

STRATEGII MANAGERIALE

MANAGERIAL STRATEGIES

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

nr. 2 / 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:	Lect. 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

EFECTELE CRIZEI FINANCIARE ASUPRA PIEȚEI LEASING-ULUI ÎN ROMÂNIA / THE EFFECTS OF THE FINANCIAL CRISIS ON THE LEASING MARKET IN ROMANIA	5
Conf. univ. dr. Silvia Dugan	
STATUL DE DREPT / THE RULE OF LAW	10
Conf. univ. dr. Ion Mihalcea	
CODUL ETIC – PREMISĂ ȘI REZULTAT AL EFORTURILOR ORGANIZAȚIONALE DE ASUMARE A UNOR RESPONSABILITĂȚI ETICE / THE ETHICAL CODE – PREMISE AND RESULT OF ORGANISATIONAL EFFORTS IN ASSUMING SOME ETHICAL RESPONSIBILITIES	14
Lect. univ. dr. Andreea-Daniela Gangone	
CONSIDERAȚII DESPRE PROCESUL VERBAL DE CONTRAVENȚIE ȘI PREZUMȚIA SA DE LEGALITATE / CONSIDERATIONS ON THE VERBAL PROCESS OF INFRINGEMENT AND ITS PRESUMPTION OF LAWFULNESS	19
Avocat Andreea Dana Dumitrescu	
STUDENT – FOCUSED LEARNING VERSUS TEACHER – FOCUSED LEARNING - A PROBLEM OF THE ROMANIAN HIGHER EDUCATION SYSTEM	22
Lect. univ. dr. Sebastian Ene, Lect. univ. dr. Laura Panoiu	
CONTRAVENȚII ȘI INFRAȚIUNI PREVĂZUTE DE LEGEA NR. 31/1990 / CONTRAVENTIONS AND INFRINGEMENTS STIPULATED BY LAW NO. 31/1991	25
Lect. univ. dr. Mirela Popescu, Prep. univ. Raluca Gherghina	
JUVENTUS	
SELECȚIE DE LUCRĂRI SUSȚINUTE DE STUDENȚI LA SESIUNEA DE COMUNICĂRI A UNIVERSITĂȚII „CONSTANTIN BRÂNCOVEANU”, MAI 2009 / SELECTION OF THE STUDENTS' PAPERS PRESENTED AT THE ANNUAL RESEARCH SESSION, „CONSTANTIN BRÂNCOVEANU” UNIVERSITY, MAY 2009	
MITUL – FORMĂ STRĂVECHE DE COMUNICARE / THE MITH – ANCIENT COMMUNICATING FORM	30
Dr. Ionel Tălpău, masterand, anul I Marketing	
Coordonator: Conf. univ. dr. Elena Enache	
IMPACTUL CRIZEI ECONOMICE ASUPRA POLITICII DE CREDITARE ÎN ROMÂNIA / THE IMPACT OF THE ECONOMICAL CRISIS ON THE CREDITING POLITICS IN ROMANIA	35
Cuprinsu Georgică, student	
Coordonator: Asist. univ. drd. Elena Dinculescu	
ACTUALITATEA AGRICULTURII ECOLOGICE / THE UP-TO-DATENESS OF THE ECOLOGICAL AGRICULTURE	38
Dima Ștefania, studentă, anul I	
Coordonator: Prof. univ. dr. Ion Scurtu	
CRIZA FINANCIARĂ – CONSECINȚE ȘI SOLUȚII / THE FINANCIAL CRISIS – CONSEQUENCES AND SOLUTIONS.....	42
Costea Ionela Florina, studentă	
Coordonator: Lect. univ. dr. Alina Voiculeț	
GESTIONAREA IMAGINII DE MARCĂ PRIN METODE DE RELAȚII PUBLICE / ADMINISTRATING THE BRAND IMAGE BY PUBLIC RELATIONS METHODS	45
Udroiu Lavinia, studentă, anul I	
Coordonator: Conf. univ. dr. Octavian Moarcăs	
EFECTELE CRIZEI MONDIALE ASUPRA SISTEMULUI BANCAR ROMÂNESC / THE EFFECTS OF THE WORLD CRISIS ON THE ROMANIAN BANKING SYSTEM... 50	
Andonescu (Iliesi) Mihaela, studentă	
Coordonatori: Conf. univ. dr. Camelia Vechiu, Asist. univ. drd. Carmen Marin	

