- cadru dinamic în care o persoană își percepe viața în întregul ei;
- o serie de roluri de-a lungul vieții legate de experiență.

Cu alte cuvinte, dezvoltarea carierei este un proces, organic, viu, și nu unul mecanic ce urmează un program prestabilit. Fiecare etapă din carieră duce la un nivel superior de înțelegere de sine ca urmare a succesului sau insuccesului, remodelând modul în care individul se vede pe sine, cu potențialul și limitele sale. Din această cauză, fiecare experiență de viață modifică aspirațiile și dorințele individuale privind cariera.

În lucrarea Cariere în organizații, T. Hall, prezintă cele 4 stadii ale carierei unui individ: explorarea, stabilizarea, avansarea + menținerea și finalul carierei.

a) Explorarea (16-28 ani). În acest stadiu este timpul descoperirilor și opțiunilor individului. În general, oamenii trec de adolescență având multe idei despre ce le-ar plăcea să facă. Îndreptându-se spre lumea adultă, ei trebuie să lase deoparte viziunile nerealiste, să se oprească la o configurație de roluri (student, soț, salariat) și să dezvolte un stil de viață care să se potrivească elementelor-cheie din identitatea lor. Aceasta implică părăsirea familiei inițiale și dezvoltarea unei combinații de talente, abilități și interese precum și valori complementare care se cer în societate.

Aceste opțiuni sunt mai variate decât stabilirea identității profesionale, dar deseori opțiunea pentru rolul ocupațional este un element major al acestui stadiu. În prima parte a acestui stadiu sunt explorate câteva roluri profesionale (slujbe de vară sau cu orar redus). Ele au rolul de a pregăti explorările din timpul primului loc de muncă „adevărat”. Pentru cei mai mulți, acesta este de obicei, primul serviciu după terminarea liceului sau a facultății și are o influență persistentă asupra carierei.

b) Stabilizarea (22-42 ani). Al doilea stadiu major al carierei implică stabilizarea individului ca și „contribuitor independent” într-un anumit domeniu. Stabilirea identității carierei implică desemnarea priorităților și focalizarea pe activitățile esențiale pentru planuri și obiective. În general, apare necesitatea îndepărtării de mentor în această perioadă.

Dacă indivizii nu și-au dezvoltat abilități solide înainte, contactul cu independența, cu situația de a nu avea pe cineva care să-i verifice poate provoca stări de nesiguranță.

c) Avansarea și menținerea (32-55 ani). După ce oamenii s-au stabilizat în diverse roluri ocupaționale, intră într-o perioadă în care se concentrează pe avansarea spre obiectivele-cheie ale carierelor lor, cum ar fi parteneriatul. Urmează o perioadă în care sunt preocupați de menținerea statutului, a poziției.

La începutul acestei perioade, subiecții au adesea sentimentul urgenței în realizarea obiectivelor profesionale. Ei trebuie să pregătească opțiunile finalului de carieră și să elimine acele obiective pe care le recunosc ca nerealiste.

Urmează perioada în care oamenii se țin aproape de abilitățile și interesele deja dovedite. Valorile principale ale carierei pot fi experiența extinsă și o cunoaștere generală a unei multitudini de domenii. Unii își asumă responsabilități de mentori și găsesc satisfacție în a instrui și a dezvolta noua generație. Toți trebuie să se confrunte cu faptul că există o nouă generație care îi vede de “modă veche”.

d) Finalul carierei (peste 55 ani). Pentru câțiva, finalul carierei este timpul unei creșteri continue în statut și influență în interiorul organizației. dar pentru cei mai mulți este momentul când au atins ori sunt pe punctul de a atinge cel mai înalt nivel ca responsabilitate și statut.

Cei mai mulți, aflați în acest stadiu pot fi o sursă de înțelepciune în organizație. Mulți au trecut, fiind deasupra înțelegerii perfecționiste a domeniului propriu de expertiză, spre alte domenii în care ceilalți pot beneficia de experiența lor extinsă și viziunea generală, cu alte cuvinte, activitatea de mentor, începută în stadiul anterior, poate continua.

Dacă o persoană își schimbă doar postul, după 45 de ani, dar menține domeniul profesional, este probabil ca ea să continue să se potrivească acestui stadiu. Dacă însă, acea persoană se angajează într-un post din alt domeniu, ea traversează un „proces de reciclare” care este o succesiune prescurtată de explorare, stabilizare și în cele din urmă reintrare în stadiul de avansare și menținere în noul câmp ocupațional.

Repetarea evoluțiilor din fiecare stadiu poate fi necesară pentru muncitorii din domenii cu perspective profesionale în declin.

“Reciclarea” pentru o nouă carieră dezvoltă abilitățile necesare și stabilește o nouă identitate ocupațională, reenergizând motivația.

Având în vedere incertitudinea economică și schimbările tehnologice rapide sunt în creștere, procesul de “reciclare” se pare că se va intensifica.

Abstract

Career is an important aspect of life for many people. It is influenced by the types of needs, interests and concerns associated with the development of adult life. But separate stages of life, there are general patterns of evolution of activities concerning the professional role, being termed as „career stages”.

Bibliografie

1. Gherman, Liliana; Pănoiu, Laura, *Managementul resurselor umane*, Ed. Independența Economică, Pitești, 2006
2. Manolescu, Aurel, *Managementul resurselor umane*, ediția a II-a, Ed. Economică, 2002
- 3.***Colecția „Ziarul Financiar”
- 4.***Colecția „Carriere”

Decizia de finanțare a afacerii

Asist. univ. drd. Mihaela-Cosmina Petre

Lect. univ. dr. Cristina Bunea-Bontaș

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești

Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Brăila

Pe o piață perfectă, decizia de finanțare și cea de autofinanțare nu ar modifica nicidecum valoarea întreprinderii și a proiectelor sale de investiții. Însă piața nu este perfectă și, datorită unor asimetrii de tratament fiscal al veniturilor de capital ale acționarilor și creditorilor, decizia de finanțare și cea de dividend pot influența valoarea întreprinderii și a investițiilor ei. În general, structura financiară (a capitalurilor proprii interne și externe, și a capitalurilor împrumutate) determină economii fiscale pe măsura creșterii ratei îndatorării. Teorii mai noi în finanțe (cea de semnal și cea de agent) argumentează că îndatorarea, cumpărarea de acțiuni noi de către manageri, sunt incitante pentru performanța întreprinderii și conduc la creșterea valorii acesteia .

Decizia de finanțare este, în cea mai mare parte, asumată de conducerea întreprinderii (de către managerii acesteia) și mai puțin de către „furnizorii” de capitaluri (acționarii și împrumutătorii întreprinderii). Obiectivul major urmărit de manageri și de investitorii de capital este același: maximizarea valorii de piață a întreprinderii. Această valoare va fi mai proporțional partajată între acționari și împrumutători. În funcție de această valoare se fixează și remunerarea managerilor. În această comuniune de interese există însă unghiuri diferite de abordare a maximizării valorii întreprinderii.

Investitorii de capital urmăresc o remunerare a investiției lor la o rentabilitate superioară oportunităților de investiții oferite de piața financiară. În felul acesta ei obțin o creștere a averii lor finale, mai mare decât aceea posibilă, în medie, pe piața financiară. Managerii întreprinderii, acționând în interesul investitorilor de capital, respectiv al creșterii valorii totale a întreprinderii, sunt nevoiți să urmărească reducerea costului capitalurilor mobilizate. Utilizarea acestui cost redus, ca factor de capitalizare a cashflow-urilor degajate de întreprindere, va duce la creșterea valorii acesteia.

Singura cale posibilă de reducere a costului capitalurilor este aceea de a crește ponderea investitorilor care cer o remunerare mai mică a capitalurilor lor. Aceasta se traduce, în mod practic, printr-o creștere a gradului de îndatorare, creditele fiind în general obținute la un cost (dobândă) mai mic(ă) decât capitalurile proprii. Rămâne de analizat dacă modificarea structurii capitalurilor determină sau nu creșterea valorii întreprinderii.

1. Principalii factori determinanți în luarea deciziei de finanțare

Principiul fundamental care trebuie să stea la baza deciziei de finanțare este găsirea unei combinații perfecte între sursa de finanțare, modul de utilizare a banilor și modul în care investiția creează avantaje economice viitoare capabile să permită rambursarea sumelor împrumutate.

Astfel în fundamentarea deciziei de finanțare a întreprinderii se presupune, ca regulă, analiza următoarelor aspecte:

I. Perioada pentru care sursele de finanțare sunt necesare

Durata contractului de finanțare trebuie decisă în funcție de scadența necesităților de finanțare. Astfel, finanțarea cumpărării de stocuri sau plata unor servicii necesare derulării activității curente a întreprinderii necesită obținerea de resurse pe termen scurt. În general, întreprinderea apelează la credite pe termen scurt de la bancă în condițiile în care încasările obținute din vânzarea produselor și/sau serviciilor sale sunt insuficiente pentru asigurarea acestei finanțări.

În general, finanțarea investițiilor de menținere sau dezvoltare a capacităților de producție existente este realizată prin atragerea de resurse pe termen lung.

Din punctul nostru de vedere, perioada de rambursare trebuie să depindă de evoluția investiției, de capacitatea sa de a crea profit și de modul în care investiția creează beneficii în viitor.

II. Costul surselor de finanțare

Un aspect important al managementului firmei îl reprezintă gestiunea costurilor directe ale finanțării. Acestea sunt reprezentate de costul capitalurilor atrase, cum ar fi rata de dobândă ce trebuie plătită pentru creditele contractate sau rentabilitatea ce ar trebui oferită acționarilor pentru aportul acestora la capitalul firmei. În plus, trebuie avute în vedere și costurile de emisiune ce intervin la momentul atragerii surselor de finanțare (comisioane plătite intermediarilor).

III. Flexibilitatea contractului de finanțare

Nivelul ridicat al incertitudinii privind evoluția pe piață a întreprinderii impune o mai mare flexibilitate a contractelor de finanțare a activității acesteia. Astfel, pot apărea situații în care firma este nevoită să ramburseze anticipat datoria, să majoreze nivelul împrumuturilor contractate sau să prelungească durata împrumutului. În aceste condiții, contractele prin care sunt atrase surse de finanțare de la bănci sau alte instituții financiare se dovedesc mai flexibile decât cele prin care sunt atrase resurse prin ofertă publică de acțiuni sau obligațiuni.

IV. Impactul fiscalității asupra politicii de finanțare a firmei

Fiscalitatea firmei poate influența tipul de surse de finanțare atrase sau condiții contractuale alese. În general, dobânzile de plată la creditele contractate sunt deductibile din veniturile impozabile ale întreprinderii în timp ce dividendele de plată către acționari sunt repartizate din profitul net de impozit. Finanțarea prin intermediul contractelor de leasing a fost de multe ori stimulată de economiile de impozit realizate de către întreprindere.

V. Costurile de mandat (agent)

Problema monitorizării bonității (solvabilității) întreprinderii poate induce dificultăți în contractarea de surse de finanțare, mai ales prin atragerea de capitaluri prin ofertă publică de acțiuni. Dacă băncile sau alte instituții financiare au capacitatea de a monitoriza performanța, respectiv solvabilitatea întreprinderii de-a lungul derulării contractului de finanțare, pentru investitorii individuali care achiziționează titluri financiare emise de către întreprindere, această operațiune se poate dovedi prea costisitoare. Ca urmare, având în vedere potențialele pierderi ce pot rezulta din absența mijlocului de monitorizare a activității firmei, investitorii individuali vor cere o rată de remunerare mai ridicată pentru sursele de finanțare pe care aceștia le pun la dispoziția întreprinderii. Astfel, este în interesul acesteia să identifice combinația de contracte de finanțare care să minimizeze costurile de mandat sau de monitorizare ale activității sale.

VI. Problema asimetriei de informații

În lipsa unei informații adecvate privind performanța actuală a întreprinderii precum și perspectivele acesteia de dezvoltare, furnizorilor de surse de finanțare le este foarte dificil să monitorizeze bonitatea acesteia. În aceste condiții ei pot declina finanțarea cerută de întreprindere sau vor majora costul său.

În concluzie, decizia de finanțare face alegerea între sursele proprii de capital și cele împrumutate. Criteriul principal de selecție al surselor de finanțare îl reprezintă costul procurării capitalurilor, urmărindu-se reducerea acestuia.

2. Finanțare pe termen lung / finanțare pe termen scurt

Orice întreprindere, fie că se află în faza de dezvoltare a activității sale sau în cea de menținere a capacităților de producție, este nevoită să atragă resurse pentru finanțarea activităților desfășurate. Una dintre dilemele managerului financiar este aceea legată de tipul de finanțare la care ar trebui să apeleze: finanțare pe termen lung sau finanțare pe termen scurt (credit de la bancă sau surse proprii atrase de la acționari, leasing sau credit obligatar etc.).

Când alege o sursă de finanțare pe termen lung, firma trebuie să aibă în vedere anumite criterii pe baza cărora să se facă selecția. Pentru această decizie, ca și în cazul altor decizii luate de conducătorul financiar, criteriul ultim este maximizarea averii acționarilor.

Dar acest criteriu nu are o singură dimensiune pentru că trebuie luați în considerare mai mulți factori când se alege între finanțarea prin îndatorare, emisiunea de acțiuni comune sau preferențiale sau recurgerea la leasing.

Dintre aceștia amintim: costul, controlul, disponibilitatea fondurilor și vandabilitatea valorilor mobiliare, modificarea structurii capitalului, efectul asupra profitului pe acțiune, fiscalitatea, costul de oportunitate.

Din punctul de vedere al conducerii, impactul asupra fluxului de numerar este unul dintre cei mai importanți factori luați în considerare în decizia de finanțare.

Anumiți factori care afectează deciziile de finanțare sunt dificili sau imposibili de a fi identificați. Acești factori trebuie identificați și analizați calitativ pe baza judecății și experienței conducătorului. Importanța relativă a acestor factori depinde aproape în întregime de situație. Unul dintre acești factori este controlul acționarilor.

De asemenea, natura activității desfășurate de firmă, rata de creștere a veniturilor, situația competitivității și structura existentă a activelor dictează ce tip de finanțare este preferabil.

Condițiile pieței pot, de asemenea, să aibă un rol în deciderea alternativelor de finanțare. În fine, în analiză trebuie incluși factori specifici firmei și climatul economic particular.

În concluzie, decidentul trebuie să ia în considerare toate împrejurările, iar analiza financiară trebuie să fie realizată pe baza diferitelor scenarii.

Decizia de achiziționare a activelor pe termen lung necesită surse de finanțare care să acopere fondurile imobilizate în aceste active. Firma aflată în această situație poate apela la surse din interiorul său (caz în care vorbim de o finanțare internă) sau la surse din afara firmei (caz în care vorbim de finanțare externă).

Finanțarea internă (autofinanțarea) cuprinde fluxurile de numerar rezultate din profitul reținut pentru dezvoltare și din cheltuielile cu amortizarea suportate de firmă.

Finanțarea externă se referă la suma datoriilor noi pe termen lung și pe termen scurt sau la capitalul propriu nou emis de către firmă ca sursă de procurare a fondurilor necesare, precum și la operațiunile de leasing.

Deciziile privitoare la stabilirea surselor corespunzătoare de fonduri, interne sau externe, afectează atât indicele dividendelor plătite, cât și structura capitalului. Aceste decizii depind, de asemenea, de o serie de factori. Astfel, din punctul de vedere al firmei și al acționarilor acesteia, factorii care determină apelarea la o anumită sursă nouă de finanțare sunt:

- 1) Costurile administrative și legale ale creșterii actuale ale finanțării;
- 2) Costul serviciului finanțării, spre exemplu plățile de dobândă;
- 3) Nivelul obligației de a face plăți de dobândă și altele asemenea;
- 4) Nivelul obligației de a rambursa finanțarea;
- 5) Deductibilitatea fiscală a costurilor legate de finanțare;
- 6) Efectul unei noi finanțări asupra nivelului de control al firmei de către acționarii existenți și libertatea lor de acțiune.

Din punctul de vedere al furnizorilor unei noi finanțări, sunt importanți următorii factori:

- a) Nivelul venitului așteptat de investitori;
- b) Nivelul riscului atașat riscurilor așteptate;
- c) Potențialul de lichidare a investiției lor, fie direct de către firmă prin rambursarea datoriei, fie prin intermediul pieței secundare;
- d) Nivelul impozitului personal pentru veniturile din investiții;
- e) Gradul de control sau de influență asupra afacerilor firmei pe care îl obțin investitorii ca urmare a investiției făcute.

Pentru finanțarea activelor permanente curente și pe termen lung, firma trebuie, potrivit principiului armonizării sau echilibrării, să recurgă la finanțare pe termen lung. Principalele tipuri de finanțare pe termen lung sunt: împrumutul bancar pe termen lung,

împrumutul obligatar, emiterea de noi acțiuni, apelarea la leasing și apelarea la Fondurile Europene ca modalitate complementară de finanțare.

În alegerea surselor de finanțare pe termen lung, după părerea noastră, apar și alte elemente de judecată în afara costului procurării lor:

- disponibilitatea (lichiditatea) pieței de capital și cheltuielile de intermediere;
- finanțarea specifică a întreprinderilor necotate la bursă, a IMM-urilor;
- controlul puterii de decizie în cadrul acționariatului și motivarea personalului de conducere;
- simplitatea și solicitarea graduală a trezoreriei întreprinderii prin contractele de leasing;
- “asortarea” riscului investițiilor întreprinderii cu riscul surselor de finanțare.

Obiectivele unei gestiuni eficiente pe termen scurt a firmei se referă la :

- (1) realizarea programelor de producție;
- (2) satisfacerea cererii privind vânzările;
- (3) minimizarea costurilor de finanțare ;
- (4) asigurarea lichidității firmei.

Din punctul nostru de vedere, aceste obiective sunt cel mai bine realizate prin sincronizarea scadențelor surselor de finanțare privind fondurile cu scadențele activelor ce sunt deținute de firmă. Dacă scadențele nu sunt puse în concordanță, firma va fi supusă unor riscuri care nu sunt necesare și unor costuri suplimentare împovărătoare. Dacă activele pe termen lung sunt finanțate din surse pe termen scurt, firma va trebui să realizeze o refinanțare continuă care crește riscul cu care se confruntă firma din cauză că necesarul de numerar este posibil să nu fie disponibil sau să fie disponibil la costuri substanțial de ridicate. În plus, credem că refinanțarea repetată implică creșterea costurilor de tranzacționare exprimate monetar și a timpului de execuție.

Pe de altă parte, dacă necesarul pe termen scurt este finanțat din surse pe termen lung, costul finanțării pe termen lung va fi mai ridicat decât veniturile obținute din investiția pe termen scurt, ceea ce va influența negativ profitul.

Finanțarea pe termen scurt se referă la finanțarea activelor circulante necesare firmei și are un orizont de timp sub un an. Pentru desfășurarea în bune condiții a activității firmei, pe lângă stabilitatea necesarului de active circulante, o importanță majoră o are și decizia privind stabilirea modului de finanțare a acestora. Obiectul acestei decizii îl reprezintă selecția și mobilizarea operativă a capitalurilor circulante, în funcție de condițiile pieței, cu cel mai redus cost și urmărind reducerea riscurilor implicate.

Sursele de procurare a capitalurilor necesare finanțării pe termen scurt sunt: capitalurile proprii, capitalurile atrase și capitalurile împrumutate. În cazul utilizării capitalurilor proprii este vorba de o finanțare internă și se poate spune că se folosește cea mai sigură sursă de finanțare, determinând autonomia financiară și eliminarea riscului retragerii fortuite a capitalurilor.

La alegerea surselor de finanțare pe termen scurt trebuie avuți în vedere patru factori: principiul amortizării, costul, disponibilitatea și flexibilitatea.

1. Conform *principiului amortizării*, firma trebuie să decidă cât de mult poate să riște dacă dorește ca finanțarea activelor circulante să se facă cu surse pe termen scurt. O poziție mai agresivă va determina firma să folosească mai multe surse și sume de finanțare pe termen scurt decât o poziție conservatoare.

2. O influență importantă în selectarea pe termen scurt o constituie *costul*. De aceea, trebuie determinate costurile pentru sursele alternative ale diferitelor surse de finanțare. Trebuie ținut seama, de asemenea, de costurile de oportunitate. Dacă firma anticipează continuarea nevoilor de credite bancare, ea trebuie să mențină relații bune cu băncile respective, chiar dacă banca crește costul direct al creditului comparativ cu alte surse. Creditul comercial, dacă se prelungește ca perioadă, poate fi mai puțin costisitor decât creditul bancar, dar dacă întârzierea plății este prea mare, firma poate să sufere o reducere a accesului ei la

credite viitoare. Costurile de oportunitate trebuie luate în considerare alături de costurile directe când este vorba de costul total al surselor alternative de finanțare pe termen scurt.

3. *Disponibilitatea* creditului se referă la faptul că în cursul ciclului de exploatare anumite surse de fonduri pot fi mai mult sau mai puțin disponibile. Disponibilitatea se referă atât la mărimea sumei, cât și la condițiile impuse de finanțarea pe termen scurt respectivă.

4. *Flexibilitatea* se referă la capacitatea firmei de a plăti datoriile legate de credit și de a păstra capacitatea de a reînnoi și a crește creditul.

Considerăm că, în funcție de poziția firmei față de toți acești factori trebuie luată decizia de finanțare a firmei pe termen scurt, fiecare constrângere acționând în mod specific asupra deciziei.

În mod curent, sursele de finanțare externă pe termen scurt sunt furnizate de: (1) pasivele stabile, (2) creditele de la băncile comerciale și (3) efectele de comerț.

În opinia noastră, în general, firmele recurg la finanțarea pe termen scurt din două motive principale. Primul este determinat de necesitățile de fonduri din anumite perioade. Dacă, de exemplu, într-o anumită perioadă a anului cresc stocurile și valoarea furnizorilor neachitați, firma trebuie să folosească finanțarea pe termen scurt. Apoi, când fluxurile de numerar de intrare cresc, ea rambursează finanțarea pe termen scurt contractată. Al doilea motiv este că firma poate folosi finanțarea pe termen scurt până când va apărea ca necesară o finanțare pe termen lung. În acest caz, finanțarea pe termen scurt are rolul de avanscenă a unei finanțări pe termen lung ulterioare.

În concluzie, o dată ce s-a optat pentru o sursă de finanțare va fi necesară o corectă fundamentare a costurilor pe care aceasta le presupune pentru întreprindere. Un nivel al rentabilității activității desfășurate de către întreprindere inferior costurilor capitalurilor atrase pentru finanțare poate fi catastrofal pentru aceasta.

Abstract

Under the circumstances of the market economy, the assignation of financing possibilities has a high impact over the activity of companies. In almost all cases enterprises are not totally financed from own funds, as they concomitantly go to external resources. Therefore, the selection of external financing resources and their share in relation to internal financing is a major decision of the enterprise's financial policy. In this way it is decided over the enterprise's financial structure and action is taken to secure it optimum nature.

Bibliografie

1. Hoanță, N., *Finanțele firmei*, Ed. Economică, București, 2003
2. McLaney, E.J., *Business Finance: Theory and Practice*, Pearson Education, 2006
3. Mihăilescu, I., *Managementul financiar al firmei*, Ed. Independența Economică, Pitești, 2003
4. Nișulescu, I., *Alternative privind finanțarea IMM-urilor*, Revista „Gestiunea și contabilitatea firmei”, nr.3/2006
5. Nișulescu, I., *Optimizarea deciziei de finanțare*, Revista „Tribuna Economică”, nr.10 / 2006
6. Vintilă, G., *Gestiunea financiară a întreprinderii*, Ed. Didactică și Pedagogică, R.A., București, 2006.

Zona Euro în fața provocărilor generate de criza mondială

Asist. univ. drd. Isabella Sima

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești
Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Râmnicu-Vâlcea

Uniunea Europeană Economică și Monetară (UEM) este o înțelegere între națiunile europene participante cu scopul de a împărtăși o monedă unică, euro, și o politică economică unică cu un set de condiții de responsabilitate fiscală. Actualmente, sunt 27 State Membre cu nivele de integrare variate în UEM. Șaisprezece State Membre au adoptat moneda euro: Austria, Belgia, Cipru, Finlanda, Franța, Germania, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburg, Malta, Olanda, Portugalia, Slovenia, Slovacia și Spania. Alte trei State Membre, Marea Britanie, Danemarca și Suedia, își cântăresc planul în privința adoptării monedei euro. Alte opt State Membre, Letonia, Lituania, Estonia, Polonia, Cehia, Ungaria, România și Bulgaria, sunt în stadii diferite ale adoptării monedei euro și cel mai probabil vor adera la zona euro în următorii zece ani¹.

La izbucnirea celui de-al doilea Război Mondial, majoritatea monedelor din țările industrializate erau strâns apropiate de dolar sub ceea ce s-a numit „standardul de aur” în sistemul de la Bretton Woods. Supremația de facto a dolarului și devalorizările câtorva monede europene au condus politicienii europeni la căutarea unei soluții de redresare a acestui dezechilibru printr-o integrare economică între națiunile europene.

Planuri pentru o monedă unică europeană au început să fie conturate încă din 1969 cu Raportul Barre, elaborat de cele șase State Membre de atunci ale Comunității Economice Europene (CEE). Aceasta a fost urmată mai târziu în acel an de o întâlnire a șefilor de stat și de guvern în Haga pentru a planifica crearea unei Uniuni Economice și Monetare. Procesul a fost întârziat de colapsul Sistemului de la Bretton Woods 1971 după decizia unilaterală a Președintelui Nixon de a face dolarul neconvertibil în aur și după criza petrolului din 1972. Între timp, CEE a crescut incluzând în prezent, așa cum s-a arătat mai sus, șaisprezece state, multe dintre ele fiind ezitante să renunțe la propriile monede naționale.

Fiecare stat care a adoptat noua monedă la 1 ianuarie 2002, a trebuit să întrunească „Criteriile de Convergență” stabilite în Tratatul de la Maastricht. Criteriile includeau **cinci cerințe**:

- Valutele trebuiau să stea în parametri stabiliți de ERM pentru cel puțin 2 ani;
- Ratele de dobândă pe termen lung nu puteau fi mai mari cu 2% decât cele ale celor mai bune trei State Membre din punct de vedere al performanței;
- Inflația trebuie să fie sub valoarea de referință (în decurs de trei ani prețurile nu pot fi mai mari cu 1,5% decât cel mai bun performer);
- Datoria de stat trebuie să fie sub 60% din Produsul Intern Brut (sau să fie apropiat acestei ținte);
- Deficitele bugetare să fie sub 3%.

Numele *euro* a fost adoptat oficial pe 16 decembrie 1995, iar moneda însăși a intrat pe piețele internaționale pe 1 ianuarie 1999, înlocuind așa-numita unitate monetară europeană (ECU), iar apoi, pe 1 ianuarie 2002 a fost introdusă în circulație, înlocuind în cele din urmă monedele naționale din Zona euro.

Un euro este divizat în 100 de cenți, numiți și centime în țările vorbitoare de limbi romanice sau *leptó* (λεπτό) în Grecia.

Andorra, Monaco, San Marino și Vatican folosesc de asemenea euro, deși nu sunt în mod oficial membri euro, nici măcar membri ai UE. (Au folosit înainte monede care au fost înlocuite

¹ <http://www.eu4journalists.eu/index.php/dossiers/>

prin euro.) Dintre acestea, Monaco, San Marino și Vatican și-au creat propriile monede, cu propriile simboluri naționale pe spate. Andorra folosește monede franceze și spaniole, de vreme ce au folosit francul francez și peseta spaniolă ca și monede ale sale. Aceste țări folosesc euro datorită unor înțelegeri cu statele membre UE (Italia în cazul principatului San Marino și orașului Vatican, Franța în cazul principatului Monaco), aprobate de către Consiliul Uniunii Europene.

Muntelegru și Kosovo, care au folosit marca germană drept monedă a lor, au adoptat de asemenea euro, deși, spre deosebire de cele trei state de mai sus, nu au intrat în nici o înțelegere legală în mod explicit cu UE care să le permită acest lucru.

Alte locuri în care se folosește moneda euro sunt Teritoriile Franceze de peste mări: Guiana Franceză, Réunion, Sfântul Pierre și Miquelon, Guadeloupe, Martinica, Sfântul Bartolomeu, Sfântul Martin, Mayotte, și nelocuitele insule Clipperton și Teritoriile Australe și Antarctice Franceze; Regiunile autonome portugheze Azore și Madeira și Insulele Canare.

Danemarca și Regatul Unit au obținut o derogare, nefiind obligate să adopte moneda Euro. Suedia nu are nicio derogare în acest sens, dar, totuși, a decis în 1997 să nu se alăture zonei euro, așa că nu a făcut niciun efort spre a îndeplini criteriul necesar, de a avea o rată stabilă de schimb. Suedia a făcut un referendum pe tema monedei unice europene pe 14 septembrie 2003, participanții votând împotriva adoptării euro, cu 56,1% voturi contra și 41,8% voturi pentru. Această decizie a fost luată pentru o perioadă de minimum cinci ani.

Data finală de valabilitate a monedelor naționale variază de la un stat la altul. Prima monedă care a dispărut a fost Deutsche Mark (marca germană), pe 31 decembrie 2001 într-un minut, ultimele monede dispărând pe 28 februarie 2002, data la care toate monedele ar fi trebuit să-și înceteze valoarea legală în statele respective. Totuși băncile centrale ale statelor din zona euro vor continua să accepte bancnotele și monedele vechilor devize (de exemplu până în 2012 în Franța pentru bancnote).

Simbolul monedei europene, €, provine de la inițiala continentului european, iar cele 2 bare paralele reprezintă stabilitate și siguranță.

Economia unei țări, a unei regiuni sau a unui grup de țări, precum și cea a lumii întregi, se dezvoltă ciclic. Aceasta înseamnă că, în anumite perioade de timp, o țară, (un grup de țări etc.) este caracterizată cu o economie în creștere, după care urmează o limitare a extinderii, apoi o descreștere, respectiv o stopare a acesteia. Durata și profunzimea fiecărei dintre aceste patru faze depinde de fiecare caz concret, variază în timp și se poate modifica de la o țară la alta, reprezentând o derivată a nivelului de dezvoltare, a structurii producției, a capacităților manageriale ale autorităților publice centrale economice (Ministerul Finanțelor, Ministerul Economiei, Banca Centrală etc.), a contextului economico-geografic etc. O criză regională reprezintă rezultatul „împietirii” unor crize naționale a câtorva state vecine cu economii strâns legate între ele. Fenomenul dezvoltării ciclice a fost identificat și expus de către mai mulți economiști de valoare din diverse țări încă cu mai bine de un secol în urmă. Ciclurile sunt de mai multe feluri. Unul „clasic” durează 7-11 ani.

Termenul de **criză financiară** se aplică unor situații în care instituții sau bunuri financiare își pierd brusc o parte semnificativă din valoarea lor.

Actuala criză, numită *criza subprime*, este o criză financiară determinată de scăderea bruscă a lichidităților în piețele globale de credit și în sistemele bancare, cauzată de eșecul companiilor care au investit în ipotecile subprime (cu grad ridicat de risc). Cauzele ei se întrevăd încă de la sfârșitul secolului trecut, dar vârful s-a atins în 2007 și 2008. Criza a scos la iveală grave deficiențe în sistemul financiar global și în cadrul de reglementare.

“Criza economică este o crimă cu sânge rece împotriva oamenilor din întreaga lume, amenințați să își piardă banii pe care îi mai au după ce și-au pierdut și unica sursă de venit, locul de muncă”. (Jose Saramago)

O criză mondială poate să apară numai în SUA (însă nu orice criză americană se transformă în una mondială). Criza actuală este a doua criză mondială după cea din anii

1929-1933, care este considerată ca fiind prima criză financiar-economică de proporții globale. Ea s-a produs și în urmă „împletirii” a mai multor cicluri naționale și regionale. Orice criză regională poate fi soluționată de către potențialul economico-financiar al SUA, direct sau prin intermediul structurilor financiare internaționale, unde primul stat deține o cotă decisivă. Iată de ce trebuie să fim interesați în prosperarea economico-financiară a SUA pe termen lung.

Dat fiind faptul că economiile țărilor lumii la începutul sec. XXI sunt extrem de deschise, efectiv toate sunt legate de cea americană. Criza neplăților din SUA s-a extins „în restul lumii”, în primul rând, în țările cele mai strâns legate (direct sau indirect) de prima economie – în UE, China, Japonia, Coreea de Sud, Federația Rusă etc.

Criza economică mondială s-a transformat „într-o catastrofă umană și un dezastru” în statele în curs de dezvoltare, au arătat Banca Mondială și FMI într-un comunicat comun publicat cu ocazia reuniunii de la Washington a celor două instituții, transmite Mediafax.

„Economia mondială s-a deteriorat considerabil de la ultima reuniune. Această evoluție are consecințe grave în special în statele în curs de dezvoltare, unde criza economică și financiară s-a transformat într-una umană și un dezastru pentru dezvoltare”, se arată în comunicatul citat.

Criza financiară propagată din statele dezvoltate s-a transformat într-o problemă economică mondială și devine o criză a șomajului în fața căreia nicio regiune nu este imună, iar țările sărace sunt cele mai vulnerabile, se arată în raport.

Statele cu venituri medii au fost primele dintre țările în curs de dezvoltare care au resimțit impactul crizei financiare, deoarece se bazează masiv pe fluxurile de capital privat din străinătate.

După apariția crizei economice, statele în curs de dezvoltare au înregistrat cele mai accentuate ritmuri de scădere din ultimele decenii ale intrărilor de capital privat.

Țările cu venituri medii și mici vor fi afectate sever în acest an de un al doilea val de efecte ale recesiunii și declinului comerțului la nivel internațional. Statele sărace se vor confrunta, în special, cu reducerea exporturilor, a activității în turism, a investițiilor directe străine, volatilitatea prețurilor materiilor prime și, probabil, scăderea ajutorului din străinătate.

Banca Mondială și FMI subliniază că statele dezvoltate vor trebui să intervină prin acțiuni coordonate pentru a restabili încrederea în sistemele financiare și să stimuleze cererea.

În plus, sunt necesare măsuri urgente pentru a atenua impactul crizei în țările în curs de dezvoltare. Astfel, în aceste state va trebui stimulată creșterea economică, protejând, în același timp, populația săracă.

Raportul notează o serie de măsuri prioritare în vederea redresării economiilor statelor în curs de dezvoltare, printre care asigurarea unei politici fiscale adecvate pentru protejarea populației sărace sau a categoriilor mai vulnerabile și pentru a stimula creșterea economică.

Printre alte priorități sunt menționate întărirea sistemului de protecție socială și susținerea programelor de infrastructură, prin care se pot crea locuri de muncă și se asigură, totodată, baza dezvoltării economice viitoare.

Cele două instituții financiare insistă asupra importanței susținerii sectorului privat, prin îmbunătățirea mediului de afaceri pentru a fi stimulate investițiile.

Problemele cu care se confruntă țările din Centrul și Estul Europei în urma crizei financiare și economice s-au aflat în fruntea listei de priorități a agendei unui summit informal al Uniunii Europene (UE), ce a avut loc în februarie 2009, la Bruxelles. În același timp, sporește îngrijorarea vizavi de faptul că grava criză economică din regiune ar putea declanșa mai multe proteste publice, ar putea provoca o și mai accentuată instabilitate politică și necesitatea mai multor planuri pentru salvarea financiară. În acest context, Ungaria, Letonia, România și Lituania au fost deja forțate să apeleze la Fondul Monetar

¹ www.irishtimes.com

Internațional, la Banca Mondială și la UE pentru a obține fonduri de urgență. Chiar și în țări cu finanțe relativ solide, precum Polonia, a avut loc scăderea monedei, a zlotului, cu 28% din valoare față de euro din luna octombrie. Situația creată afectează acum mulți locuitori ai regiunii, care au făcut ipoteци în monede străine, precum euro sau francul elvețian, pentru a obține dobânzi avantajoase. La un an după ce a intrat în zona euro, Ciprul pare să fi reușit să eludeze gravele probleme economice cu care se confruntă restul UE.

Însă, pe lângă toate aceste efecte negative, analiștii întrevăd și unele efecte pozitive aduse odată cu declanșarea crizei și anume: necesitatea optimizării bugetelor de stat – regionale și locale – și generarea unor politici economico – financiare eficiente. O altă consecință pozitivă o reprezintă inițierea dialogurilor dintre elitele mediului privat și cele politice, care pot conduce la întărirea societății civile și la o implicare mai activă în luarea deciziilor și elaborarea strategiilor politice.

Așa cum am menționat mai sus, în contextul acestei crize mondiale, țările din Uniunea Europeană care fac parte din Euroland se consideră apărate într-o oarecare măsură de efectele ei, iar țările care nu au adoptat încă euro se gândesc serios să facă acest pas.

Fragilizate de criza economică și financiară, țările din Europa de Est se îngheșuie la porțile monedei unice europene, pentru a găsi acolo ceva mai multă stabilitate monetară¹.

Multe dintre ele au cerut chiar o îmblânzire a criteriilor de admitere, în dorința de a-și grăbi intrarea în Uniunea monetară. Deocamdată fără ecou.

Miniștrii de Finanțe din țările europene rămân fermi în privința respectării criteriilor de la Maastricht și nu vor să creeze un precedent în care să fie antrenate alte țări. Ei nu vor părăsi un Stat în dificultate, dar nu vor să fragilizeze zona euro importând problemele economice și financiare ale unei țări, căreia, odată ajunse în interiorul acestei zone, îi va fi încă și mai greu să iasă din ea.

Astăzi criza mondială a accentuat decalajele economice între zona euro și țările limitrofe, care au traversat mulți ani de expansiune puternică. „Ne aflăm în situația în care criza a făcut zona euro mai atrăgătoare și aderarea mai grea”, se explică la Comisia Europeană.

Economia zonei euro a scăzut cu 2,5% în primele trei luni din 2009, în termeni trimestriali. De asemenea, rata șomajului se pare că va mai crește, de la nivelul de 9,5% înregistrat în mai, afectând cel mai mult populația săracă.

Comisia Europeană estimează ca rata șomajului va urca la 9,9% în 2009 și la 11,5% în 2010, de la 7,5% în 2008.

Eurostat a calculat că, în perioada mai 2008 - mai 2009, 3,4 milioane persoane și-au pierdut locurile de muncă în zona euro și 5,1 milioane persoane la nivelul Uniunii Europene (UE).

De asemenea, inflația din zona euro a trecut pentru prima oară pe teritoriu negativ în iunie, în contextul în care prețurile bunurilor de consum au înregistrat o scădere anuală de 0,1%.

Proporția celor care sunt de acord cu rolul pozitiv al euro este cea mai mare în Slovacia (66%), Finlanda (61%) și Belgia (54%). Opinia că moneda euro nu a contribuit la diminuarea efectelor negative ale crizei este împărtășită cel mai puțin în Republica Cehă (56% cred acest lucru), Germania și Marea Britanie (54%).

Cel mai mare sprijin în favoarea accelerării procesului de adoptare a monedei euro este în Ungaria (47%) și România (35%). Dorința de a încetini procesul este cea mai pronunțată în Lituania (50%) și Polonia (41%)².

Privind din punctul de vedere al Uniunii Europene și mai ales din perspectivele Politicii Monetare a acesteia, putem spune că aceasta criză a reorganizat gândirea multor state cu privire la a adopta sau nu moneda unică, Euro.

Dacă state precum Marea Britanie sau Danemarca au respins aproape de la început ideea adoptării Euro, iar Italia se gândea serios să renunțe la aceasta, acum aceste state, dar

¹ www.lemonde.fr

² Potrivit concluziilor unui sondaj Eurobarometru

mai ales cele noi intrate în Uniunea Europeană se grăbesc să intre sub marea „umbrelă” a Euro, ținând mai mult sau mai puțin seama de consecințele acestei adoptări așa de grăbite.

Astăzi, mai mult decât oricând în ultima jumătate de secol, bancherii, oamenii politici și specialiștii par să privească spre fundamentele economiei. Criza petrolului, criza alimentelor, inflația, problemele energetice și de mediu ar trebui să-i facă pe decidenții din politică și economie să se întoarcă la lucrurile simple. Cât de simple pot fi ele în secolul XXI!

Abstract

The European Union is an economic and political union of 27 member states, located primarily in Europe. Committed to regional integration, the EU was established by the Treaty of Maastricht on 1 November 1993 upon the foundations of the pre-existing European Economic Community. A common currency, the euro, has been adopted by sixteen member states that are thus known as the Eurozone. This zone was very affected by the world financial crisis, but not like the other states which don't belong to it. Because of that the problem which occurred was if it is better to belong to Eurozone or not. As an important man said, the world crisis has shown that it's safer to be with the strong, among the strong and to have influence on the decisions of the strong.

Keywords: European Union, Eurozone, world, crisis, effects

Bibliografie

1. Miron, D., *Economia Uniunii Europene*, Ed. Luceafărul, București, 2000
 2. Silasi, G., *Integrarea monetară europeană între teorie și politică*, Ed. Orizonturi Universitare, Timișoara, 1998
 3. Stiglitz, J. E., *Mecanismele globalizării*, Ed. Polirom, București 2008
 4. Suta, N., *Integrarea economică europeană*, Ed. Economică, București, 1999
 5. Vaubel, R., *Monetary integration theory*, în vol. *Surveys in Economics*, International Economics, Longman, London & New York, 1988
- *** - www.bnr.ro
*** - www.crizafinanciara.com
*** - www.EconomieHotNews.ro
*** - www.eu4journalists.eu/index.php/dossiers/
*** - www.eucenter.org
*** - www.euractiv.com
*** - www.europa.eu.int
*** - www.exegens.com
*** - www.ghiseulbancar.ro
*** - www.newsin.com
*** - www.nytimes.com
*** - www.ziare.com
*** - Microsoft Encarta 2003

Exporturile României în condițiile crizei globale

Drd. Petruța Drugă
Universitatea „Transilvania”, Brașov

Criza globală actuală nu este decât o criză clasică de supraproducție, care a urmat crizei de supraconsum. În România, cererea de consum era cu mult înaintea ofertei interne de bunuri și servicii. Se vor produce schimbări fundamentale, nu numai în modelul de consum, dar și în stilul de viață al fiecărei persoane. Începând cu anul 2000, creditul bancar a luat o amploare deosebită. Tocmai acest model va fi corectat de această criză financiară, deoarece banii vor fi mai puțini și mai scumpi, ca atare creditele se vor restrânge.