ELEMENTE CLASICE ȘI MODERNE ÎN AMENAJAREA STANDURILOR DE CARTE LA TÂRGUL INTERNAȚIONAL „GAUDEAMUS”- CARTE DE ÎNVĂȚĂTURĂ / CLASSICAL AND MODERN ELEMENTS IN LAYING OUT THE BOOK STANDS AT THE INTERNATIONAL FAIR “GAUDEAMUS ”– A BOOK TO TEACH YOU	56
Anghel-Ilie Cristina, studentă, anul II	
Coordonator: Conf. univ. dr. Silvia Dugan	
IZVOARELE ANTICE ALE MASONERIEI / THE ANCIENT SOURCES OF THE FREEMASONRY	61
Danciu Maria, studentă, anul III	
Coordonator: Lect. univ. dr. Valentin Popa	
PĂRȚILE ÎN PROCESUL PENAL. PARTEA CIVILĂ. PARTEA RESPONSABILĂ CIVILMENTE / THE PARTS IN THE PENAL TRIAL. THE CIVIL PART. THE PART CIVICALLY RESPONSIBLE.....	68
Botezatu Mihaela, studentă	
Coordonator: Conf. univ. dr. Ion Mihalcea, Asist univ. Bogdan Baboi	
ANCHETA PILOT: PITEȘTENII ȘI PROBLEMATICA PROTECȚIEI MEDIULUI / THE PILOT INQUIRY: THE INHABITANTS OF PITEȘTI AND THE ISSUE OF THE PROTECTION OF THE ENVIRONMENT	73
El-Siblani Faouzi Daniel, student	
Coordonator: Conf. univ. dr. Cristiana Sima	
LEASINGUL – POSIBILITATE DE FINANȚARE A AGENȚILOR ECONOMICI / THE LEASING – A POSSIBILITY OF FINANCING THE ECONOMICAL AGENTS	78
Găitănar Mariana, studentă	
Coordonator: Asist. univ. Carmen Rizea	
METODA DE CALCULAȚIE PE COMENZI – ABORDĂRI TEORETICE ȘI PRACTICE / THE METHOD OF ORDER CALCULATION – THEORETICAL AND PRACTICAL APPROACHES	85
Barbu Nicoleta, studentă, anul II	
Coordonator: Lect. univ. dr. Cristina Bunea-Bontaș	
MINIMIZAREA COSTURILOR LA S.C. AUTOMOBILE RENAULT S.A. PITEȘTI / MINIMIZING THE COSTS AT S.C. AUTOMOBILE RENAULT S.A. PITEȘTI	91
Franțescu Costel, student	
Coordonator: Prof. univ. dr. Dumitru Ciucur	
SERVICIILE DE OUTSOURCING ÎN INDIA / THE OUTSOURCING SERVICES IN INDIA.....	97
Mărgărit Florentina, studentă	
Coordonator: Lect. univ. dr. Gica Culiță	

CRONICA EVENIMENTELOR / CHRONICLE OF EVENTS

Susținerea tezei de doctorat cu tema „Politica socială – componentă a managementului firmei în afacerile economice internaționale” / Defending the doctorate thesis entitled <i>Social politics – part of the company management in the international economical business</i> – written by mrs. Andreea Gangone.....	102
Susținerea tezei de doctorat cu tema „Competitivitatea exporturilor – cerință esențială a performanțelor firmelor în economia contemporană” / Defending the doctorate thesis entitled <i>The competitiveness of exports – vital requirement of the performance of a company in the contemporary economy</i> – written by mrs. Florența Cristescu	104
„Ziua comunicării” la Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Brăila / The Communication Day at „Constantin Brâncoveanu” University in Brăila	106

Efectele crizei financiare asupra pieței leasing-ului în România

Conf. univ. dr. Silvia Dugan
Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești

1. Reglementări ale leasing-ului în țara noastră

Economia românească aflată într-o fază de restructurare și modernizare poate folosi leasing-ul în import, export și ca metodă de privatizare.

În țara noastră, leasing-ul a fost reglementat prin Ordonanța Guvernului nr. 51/1997 privind operațiunile de leasing și societățile de leasing, aprobată prin Legea nr. 90/1998 și modificată prin Legea nr. 99/1999.

Inițial, în România nu puteau exista decât firme de leasing românești, ulterior a fost posibilă și apariția firmelor străine.

Legislația românească din domeniul leasing-ului recunoaște două tipuri de leasing, care prezintă câteva particularități față de sistemul internațional:

a) *leasing financiar* – este operațiunea de leasing care îndeplinește una sau mai multe din următoarele condiții:

- riscurile și beneficiile aferente dreptului de proprietate trec asupra utilizatorului din momentul încheierii contractului de leasing. Intră în contradicție cu prevederea conform căreia societatea de leasing este proprietara bunului, iar utilizatorul are numai drept de folosință;

- părțile au prevăzut expres că la expirarea contractului de leasing se transferă utilizatorului dreptul de proprietate asupra bunului. Intră în contradicție cu prevederea conform căreia utilizatorul are dreptul de triplă opțiune;

- utilizatorul poate opta pentru cumpărarea bunului, iar prețul de cumpărare va reprezenta cel mult 50% din valoarea de intrare (piață) a bunului, la data la care opțiunea poate fi exprimată;

- perioada de folosire a bunului în sistem de leasing acoperă cel puțin 75 % din durata normată de utilizare a bunului, chiar dacă, în final, dreptul de proprietate nu este transferat.

Rata de leasing = cota-parte din valoarea de intrare + dobânda de leasing (rata medie a dobânzii bancare pe piața românească).

b) *leasing operațional* – intră în această categorie orice contract de leasing care transferă locatarului riscurile și beneficiile dreptului de proprietate, mai puțin riscul de valorificare a bunului la valoarea reziduală (adică atunci când opțiunea de cumpărare nu este exercitată la începutul contractului sau când se prevede expres restituirea bunului în momentul expirării contractului) și care nu îndeplinește niciuna din condițiile leasing-ului financiar.

Rata de leasing = cota de amortizare + beneficiu stabilit de părți.

Ordonanța Guvernului nr. 28/2006 aduce în privința leasing-ului financiar două criterii noi:

1. utilizatorul are opțiunea de a cumpăra bunul la momentul expirării contractului, iar valoarea reziduală (VR) exprimată în procente este mai mică sau egală cu diferența dintre durata normală de funcționare maximă (DFM) și durata contractului de leasing (DCL), raportată la durata normală de funcționare maximă exprimată în procente.

$$VR \leq (DFM - DCL) / DFM \times 100$$

2. valoarea totală a ratelor de leasing, mai puțin cheltuielile accesorii, este mai mare sau egală cu valoarea de intrare a bunului.

2. Piața de leasing din România

În țara noastră activitatea de leasing este desfășurată de trei tipuri de firme, astfel:

- firme de leasing afiliate unor bănci (ALB – Asociația firmelor de Leasing Bancar);
- firme de leasing afiliate unor producători sau furnizori de produse (ASLR – Asociația Societăților de Leasing din România);
- firme de leasing independente (IFN – Instituții Financiare Nebancare).

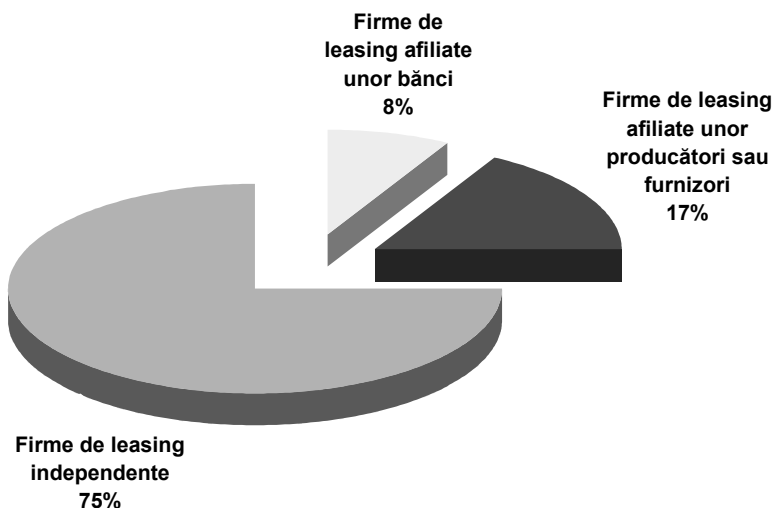
În ultima perioadă, ponderea firmelor de leasing afiliate unor bănci a crescut de la 8% în anul 2006 la 63% în anul 2008 în detrimentul firmelor de leasing independente care au scăzut de la 75% la 18% (tabelul nr. 1 și în graficele nr. 1 și 2).

Tabel nr. 1. Evoluția ponderii firmelor de leasing pe piața leasing-ului din România

Tipul de firmă	Anul 2006	Anul 2007	Anul 2008
Firme de leasing afiliate unor bănci	8 %	63 %	63 %
Firme de leasing afiliate unor producători	17 %	17 %	19 %
Firme de leasing independente	75 %	20 %	18 %

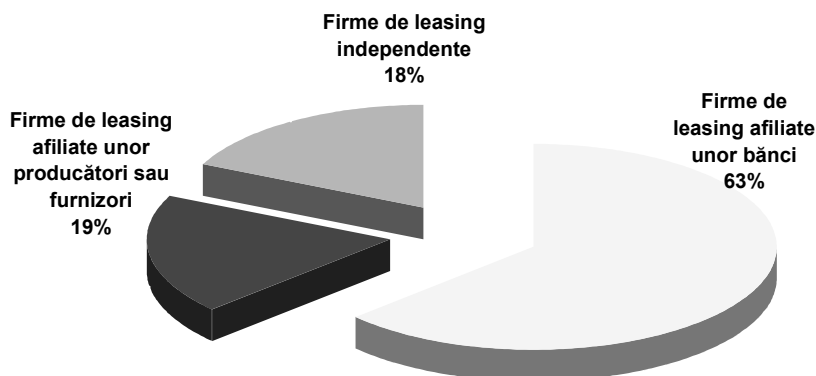
Sursa: www.alb.ro

Grafic nr. 1. Structura pieței leasing-ului în anul 2006



Sursa: www.alb.ro

Grafic nr. 2. Structura pieței leasing-ului în anul 2008



Sursa: www.alb.ro

Leasing-ul financiar deține o pondere covârșitoare pe piața românească – 91,2%, iar leasing-ul operațional 8,8 %.