La ora actuală, în România, accesarea creditelor de orice fel este foarte dificilă. Pentru moment, IMM-urile trebuie să caute metode alternative de finanțare față de metoda clasică în care apelau la credite bancare. Unul din motivele accesului dificil la noi linii de finanțare îl constituie faptul că valoarea ipotecilor a scăzut și continuă să scadă.

Potrivit unui sondaj efectuat de BNR în luna ianuarie 2009, aproximativ 20% din managerii din economie consideră majorarea ratei dobânzii la creditele bancare drept principalul factor negativ asupra economiei. Sectoarele industriale cele mai afectate de această măsură sunt industria metalurgică, industria construcțiilor metalice și industria chimică, mai mult de 40% dintre firmele care activează în aceste domenii declarând că sunt afectate în mod profund de majorarea creditelor.

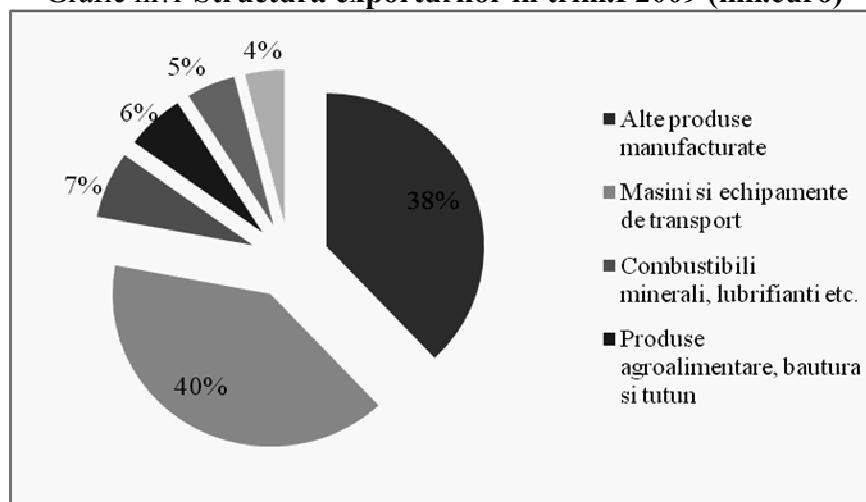
Economia României s-a dezvoltat mult în ultimii 9 ani, iar exporturile au avut o influență importantă la acest proces. Sunt multe condiții care au contribuit la această dezvoltare, printre cele mai importante: afluența investițiilor străine, contribuția de know-how-ul adus de acestea, aderarea țării noastre la U.E. În anul 2008 încep să se facă simțite primele efecte ale crizei economice mondiale. Criza economică mondială se amplifică pe fiecare zi ce trece, iar România începe tot mai mult să resimtă această recesiune economică, la care marii economiști de la nivel mondial nu reușesc să-i găsească antidot. Exporturile sunt printre primele afectate de acest moment critic. Criza de lichiditate, credite mai scumpe, o scădere a cererii și o majorare a costurilor de producție sunt, în opinia specialiștilor, marile probleme cu care se confruntă economia românească în prezent, probleme care se accentuează de la o zi la alta. Exporturile către UE au devenit nesigure, iar finanțarea bancară a înghețat, pe fondul crizei mondiale de lichiditate.

Conform lui Valentin Lazea, economist-șef al BNR, raportul exporturi în PIB este, în cazul României, de 25%, comparativ cu 70%-90% în alte cazuri, precum Cehia și Slovacia. *Ceteris paribus*, o criză pe piețele de export, ne va afecta mai puțin. Similar, raportul credite în PIB este cel mai mic din regiune, similar celui din Polonia, iar o criză de creditare va avea un impact mai mic.

Deficitul comercial al României a scăzut în primul trimestru al anului 2009 de peste două ori față de perioada similară din 2008, în contextul în care reducerea importurilor de 35% a depășit declinul de 19% consemnat de exporturi, potrivit Institutului Național de Statistică. Deficitul comercial din primele trei luni a fost de 1,99 mld. euro, reprezentând de peste două ori mai puțin decât valoarea de 5,09 mld. euro raportată în perioada similară a anului trecut. Exporturile realizate de România în primul trimestru au fost de 6,56 mld. euro, iar importurile au totalizat 8,55 mld. euro. În martie, exporturile au însumat 2,55 mld. euro, pe fondul unei scăderi de doar 6,9%, iar importurile au totalizat 3,12 mld. euro, pe fondul unei scăderi de 35%. Scăderea exporturilor din luna martie a fost semnificativ mai redusă față de scăderile din lunile anterioare, de peste 20%. În primul trimestru, ponderi importante în structura exporturilor și importurilor sunt deținute de mașini și echipamente

de transport (40,6% la export și 32,2% la import) și alte produse manufacturate (37,8% la export și respectiv 32,2% la import).

Grafic nr.1 Structura exporturilor în trim.I 2009 (mil.euro)

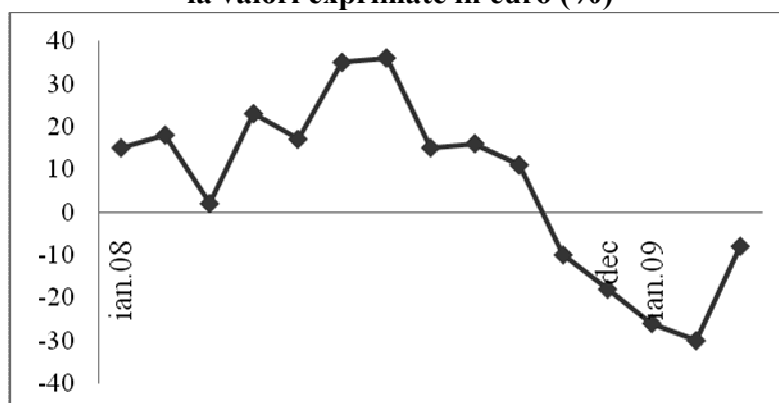


Sursa: Institutul Național de Statistică

Datele publicate de Institutul Național de Statistică arată faptul că, la finele anului trecut, valoarea cumulată a exporturilor și importurilor era de aproximativ 84,9 miliarde euro. Iar raportat la Produsul Intern Brut, estimat de Comisia Națională de Prognostic la 139,5 miliarde euro, gradul de deschidere al economiei naționale era, în 2008, de aproximativ 60,9%. Raportat la țările din regiune, nivelul din România este cel mai scăzut. De exemplu, în Polonia, gradul a fost de aproape 70%, în timp ce Ungaria a depășit 134%, iar în Republica Cehă nivelul a ajuns la aproximativ 127%. Și în Bulgaria, valoarea exporturilor și a importurilor reprezintă aproape 120% din cea a PIB.

Totodată, și ponderea exporturilor în PIB este mult mai mică în România decât în alte state. Astfel, în timp ce în țara noastră nivelul era de numai 24%, în regiune ponderea varia între 30%, în Polonia, și aproape 70%, în Ungaria și Republica Cehă.

Grafic nr.2 Variația exporturilor față de aceeași lună din anul precedent la valori exprimate în euro (%)



Sursa: Institutul Național de Statistică

Până în trimestrul III, creșterea lunară a exporturilor a depășit 20% (în euro) față de perioada precedentă din 2007, lucru care nu face decât să confirme elanul pe care l-au cunoscut exporturile anul trecut. În luna octombrie 2008, exporturile au crescut cu 14% față de luna octombrie 2007, iar luna noiembrie 2008 reprezintă punctul de cotitură de la

care începe panta descendentă. Acesta reprezintă un aspect foarte important care semnaleză afectarea de criză a piețelor-țintă centrale.

În anul 2008, față de anul precedent, dinamica exporturilor de bunuri a devansat dinamica importurilor de bunuri, continuând trendul pe care s-a înscris începând din luna decembrie 2007. În 2008, ponderi importante în structura exporturilor și importurilor au fost deținute de grupele de combustibili minerali, lubrifianți și materiale conexe, mașini și echipamente de transport și alte produse manufacturate.

Conform datelor oficiale furnizate de Institutul Național de Statistică, industria românească a avut parte de reduceri importante în luna octombrie față de septembrie 2008. S-au înregistrat corecții atât pe principalele sectoare (prelucrătoare sau producătoare de bunuri de folosință îndelungată ori de uz curent etc.), cât și la indicatorii de bază. Per total, producția a fost cu 3% mai mică, iar valoarea comenzilor noi, reprezentând cererea, s-a compactat cu 3,6%.

În ceea ce privește structura exporturilor realizate în anul 2008, cele mai mari ponderi au fost înregistrate de grupa produselor manufacturate (38%) și grupa mașinilor și echipamentelor de transport (36,2%). Acestea au fost urmate la mare distanță de combustibilii minerali, lubrifianții și materialele conexe (9,1%), produsele chimice (6%). Grupa produselor agroalimentare, a băuturilor și a tutunului a înregistrat cel mai mic procent în structura exporturilor pe 2008, de numai 4,7%.

Partea pozitivă a lucrurilor este că modernizările tehnologice din industrie și deprecierea leului din prima parte a anului au ajutat exporturile României să înregistreze, în 2008, un ritm ridicat de creștere, în pofida problemelor cu care s-au confruntat piețele din vestul Europei. Un alt argument în favoarea exporturilor românești este acela că produsele autohtone sunt adesea mai puțin luxoase decât cele din centrul Europei, ceea ce înseamnă că sunt mai atractive pentru consumatori - din ce în ce mai atenți la cheltuielile lor.

O situație similară în ceea ce privește exporturile industriei de mașini și echipamente de transport se întâlnește în Polonia, procentajul fiind de aproximativ 41%. În schimb, în Republica Cehă și Ungaria, industria auto are o cotă de 50%-60% în totalul exporturilor acestor state. Numai că mașinile din România sunt mai ieftine decât cele produse în țările din regiune, așa cum arată și recenta expansiune a cererii de Logan-uri, pe fondul subvențiilor oferite de Guvernul german persoanelor care cumpără autovehicule noi. Pe de altă parte, problemele din industria auto s-au reflectat din plin în Republica Cehă. Scăderea producției industriale, situația care a lovit toate ramurile, dar mai ales pe cea constructoare de mașini, a fost mai evidentă în ultimul trimestru al anului trecut, potrivit datelor publicat de Institutul de Statistică din Republica Cehă. Astfel, ponderea autovehiculelor în totalul exporturilor a scăzut de la 16,7%, în 2007, la 15,6%, anul trecut. China, însă, este cea mai mare piață auto la nivel mondial. În luna aprilie a.c., China a înregistrat o creștere de 37% a vânzărilor de autoturisme, pe fondul unui program guvernamental care sprijină achiziția de autoturisme noi. Conform ziarului „The Times”, în China s-a înregistrat și o creștere a numărului total de vehicule vândute (inclusiv camioane și autobuze) cu 25% față de aceeași lună a anului trecut. În luna ianuarie 2009, piața auto chinezească a devenit cea mai importantă la nivel global, atunci când a depășit volumele înregistrate în SUA. Programul guvernamental al guvernului chinez oferă facilități pentru cei care doresc să achiziționeze mașini noi din clasa mică.

Revenind la Europa, cea mai importantă piață auto din regiune este cea germană. Piața auto din Germania a avut un trend ascendent și în luna aprilie 2009, cunoscând o creștere de 19,4%, ceea ce reprezintă aproximativ 380,000 de unități. Această situație intră în contrast cu majoritatea celorlalte piețe auto europene. Programul „Rabla” reprezintă programul de înnoire a parcului auto din Germania și oferă o primă de casare de 2,500 euro proprietarilor care sunt dispuși să lichideze mașinile ce au o vechime de cel puțin 9 ani și doresc să-și achiziționeze un autoturism nou.

Conform prognozelor făcute de specialiștii români, dinamica exporturilor va avea parte de o corecție în 2009, șansele de creștere fiind minime. Evoluția piețelor europene și măsurile anticriză adoptate de Guvernul României vor avea o influență semnificativă asupra exporturilor. În România, declinul practic a început în luna noiembrie 2008. Industria metalurgică și producția de autovehicule au fost sectoarele industriale cele mai afectate de criză. Producția industrială în metalurgie a înregistrat o scădere de 23.3% în octombrie 2008, aproximativ 47% în noiembrie 2008, 50% în luna decembrie 2008 și 56% în ianuarie 2009. În ceea ce privește producția de autovehicule, scăderea a fost de 2.3% în luna octombrie 2008, 36.4% în noiembrie, 59.2% în decembrie 2008 și 43.8% în luna ianuarie 2009.

Președintele Asociației Naționale a Exportatorilor și Importatorilor, dl Mihai Ionescu, consideră că România se confruntă cu „o recesiune a exporturilor” din cauza problemelor existente pe piața europeană. Ca atare, multe IMM-uri își vor înceta activitatea în decursul acestui an. Afirmația sa este dovedită și de numărul foarte mari de cereri de radiere a firmelor depuse la Registrul Comerțului în primele 4 luni ale acestui an.

Din păcate, și cel mai mare exportator român, Arcelor Mittal, are probleme foarte mari. În octombrie 2008, Arcelor Mittal a început să închidă primele uzine de la Galați, în baza unui program ce are în vedere scăderea producției de laminate cu 50%, în contextul reducerii cererii și prețului oțelului. Reducerea producției de la Arcelor Mittal vine ca urmare a reducerii semnificative a pieței auto și a industriei de construcții, cei care reprezintă beneficiarii majori ai produselor industriale siderurgice. Specialiștii estimează că efectele crizei se vor propaga, urmând ca, pe lanțul economic, să luăm parte la o scădere importantă a producției industriale, ce se va vedea în mod direct în creșterea economică.

În ceea ce privește soluțiile pentru ieșirea din criză a exporturilor, se acționează pe mai multe căi, dar, din păcate, nu suficient de activ. În primul rând, în România există o autoritate națională care reglementează și controlează exportul de produse. Aceasta se numește Agenția Națională de Control a Exporturilor. Ea controlează modul de îndeplinire a obligațiilor și a angajamentelor asumate de România prin tratatele și acordurile în domeniu și în conformitate cu legislația Uniunii Europene. Autorizează operațiunile de export, import, tranzit internațional, transbordare, intermediere și asistență tehnică pentru produse militare și operațiunile de export, intermediere și asistență tehnică pentru produse cu dublă utilizare, cât și operațiunile care se efectuează fără atingerea teritoriului fizic al României.

Guvernul României împreună cu Centrul de Comerț Internațional (CIC) a lansat în luna mai a.c. un website care permite accesul exportatorilor români la oportunitățile de business internațional și va îmbunătăți competitivitatea acestora pe piața globală.

Site-ul (www.portaldecomert.ro) oferă un sistem interactiv de informații și consiliere despre comerț care va conecta comunitatea locală de afaceri la piețele din Europa și din alte zone ale lumii, oferind o vizibilitate mai bună produselor și serviciilor românești. Acest proiect a fost finanțat de Secretariatul de Stat pentru Afaceri Economice al Elveției și este menit să susțină dezvoltarea durabilă a potențialului de export al României. Din momentul în care țara noastră a devenit membră a Uniunii Europene, România a atras mai multe investiții străine și s-a bucurat de una dintre cele mai ridicate rate ale creșterii economice în Europa. Din cauza crizei economice actuale, însă, exporturile românești au de suferit și tocmai de aceea informațiile comerciale sunt esențiale în sprijinirea afacerilor pe o piață globală în continuă schimbare. Activitatea CIC în România s-a concentrat pe facilitarea creării unei rețele solide care, prin această platformă online, să ofere informații comerciale actualizate și credibile. Rețeaua de informare comercială include instituții românești care sprijină comerțul, cum ar fi Ministerul Întreprinderilor Mici și Mijlocii, Comerțului și Mediului de Afaceri; Centrul Român pentru Promovarea Comerțului; camere de comerț; Institutul de Economie Mondială; Comisia Națională de Prognoză; consilieri de comerț exterior și alți experți în comerț. Guvernul României administrează portalul și se

bucură de o participare solidă a sectorului privat. Acest lucru transformă portalul într-o platformă pentru schimbul de informații sustenabilă și cu potențial de creștere.

În prima parte a anului 2009, EximBank a oferit o gură de oxigen exportatorilor, prin lansarea unui produs pentru exportatorii români ce încheie contracte de credite pentru o perioadă ce poate varia între 2 și 12 ani, în funcție de țara în care se realizează exportul. Acest produs are în vedere, în principal, creditele de export în euro sau dolari. Beneficiarii români trebuie să plătească o dobândă fixă pe întreaga perioadă de derulare a creditului. Cu ajutorul acestui produs, exportatorii români pot să își previzioneze pe termen lung costurile aferente creditului de export și pot beneficia de condiții similare de concurență cu ceilalți exportatori pe piețele internaționale. De acest produs pot profita și băncile comerciale românești și străine care finanțează exporturi complexe românești și care au încheiat un acord de parteneriat cu EximBank.

Făcând o analiză a situației exporturilor românești se constată că țara noastră vinde în afara granițelor produse mai ieftine comparativ cu alți producători externi. Într-o situație normală din punct de vedere economic, gradul ridicat de deschidere al unei economii către piețele internaționale reprezintă un avantaj. Nu însă și în situații de criză. Cu cât ponderea comerțului exterior în PIB este mai redusă, cu atât mai puțin expusă este o țară la recesiunea din alte state. Aceasta este situația în care se află România. Țara noastră deține acest avantaj față de celelalte state europene în privința volumului exporturilor și importurilor.

Unii analiști consideră că reorientarea uzinei Dacia către export și pornirea uzinei Ford de la Craiova vor contribui la majorarea ponderii industriei auto românești de la 18% din totalul exporturilor României la ora actuală la 30% după anul 2012.

Din păcate, însă, prognozele Băncii Mondiale pentru anul 2009 sunt similare cu cele ale Fondului Monetar Internațional, adică se anticipează o scădere economică de 8 -8.5% pentru acest an.

Cele mai importante măsuri referitoare la stimularea exporturilor anunțate de statul român se referă la: asigurarea capitalizării EximBank, facilitarea exporturilor pentru produselor cu un grad înalt de prelucrare, facilitarea accesului IMM-urilor pe piețele externe, creșterea exportului de produse agroalimentare, susținerea promovării produselor tradiționale românești pentru export.

În timp ce autoritățile românești consideră că anul viitor, exporturile vor cunoaște o creștere cuprinsă între 15-20%, companiile românești care au legături cu piața externă sunt de părere că volumul acestora va scade. Din păcate, cea mai mare problemă pentru anul 2010 o constituie faptul că țările din Europa de Vest sunt încă în recesiune. Chiar dacă situația economică a partenerilor de export ai României se va îmbunătăți, acest lucru nu înseamnă că țara noastră va trece peste momentul critic în același timp.

Abstract

The over consumption crisis that had major impact on US economy has turned into a classic overproduction crisis. This financial crisis will particularly revise the consumer credit pattern that began to gain significant weight. Starting with 2008, the first effects of the global economic crisis are starting to emerge. From the economic point of view, Romania has greatly developed starting with 2000, and the exports had a major role within this process. But with every day that goes by, our country feels more and more the effects of this economic recession. In Romania, the European market trends and the anti-crisis plan adopted by the Government are crucial for exports. Unfortunately, the International Monetary Fund forecast is pessimistic concerning Romania. Accordingly, the Romanian economy is forecast to contract by 8-8.5% in 2009.

Bibliografie

1. Butnaru, Ion, *E necesară o strategie națională de export*, în *Economistul* v. 14, nr. 1553, p. 1, 7.
2. Făt, Codruța Maria, *Cum se pot proteja exportatorii împotriva riscului valutar*, în *Tribuna economica* v. 17, nr. 39, p. 35-39.
3. Vass, Andreea, *Creșterea competitivității exporturilor*, în *Tribuna economică* v. 15, nr. 37, p. 72-74.
4. *** www.portaldecomert.ro
5. *** www.zf.ro
6. *** www.insse.ro

Considerații despre procesul verbal de contravenție și prezumția sa de legalitate

Avocat Andreea-Dana Dumitrescu

Prezentul articol tratează aspecte aparținând materiei legislației contravenționale, aspecte care, în ultimii ani, ridică anumite probleme atât instanțelor de judecată, cât și justițiabililor. Este vorba despre procesul verbal de contravenție, privit prin prisma prezumției sale de legalitate.

Pentru început, consider necesară o raportare la temeiul legal care reglementează acest domeniu. Actul normativ care reglementează materia contravențiilor îl constituie Ordonanța de Guvern Nr. 2/2001.

Pornind de la prevederile acesteia, am putea defini procesul verbal de contravenție, ca fiind acel act juridic, emis de autoritățile competente, care stă la baza aplicării unei sancțiuni, în urma săvârșirii unei contravenții (acea faptă care are un grad de pericol social mai scăzut decât infracțiunea și care este pedepsită ca atare). Persoana care întocmește procesul verbal de contravenție poartă denumirea de “agent constator” iar persoana care a săvârșit contravenția – „contravenient”.

Procedura întocmirii unui proces verbal de contravenție, conținutul său și modalitatea în care acesta poate fi contestat sunt aspecte prevăzute în mod foarte clar, tot de Ordonanța de Guvern Nr. 2/2001.