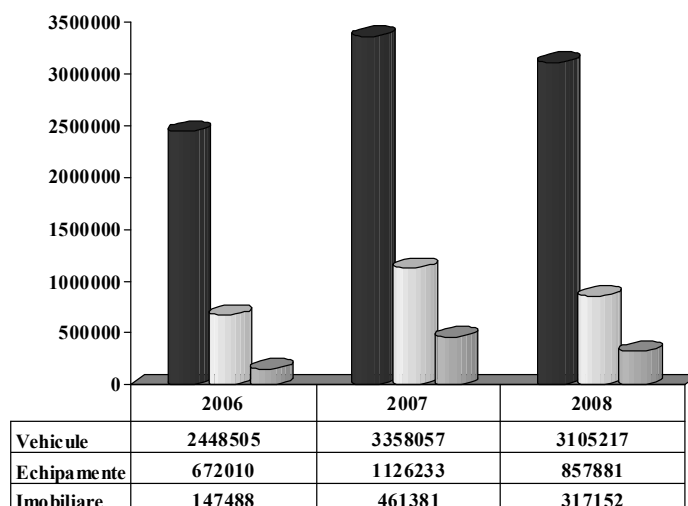
Piața românească a leasing-ului este dominată în continuare de leasing-ul pentru autovehicule - 75% din totalul pieței, în timp ce echipamentele industriale vor reprezenta 21%, iar leasingul imobiliar 4 % (tabel nr. 2 și grafic nr. 3).

Tabel nr. 2. Evoluția pieței leasing-ului pe grupe de bunuri

	% din total 2005	% din total 2006	% din total 2007	% din total 2008	% din total 2009
Vehicule	90,5	74,9	67,5	72,62	75
Echipamente	9,02	20,6	22,8	20,0	21
Imobiliare	0,48	4,5	9,7	7,38	4

Sursa: date prelucrate de autor

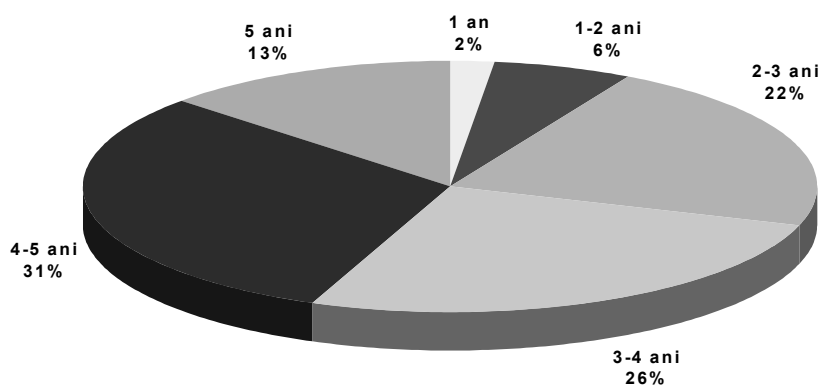
Grafic nr. 3



Sursa: date prelucrate de autor

În ceea ce privește structura pieței leasing-ului din punctul de vedere al duratei contractelor, predomină contractele încheiate pe perioade mai lungi cuprinse între 3 și 5 ani față de cele pe perioadele foarte scurte (1,2 ani) sau foarte lungi (5 ani), așa cum este evidențiat în graficul nr. 4.

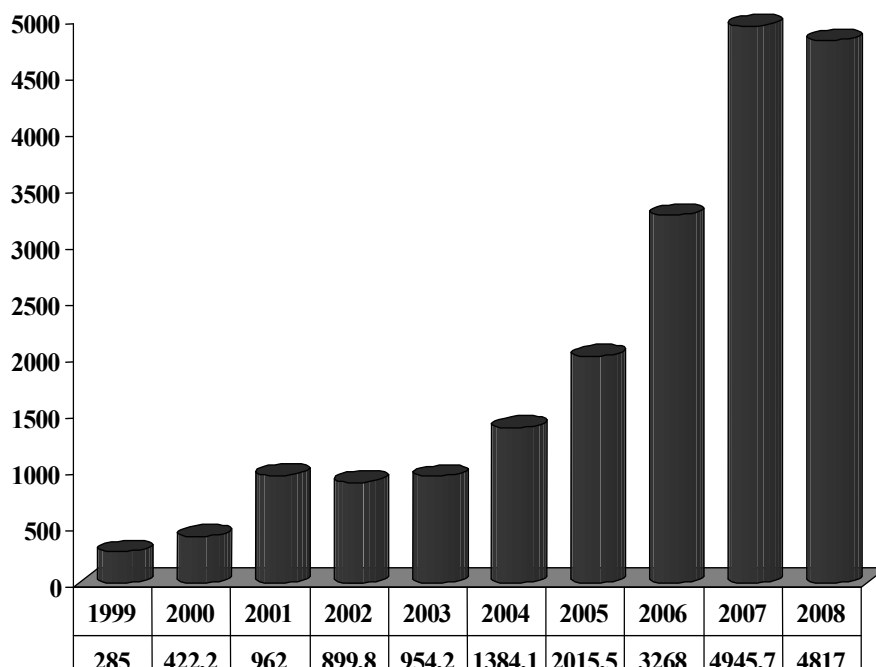
Grafic nr. 4. Structura pieței leasing-ului din punct de vedere al duratei contractelor



Sursa: www.aslr.ro

Evoluția evoluției pieței de leasing în funcție de valoarea totală a contractelor, poate fi urmărită în graficul nr. 5.

Grafic nr. 5. **Dinamica pieței leasing-ului în România (mil. Euro)**



Sursa: date prelucrate de autor

Conform graficului de mai sus se observă o creștere spectaculoasă a pieței leasing-ului din țara noastră în perioada 2004-2007 când, anual, valoarea totală a contractelor a crescut cu procente cuprinse între 45 și 60%. Piața românească de leasing a înregistrat în 2008 o scădere cu 2,6% față de 2007, pe fondul introducerii taxei de poluare la mașini și a declanșării crizei financiare. Pentru anul 2009 se preconizează o scădere cuprinsă între 20% și 30%, pe fondul evoluției actuale a economiei românești și conjuncturii internaționale nefavorabile.

Există sectoare care pot beneficia de această situație, respectiv sectorul de imobiliare, pentru care se pot propune soluții de sale and lease-back conform cărora clientul vinde și reînchiriază bunul imobiliar de la compania de leasing pentru a-și păstra lichiditățile, astfel încât activitatea de leasing poate aduce finanțarea necesară pentru produse.

Astfel, cele mai multe companii de leasing se confruntă cu numeroase cereri de rescadențare a contractelor sau cu solicitări de acordare a unor perioade de grație. Finanțatorul se află în fața unei dileme și este nevoit să aleagă între a acorda aceste înlesniri la plata pentru clienții săi, în speranța ca aceștia vor depăși în curând perioada dificilă, sau poate opta pentru a penaliza clienții restanțieri și, în final, a rezilia contractele. În marea majoritate a cazurilor se preferă prelungirea unui contract de leasing încheiat inițial pentru 2 sau 3 ani până la un termen de 5 sau maxim 6 ani, reșezarea cuantumului valorii reziduale la finalul contractului de leasing sau acordarea unei perioade de grație de 3-6 luni, în care clientul plătește numai dobânda aferentă ratei, nu și partea de capital. Uneori se pot solicita din partea finanțatorului și garanții suplimentare contractuale.

Abstract:

Financing operations through the leasing system represent a real oxygen break for the economic agents for whom investments are an essential requirement for the development of their activity. Leasing imposed itself in our country the same way it has done it before throughout the world (maybe less in the

economies of the countries from the third world), first of all by simplicity. Taking into consideration the competitive environment from our country, it becomes more and more drastic, the speed of reaction of companies to the changes in the external environment being vital. Leasing, through its efficiency satisfies, in very short periods of time, the economic agents' need for investment funds. Using leasing, the economic agents can also avoid the complicated procedures of the bank credits, which presuppose tying up some elements from the society's patrimony or from the private one in order to establish guarantees.

Bibliografie:

Puiu, Alexandru *Management internațional. Tehnici de afaceri economice naționale și internaționale*, Editura Independența Economică, Pitești, 2007

*** Ordonanța Guvernului nr. 51/1997 privind operațiunile de leasing și societățile de leasing

*** Legea nr. 571/2003 privind Codul fiscal

*** Legea nr. 533/2004 privind modificarea OG 51/1997

*** Ordonanța Guvernului 28/2006 privind instituțiile financiare nebancare

*** Tribuna economică – colecția 2002-2008

*** Săptămâna financiară – colecția 2006-2008

*** www.aslr.ro

*** www.sfin.ro

*** www.alb.ro

Statul de drept

Conf. univ. dr. Ion Mihalcea
Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești

Dualitatea stat - drept

Pe parcursul dezvoltării societății umane obiceiurile, normele morale și religioase din epoca primitivă, odată cu apariția statului, cedează locul reglementării juridice a raporturilor sociale prin norme de drept, impuse de stat. „Norma juridică reprezintă elementul primar al sistemului dreptului, relevând nivelul acestuia, firește, primar. Ea constituie azi o normă de conduită socială, dictată sau sancționată de stat, a cărei respectare este asigurată, în ultimă instanță, prin forța de constrângere a statului”.

Aceasta vorbește despre faptul că statul formează dreptul, normele de drept sunt susceptibile de a fi aduse la îndeplinire prin forța coercitivă a statului.