Pentru a fi legal întocmit, conținutul unui proces verbal trebuie să cuprindă anumite date și mențiuni (expres prevăzute în Art. 16 din ordonanță), în caz contrar acesta fiind anulabil. În unele situații, nulitatea procesului verbal poate fi constatată și din oficiu (Art. 17 din Ordonanța de Guvern Nr. 2/2001).

În situația în care contravenientul este nemulțumit de amenda care i-a fost aplicată, acesta poate exercita căi de atac împotriva procesului verbal de contravenție.

Conform Ordonanței de Guvern Nr. 2/1001, plângerea împotriva procesului verbal de contravenție și de aplicare a sancțiunii trebuie făcută în termen de 15 zile de la data înmânării sau comunicării acestuia și ea se depune la organul din care face parte agentul constator. Plângerea urmează a fi trimisă judecătoriei în raza căreia a fost săvârșită contravenția.

În țara noastră se înregistrează un număr mare de plângeri împotriva proceselor verbale de contravenție și de aplicare a sancțiunii contravenționale. Uneori procesele verbale sunt contestate în mod justificat, fiind reclamate anumite abuzuri din partea statului. Alteori, contestarea unui proces verbal de contravenție constituie doar un tertip juridic prin care contravenientul obține o “amânare” a executării sancțiunii care i-a fost aplicată, speculându-se faptul că Ordonanța de Guvern Nr. 2/2001 prevede în mod expres că „plângerea suspendă executarea”.

O dată ce un proces verbal de contravenție a fost contestat, instanța de judecată, în speța judecătoria, are rolul de a verifica legalitatea și temeinicia întocmirii acestuia.

De multe ori, instanțele de judecată admit plângerile introduse, dispunând anularea proceselor verbale contestate, pentru simplu motiv că acestea nu au fost întocmite conform Ordonanței de Guvern Nr. 2/1001. În aceste situații instanța de judecată nici nu mai ajunge să analizeze fondul problemei, fiind obligată să constate, de exemplu, că actul nu cuprinde una dintre mențiunile obligatorii prevăzute la Art. 16 din ordonanță, dispunând anularea sa.

Acestea sunt aspectele care privesc *forma* procesului verbal de contravenție și sunt cele mai întâlnite.

Odată ce constată că procesul verbal contestat a fost întocmit cu respectarea Ordonanței de Guvern Nr. 2/2001, instanța de judecată trece la analizarea fondului cauzei, cu alte cuvinte a faptelor care s-au petrecut, în final ea formându-și o opinie care duce sau la admiterea plângerii formulate și deci la anularea procesului verbal contestat sau la respingerea plângerii.

Un rol important în formarea aprecierilor instanței de judecată, îl constituie probatoriul administrat pe parcursul procesului. Până recent, instanțele de judecată considerau că în materie contravențională sarcina probei revine contravenientului. Cu alte cuvinte, cel care contesta un proces verbal de contravenție, trebuia să vină cu dovezi în sprijinul susținerilor sale. Raționamentul instanțelor de judecată avea la bază prevederile Codului de Procedură Civilă, care statuează că “cel ce face o propunere în fața instanței de judecată trebuie să o dovedească”.

Pe cale de consecință, procesul verbal de contravenție se bucură de o „prezumție de legalitate”, aceasta putând fi răsturnată doar de către contravenient prin probele propuse. Recurgându-se însă la acest stereotip (“cel ce face o propunere în fața instanței de judecată trebuie să o dovedească”), consider că s-au creat și situații în care instanțele de judecată și-au „autodiminuat” rolul lor activ, atribuție care le permite efectuarea de cercetări cu privire la cauza respectivă în scopul aflării adevărului și pronunțării unei sentințe corecte, limita raționamentului de mai sus putând fi depășită, în unele cazuri acest lucru fiind chiar recomandat.

De curând, aceasta problematică, a prezumției de legalitate a procesului verbal de contravenție, a fost supusă atenției Curții Europene a Drepturilor Omului. Este vorba de cauza Anghel contra României, cauză în carte Curtea, prin hotărârea din dată de 4.10.2007, își exprima în mod foarte clar punctul de vedere cu privire la acest aspect.

În speța citată mai sus, Curtea considera că prezumția de legalitate și de adevăr a procesului verbal de contravenție este o prezumție „lipsită de rezonabilitate” și că, astfel, ea violează Art.6 al Convenției Drepturilor Omului, respectiv *dreptul la un proces echitabil*. În opinia Curții, modul în care prezumția de legalitate în materie contravențională este percepută de unele instanțe de judecată din țările europene, printre care și cele din România, echivalează cu o nerespectare a prezumției de nevinovăție.

Se apreciază că “nerespectarea garanțiilor fundamentale - printre care prezumția de nevinovăție - care protejează indivizii în fața posibilelor abuzuri ale autorităților, impune în privința aceasta o problemă pe baza Art. 6 din Convenție”, încălcând dispozițiile acestuia. Curtea mai constată faptul că finalitatea Art. 6 din Convenție nu este de a înlătura prezumțiile ca cea de legalitate din materie contravențională ci de a determina statele” să includă aceste prezumții în limite rezonabile luând în calcul gravitatea mizei și păstrând dreptul la apărare”.

Aceste concluzii ale Curții Europene a Drepturilor Omului, corect justificate în opinia mea, sunt într-o oarecare contradicție cu raționamentul juridic bazat pe prezumția de legalitate a procesului verbal de contravenție practicat de către instanțele române. Însă, cum este vorba de o hotărâre a unui organ jurisdicțional internațional, instanțele de judecată din România sunt nevoite să țină cont de prevederile sale și să le pună în aplicare.

Astfel, în condițiile în care chiar Curtea Europeană a Drepturilor Omului pune sub semnul întrebării prezumția de legalitate a procesului verbal de contravenție, teoretic, anularea acestor acte în instanță devine mult mai ușor de obținut de către contravenient. Practica judiciară în domeniu din ultimul an confirmă acest lucru.

Este de dorit ca raționamentul Curții Europene a Drepturilor Omului să fie luat în considerație de către instanțele de judecată și să fie interpretat de acestea cu scopul pronunțării unor sentințe legale și corecte, acest lucru fiind în primul rând, în interesul justițiabilului.

Abstract

This article refers to the importance of the infringement report regarded through its presumption of legality. In the first part, the paper defines the notion of “infringement report” and it presents an analysis of the law regulating the contraventional field, which is the Government Order No. 2/2001. This analysis contains aspects such as: the mandatory form and content of the infringement report, the procedure of the contestation against an infringement report, the courts that have jurisdiction on judging the trials, etc.

In the second part of the article, I presented the way in which the Romanian courts judge the contraventional trials, outlining the fact that in most of the cases, they take a decision based on the idea that the infringement report has a relative presumption of legality; I also talked about the opinion of The European Court of Human Rights in this field, which is that in the contraventional domain the presumption of legality of the infringement report is contrary to the presumption of innocence, violating Article No.6 from the European Convention of Human Rights. I concluded that the Romanian courts should consider this point of view.

Bibliografie

1. Ciutacu, Florin, *Codul civil adnotat*, Ed. “Regia Autonoma Monitorul Oficial”, 2007
2. *** *Codul civil și Codul de procedură civilă*, Ed. “C.H. Beck”, 2008;
3. Ordonanța de Guvern Nr.2/2001
4. Convenția europeană a drepturilor omului;
5. <http://www.echr.coe.int/echr- CEDO>

Contravenții și infracțiuni prevăzute de Legea nr. 31/1990

Prep. univ. drd. Raluca Gherghina
Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești
Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Pitești

1.1. Considerații generale

Potrivit legii penale, **infracțiunea** este fapta care prezintă pericol social, este săvârșită cu vinovăție și este prevăzută de lege, fiind singurul temei al răspunderii penale.

Infracțiunile reținute prin prevederile Legii nr.31/1990 se regăsesc în articolele 271-282 ele formând un titlu distinct așa cum a fost el resistemizat și revizuit pentru a fi pus de acord cu forma în vigoare a Codului penal.

Cercetarea acestor infracțiuni se efectuează, potrivit dreptului comun, de către organele de urmărire penală, la sesizare sau din oficiu.

În conformitate cu prevederile din Legea nr.31/1990, faptele prevăzute în titlul „infracțiuni”, dacă nu constituie, potrivit Codului penal sau unor legi speciale, infracțiuni mai grave, se pedepsesc în condițiile și cu sancțiunile prevăzute de acea lege.

În majoritatea cazurilor subiecții activi ai infracțiunilor sunt determinați prin calitatea sau funcția lor în cadrul unei societăți comerciale. Există însă și acele infracțiuni pentru care legea nu pretinde subiectului activ o calitate specială, acesta putând fi orice persoană care intră în diverse împrejurări în raporturi cu patrimoniul sau organele de conducere ale societății comerciale.

Potrivit reglementării date se constată că în unele cazuri subiectul activ al infracțiunii este unic, pe când în cazul altor infracțiuni, fapta nu poate fi săvârșită decât prin participarea mai multor persoane.

Unele dintre infracțiunile menționate în Legea nr.31/1990 sunt producătoare de prejudicii materiale, pe când altele creează doar stări de pericol în legătură cu normala funcționare a societăților comerciale.

Subiectul pasiv al infracțiunilor privitoare la societățile comerciale este multiplu: pe de o parte societatea, în ansamblul său, pe de altă parte, societatea comercială, precum și persoanele fizice în detrimentul cărora au fost comise faptele penale respective.

În cazul infracțiunilor privitoare la societăți comerciale, forma de vinovăție cerută este intenția. Există intenție când făptuitorul prevede rezultatul faptei sale și urmărește producerea lui, prin săvârșirea faptei (intenție directă), precum și atunci când, deși nu urmărește producerea rezultatului, acceptă posibilitatea producerii lui (intenție indirectă).

Vinovăția presupune deci o acțiune, sau omisiune voluntară a subiectului, factorul volitiv fiind determinant în săvârșirea infracțiunii.

În nici una din situațiile prevăzute de Legea nr.31/1990, tentativa infracțiunilor nu se pedepsește și nu sunt incriminate faptele comise din culpă.

1.2. Contravenții

Încălcarea prevederilor art. 74 din Legea nr.31/1990¹ – ca în orice factură, ofertă, comandă, tarif, prospect și alte documente întrebuițate în comerț, emanând de la o societate, trebuie să se menționeze denumirea, forma juridică, sediul social, numărul din registrul

¹ Legea nr.31/1990 privind societățile comerciale, republicată în M.Of.nr.1066/2004, modificată prin Legea nr.302/2006 publicată în M.Of.nr.953/29.10.2005, modificată prin Legea nr.164/2006 publicată în M.Of.nr.430/18.05.2006, modificată prin Legea nr.441/2006, modificată prin OUG nr. 82/2007 publicată în M. Of. nr. 446 din 29/06/2007, Legea nr.516/2006 publicată în M.Of.nr.14/09.01.2007, modificată prin OUG nr.52/2008 publicată în M.Of.nr.333/30.04.2008.

comerțului și codul unic de înregistrare. Sunt exceptate bonurile fiscale emise de aparatele de marcat electronice, care vor cuprinde elementele prevăzute de legislația din domeniu.

Dacă societatea pe acțiuni optează pentru un sistem dualist de administrare, vor conține și mențiunea "societate administrată în sistem dualist".

În documente, dacă acestea provin de la o societate cu răspundere limitată, se va menționa și capitalul social, iar dacă ele provin de la o societate pe acțiuni sau în comandită pe acțiuni, se vor menționa atât capitalul social subscris, cât și cel vărsat.

În situația în care documentele sunt emise de o sucursală, acestea trebuie să menționeze și oficiul registrului comerțului la care a fost înregistrată sucursala și numărul ei de înregistrare.

Dacă societatea deține o pagină de internet proprie, informațiile vor fi publicate și pe pagina de internet a societății - **constituie contravenție** și este sancționată cu amendă de la 2.500 lei la 5.000 lei.

1.3. Infrațiuni

Încălcarea prevederilor art. 131 alin. (4) - pentru a fi opozabile terților, hotărârile adunării generale vor fi depuse în termen de 15 zile la oficiul registrului comerțului, spre a fi menționate în registru și publicate în Monitorul Oficial al României, Partea a IV-a -

constituie contravenție și este sancționată cu amendă de la 5.000 lei la 10.000 lei.

Constatarea contravențiilor și aplicarea sancțiunilor se realizează de către organele cu atribuții de control ale Ministerului Economiei și Finanțelor - Agenția Națională de Administrare Fiscală și ale unităților sale teritoriale.

Se pedepsește cu închisoare de la unu la 5 ani fondatorul, administratorul, directorul, directorul executiv sau reprezentantul legal al societății, care:

1. prezintă, cu rea-credință, în prospectele, rapoartele și comunicările adresate publicului, date neadevărate asupra constituirii societății ori asupra condițiilor economice ale acesteia sau ascunde, cu rea-credință, în tot sau în parte, asemenea date;

2. prezintă, cu rea-credință, acționarilor/asociaților o situație financiară inexactă sau cu date inexacte asupra condițiilor economice ale societății, în vederea ascunderii situației ei reale;

3. refuză să pună la dispoziție experților documentele necesare sau îi împiedică, cu rea-credință, să îndeplinească însărcinările primite.

Se pedepsește cu închisoare de la 1 la 3 ani fondatorul, administratorul, directorul sau reprezentantul legal al societății, care:

1. dobândește, în contul societății, acțiuni ale altor societăți la un preț pe care îl știe vădit superior valorii lor efective sau vinde, pe seama societății, acțiuni pe care aceasta le deține, la prețuri despre care are cunoștință că sunt vădit inferioare valorii lor efective, în scopul obținerii, pentru el sau pentru alte persoane, a unui folos în paguba societății;

2. folosește, cu rea-credință, bunuri sau creditul de care se bucură societatea, într-un scop contrar intereselor acesteia sau în folosul lui propriu ori pentru a favoriza o altă societate în care are interese direct sau indirect;

3. se împrumută, sub orice formă, direct sau printr-o persoană interpusă, de la societatea pe care o administrează, de la o societate controlată de aceasta ori de la o societate care controlează societatea pe care el o administrează, suma împrumutată fiind superioară limitei prevăzute la art. 144⁴ alin. (3) lit. a) în cazul operațiunilor a căror valoare exigibilă cumulată este inferioară echivalentului în lei al sumei de 5.000 de euro, sau face ca una dintre aceste societăți să îi acorde vreo garanție pentru datorii proprii;

4. încalcă dispozițiile art. 183 - Din profitul societății se va prelua, în fiecare an, cel puțin 5% pentru formarea fondului de rezervă, până ce acesta va atinge minimum a cincea parte din capitalul social.

Dacă fondul de rezervă, după constituire, s-a micșorat din orice cauză, va fi completat.

De asemenea, se include în fondul de rezervă, chiar dacă acesta a atins suma de 5%, excedentul obținut prin vânzarea acțiunilor la un curs mai mare decât valoarea lor nominală, dacă acest excedent nu este întrebuințat la plata cheltuielilor de emisiune sau destinat amortizărilor.

Fondatorii vor participa la profit, dacă acest lucru este prevăzut în actul constitutiv ori, în lipsa unor asemenea prevederi, a fost aprobat de adunarea generală extraordinară.

În toate cazurile, condițiile participării se vor stabili de adunarea generală, pentru fiecare exercițiu financiar.

Nu constituie infracțiune fapta prevăzută la pct. 2, dacă a fost săvârșită de administratorul, directorul sau reprezentantul legal al societății în cadrul unor operațiuni de trezorerie între societate și alte societăți controlate de aceasta sau care o controlează, direct ori indirect.

Nu constituie infracțiune fapta prevăzută la pct. 3, dacă este săvârșită de către o societate comercială ce are calitatea de fondator, iar împrumutul este realizat de la una dintre societățile controlate ori care o controlează pe aceasta, direct sau indirect.

Se pedepsește cu închisoare de la 2 la 8 ani fondatorul, administratorul, directorul sau reprezentantul legal al societății, care:

1. răspândește știri false sau întrebuințează alte mijloace frauduloase care au ca efect mărirea ori scăderea valorii acțiunilor sau a obligațiilor societății ori a altor titluri ce îi aparțin, în scopul obținerii, pentru el sau pentru alte persoane, a unui folos în paguba societății;
2. încasează sau plătește dividende, sub orice formă, din profituri fictive ori care nu puteau fi distribuite, în lipsă de situație financiară sau contrarii celor rezultate din aceasta.

Se pedepsește cu închisoare de la 6 luni la 5 ani administratorul, directorul, directorul executiv sau reprezentantul legal al societății, care:

1. emite acțiuni de o valoare mai mică decât valoarea lor legală ori la un preț inferior valorii nominale sau emite noi acțiuni în schimbul aporturilor în numerar, înainte ca acțiunile precedente să fi fost achitate în întregime;
2. se folosește, în adunările generale, de acțiunile nesubscrise sau nedistribuite acționarilor;
3. acordă împrumuturi sau avansuri asupra acțiunilor societății;
4. predă titularului acțiunile înainte de termen sau predă acțiuni liberate în total sau în parte, în afară de cazurile stabilite de lege, ori emite acțiuni la purtător fără a fi achitate integral;
5. nu respectă dispozițiile legale referitoare la anularea acțiunilor neachitate;
6. emite obligațiuni fără respectarea dispozițiilor legale sau acțiuni fără să cuprindă mențiunile cerute de lege.

Se pedepsește cu închisoare de la o lună la un an sau cu amendă administratorul, directorul, directorul executiv sau reprezentantul legal al societății, care:

1. îndeplinește hotărârile adunării generale referitoare la schimbarea formei societății, la fuziunea ori la divizarea acesteia sau la reducerea capitalului social, înainte de expirarea termenelor prevăzute de lege;
2. îndeplinește hotărârile adunării generale referitoare la reducerea capitalului social, fără ca asociații să fi fost executați pentru efectuarea vărsământului datorat ori fără hotărârea adunării generale care îi scutește de plata vărsămintelor ulterioare.

Se pedepsește cu închisoare de la o lună la un an sau cu amendă administratorul care:

1. încalcă, chiar prin persoane interpușe sau prin acte simulate, dispozițiile art. 144³ - Administratorul care are într-o anumită operațiune, direct sau indirect, interese contrare intereselor societății trebuie să îi înștiințeze despre aceasta pe ceilalți administratori și pe cenzori sau auditori interni și să nu ia parte la nicio deliberare privitoare la această operațiune.

Aceeași obligație o are administratorul în cazul în care, într-o anumită operațiune, știe că sunt interesate soțul sau soția sa, rudele ori afinii săi până la gradul al IV-lea inclusiv.

Dacă prevederile actului constitutiv nu dispun altfel, interdicțiile referitoare la participarea, la deliberarea și la votul administratorilor, nu sunt aplicabile în cazul în care obiectul votului îl constituie:

a) oferirea spre subscriere, către un administrator sau către persoanele - soțul sau soția sa, rudele ori afinii săi până la gradul al IV-lea inclusiv, de acțiuni sau obligațiuni ale societății;

b) acordarea de către administrator sau de persoanele - soțul sau soția sa, rudele ori afinii săi până la gradul al IV-lea inclusiv, a unui împrumut ori constituirea unei garanții în favoarea societății.

Administratorul care nu a respectat prevederile menționate răspunde pentru daunele care au rezultat pentru societate;

2. nu convoacă adunarea generală în cazurile prevăzute de lege sau încalcă dispozițiile art. 193 alin. (2) - un asociat nu poate exercita dreptul său de vot în deliberările adunărilor asociațiilor referitoare la aporturile sale în natură sau la actele juridice încheiate între ele și societate.

3. începe operațiuni în numele unei societăți cu răspundere limitată, înainte de a se fi efectuat vărsământul integral al capitalului social;

4. emite titluri negociabile reprezentând părți sociale ale unei societăți cu răspundere limitată;

5. dobândește acțiuni ale societății în contul acesteia, în cazurile interzise de lege.

Cu aceeași pedeapsă se sancționează și asociatul care încalcă dispozițiile art. 127 - Acționarul care, într-o anumită operațiune, are, fie personal, fie ca mandatar al unei alte persoane, un interes contrar aceluia al societății, va trebui să se abțină de la deliberările privind acea operațiune. Acționarul care contravine acestei dispoziții este răspunzător de daunele produse societății, dacă, fără votul său, nu s-ar fi obținut majoritatea cerută - sau ale art. 193 alin. (2) - un asociat nu poate exercita dreptul său de vot în deliberările adunărilor asociațiilor referitoare la aporturile sale în natură sau la actele juridice încheiate între ele și societate.

Se pedepsește cu închisoare de la o lună la un an sau cu amendă cenzorul care nu convoacă adunarea generală în cazurile în care este obligat prin lege.

Se pedepsește cu închisoare de la 3 luni la 3 ani persoana care a acceptat sau a păstrat însărcinarea de cenzor, contrar dispozițiilor art. 161 alin. (2)¹, sau persoana care a acceptat însărcinarea de expert, cu încălcarea dispozițiilor art. 39.

Hotărârile luate de adunările generale în baza unui raport al unui cenzor sau expert, numit cu încălcarea dispozițiilor art. 161 alin. (2) și ale art. 39, nu pot fi anulate din cauza încălcării dispozițiilor cuprinse în acele articole².