Aristotel scria că „Acolo unde lipsește puterea legii, nu-și are locul nicio formă a orânduirii statale”; „Acolo unde puterea se bazează pe violență și dezordine - stat nu există”, accentua Cicero; Nicolo Machiavelli făcea, de asemenea, afirmația că „Scopul statului constă în asigurarea fiecăruia de a se folosi liber de avere și securitate”.

Legătura între stat și drept de-a lungul istoriei a fost diferită, evoluând în direcții opuse: fie spre statul autoritar, totalitarist, în care dreptul este neglijat, bazându-se pe forță, fie spre statul democratic, statul bazat pe drept. Se știe că în antichitate cetățeanul nu avea niciun drept în fața statului. Ideile despre stat ca organizație care să fie legată de cetățeni prin lege, să-și realizeze activitatea în baza legii au început să se formeze încă în etapele timpurii de dezvoltare a societății omenești. „Activitatea omenească se poate considera ca fiind reglementată de un sistem complex de norme; și, într-adevăr, în orice fază istorică găsim un astfel de sistem”, susținea marele jurist italian Giorgio del Vecchio¹.

„Dreptul este un sistem de reguli generale și obligatorii, care sunt stabilite și protejate de către stat, acestea exprimă interesele generale ale poporului și se manifestă ca regulator de către stat al raporturilor sociale”.

În organizarea și funcționarea unei societăți, dreptul este instrumentul care îi conferă acesteia ordine, disciplină și, totodată, siguranță și stabilitate în interesul general.

Statul de drept trebuie să înfăptuiască domnia legii în întreaga lui activitate, atât în raporturile cu cetățenii, cât și în raporturile cu organisme de guvernământ. Denumirea teoriei statului de drept sugerează ideea că statul nu este absolut independent în activitatea sa, ci este îngrădit de autoritatea dreptului. În doctrină este utilizată și expresia „stat bazat pe drept”, expresie în opinia noastră incorectă, deci, un stat autoritar de asemenea are la bază un sistem de drept pe care ține să-l protejeze și cu ajutorul căruia își menține autoritatea.

Într-un stat de drept, dreptul nu este numai un mijloc de acțiune a statului ci și o modalitate de limitare a puterii acestuia. Evidențiem următoarele *caracteristici ale statului de drept*:

- asigurarea supremației legii în toate domeniile vieții sociale și statale;
- exprimarea prin drept a voinței suverane a poporului și adoptarea legilor cu respectarea procedurii constituționale; asigurarea supremației Constituției printr-un sistem de mecanisme politico-juridice, asigurarea supremației legii față de actele normative ce i se subordonează;
- respectarea principiului reprezentării poporului, legitimitatea populară (directă sau indirectă) a autorităților publice instituite în urma alegerilor corecte, organizate la anumite intervale de timp, prin vot universal, egal, direct, secret și liber exprimat; instaurarea reală a unei democrații autentice, afirmarea pluralismului politic;

¹ Giorgio Del Vecchio, *Lecții de filosofie juridică*, Editura "Europa Nova", București, p.196.

- existența unui regim constituțional bazat pe principiul separării și colaborării ramurilor legislative, executive și jurisdicționale ale puterii de stat;
- garantarea drepturilor și libertăților fundamentale ale omului și cetățeanului, asigurarea egalității persoanelor în fața legii și a justiției;
- independența și imparțialitatea justiției, instituționalizarea și funcționalitatea instituției contenciosului administrativ;
- asigurarea independenței mass-media.

Conceptul statului de drept s-a conturat printr-un îndelungat proces istoric de interferență a diferitelor teorii, în special în doctrina juridică germană și franceză¹. Însăși îmbinarea „stat de drept” este o traducere din limba germană – „Rechtsstaat”. Primul pas spre statul de drept a fost făcut în Anglia, în secolul al XVII-lea, prin „Petiția drepturilor” (1628), în care s-a încercat a se stabili garanții împotriva perceperii de impozite, fără aprobarea Parlamentului, a arestărilor și a confiscărilor de bunuri, fără respectarea procedurii de judecată.

Al doilea pas a fost actul „Habeas Corpus” (1679), primul prin care s-a încredințat tribunalelor controlul asupra reținerii și arestării cetățenilor. Conform actului „Habeas Corpus”, la cererea arestatului sau a oricărei alte persoane, tribunalele au fost obligate să emită un mandat de aducere a arestatului, pentru a hotărî, fie retrimiteria lui la închisoare, fie punerea lui în libertate.

Următorul pas a fost „Bilul drepturilor” din 1688, care a stabilit că regele nu poate, sub niciun pretext, aduce atingere legilor fundamentale ale statului, iar pentru a face ca acest principiu să fie respectat în practică, a prevăzut ca Parlamentul să voteze în fiecare an impozitele și solda militarilor. Libertatea cuvântului și a dezbaterilor în Parlament, ca și dreptul cetățenilor de a adresa petiții regelui au fost reafirmate”. Iată de ce considerăm că prof. I. Deleanu are multă dreptate când susține că „ideea statului de drept nu este specific germană ... Ea își are sorgintea antică în dreptul natural”.