Cu aceeași pedeapsă se sancționează și fondatorul, administratorul, directorul, directorul executiv și cenzorul care exercită funcțiile sau însărcinările lor cu încălcarea dispozițiilor prezentei legi referitoare la incompatibilitate.

¹ Nu pot fi cenzori, iar dacă au fost aleși, decad din mandatul lor:

a) rudele sau afinii până la al patrulea grad inclusiv sau soții administratorilor;

b) persoanele care primesc sub orice formă, pentru alte funcții decât aceea de cenzor, un salariu sau o remunerație de la administratori sau de la societate sau ai căror angajatori sunt în raporturi contractuale sau se află în concurență cu aceasta;

c) persoanele cărora le este interzisă funcția de membru al consiliului de administrație, respectiv al consiliului de supraveghere și directoratului, în temeiul art. 153;

d) persoanele care, pe durata exercitării atribuțiilor conferite de această calitate, au atribuții de control în cadrul Ministerului Economiei și Finanțelor sau al altor instituții publice, cu excepția situațiilor prevăzute expres de lege.

² Nu pot fi numiți experți:

a) rudele sau afinii până la gradul al IV-lea inclusiv ori soții aceluia care au constituit aporturi în natură sau ai fondatorilor;

b) persoanele care primesc, sub orice formă, pentru funcțiile pe care le îndeplinesc, altele decât aceea de expert, un salariu ori o remunerație de la fondatori sau de la cei care au constituit aporturi în natură;

c) orice persoană căreia, ca urmare a relațiilor sale de afaceri, de muncă sau de familie, îi lipsește independența pentru a realiza o evaluare obiectivă a aporturilor în natură, potrivit normelor speciale care reglementează profesia.

Toate sancțiunile prezentate se aplică și lichidatorului, în măsura în care se referă la obligații ce intră în cadrul atribuțiilor sale.

Se pedepsește cu închisoare de la o lună la un an sau cu amendă, lichidatorul care face plăți asociaților cu încălcarea dispozițiilor art. 256¹.

Se pedepsește cu închisoare de la 6 luni la 3 ani sau cu amendă acționarul sau deținătorul de obligațiuni care:

1. trece acțiunile sau obligațiunile sale pe numele altor persoane, în scopul formării unei majorități în adunarea generală, în detrimentul altor acționari sau deținători de obligațiuni;

2. votează, în adunări generale, în situația prevăzută la pct. 1, ca proprietar de acțiuni sau de obligațiuni care în realitate nu-i aparțin;

3. în cazurile nepermise de lege, își ia - în schimbul unui avantaj material - obligația de a vota într-un anumit sens în adunările generale sau de a nu lua parte la vot.

Persoana care determină pe un acționar sau pe un deținător de obligațiuni ca, în schimbul unei sume de bani sau al unui alt avantaj material, să voteze într-un anumit sens în adunările generale ori să nu ia parte la vot, se pedepsește cu închisoare de la 6 luni la 3 ani sau cu amendă.

Se pedepsește cu închisoare de la unu la 5 ani, în afară de răspunderea pentru daunele pricinuite, prin operațiunile sale, statului român și terților, cel care exercită un comerț în favoarea și pe seama unor societăți constituite în țară străină, în cazurile în care nu sunt îndeplinite condițiile prevăzute de lege pentru funcționarea acelor societăți în România.

Transmiterea fictivă a părților sociale sau a acțiunilor deținute într-o societate comercială, în scopul sustragerii de la urmărirea penală ori în scopul îngreunării acesteia, constituie infracțiune și se pedepsește cu închisoare de la 2 la 8 ani.

Determinarea înmatriculării unei societăți în temeiul unui act constitutiv fals constituie infracțiune și se pedepsește cu închisoare de la 2 la 8 ani.

Folosirea, cu știință, a actelor unei societăți radiate ca urmare a neîndeplinirii obligațiilor prevăzute de lege sau a actelor unei societăți create în modalitatea - determinarea înmatriculării unei societăți în temeiul unui act constitutiv fals - în scopul producerii de efecte juridice, constituie infracțiune și se pedepsește cu închisoare de la 2 la 8 ani.

Faptele prezentate dacă constituie - potrivit Codului penal sau unor legi speciale - infracțiuni mai grave, se pedepsesc în condițiile și cu sancțiunile prevăzute acolo.

Pentru infracțiunile prezentate acțiunea penală se exercită din oficiu.

Abstract

The offence is the fact which presents social danger, committed with guilt and stipulated to law, being the only ground of the penal responsibility. The offences presented in the Law no. 31/1990 are in articles 271-282, forming a separated title as it was resystematized and revised for being compatible with the Penal Code. The investigation of these offences is realised by bodies of criminal prosecutor at notification or ex officio. Some of the offences mentioned in Law no. 31/1990 cause material damages and others cause just dangerous states for commercial societies.

Bibliografie

1. Cărpenaru, St., *Drept comercial român*, Ed. Universul Juridic, 2007.
2. Grădinaru, N.; Rais, D., *Dreptul Afacerilor*, Ed. Independența Economică, Pitești, 2005.

¹ Lichidatorii nu pot plăti asociaților nici o sumă în contul părților ce li s-ar cuveni din lichidare, înaintea achitării creditorilor societății. Asociații vor putea cere însă ca sumele reținute să fie depuse la Casa de Economii și Consemnațiuni - C.E.C. - S.A. ori la o bancă sau la una dintre unitățile acestora și să se facă repartizarea asupra acțiunilor sau părților sociale, chiar în timpul lichidării, dacă, în afară de ceea ce este necesar pentru îndeplinirea tuturor obligațiilor societății, scadente sau care vor ajunge la scadență, mai rămâne un disponibil de cel puțin 10% din cuantumul lor. Împotriva deciziilor lichidatorilor creditorii societății pot face opoziție.

Percepția studenților asupra managementului timpului. Studiu intercultural

Lect. univ. dr. Cristina Șerbănică

Asist. univ. Tudorel Popescu

Masterand Mălina Cristescu

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești
Facultatea de Științe Juridice, Administrative și ale Comunicării Pitești

Moto: „Timpul este o resursă valoroasă, dată prinților și cerșetorilor în aceeași măsură. Fiecare zi are 24 de ore, nici mai mult, nici mai puțin. Și indiferent de cât de mult îl prețuim, nu putem face nimic pentru a-l depozita și a-i opri curgerea. Timpul nu așteaptă pe nimeni. Timpul este, însă, și o resursă epuizabilă. El se consumă continuu și nu avem nicio putere pentru a-l face să vină înapoi.” (Harvard Business Essentials, *Time management. Increase your personal productivity and interest*, 2005)

1. Introducere

Definirea noțiunii de timp este un demers dificil, căruia specialiștii în management și planificare încearcă să-i găsească cele mai productive modalități de abordare. Literatura de profil abundă în titluri spectaculoase care oferă rețete „imbatabile” de organizare a timpului, de stabilire a priorităților sau de folosire a unor instrumente de programare riguroase. Dincolo de unele exagerări, managementul timpului are la bază trei piloni: planificarea, organizarea și controlul timpului. În lucrarea *First Things First*, autorul Covey Stephan (1994) apreciază că există trei generații de abordări ale managementului timpului, prima dintre ele bazată pe setarea unei agende (*to-do list*), cea de-a doua pe stabilirea de priorități și cea de-a treia pe programarea timpului în funcție de valorile personale. Mai exact, cea din urmă abordare presupune prioritizarea sarcinilor pe termen lung, în defavoarea sarcinilor care par urgent de rezolvat pe termen scurt, dar care sunt, de fapt, neimportante. În spiritul aceleiași idei, David Allen (2001) a dezvoltat metoda GTD (*Getting Things Done*), bazată pe ideea centrală că o persoană trebuie să se detașeze de sarcini pentru a le putea rezolva; o dată eliberat de stresul de a-și aminti ce trebuie făcut, se poate concentra pe sarcinile prezente și importante, controlul și perspectiva devenind elemente-cheie.

Conform studiilor în domeniu, percepția asupra managementului timpului este condiționată însă nu doar de *factori individuali* (convingeri personale, sistem de valori, statut, priorități etc.), ci și de *factori tehnologici* (de exemplu, de posibilitatea de a utiliza o agendă electronică sau un robot telefonic), *sociali* (de exemplu, în multe țări dezvoltate, există o preocupare tot mai mare pentru timpul liber al fiecărui individ și apar frecvent instituții care organizează și animă activitatea extraprofesională) și, bineînțeles, de *factori culturali* (Deaconu A. ș.a., 2004). Influența culturii naționale asupra percepției timpului este pe deplin explicată de cercetătorul și profesorul Geert Hofstede (1994), cel care a întreprins cea mai amplă cercetare privind clasificarea culturilor în baza a cinci dimensiuni: *distanța față de putere* (modul de percepție al inegalității sociale, al puterii și al autorității, modul de relaționare cu autoritatea), *individualism* (modul de relaționare între indivizi și grupuri), *masculinitatea* (implicațiile sociale și emoționale ale faptului de a fi născut de sex masculin sau feminin), *evitarea incertitudinii* (modalități de a face față incertitudinilor și situațiilor ambigue, controlul agresiunii și exprimarea emoțiilor) și *orientarea pe termen lung* (măsura în care o societate acceptă sau nu dedicarea pe termen lung, orientarea către tradiție și valori de gândire).

Prezenta lucrare are la bază rezultatele unui studiu intercultural realizat pornind de la ipoteza că *percepția asupra managementului timpului variază puternic în funcție de factori sociali și culturali*. Derulat în perioada ianuarie - martie 2009, studiul a fost dezvoltat în colaborare cu parteneri universitari din rețeaua SPACE (European Network for Business Studies and Languages) și a experimentat o metodă nouă de lucru - printr-o platformă online.

2. Metodologia cercetării

Scopul general al studiului a fost determinarea și analiza prin comparație a percepției asupra managementului timpului a câte 150 de studenți/masteranzi din universitățile participante la proiect: Universitatea Constantin Brâncoveanu din Pitești - ROMÂNIA, Institutul Politehnic din Porto - PORTUGALIA, Colegiul de Studii de Drept și Afaceri din Vilnius - LITUANIA și Universitatea din Innsbruck - AUSTRIA. Vârsta medie a respondenților a fost de 18-24 ani (studenți și masteranzi), principala variabilă demografică folosită în segmentare fiind naționalitatea. Obiectivele cercetării (O_n) pot fi sintetizate astfel:

O₁: Determinarea prezenței agendei (*to-do-list*) în organizarea timpului studenților și a importanței acesteia în planificarea pe termen scurt și mediu.

O₂: Stabilirea unui „orar-cadru” al unei zile de lucru a unui student european și identificarea principalilor „dușmani” ai timpului (a factorilor care duc la nevalorificarea optimă a timpului).

O₃: Determinarea importanței acordate pregătirii carierei și a pașilor în pregătirea acesteia.

O₄: Identificarea percepției vis-à-vis de punctualitate, termene-limită și priorități.

Chestionarul final a fost stabilit prin consens, redactat și aplicat în limba engleză și a inclus 12 întrebări propriu-zise (11 închise și o întrebare deschisă) și trei care au vizat date demografice (vârsta, sexul, naționalitatea). Eșantionarea a fost nonprobabilistică, singurul criteriu de selecție al respondenților fiind calitatea de student/masterand al instituției de învățământ din proiect. Evident, demersul nu a fost lipsit de dificultăți, justificate într-o oarecare măsură de statutul de proiect-pilot, de distanțele geografice și de nevoia de instruire a echipelor de studenți care au colectat datele. Dificultățile au fost însă compensate de entuziasmul întregii echipe de proiect, care a făcut astfel un pas sigur pe terenul studiilor interculturale.

3. Rezultatele studiului

■ Rolul agendei în planificarea timpului studenților

Două treimi dintre respondenții români declară că întocmesc o agendă pentru managementul optim al timpului, orientată în special către activitățile zilnice (37%) și săptămânale (21%). Prin contrast, doar jumătate dintre respondenții portughezi își programează tipul după o agendă, săptămânală - pentru cei mai mulți. Asemănător respondenților români, aproximativ două treimi dintre studenții lituanieni întocmesc o agendă zilnică (27%), săptămânală (23%), lunară (15%) sau o altfel de agendă (3%). 30% dintre respondenții din Austria preferă agenda săptămânală și aproximativ tot atâția nu întocmesc o agendă (29%).

■ Agendă mentală vs. agendă scrisă

Dintre respondenții români care păstrează o agendă a activităților, 55% declară că aceasta este *mentală*, situație similară cu cea a Lituaniei (54%). Agenda *scrisă* este preferată atât de studenții portughezi (62%), cât și de cei din Austria (64%). Mai exact, respondenții români și cei lituanieni preferă preponderant *agendele zilnice, în formă mentală*, în timp ce respondenții portughezi și cei austrieci preferă *agendele săptămânale, preponderent în formă scrisă*.

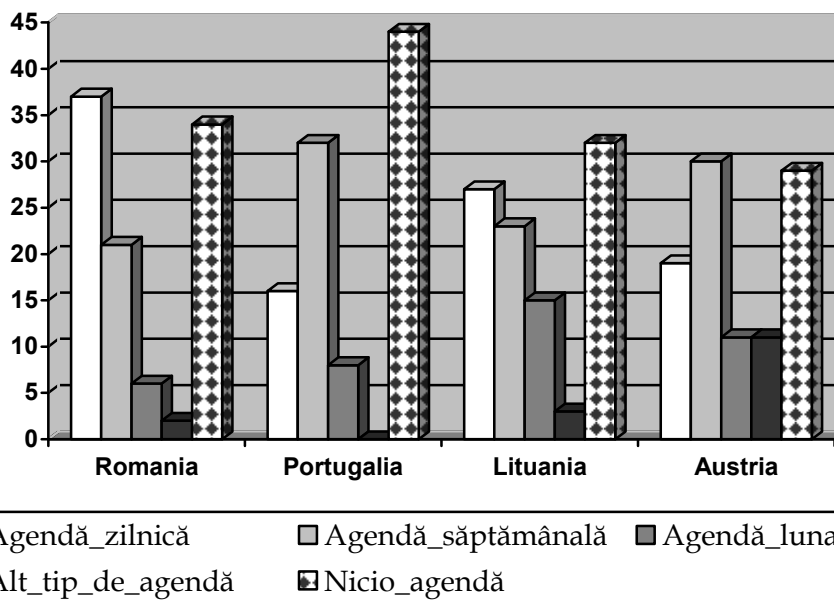
■ Revizuirea agendei pentru actualizare

77% dintre respondenții români și 81% dintre cei portughezi, care păstrează o agendă pentru activitățile desfășurate, declară că o revizuiesc și actualizează periodic. Comparativ cu aceștia, respondenții din Austria (63%) și cei din Lituania (59%) sunt mai puțin înclinați către resetarea agendei în funcție de evenimentele neprevăzute sau de activitățile nerealizate.

■ Priorități în setarea agendei

Majoritatea respondenților români (87%) și a celor lituanieni (70%) își stabilesc agenda în funcție de *priorități*, comparativ cu cei din Portugalia (62%) și Austria (60%). Situația este oarecum explicabilă ținând cont de faptul că primii preferă, în mare parte, agenda zilnică mentală, în care pot fi ușor ierarhizate evenimentele pe termen scurt.

Figura nr. 1. **Păstrați o agendă a activităților dumneavoastră?**



■ Timpi pentru sarcini neprevăzute

Respondenții români sunt cei mai atenți la *situațiile neprevăzute* (59%), pentru care alocă timp în agendă, în comparație, de exemplu, cu cei din Austria, care în proporție de 56% declară că nu iau în calcul în setarea agendei timp pentru situații neașteptate. În cazurile Lituaniei și ale Portugaliei, răspunsurile sunt perfect echilibrate, doar jumătate dintre respondenți declarând că iau în calcul incertitudinile.

■ Orarul-cadru al zilei de lucru

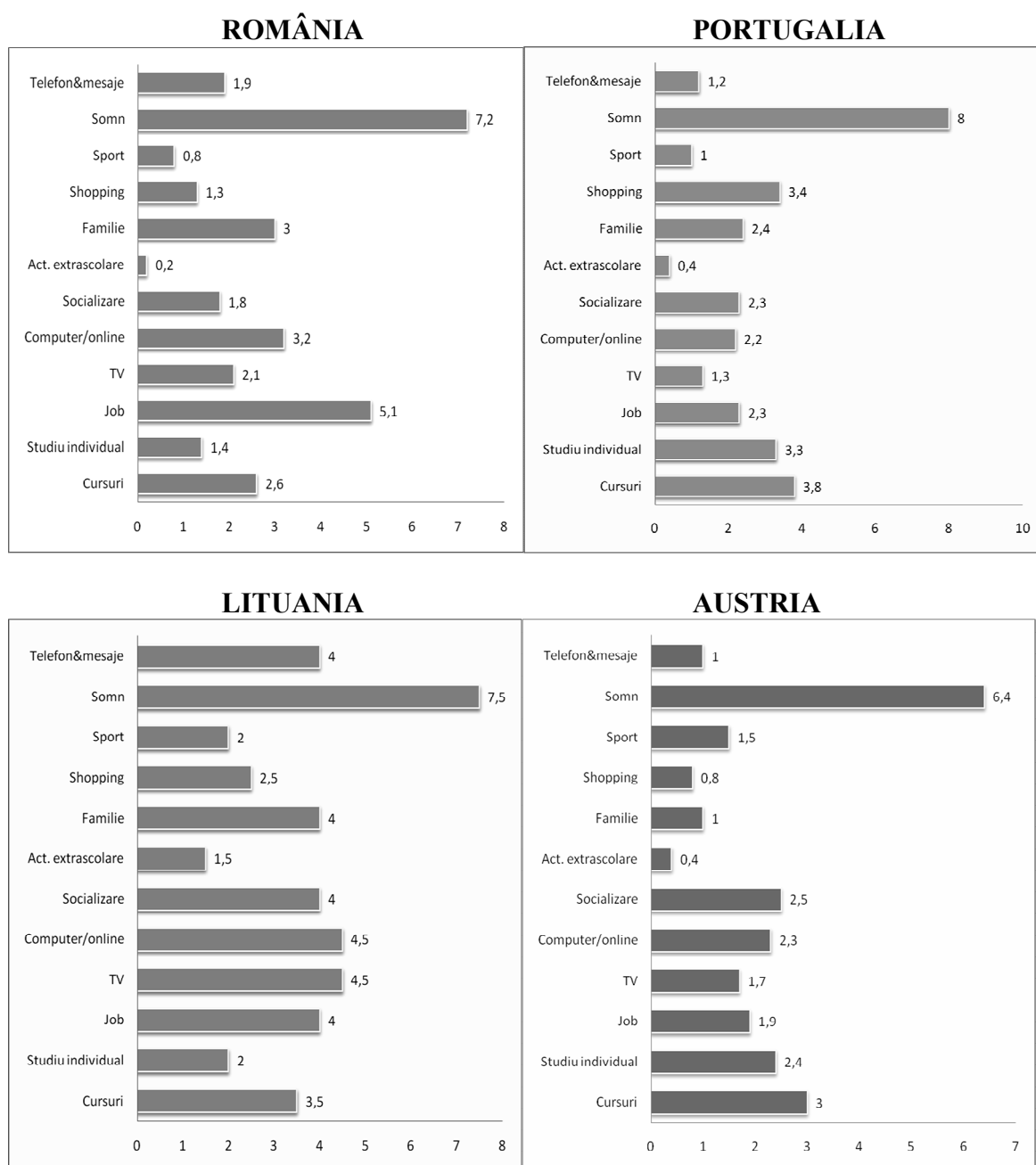
În ceea ce privește orarul zilnic, exceptând somnul, respondenții români alocă cea mai mare parte a timpului lor job-ului (5,1h) și timp absolut nesemnificativ sportului, relaxării (0,8h) și activităților extracurriculare (0,2h). Alte activități mari consumatoare de timp sunt cele legate de lucrul la computer (3,2h) și privitul la TV (2,1h), celui din urmă alocându-i-se aproximativ aceiași timp ca participării la cursuri și seminarii (2,6h).

Studentii portughezi își dedică cea mai mare parte a timpului participării la cursuri (3,8h), studiului individual (3,3h), dar și cumpărăturilor (3,4h). Asemănător respondenților români, cei portughezi nu preferă activitățile extracurriculare (0,34h); în schimb, ei petrec mai puțin timp la serviciu (2,3h) sau privind la TV (1,3h).

Respondenții din Lituania petrec mare parte a timpului lor în fața TV-ului (2,5h) sau a computerului (2,5h), la serviciu (2h), trimițând mesaje, cu prietenii și familia. Participarea la cursuri și seminarii ocupă 2,5 h din orarul zilnic al unui student lituanian, căreia i se adaugă o oră de studiu individual. Cea mai mică parte a timpului este dedicată activităților extracurriculare.

Cea mai mare pondere a timpului unui student austriac este acordată participării la cursuri și seminarii și studiului individual (în total 5,4h), dar și socializării și lucrului la computer (2,3h). Cele mai puțin preferate activități sunt shopping-ul (0,8h) și activitățile extracurriculare (0,4h).

Figura nr. 2. Câte ore pe zi alocați – în medie – următoarelor tipuri de activități (...)?