Denumirea teoriei statului de drept vrea să sugereze ideea că statul nu este absolut independent în activitatea sa, ci este îngrădit de autoritatea dreptului. În doctrină este utilizată și expresia „*stat bazat pe drept*”, expresie în opinia noastră incorectă. Un stat autoritar, de asemenea, are la bază un sistem de drept pe care ține să-l protejeze și cu ajutorul căruia își menține autoritatea. Astfel, spre exemplu, în statutul polițienesc (Polizeistaat) nu se poate afirma că dreptul este ignorat.

„Fundamentarea teoretică a statului de drept se bazează pe teoria autolimitării puterii de stat, potrivit căreia statul acordă drepturi subiective cetățenilor, drepturi care se îndreaptă uneori împotriva sa, iar în relațiile externe statul trebuie să respecte normele de drept internațional”².

Prin urmare, conceptul statului de drept privește nu numai raporturile între stat și drept, dar și raporturile între puterea de stat, societate și individ. Astfel, o problemă primordială a statului de drept rămâne a fi cea a limitării acțiunii statului în raporturile dintre stat și cetățean, în care ambii termeni sunt luați în considerație ca subiecte de drept.

Un aspect al problemei relațiilor dintre cetățean și stat este cel al libertății, al limitării acțiunii statului asupra drepturilor sale. Un postulat fundamental al teoriei statului de drept este că statul poate fi legat prin drept, adică organele și funcționarii statului, statul însuși pot fi limitați în acțiunea lor prin norme juridice, pe care nu le pot încălca fără să răspundă, adică fără să suporte sancțiunea ce se aplică oricărui subiect de drept atunci când încălcă legea.

¹ Petru Miculescu, *Statul de drept*, Lumina Lex, București, 1998, p. 23-56.

² Idee confirmată și de prof. Mihai Gheorghe și Radu Motica, ce opinează că „Statul de drept nu poate fi decât statul de drept natural al unei națiuni”.

Deci, statul de drept constituie o replică socială față de abuzul de putere și o soluție pentru împiedicarea acestuia. Așadar, formele statului de drept diferă de la o țară la alta și de la o etapă de dezvoltare a societății date la altă etapă. Dar, totuși, caracteristicile concret-istorice și formele de manifestare ale statului de drept pot fi sintetizate în trei mari componente ale acestuia: componenta politică; componenta economică; componenta socială¹.

Pe plan politic, statul de drept presupune și se manifestă prin:

a) instituționalizarea prin norme constituționale a principiului separației puterilor și funcționarea eficientă și controlată a acestuia, factorii de control fiind înseși structurile celor trei puteri, precum și partidele și organizațiile politice, societatea civilă, presa, cetățenii;

b) exercitarea completă, de către fiecare autoritate publică, a competenței cu care a fost învestită;

c) crearea și aplicarea unui mecanism de sancționare a autorităților publice care și-ar depăși prerogativele, încercând să-și subsumeze atributele altei autorități;

d) funcționarea corectă, legală a opoziției în Parlament și a celei guvernamentale;

e) stabilirea unui sistem electoral democratic, care să permită votul universal și egalitate de șanse concurenților electorali;

f) formarea guvernelor exclusiv ca rezultat al alegerilor electorale;

g) crearea unui mecanism prin care cetățenii să aibă acces, mijlocit sau direct, la informații privind modul de aplicare al programului guvernamental;

h) stabilirea duratei mandatului încredințat fiecăruia dintre membrii autorităților publice ce fac parte din cele trei ramuri ale puterii;

i) crearea și aplicarea unui sistem juridic corelat cerințelor și realităților social-istorice existente în societate și asigurarea supremației legii.

Pe plan economic, statul de drept își propune în principal:

a) aplicarea corectă a mecanismelor de piață;

b) aplicarea proprietății personale;

c) stimularea întreprinzătorilor particulari și a inițiativei fiecărui individ.

Pe plan social, statul de drept presupune:

d) garantarea tuturor drepturilor și libertăților cetățenești;

e) lichidarea privilegiilor sociale și instituirea unei reale egalități între toți indivizii;

f) asumarea de către stat a responsabilității față de cetățeni și ocrotirea de către acesta a drepturilor și intereselor lor legitime;

g) înfăptuirea principiului conform căruia în viața socială „este permis tot ceea ce nu este interzis expres de lege”, dar și stabilirea statutului guvernanților ce s-ar cuprinde în principiul „se permite tot ce este permis de lege”;

h) elaborarea unei legislații penale și a procedurii penale, care să garanteze exercitarea principiului apărării persoanelor în toate fazele procesului penal și al prezumției nevinovăției;

i) asigurarea respectării Constituției în activitatea de adoptare a actelor normative prin controlul constituționalității legilor;

j) sancționarea încălcării de către organele executive a drepturilor și intereselor persoanelor fizice și repunerea acestora în drepturile încălcate prin contenciosul administrativ;

k) garantarea exercitării căilor de atac împotriva hotărârilor instanțelor judecătorești nelegale sau netemeinice;

l) obligația constituțională a organelor de stat, precum și a tuturor cetățenilor, de respectare strictă a legilor în vigoare;

¹ Cristian Ionescu, *Principii fundamentale ale democrației constituționale*, Lumina Lex, București, 1997, p. 228-229.