■ Pregătirea carierei

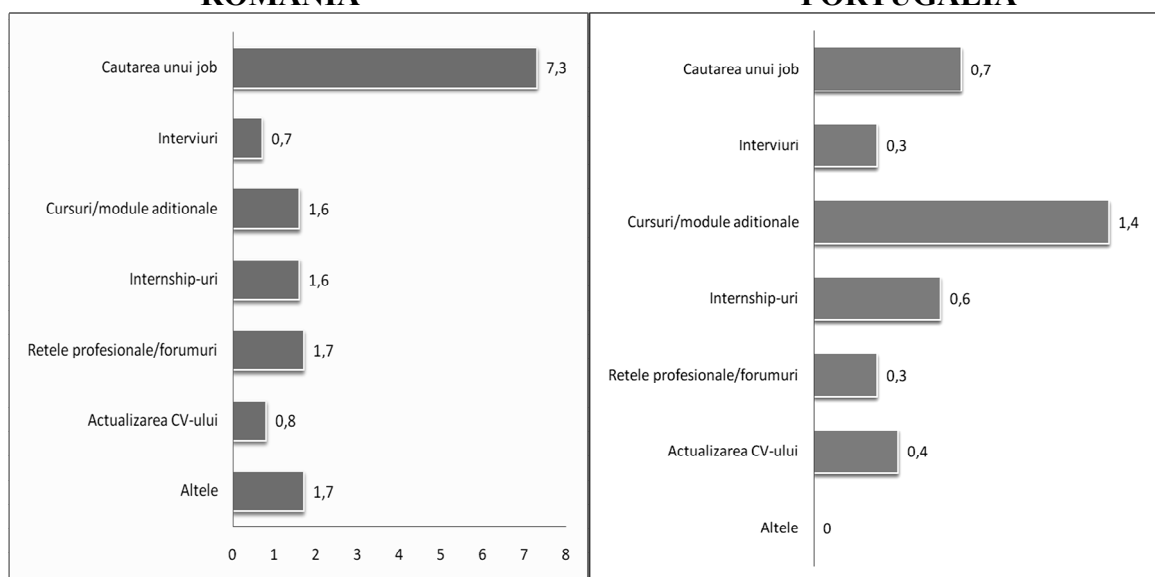
Pe o scală de la 1 la 7 (1=minimum, 7=maximum), pregătirea carierei are importanță maximă pentru aproximativ jumătate din respondenții din România și o importanță mare și foarte mare pentru alți 36%. Situația Lituaniei este oarecum similară cu cea a României, în sensul că peste 2/3 din respondenți apreciază importanța pregătirii carierei ca fiind mare, foarte mare sau maximă. Cei mai mulți dintre tinerii austrieci (34%) consideră că pregătirea pentru carieră are o importanță mare (5, pe o scală 1-7), în timp ce doar 10% cred că aceștia i se poate atribui importanță maximă. Cele mai diverse răspunsuri la această întrebare au fost oferite de studenții portughezi: 22% dintre aceștia consideră că pregătirea carierei are o importanță mai mică decât media (<4), 14% cred că această pregătire are o importanță medie, iar restul, o importanță mare, foarte mare, chiar maximă (25%).

Analiza comparativă a rezultatelor se poate realiza prin calculul mediei ponderate. Scorul înregistrat la această întrebare de studenții români (5,82) este apropiat de cel al studenților lituanieni (5,26), dar diferit față de cel al studenților din Austria (4,90) și Portugalia (4,98).

■ Activități de pregătire a carierei

Studenții din România acordă cea mai mare parte a timpului lor căutării de joburi noi, cu toate că foarte puțini ajung ulterior la interviuri de angajare, așa cum se deduce din timpul redus (0,7h) dedicat acestora. De departe, studenții din Portugalia sunt cel mai puțin interesați de pregătirea carierei: însumând timpul acordat diverselor activități se obține un scor de 2,5 h/lună dedicat acestui scop, de aproximativ 14 ori mai mic decât scorul total înregistrat de studenții din Lituania. Participarea la module/cursuri opționale este activitatea căreia i se acordă cea mai mare perioadă de timp pe lună (1,4h), ceea ce poate conduce la concluzia că orele de studiu prezintă cel mai mare interes pentru acești studenți. Lituania se situează la extrema opusă Portugaliei. Exceptând actualizarea CV-ului, care este o activitate simplistă, participării la module adiționale i se acordă cel mai puțin timp. Dimpotrivă, internship-urile (8,8h) ocupă cea mare parte a timpului studenților lituanieni, orientați mai mult spre însușirea cunoștințelor prin activități practice. Austria prezintă o situație similară Portugaliei, total opusă celei a Lituaniei și chiar celei a României. Pregătirea carierei se realizează în primul rând prin participarea la cursuri adiționale și, oarecum echilibrat, prin participarea la internship-uri.

Figura nr. 3. În medie, câte ore pe lună acordați următoarelor tipuri de activități:

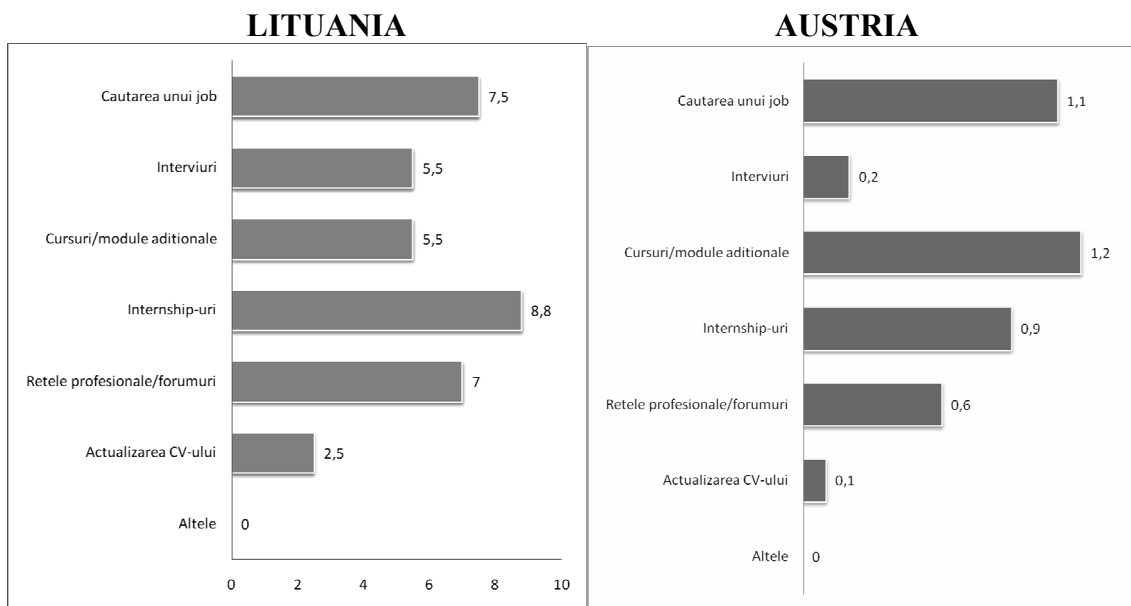


■ Atitudini față de termenele-limită

Pentru întrebarea referitoare la îndeplinirea sarcinilor în termenele limită prestabilite, răspunsurile se prezintă astfel: Austria se detașează la răspunsurile afirmative (89%), iar Lituania la cele negative (49,74%); situația României și a Portugaliei este oarecum echilibrată, cu răspunsuri afirmative de 85,31% în cazul celei dintâi și de 74,08%, în cazul Portugaliei. Surprinzătoare este situația Lituaniei, în care doar jumătate dintre respondenți reușesc să facă față termenelor limită.

■ Atitudini față de punctualitate

Punctualitatea reprezintă, cel puțin la modul declarativ, o calitate a majorității respondenților: 80% în cazul României, 77% al Austriei, 74% al Portugaliei și 73% al Lituaniei. Răspunsurile oferite la această întrebare sunt omogene și echilibrate, cu o diferență de doar 8% între cel mai mare și cel mai mic scor înregistrat.



■ Timpi optimi pentru studiu

Cei mai mulți dintre respondenții români consideră dimineața ca timp optim pentru studiu (44,73%), cel mai nepotrivit fiind pentru aceștia studiul la mijlocul zilei (10,53%). Spre deosebire de respondenții români, cei portughezi preferă după-amiaza pentru a studia (28,21%), dar există preferințe echilibrate pentru toate perioadele zilei. Aproape jumătate dintre respondenții lituanieni (46,4%) consideră “seara” ca fiind cea mai bună perioadă pentru studii, în timp ce doar 12% optează pentru studiul de noapte. Cei mai mulți dintre respondenții austrieci studiază bine dimineața (37%) și seara (31%) și mai puțin noaptea (5%).

■ Principalii “dușmani” ai timpului

Noile tehnologii de comunicare sunt, așa cum era de așteptat, cei mai mari “dușmani” ai timpului, cu atât mai mult cu cât segmentul de referință este de 18-24 de ani. Există, totuși, numeroși alți factori, unii cu puternic specific național ce trebuie luați în considerare în această analiză.

Pentru respondenții români, televizorul, computerul și telefonul mobil sunt cei mai aprigi dușmani ai timpului. Acestora le urmează shopping-ul, considerat, așa cum sociologii o declară, un adevărat sport național. În fine, a visa cu ochii deschiși sau a nu face nimic ocupă o parte însemnată a orarului tinerilor din România.

Asemănător respondenților români, studenții portughezi “petrec” o bună parte a timpului lor privind la TV, ascultând muzică și navigând pe web. Relațiilor de familie și de prietenie li se alocă, de obicei, o pondere aparte din orarul zilnic, acestea fiind probabil și una din cauzele repetatelor “dislocări” pe care aceștia le invocă. În fine, lipsa motivației închide lista principalilor 5 dușmani ai timpului pentru studenții portughezi.

Studenții din Lituania sunt singurii care nu evocă TV-ul în lista primilor 5 dușmani ai timpului. Locul acestuia este luat însă de PC, familie și prieteni. A mânca și a dormi reprezintă pentru lituanieni două modalități care nu permit valorificarea optimă a timpului. De asemenea, aglomerările din trafic sunt la fel de inoportune.

Și pentru respondenții din Austria, Internetul, TV/DVD-ul, prietenii și transportul (auto, trenuri, biciclete) sunt cei mai mari dușmani ai timpului, top 5 fiind completat și de situațiile neprevăzute.

Analiza comparativă a răspunsurilor permite atât evidențierea punctelor comune, cât și a diferențelor specifice. Un clasament general al celor mai mari dușmani ai timpului ar putea arăta astfel: (1) TV, (2) Internet/Computer, (3) Familie/prieteni, (4) Aglomerări urbane și (5) A visa cu ochii deschiși. Există, însă, o serie de răspunsuri cu specific național, ca de exemplu:

• Shopping-ul, ca dușman al timpului, precum și make-up-ul, sunt evocate doar de către respondenții români, care sunt, în același timp, singurii care nu includ familia și prietenii în această listă. Și actualul “job” este considerat mare dușman al timpului (majoritatea respondenților având deja un job), precum și procedurile administrative lente.

• “A mânca” reprezintă doar pentru studenții lituanieni o pierdere de timp, după cum fumatul este menționat doar de către români și alcoolul și cafeaua, doar de către austrieci.

• “Lipsa de motivație” este menționată doar de respondenții portughezi, care acuză, în același timp, stresul și oboseala cauzate de un program încărcat.

• În fine, respondenții din Austria au față de ceilalți câteva răspunsuri punctuale care vizează munca casnică, Amazonul, Skype-ul, Xbox-ul și chiar sondajele (probabil cu trimitere directă la cel de față!).

4. Concluzii și recomandări

Ideea centrală a studiului, enunțată în partea introductivă a lucrării de față a fost aceea potrivit căreia percepția asupra managementului timpului variază în funcție de factori culturali și sociali. Confirmarea acesteia poate fi realizată corelând rezultatele obținute pe obiective cu profilurile culturale descrise de profesorul Geert Hofstade (2001). Conform datelor obținute din cercetările realizate, cele cinci dimensiuni socio-culturale ale țărilor avute în vedere se prezintă astfel:

Tabelul nr. 1. **Dimensiunile culturale după modelul lui Geert Hofstede**

Țară \ Dimensiune	Distanță față de putere	Individualism	Masculinitate	Evitarea incertitudinii	Orientarea pe termen lung
România	Distanță foarte mare față de putere	Colectivism	Feminitate	Index mare de evitare a incertitudinii	-
Portugalia	Distanță mare față de putere	Colectivism	Feminitate	Index foarte mare de evitare a incertitudinii	-
Austria	Distanță foarte mică față de putere	Individualism	Masculinitate	Index mare de evitare a incertitudinii	-
Lituania*	Distanță mică față de putere	Individualism	Feminitate	Index mare de evitare a incertitudinii	Orientare pe termen scurt

*Datele pentru Lituania au fost preluate din studiul lui Hüttinger Maik, *National Cultural Values of the Baltic States*, 2007

După cum se poate observa, Austria formează un cluster cu Lituania în ceea ce privește distanța mică față de putere și individualismul, fiind, în același timp singura țară orientată spre masculinitate. Prin prisma studiului de față, interesantă devine dimensiunea *evitarea incertitudinii*, pentru care toate cele patru țări prezintă indici mari și foarte mari. Presupunând că managementul optim al timpului este o modalitate eficientă de a face față incertitudinilor, se poate concluziona faptul că importanța planificării și a controlului timpului este mare și foarte mare în cazul tuturor țărilor participante. Presupunerea este confirmată de studiul de față prin faptul că toți respondenții acordă importanță pregătirii agendei, stabilirii priorităților și lucrului cu termenele-limită. Din păcate, pentru dimensiunea *orientarea pe termen lung* nu există date pentru toate țările participante.

Corelarea acestor scoruri cu rezultatele pe obiective ale studiului de față relevă următoarele concluzii:

România. Două treimi dintre studenți au o agendă, în cea mai mare parte zilnică și mentală, pe care o actualizează, o structurează după priorități și o concep ținând cont de situațiile neprevăzute. În același timp, ei declară că reușesc să-și îndeplinească sarcinile

înainte de termenele limită și că sunt punctuali. În privința orarului-cadru al zilei de lucru, alocă cea mai mare parte a timpului jobului, computerului, familiei și foarte puțin timp sportului și activităților extracurriculare și recunosc TV-ul, Internetul și telefonul mobil ca mari dușmani ai timpului, la fel ca și shopping-ul și statul degeaba. Contrastează puternic cu ceilalți prin faptul că alocă foarte mult timp pentru job și pentru căutarea acestuia; mai mult, ei percep pregătirea pentru carieră exclusiv prin prisma experienței date de un job și mai puțin prin participarea la internship-uri și module adiționale.

Portugalia. În mod surprinzător, doar 56% din respondenții portughezi au o agendă, în cea mai mare parte *săptămânală și scrisă*, revizuită și actualizată periodic, structurată după priorități, care include timp pentru sarcini neprevăzute. În general, își îndeplinesc sarcinile înainte de termene, sunt punctuali și învață bine în orice moment al zilei. Dintre participanții la studiu, tinerii portughezi alocă foarte mult timp participării la cursuri și pregătirii individuale. În opinia lor, pregătirea pentru carieră se poate realiza cel mai bine prin participarea la cursuri și module adiționale. Totodată, ei sunt cel mai puțin interesați de căutarea unui job și participarea la interviuri. Contrastează cu ceilalți prin cota mare de timp acordată cumpărăturilor, familiei și socializării, dar și prin faptul că se plâng de oboseală, stres și lipsă de motivație.

Lituania. Asemănător studenților români și cei din Lituania păstrează în proporție de 68% o agendă, cei mai mulți zilnică și mentală, pe care o revizuiesc și actualizează doar parțial (comparativ cu ceilalți) și care nu include, în majoritatea cazurilor, timp pentru sarcini neprevăzute. Acesta este probabil motivul pentru care jumătate dintre respondenți nu își îndeplinesc sarcinile la termen. De departe, studenții lituanieni sunt „campionii” privitului la TV, ai lucrului la computer și ai trimisului de mesaje, cărora le acordă timpuri mai însemnați decât cursurilor și pregătirii individuale. Tot de departe, însă, ei alocă timpii cei mai buni internship-urilor și rețelelor profesionale. Văd în calculatorul personal un adevărat „dușman” al timpului, la fel ca și în prieteni, familie, relaxare, gătit și aglomerări urbane.

Austria. Studenții austrieci au, în proporție de 71%, o agendă, cei mai mulți săptămânală și scrisă, actualizată, structurată după priorități doar pentru o parte dintre respondenți, care nu include timp pentru sarcini neprevăzute. Cu toate acestea, ei declară cu reușesc să-și îndeplinească sarcinile înainte de termene și că sunt punctuali. Alocă pregătirii carierei importanță medie spre mare, cu accent pe participarea la module adiționale și internship-uri, nefiind interesați de joburi și de participarea la interviuri. Își petrec bună parte a timpului la școală sau studiind, dar la fel de mult timp la computer, la TV, cu prietenii sau făcând sport. Alocă timpuri absolut neînsemnați pentru shopping și familie. Principalii „dușmani” ai timpului lor sunt Internetul, calculatorul, prietenii, alcoolul și cafeaua.

Studiul de față confirmă astfel ipoteza conform căreia percepția asupra timpului și orarul cadru al unei zile de lucru variază în funcție de factori sociali și culturali. Există numeroase argumente și în favoarea ideii de variație în funcție de situația economică: spre exemplu, studenții din țările cu PIB/loc. mare (Austria, în cazul de față) nu resimt nevoia angajării din timpul studiilor și acordă atenție maximă participării la cursuri și pregătirii individuale, spre deosebire de ceilalți, care în multe cazuri sunt nevoiți să se angajeze pentru a-și finanța studiile. Cercetarea de față lasă deschisă posibilitatea aplicării chestionarului și studenților altor universități, precum și a realizării unor corelații cu numeroase alte variabile economice, tehnologice, sociale și culturale.

Abstract

The present paper bases its results on an intercultural study conducted following the assumption that time management varies highly due to social and cultural factors. The study interviewed 150 students/master students from each of the four participating European universities, which are all members of the SPACE network. The results showed there are significant differences regarding both the attitude towards managing time and the time spent for activities that go into a day and the different career preparation activities that respondents opt for. The study then compared these results to the cultural variables of the Geert Hofstede model and opened the way to a future analysis of the connection between time management and the level of economic development.

Bibliografie

1. Allen, David, *Getting things done: the art of stress free productivity*, Ney York, Viking, 2001;
2. Deaconu, A., Podgoreanu, S., Rasca L., *Factorul uman și performanțele organizației*, Ed. ASE, București, 2004;
3. Harvard Business Essentials, *Time management. Increase your personal productivity and interest*, Harvard Business School Press, 2005
4. Hofstede Geert (2001), *Culture's Consequences: comparing values, behaviours, institutions and organizations across nations*, Thousand Oaks, C.A., Sage Publications, 2001;
5. Hüttinger Maik, *National Cultural Values of the Baltic States*, Paper presented in Visby, Sweden, at the workshop conference **Communication in the Baltic Region: Cultural Challenges**, december, 2007;
6. Stephan Covey (coord.), *First Things First: to Live, to Love, to Learn, to Leave a Legacy*, New York, Simon and Schuster, 1994.
7. http://www.geert-hofstede.com/hofstede_dimensions.php

La realizarea acestui studiu au mai contribuit:

Conf. univ. dr Anabela MESQUITA – **Institutul Politehnic din Porto, Portugalia.**
Ramune MAJAUSKAITE, Coordonator, Departamentul de Relații Internaționale - **Colegiul de Studii de Drept și Afaceri din Vinius.**
Prof. univ. dr Elke KITZELMANN - **Universitatea din Innsbruck, Austria.**
Alexandru ALEXIU, Ana-Maria BURCEA, Ana-Maria DORU, Florentina DODU, Candice MICOU, Carmen CĂRBUNE - **Universitatea Constantin Brâncovoveanu din Pitești.**

Întreprinderea de presă în contextul crizei economice

Asist. univ. dr. Cristina Munteanu

Asist. univ. Nicoleta Bărăscu

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești

Facultatea de Științe Juridice, Administrative și ale Comunicării Pitești

Începând cu secolul XX, o dată cu industrializarea și comercializarea produselor mediatică, lumea presei nu face excepție de la legile economiei de piață.

*Întreprinderile de presă sunt întreprinderi specializate în conceperea, fabricarea și difuzarea produselor: text scris, sunet și imagine*¹. Ceea ce particularizează activitatea economică a acestor întreprinderi se leagă de:

- dualitatea conținutului produsului media: bunuri și servicii, destinate consumului individual sau public; informație jurnalistică și anunțuri;
- perisabilitatea ridicată: își deteriorează valoarea de consum foarte repede chiar dacă sunt conservate fizic (colecții de ziare), reluări de emisiuni;
- durată de viață variabilă: știrea se perimează în momentul consumului, articolele sau subiectele atemporale, ficțiunile sunt longevive;
- distribuție neîntreruptă, în flux, pe măsura perisabilității.

În fapt produsele media sunt prototipuri, modele unice care pot fi multiplicare – tirajul ziarelor sau formatul emisiunilor.

Concurența mare în culegerea, transmiterea și reproducerea informației obligă la cheltuieli financiare: cheltuieli de deplasare ale mai multor corespondenți, abonamente la agenții de presă, mijloace de transmitere performante.

Opiniile cercetătorilor sintetizate² se referă la trei tipuri de produse media:

- a) informația – clienții ar fi publicul care caută să-și satisfacă necesitatea de a cunoaște mediul înconjurător;
- b) distracția – informație care răspunde nevoii de relaxare și psihoterapie a publicului;
- c) audiența – anunțatorii. Media vând, colateral, spațiu celor care doresc să-și promoveze mesajele.

Gestiunea unei întreprinderi de presă se realizează după tiparul clasic: costurile și veniturile trebuie operate spre rentabilitate și profit³.

Pentru realizarea unui bun de consum, întreprinderea mediatică are nevoie de mai multe resurse: materie primă, energie, echipamente tehnice, forță de muncă specializată, informație. Toate resursele au fost de-a lungul timpului supuse unor creșteri constante a costurilor.

În gestionarea întreprinderilor de presă sunt luate în calcul investițiile inițiale, costurile de funcționare și resursele de echilibru⁴.

A. Investițiile inițiale variază după tipul și dimensiunea întreprinderii:

- a. studiul de piață pentru identificarea publicului țintă, apoi a conceptului redacțional, a machetei ziarului ce va atrage publicul și nu în ultimul rând, pentru evaluarea prețului pe care cititorii sunt dispuși să-l plătească;
- b. campanii promoționale de plasare pe piață;
- c. plata echipei redacționale înainte de lansarea primului număr;

¹ Popescu, Florian Cristian; Bâlbăie, Radu, *Mic dicționar de jurnalism*, Rompres, 1998.

² Marinescu, Paul, *Managementul instituțiilor de presă din România*, Editura Polirom, Iași, 1999, pp. 50-54.

³ Bărbulescu, Constantin, *Economia și gestiunea întreprinderii*, Editura Economică, București, 1999, p. 87.

⁴ Nadine Toussaint-Desmoulins, *Les gestion de medias*, apud Vișinescu, Victor, *Jurnalism contemporan*, Editura Victor, București, 2002, p. 18.

d. investițiile în echipamente tehnice cresc în mod constant, competiția și revoluția tehnologică obligând producătorii la noi investiții.

Investitorii apreciază că investițiile necesare lansării unei publicații se amortizează în Europa Occidentală în 3-4 ani, iar în televiziune în 8-10 ani.

B. Costurile de funcționare:

a. fixe – salariile, obligațiile financiare, asigurări, cheltuieli de întreținere

b. costuri variabile proporțional cu cantitatea vândută: includ costurile cu materia primă, cheltuielile de tipărire, producție de emisiuni, distribuție, difuzare, comisioane publicitare și de vânzare. Cu cât tirajul este mai mare cu atât costul mediu unitar se reduce, deoarece costurile fixe se împart la un număr mai mare de exemplare. Prin urmare, profitul unei publicații crește pe măsura creșterii vânzărilor.

În cazul audiovizualului, producția unei emisiuni se amortizează mai repede și apare profit cu cât punctul de rating este mai mare.

Aceleași costuri pot fi grupate în altă tipologie: costuri tehnice, costuri redacționale, costuri administrative, costuri de distribuție sau difuzare.

În privința principalelor tipuri de venituri, pe piața media se poate vorbi de:

a. venituri din vânzarea ziarului sau a spațiului de antenă unor producători de emisiuni; în presa scrisă, costurile de producție, de difuzare sau distribuție sunt inferioare, prețul nereflectând real valoarea investită; tirajul și numărul de pagini nu influențează pe perioadă scurtă, prețul, actul cumpărării depinzând de conținut; se poate spune că *pe piața media nu există concurență prin preț*; prețul unui ziar se face, în cazul ideal, în funcție de numărul de abonați, publicitatea contractată și tiraj;

b. vânzarea spațiilor publicitare: mică și mare publicitate în *print* și reclame în audiovizual; vânzarea este selectivă, neregulată și duplicitară; selectivitatea se referă la atributul anunțatorului de a alege acele întreprinderi de presă care se adresează publicurilor vizate de interesele lor, ceea ce favorizează presa specializată și presa de actualitate;

c. contribuții, sponsorizări de la grupuri de interese.

Gestionarea activității jurnalistice rămâne tributară pieței căreia i se adresează, o piață fragilă. Fenomenul actual de trustizare și dezvoltare multimedia va schimba nu numai modul de finanțarea a presei, ci va redimensiona finanțarea actului jurnalistic, în condițiile unor mutații a sistemului de valori dificil de previzionat.

Piața presei, o piață duală

Comunicarea de masă cristalizează caracteristici economice, fiind un proces de „*producere instituționalizată și difuzare generalizată a bunurilor simbolice prin fixarea și transmiterea informației.*”¹. Astfel:

- prima caracteristică economică a comunicării în masă este aceea că, implicând mijloace tehnice și instituționale de producție și difuzare, de la tipar la telecomunicații, s-a bazat mereu pe inovații exploatate comercial;

- în al doilea rând, produsele media apar ca urmare a valorizării formelor simbolice; produsele capătă valoarea pe care informațiile o au în virtutea gradului în care sunt apreciate de indivizi, dorite sau respinse; valorizarea economică este procesul prin care informațiilor li se atribuie valoare economică, o valoare ce permite schimbul pe piață; astfel, informațiile devin bunuri, obiecte care pot fi cumpărate și vândute pe piață la un anumit preț;

- modurile de valorizare economică a informațiilor variază în funcție de mijloacele tehnice și de instituțiile în care se desfășoară; transformarea în bunuri a unor materiale tipărite (ziarele, revistele) depinde în parte de capacitatea de a produce și a vinde copii în tiraj mare și de capacitatea de a vinde spațiu publicitar.

¹ Thompson, John B., *Media și modernitatea*, Editura Antet, București, 2000, p. 120.

Piața media este „ansamblul indivizilor și organizațiilor care cumpără sau ar putea cumpăra un produs sau un serviciu”¹. Această afirmație implică trei factori: *produsul, consumatorul și producătorul*.

Felul în care se poziționează unul față de altul, la un moment dat, oferă tabloul unei piețe specifice.

Produsul

Mărfurile informaționale au caracteristici ale conținuturilor care le fac adaptabile economiilor industriale:

➤ pot fi reproduse și multiplicare pe diferite suporturi și vândute pe piețe diferite, unor consumatori diferiți (agențiile de presă vând informație oricărei instituții abonate), sau acelorași consumatori;

➤ aceleași produse pot fi cumpărate de aceiași consumatori pe mai multe piețe: aceleași informații în ziar, la radio sau televiziune;

➤ caracteristic pentru produsele presei este vânzarea suprapusă, a aceluiași produs, de două ori, pe piața informației și a publicității - a cititorilor și telespectatorilor și a publicitarilor;

➤ prețul de achiziționare nu este dependent de valoarea calitativă sau cantitativă a produselor (prețul pe exemplar este același chiar dacă ziarul are sau nu supliment, știri exclusive);

➤ mărfurile informaționale sunt substituibile (înlocuim un ziar cu altul).

Consumatorul: public și publicitari

Produsul media se adresează cititorilor: cumpărători (cumpără și citesc ziarul), consumatori (nu cumpără, dar citesc ziarul) sau alți agenți pe piață (publicitarii). În cazul televiziunii sau radioului, consumul se face în timp real, în absența unui produs palpabil.

Totuși, se poate considera că publicul consumator de presă este cel interesat de informația de presă de pe piața primară, care este obligat de publicitari, dacă nu să citească sau să privească mesaje publicitare, să primească oferta. Alegerea va fi a publicului, dacă o va și consuma. Factorul cerere este *afectat*², la prima analiză, de gradul de alfabetizare al cititorilor, de accesibilitatea la limbajul presei, de gradul de democratizare a societății, de funcționarea celor două piețe, tiraje, audiențe și prețuri de vânzare, concurență și calitatea mesajelor de presă.

Producătorul

O logică simplă, aceea a rentabilității economice, arată că profitul pe care îl urmăresc investitorii în afacerile de orice tip, este influențat, pe de o parte de volumul producției fabricate și comercializate, și pe de altă parte de costurile de producție. Firma poate influența acești doi factori. Creșterea volumului de producție și reducerea cheltuielilor de producție asigură creșterea profitului. Punctul de rentabilitate se atinge atunci când se obține un volum minim de producție pentru care toate cheltuielile se acoperă cu valoarea produsului fabricat.

În cazul întreprinderii de presă, resursele financiare obținute prin vânzarea produsului pe piața directă, primară nu reușesc să acopere costurile de producție și difuzare. Prețul de vânzare le este mult inferior și nu poate compensa decalajul. Prețul de vânzare al ziarului nu variază pe termen scurt nici cu tirajul, nici cu numărul de pagini, pentru că actul cumpărării este dependent de conținut și nu de cantitate. Din acest motiv, concurența prin preț pe această piață este destul de rară.

Astfel, o idee originală a întreprinzătorilor din domeniu a fost aceea de a se orienta spre o a doua piață, cea a micilor anunțuri și a publicității. Această a doua piață, considerată una secundară, are tendința de a o acoperi în importanță pe cea primară formată din utilizatori direcți ai mass-media, întrucât generează profituri mai mari. Pe piața secundară, piața publicității, ziarele și emisiunile sunt folosite de instituții sau persoane, ca vehicul pentru mesajele lor. Deci produsele jurnalistice devin suport pentru transmiterea unor mesaje de altă natură. La prima vedere, anunțatorii cumpără spațiu tipografic sau

¹ Marcenac, Luc; Milon, Alain Saint-Michel, Serge-Henry, *Strategii publicitare*, Editura Polirom, Iași. 2006, p. 23.

² Vișinescu, Victor, *O istorie a presei românești*, Editura Victor, București, 2000, p. 244.

timpi de antenă, practic ei însă cumpără public. „De obicei telespectatorii cred că programele de televiziune sunt produsele iar publicitatea, prețul care trebuie plătit pentru a beneficia de acele programe; de fapt natura reală a acestei tranzacții este alta. Adevăratul produs este format din telespectatori, care sunt vânduți celor care oferă publicitate.”¹ Pe această piață nu există deontologie pentru că nu există un produs palpabil de comercializat. Există proiecții ale profitului în funcție de targeturi².

Publicitarul

Limitele investițiilor publicitare depind de conjunctura economică: întreprinderile mici și mijlocii nu pot suporta de pildă tarifele unor publicații sau audiovizual naționale și se vor orienta spre presa comunitară. Campaniile publicitare de anvergură sunt specifice întreprinderilor foarte puternice pe piață și aduc bani în bugetele a doi mari jucători pe piața publicității: agențiilor de publicitate și marilor companii de presă.

Întreprinderile mediatice comunitare sunt din start defavorizate în concurența pentru obținerea publicității.

Tarifele publicitare sunt dependente de rubrica redacțională și poziția în pagină, precum și de perioada contractată. Cu cât un ziar are mai mulți cititori, cu atât cumpărătorul de publicitate va plăti mai mult ca anunțurile lui să fie difuzate în cadrul aceluia ziar.³

În cazul televiziunilor, variabilele sunt legate de grila de programe; punctul de audiență nu este un indicator, deoarece nu există agenții de monitorizare locală.

Miza jucată de investitorii interesați de investițiile în mass-media este fie publicitatea, fie protejarea unor interese economice sau politice.

Criza economică și întreprinderea de presă românească

Tabloul presei românești în 2009 arată astfel, pentru primele poziții ale întreprinderilor pe piață:

➤ **Presa scrisă:** potrivit ultimelor date furnizate de *Studiul Național de Audiență (SNA)*, realizat de *Biroul Român de Audit al Tirajelor (BRAT)*, în perioada ianuarie 2008 - ianuarie 2009, numărul de cititori de presă scrisă, la nivel urban, a fost, per ansamblu, în creștere.

Cotidiane centrale sunt cele prezentate, deoarece se află în avangarda tirajelor cu o medie de 70% față de săptămânale, sau presa de nișă:

- *Libertatea*, cu 1.413.000 de cititori pe ediție, în creștere cu 2,5% comparativ cu valul de date SNA anterior, din octombrie 2008;

- *Cancan*, cu 783.000 de cititori pe ediție, cu o creștere semnificativă de 21,2%,

- *Gazeta Sporturilor* - 776.000 de cititori, care a raportat o creștere de 0,3% față de valul de date anterior,

- *Jurnalul Național* - 688.000 de cititori, în scădere cu 1%,

- *Click!*, cu o medie de cititori pe ediție de 685.000, care a raportat cea mai semnificativă creștere de audiență, și anume de 27,3%,

- *Pro Sport*, cu 624.000 de cititori pe ediție (+0,8%),

- *Evenimentul Zilei*, cu 536.000 de cititori pe ediție și o scădere de 3,9%,

- *Adevărul*, cu 418.000 de cititori pe ediție (+4%),

- *România Liberă*, cu 249.000 de cititori pe ediție (-2,7%),

- *Gândul*, cu 240.000 de cititori pe ediție (-3,2%);

➤ **Radio**, rezultatele *Studiului de Audiență Radio*, potrivit IMAS, 2009:

- *Radio România Actualități*, 2 447 700 ascultători, cotă de piață – 17,2%;

- *Radio România Regional*, 2 055 300 ascultători, cotă de piață – 14,6%;

- *Radio Europa FM*, 1 864 912 ascultători, cotă de piață – 12,4%;

¹ Mezrowity, J., citat de Coman, Mihai.

² Zyman, Sergio, *Sfârșitul advertisingului, așa cum îl știm*, Editura Publica, București, 2008, p.43.

³ Parafrază - Mezrowity, J., citat de Coman, Mihai.

- *Kiss FM*, 1 829 600 ascultători, cotă de piață – 10,9;
- *Antena Satelor*, 1 789 500 ascultători, cota de piață – 7,8%;
- *Radio 21*, 1 200 900 ascultători, cota de piață – 6,8%;
- *Radio ZU*, 1 119 300 ascultători, cota de piață – 6,3%;
- *Radio ProFM*, 862 300 ascultători, cota de piață – 5,2%;
- *Radio InfoPro*, 343 800 ascultători, cota de piață – 5,2%;
- *Magic FM*, 201,500 ascultători, cota de piață – 1,1%;

➤ **Televiziunea** este media cu cele mai interesante cifre și avariații ale lor pe piață. Toate studiile arată că în România, televiziunile sunt principala sursă de informare. Datele prezentate în tabelul următor sunt furnizate de Asociația Română pentru Măsurarea Audienței, aprilie 2009.

Tabel nr. 1

	APRILIE	Media pe zi	Rtg %	Variație față de ianuarie 2009	APRILIE	Media in Prime Time (19.00-23.00)	Rtg %	Variație față de ianuarie 2009
		Mii telespectatori				Mii telespectatori		
1	Pro TV	313	2,7	- 0,6	Pro TV	719	6,2	-1,8
2	Antena 1	263	2,3	+0,2	Antena 1	663	5,8	+0,3
3	Acasa	136	1,2	- 0,1	Acasa	449	3,9	- 1,6
4	Realitatea TV	126	1,1	+0,6	Prima TV	293	2,5	+1,8
5	Kanal D	108	0,9	+0,2	Kanal D	240	2,1	-0,5
6	Prima TV	106	0,9	+0,1	TVR 1	210	1,8	+0,5
7	Antena 3	91	0,8	+0,1	Realitatea TV	189	1,6	+1,8
8	TVR 1	90	0,8	+0,2	Antena 3	154	1,3	+0,2
9	National TV	66	0,6	=	OTV	134	1,2	-0,3
10	OTV	61	0,5	-0,5	National TV	132	1,2	-1,1

Anul 2009 aduce pe piața presei scrise scăderi de tiraje foarte mari, practic de 60- 70% față de 2006, în radio, postul public are piața cu cea mai mare cotă înregistrată vrodată, iar piața de televiziune aduce și ea surprize. Se constată o creștere a audienței posturilor de nișă, în special cele de știri; o altă constatare se referă la scăderea de audiență a ProTv, care este lider în fața Antena 1 doar în *prime-time*, și acolo cu diferențe foarte mici.

Cheltuielile de publicitate până în 2009 au fost, conform, Media Fact Book Romania următoarele:

Tabel nr. 2

	TOTAL (mil. euro)	TV	Print	Radio
2003	178	88	58	12
2004	215	113	62	14
2005	275	158	66	17
2006	368	229	71	23
2007	486	310	79	30
2008	593	383	87	38

O analiză a pieței pe care trebuie să funcționeze întreprinderea de presă românească în 2009 se impune. Analiza se va face în relație cu veniturile din publicitate, singurele surse care pot fi monitorizate, și care de altfel reprezintă principalele surse financiare pentru organizațiile economice de presă.

Timp de mai bine de 10 ani piața de media din România a evoluat în mod spectaculos. Practic nu a fost an în care să nu se înregistreze creșteri pe fiecare segment al pieței.

Volumul total al sumelor investite în publicitate în 2008, pe piața românească, potrivit estimărilor agențiilor de media (top 5¹: Zenith Media -36 milioane euro cifra de afaceri în 2007; Media Direction – 35 milioane euro; Initiative Media – 30 milioane euro; Mindshare – 23 milioane euro; MediaCom – 21 milioane euro;) *s-a ridicat la o valoare cuprinsă între 530 și 607 milioane euro.*

Reprezentanții principalelor agenții media estimează că volumul investițiilor în publicitate se va reduce. Procentele de scădere vehiculate variază între 10% și 30%. În aceste condiții piața românească de media ar putea să scadă până la o valoare de 435 – 450 de milioane de euro.

Conform datelor de monitorizare, începând din luna noiembrie anul trecut, se constată² o scădere a numărului de spoturi difuzate și a audienței livrate de campaniile de publicitate la stațiile TV, comparativ cu lunile anului precedent (conform Media Investment).

Anul 2008 a fost un an de echilibru între cererea și oferta de audiență, în special pe piața televiziunilor, sunt de părere specialiștii agențiilor de media, un an în care au câștigat toți factorii implicați: publicitari, media, agenții.

Din suma totală a investițiilor publicitare, televiziunea este marea câștigătoare, aproximativ 340 de milioane de euro, urmată de presa scrisă cu 80 de milioane de euro. Cea mai mică creștere a avut-o radio-ul, care a rămas cam la același nivel cu 2007 - cam 35 de milioane de euro.

De remarcat este evoluția Internetului cu o rată de creștere de 50% față de 2007.

Aceste evoluții pot conduce la identificarea a doi factori importanți care au acționat asupra pieței:

- modificarea comportamentului consumatorului, legat de accesul la tehnologie avansată și Internet,

- începutul recesiunii economice, cu cel mai negru sezon de vârf la sfârșitul lui 2008.

În contextual crizei actuale este dificil de stabilit cum va evolua piața media, este evident însă că 2009 a debutat cu foarte multe necunoscute în ceea ce privește evoluția vânzărilor, creșterea sau scăderea consumului, câștigarea cotei de piață pe fundamental consumului publicurilor media.

Specialiștii media sunt însă de acord asupra unei previziuni: fiecare lună a anului 2009 va fi sub nivelul aceleiași luni a anului 2008.

În spațiul european media, din perspectiva *Erste Group*, care a dat publicității un raport despre piața media din Europa, în 2009 și 2010, piețele din țările central și est-europene vor avea scăderi nesemnificative în raport cu vestul Europei. Explicația este următoarea: televiziunea atrage bugete de peste 50% în România și estul Europei, în timp ce în vest, piața televiziunii atrage sub 40% din bugete. Apetența est-europenilor pentru mediul audiovizual aduce pierderi mai mici sectorului publicitar.

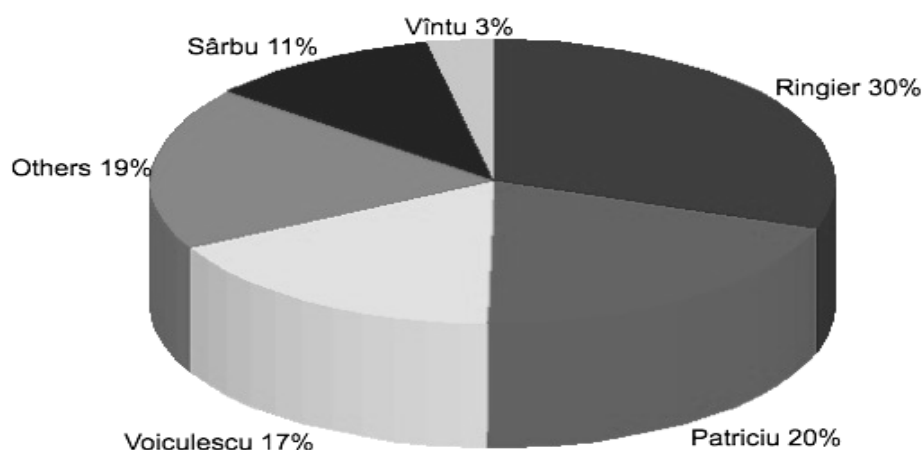
Strategii de criză în presa din România

Interesant este ce se întâmplă dacă desenăm piața în funcție de tirajele vândute și de ratingul posturilor radio-tv din România. Marii proprietari de trusturi dețin, pe ultima perioadă auditată, următoarele cote de piață: iulie-septembrie 2008:

¹ Revista „Business Magazin”, ianuarie 2009.

² Revista „Bizz”, nr. 177, martie 2009.

Cote de piață pe grupuri media



Conform datelor prezentate de *Media Hub*, care citează *Newsin*, diminuarea bugetelor de publicitate ale companiilor s-a reflectat și la principalele televiziuni din România, care au avut încasări din publicitate în scădere cu peste 20% față de aceeași perioadă a anului 2008. Odată cu reducerea investițiilor în publicitatea TV a scăzut și numărul de spoturi difuzate. În 2008, pentru perioada 1 – 15 februarie, Antena 1 a difuzat aproximativ 5 900 de spoturi, în timp ce în 2009, numărul reclamelor la același post a ajuns la 3 831. În același interval, Prima TV a difuzat, în 2009, cu aproximativ 2000 de reclame mai puțin decât în 2008, iar ProTV, cu 1 443. Potrivit estimărilor *Media Hub*, în 2009, prețul unui spot TV s-a ieftinit, în medie cu 11 euro net pentru primele 15 zile din februarie, față de aceeași perioadă a anului trecut, ajungând la 243 euro. Prin oferta „Advertiser stimulus package” lansată la jumătatea lunii trecute, ProTV a scos la vânzare punctele de rating (GRP) neconsumate, la un preț de 100 euro/GRP, de trei ori mai mic decât suma standard (pe postul Acasă, oferta coboară la 50 euro/GRP). Aceste GRP-uri pot fi cumpărate numai de clienții care au încheiat contracte ferme cu trustul încă de la începutul anului.

Primele contracte „Advertiser stimulus package” au fost semnate până în 30 aprilie și au contribuit la creșterea gradului de ocupare pe stațiile Pro TV, care va ajunge la minimum 70 -75% în perioada mai – iunie și la minimum 60% în iulie-august. Gradul de ocupare mediu al stațiilor TV va fi în mai-august de aproximativ 50%¹.

Criza din mass-media nu poate rămâne fără efecte asupra întreprinderii economice de presă. Astfel:

➤ Trustul *Intact Media Grup*, a făcut public faptul că implementează o politică de reducere a costurilor, în scopul diminuării efectelor diminuării crizei financiare, care sunt deja resimțite, dar care vor lua amploare în câteva luni; printre măsurile luate la nivel de trust se află și reducerea bugetului de salarii al angajaților *Intact Media Grup* cu 20%. Declarația a fost făcută de PDG Intact, Camelia Voiculescu;

➤ *Trustul Media Pro*: restructurări în stațiile locale Iași și Timișoara; revista *Descoperă* și cotidianul local *Bănățeanul* au trecut pe online exclusiv, iar revista *Target* va fi relansată sub numele *DA Premium* și va apărea pe piață în ultima zi de vineri a fiecărei luni, ca supliment al publicației *Ziarul Financiar*. Este posibil, conform sursei *paginamedia.ro*, ca la *ProSport* să aibă loc disponibilizări de personal, iar la cotidianul *Gândul*, să se reducă bugetele de dezvoltare și salarii.

¹ http://www.iqads.ro/relevant/media_hub_consultants.html.

➤ Trustul *Realitatea* - *Cațavencu* a anunțat o politică salarială prudentă și scăderea cu 10% a investițiilor în dezvoltarea grilei.

Actuala criză economică duce la reorientarea activității întreprinderilor media după criterii exclusiv economice. În numele rentabilității și profitului este ignorată misiunea fundamentală a presei de *serviciu public*, mizând pe cantitate și divertisment facil, în detrimentul unei informări responsabile și cu valoare educativă.

Résumé

En commençant avec le XX-ème siècle, le monde de la presse est soumis aux lois de l'économie du marché, pour obtenir de la rentabilité économique, celle-ci vend trois types des produits spécifiques: l'information pour accomplir la nécessité du publique de connaître le monde, le divertissement pour répondre au besoin des loisirs et l'audience aux publicitaires pour diffuser leurs messages promotionnels.

Dans ces conditions de la crise économique, l'entreprise de presse adopte des stratégies spécifiques pour réduire les dépenses et surtout pour augmenter revenus de la publicité.

Bibliografie

1. Bărbulescu, Constantin, *Economia și gestiunea întreprinderii*, Ed. Economică, București, 1999
 2. Coman, Mihai, *Introducere în sistemul mass-media*, Editura Polirom, Iași, 1999
 3. Marcenac Luc, Milon Alain, Saint-Michel Serge-Henry, *Strategii publicitare*, Editura Polirom, Iași, 2006
 4. Marinescu, Paul, *Managementul instituțiilor de presă din România*, Editura Polirom, Iași, 1999
 5. Matei-Săvulescu, Aura, Munteanu Cristina, *Mass-Media, structuri, tipologii, conexiuni*, Editura Independența Economică, Pitești, 2005
 6. Nadine Toussaint- Desmoulin – *Les gestion de medias*, Editura Victor, București, 2002
 7. Popescu, Florian, Cristian, Bălbăie, Radu, *Mic dicționar de jurnalism*, Rompres, București, 1998.
 8. Thompson, John B., *Media și modernitatea*, Editura Antet, București, 2000
 9. Van Cuilenburg, J.J. et alii, *Știința comunicării*, Editura Humanitas, 1998
 10. Vișinescu, Victor, *Jurnalism contemporan*, Editura Victor, București, 2002
 11. Zyman, Sergio, *Sfârșitul advertisingului, așa cum îl știm*, Editura Publica, București, 2002
- *** *Business Magazin*, ianuarie 2009
*** *Bizz*, nr. 177, martie 2009
*** www.alfacont.ro
*** www.iqads.ro/relevant/media_hub_consultants.html

Cărți noi publicate sub egida Editurii „Independența Economică”

Prof. univ. dr. Ion Scurtu

Anul universitar 2009-2010 a debutat cu publicarea sub egida Editurii Independența Economică a unui număr de 11 noi lucrări destinate, în principal, studenților și masteranzilor care studiază la Universitatea „Constantin Brâncoveanu”, dar utile în același timp tuturor specialiștilor interesați de domeniile abordate în aceste lucrări. Ele vin să completeze fie un gol resimțit mai ales la unele programe noi de studiu – precum lucrările destinate comerțului, turismului și serviciilor (5 lucrări noi), fie doresc aprofundarea unor elemente de contabilitate sau management financiar al firmei, domenii în care apar noutăți periodice de mare interes (alte 5 lucrări noi). Acestea li se adaugă o reeditare – respectiv manualul de „Ecologie și protecția mediului”, reeditare necesară atât pentru că vechea ediție (2007) a fost epuizată, dar și pentru a fi la zi cu noile prevederi legislative în domeniul economiei și protecției mediului.

Prezentăm mai jos lista noilor apariții și câteva scurte prezentări la unele din aceste lucrări:

Titlul lucrării	Autori
Managementul vânzării	prof. univ. dr. Alexandru Puiu (coord.), drd. Carmen Rizea, drd. Camelia Marin, drd. Adriana Andrei
Marketingul serviciilor	Mihaela Asandei, Iuliana Ciochină, Andreea Gangone, Carmen Iordache, Laura Pănoiu
Contabilitate în comerț, turism și servicii	Dorina Luță (coordonator), Sorin Grigorescu, Marin Popescu, Florin Dima, Cristina Bunea-Bontaș
Contabilitate de gestiune	dr. Cristina Bunea-Bontaș, dr. Coriolan Mareș
Let's do tourism	drd. Ramona Chițu, Andreea Stroe
Managementul financiar al firmei	lect. univ. dr. Nicolae Terci, asist. univ. drd. Dan Micuda
Managementul financiar al firmei - culegere de aplicații	lect. univ. dr. Nicolae Terci, asist. univ. drd. Dan Micuda
Economia comerțului	lect. univ. dr. Emilia Iordache
Tehnica operațiunilor de turism	Carmen Maria Iordache, Iuliana Cebuc, Dorin Hoarcă
Dezvoltări privind normalizarea și reglementarea în contabilitate	dr. Florin-Constantin Dima
Ecologie și protecția mediului	prof. univ. dr. Ion Scurtu (coordonator), conf. univ. dr. Cristiana Sima

Marketingul serviciilor

Autori: conf. dr. Mihaela Asandei, prof. dr. Iuliana Ciochină, lect. dr. Andreea Gangone, conf. dr. Carmen Iordache, conf. dr. Laura Pănoiu

Un colectiv de cinci autori alcătuit din două cadre didactice cu mare experiență – conf. univ. dr. Mihaela Asandei și prof. univ. dr. Iuliana Ciochină – cărora li se adaugă mai tinerele colege Laura Pănoiu, Andreea Gangone și Carmen Iordache – au finalizat de curând o lucrare în premieră pentru universitatea noastră. Cartea, destinată în principal studenților de la specializarea „Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor”, este structurată pe 9 capitole în care se abordează coordonatele pieței serviciilor, comportamentul consumatorului de servicii, mixul de marketing și componentele sale în servicii. Autoarele lucrării reușesc astfel să prezinte aspectele specifice ale marketingului serviciilor în cadrul marketingului general.

Lucrarea, înscrisă în Colecția „Management, Marketing, Afaceri economice” are 167 pagini și se bazează atât pe experiența proprie a autoarelor, cât și pe o bibliografie bogată, fiind citate 90 surse documentare.

Am reținut cu deosebire problemele legate de politica de personal și gestiunea resurselor umane din sectorul serviciilor, dar întreaga lucrare, bine structurată, oferă posibilitatea formării unor competențe specifice într-un domeniu care va deveni și în țara noastră din ce în ce mai mare în Produsul Intern Brut.

* *
*

Dezvoltări privind normalizarea și reglementarea în contabilitate

Autor: lector univ. dr. Florin-Constantin Dima

Lucrarea cu titlul de mai sus, apărută în Colecția „Finanțe, bănci, contabilitate” cu un volum de 197 de pagini, nu este un curs de contabilitate propriu-zis și cu toate acestea consider că reprezintă o lucrare foarte valoroasă, menită să ridice gradul de cultură profesională a tuturor celor care activează în domeniul contabilității. Este rodul unei documentări ample dar trecută prin filtrul propriei gândiri, cu privire la posibilitatea modernizării și actualizării acestei oglinzi de reflectare a realității economice.

Așa cum rezultă din introducerea lucrării, aceasta își propune „să răspundă dezideratelor de normalizarea contabilității la nivel internațional și totodată să identifice atât factorii care stimulează convergența contabilă cât și factorii care constituie piedici în calea normalizării și armonizării contabilității”.

Lucrarea este inteligent structurată pe patru capitole pe care doresc să le prezint celor care ar dori să studieze lucrarea:

- Capitolul I – Normalizarea contabilității în contextul mondializării economiilor naționale;
- Capitolul II – Cadrul general pentru întocmirea și prezentarea situațiilor financiare elaborate de IASB și directivele europene – bază pentru armonizarea situațiilor financiare;
- Capitolul III – de la politici și opțiuni contabile la contabilitatea creativă;
- Capitolul IV – Prezent și perspectivă privind normalizarea contabilității în România.



Fiecare din cele patru capitole aduce un plus de informație și o privire din alte unghiuri asupra unor aspecte ale contabilității, dar probabil capitolul al II-lea este cel mai dens în noutățile privind reglementările actuale în contabilitatea europeană.

Aspectele cuprinse în cadrul capitolului al II-lea sunt următoarele:

- Cadrul general privind întocmirea și prezentarea situațiilor financiare elaborat de IASB;
- Directivele europene în domeniul contabilității;
- Analiza și prezentarea situațiilor financiare conform IAS 1;
- Modele și scheme ale situațiilor financiare prevăzute în Directiva a IV-a a Comunității Economice Europene (Bilanțul contabil – conținut și structură; Contul de profit și pierdere; Notele la situațiile financiare);

Lucrarea se încheie cu o privire de ansamblu asupra organizațiilor profesionale din contabilitate și a rolului CECCAR în perfecționarea contabilității din România.

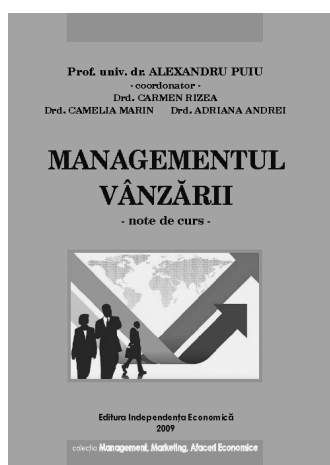
În concluzie, consider că tânărul și ambițiosul nostru coleg, Florin-Constantin Dima, a realizat o lucrare valoroasă care nu ar trebui să lipsească din biblioteca celor care au îmbrățișat profesia de contabil, dar și a economiștilor în general.

* *

*

Managementul vânzării

Autori: prof. univ. dr. Alexandru Puiu, asist. univ. drd. Carmen Rizea, asist. univ. drd. Camelia Marin, asist. univ. drd. Adriana Andrei



Lucrarea, extrem de binevenită în peisajul editorial al universității noastre, este rodul unei echipe inedite: pe de o parte meritul aparține coordonatorului lucrării și, totodată, mentorul unor foarte tinere asistente, dar în același timp meritul le aparține și acestora pentru că s-au încadrat în rigoarea științifică a profesorului.

Într-un volum de 184 de pagini, reușim să descoperim un adevărat univers al comerțului de mărfuri din România, în spatele căruia stau de cele mai multe ori manageri cu multă experiență – fie autohtonă, fie implementată odată cu mulțimea de unități comerciale venite în România ca filiale ale unor mari firme internaționale.

Lucrarea conține șase capitole, fiecare din acestea cuprinzând atât aspecte teoretice, cât și studii de caz. Prezentăm, pentru cei care nu au ajuns încă în posesia lucrării,

principalele capitole ale acesteia:

- Capitolul I – Noțiuni generale privind organizarea activității comerciale. Studiu de caz: Organizarea activității la S.C. Kaufland România.
- Organizarea comerțului și aparatului comercial.

În acest capitol sunt cuprinse noțiunile de bază privind prezentul și evoluția comerțului cu ridicata (de gros) și a comerțului cu amănuntul.

- Capitolul III – Personalul comercial (Recrutarea personalului comercial, perfecționarea și gestiunea carierei).

Și acest capitol cuprinde un studiu de caz privind recrutarea și perfecționarea resurselor umane la S.C. Kaufland România.

- Capitolul IV este destinat prezentării naturii, însemnătății și funcțiilor distribuției, iar studiul de caz privește apariția mall-urilor în România, ca formă modernă de distribuție.

- Capitolul V se ocupă de promovarea vânzărilor și instrumentele destinate fidelizării consumatorilor (reducerile de prețuri, primele și cadourile promoționale, încercarea gratuită a produselor, publicitatea la locul vânzării, jocurile promoționale etc.). Există și la acest capitol două studii de caz concretizate în fișele operațiunilor de promovare a vânzărilor la două produse alimentare.
- Capitolul al VI-lea este dedicat exercițiilor și aplicațiilor practice și este însoțit de două studii de caz mai complexe legate de rețeaua de magazine „en-gros”, respectiv Selgros și Metro.

În concluzie, putem aprecia că lucrarea este deosebit de utilă pentru pregătirea studenților îmbinând în mod fericit partea teoretică și cea aplicativă.

Încă o dată apreciem modul în care coordonatorul lucrării a reușit să capete energia și talentul a trei tinere doctorande care au dovedit că viitorul învățământului universitar este pe mâini bune.

* *
*

Tehnica operațiunilor de turism

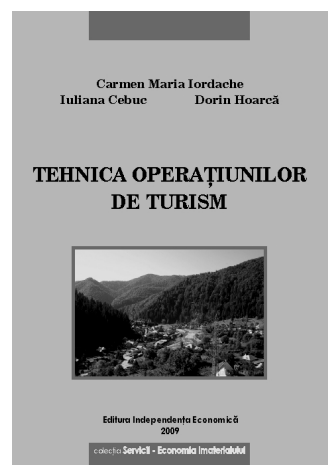
**Autori: conf. univ. dr. Carmen Maria Iordache, lect. univ. dr. Iuliana Cebuc,
asist. univ. drd. Dorin Hoarcă**

Lucrarea a apărut în colecția „Servicii – Economie imaterială” a Editurii „Independența Economică” și are un volum de 180 de pagini structurat pe opt capitole. Este o lucrare extrem de utilă atât pentru studenții de la specializarea „Economia Comerțului, Turismului și Serviciilor”, dar și pentru studenții de la alte specializări economice care doresc să-și însușească noțiunile de economie turismului sau pentru cei care doresc să înceapă o afacere în domeniul turismului. Având în vedere documentarea bogată și actuală (62 titluri bibliografice), lucrarea poate fi utilizată și ca suport pentru perfecționarea lucrătorilor din unitățile turistice.

În esență, lucrarea are caracter de curs universitar, îmbinând partea de concepte și prezentări ale fenomenului turistic cu metodele moderne și, în același timp, practice pentru desfășurarea operațiunilor din domeniul turistic, menite să satisfacă exigențele consumatorului în condiții de eficiență pentru unitatea prestatoare de servicii. Deși colectivul de autori este tânăr, a reușit să sintetizeze, într-o lucrare nu foarte întinsă, principalele probleme de teorie și practică a turismului. Aspectele la care se opresc autorii sunt următoarele:

- Turismul – conceptualizare, monitorizare și dezvoltare;
- Coordonate ale competitivității în turism;
- Agenția de turism (tipologie, funcții, formule de funcționare, obținerea brevetelor de turism etc.);
- Producerea și comercializarea pachetelor turistice;
- Sisteme de rezervare în turism;
- Politica de preț în turism;
- Tipuri de contracte;
- Instrumente de plată.

Apreciam în mod deosebit strădania colectivului de autori de la Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice. Rm. Vâlcea, care a reușit să pună la dispoziția studenților un instrument deosebit de util.



Horticultura României de-a lungul timpului

– 5 volume, 1800 pagini, Editura Academiei Române –

**Autori: un colectiv larg de cadre universitare și cercetători,
coordonat de prof. univ. dr. doc. Nicolae Ștefan**

Universitatea „Constantin Brâncoveanu” a fost reprezentată de Prof. univ. dr. Ion Scurtu, membru titular al ASAS, coautor la volumele IV și V și colaborator la volumul III.

O astfel de lucrare monumentală a fost necesară pentru a pune în evidență marele potențial de dezvoltare al horticulturii românești care astăzi este neglijat în mare măsură. Din statutul de exportator de vin, struguri, legume și fructe – pe care România l-a deținut până în anul 1990, s-a ajuns astăzi să importăm o mare parte a acestor produse, în timp ce mari plantații de vii nobile, livezi de pomi fructiferi sau sere au fost distruse sau sunt neîngrijite și produc foarte puțin.

Lucrarea se deschide cu un citat al marelui istoric Nicolae Iorga, care arată că „a scrie istoria este o datorie pentru omenire. A o adapta cu ce ai aflat e o obligație pentru fiecare”.

Așadar, istoria horticulturii românești își propune să prezinte faptele și oamenii care au contribuit la progresul acestui domeniu, din vremea traco-dacilor până în zilele noastre cu îndemnul de a învăța din tot ceea ce a fost bun, de a ne cinsti înaintașii și de încerca să depășim actuala stare negativă de lucruri.

Cele 5 volume ale lucrării sunt structurate astfel:

- Volumul I, la care au lucrat 12 autori și 13 colaboratori prezintă horticultura de pe meleagurile românești din cele mai vechi timpuri până la sfârșitul primului război mondial;
- Volumul al II-lea, alcătuit de 12 autori și 15 colaboratori prezintă progresele horticulturii din România Mare între cele două războaie mondiale;
- Volumul al III-lea, având 12 autori și 21 colaboratori prezintă dezvoltarea ramurilor horticele în perioada socialistă, respectiv între anii 1945-1989;
- Volumul al IV-lea, cu 11 autori și 14 colaboratori este dedicat situației apărute în horticultura românească între anii 1989-2008, respectiv declinul principalelor ramuri și câteva semnale pozitive care prevestesc relansarea unor ramuri horticele.
- Ultimul volum este dedicat slujitorilor horticulturii și prezintă mici schițe biografice și contribuțiile cele mai importante la dezvoltarea domeniului. La alcătuirea acestui capitol și-au dat concursul 6 autori și 14 colaboratori.

Fiecare din cele cinci capitole privește horticultura atât în ansamblul său dar și analitic pe ramuri destinate: pomicultura, viticultura, oenologia, cultura legumelor în câmp, cultura în sere, cultura industrială a ciupercilor, floricultura, arhitectura peisageră, dendrologia.

O formă sintetizată a acestei lucrări a fost pregătită în ultimele luni și urmează a fi lansată la Congresul Mondial de Horticultură de la Lisabona din 2010. Autorii acestei selecții, care în prezent este în stadiu de traducere în limba engleză, sunt membrii titulari ai Academiei de Științe Agricole și Silvicultură care în demersul lor țin cont permanent de cuvintele celui mai mare agronom al României, Gheorghe Ionescu – Sisești: „Țara are nevoie de oameni luminați, de oameni cu talent, de oameni fără preget în muncă, de entuziaști ai creației”.

Cele 5 volume ale lucrării sunt disponibile în toate cele 3 biblioteci ale Universității „Constantin Brâncoveanu”.