În cadrul statului de drept, legea este o formă de exprimare a dreptului, ea trebuie să fie expresia voinței generale. Statul de drept este organizarea statală, în care este asigurată supremația legii, chiar și asupra organelor legiuitoare, în care toate subiectele de drept, inclusiv factorii politici se subordonează legii.

Legea în statul de drept este expresia libertății oamenilor obiectivizată în drept.

Astfel legea întruchipează principiul egalității, care are caracter general al dreptății. Ea protejează interesele acelor care se află dincolo de granița egalității formale (bolnavii, bătrânii, șomerii).

Legea în statul de drept nu este un produs subiectiv al voinței legislativului, ci partea necesară a dreptului, care se creează obiectiv în societatea respectivă⁸. Într-un cuvânt, legea în statul de drept formează antipodul samavolniciei și acțiunea deplină a legii este posibilă numai în condițiile statului de drept.

În statul de drept legalitatea este calitatea de a fi în conformitate cu legea. Principiul legalității cere autorităților administrative să se conformeze în actele lor regulilor de drept prestabilite, iar în cazul ignorării acestora li se pot cere reparații pentru pagubele provocate. Cu alte cuvinte, „legalitatea este chiar rezultatul îndeplinirii conținutului legii”.

La starea de legalitate se ajunge fie prin respectarea unei dispoziții legale de bună voie, din convingere, sau prin aplicarea silită a legii de către forța de constrângere a puterii publice.

Într-un stat de drept, respectarea legii este o cerință esențială a stabilității ordinii juridice și desfășurării armonioase a vieții sociale. Asigurarea legalității presupune ca fiecărui cetățean să i se incumbe datoria de a respecta dispozițiile generale ale legii. De aceea, constituțiile moderne conțin prevederi prin care se stipulează că „nimeni nu este mai presus de lege” și că respectarea legilor reprezintă o îndatorire cetățenească.

Obligația de respectare a legii revine nu numai cetățenilor, ci și autorităților publice și organizațiilor sociale. De altfel, fiecare stat adoptă, între altele, legi referitoare la organizarea și funcționarea unor autorități publice, care stabilesc în sarcina acestora obligația de a respecta Constituția și celelalte legi.

În materie de legalitate, nu este admisă o alternativă pentru obligația de respectare a dispoziției legale¹.

Principiul legalității este respectat în cea mai mare măsură în statul de drept. De fapt, legalitatea este o condiție *sine qua non* a statului de drept. Aici se exprimă în cel mai înalt grad supunerea statului propriilor legi, care exprimă atât interesele statului, cât și pe cele ale societății întregi, ale cetățenilor lui.

¹ *Ibid.*, p. 204.

Codul etic – premisă și rezultat al eforturilor organizaționale de asumare a unor responsabilități etice

Lect. univ. dr. Andreea-Daniela Gangone,
Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești

Organizațiile care consideră că etica este o parte integrantă a conduitei lor își clarifică și își comunică poziția în acest sens prin intermediul elaborării și perfecționării unor coduri etice și a unor norme și regulamente care reglementează comportamentul membrilor lor, din perspectiva principiilor de etică în afaceri.

Practic, societatea pune la dispoziția organizațiilor resursele sale, dar și legile și reglementările care să le ajute în promovarea unui comportament etic față de toate categoriile de parteneri cu care acestea vin în contact în derularea activității. Pe de altă parte, societatea se așteaptă ca organizațiile să-și dezvolte și responsabilități etice proprii, în conformitate cu profilul de activitate.

O astfel de atitudine este argumentată de faptul că o organizație trebuie să asigure, înainte de toate, locuri de muncă sigure și bine plătite, produse și servicii sănătoase și de calitate superioară, la prețuri adecvate cu puterea de cumpărare a consumatorilor și să demonstreze corectitudine și promptitudine în respectarea obligațiilor sale către instituțiile guvernamentale. Mai mult decât atât, astfel de organizații trebuie să acționeze de o manieră prevenitoare și responsabilă față de toți membrii societății, indiferent dacă sunt sau nu implicați direct în activitățile lor.

Din acest motiv, elaborarea unor standarde de conduită sub forma unor coduri a devenit o metodă frecvent folosită pentru a clarifica așteptările minimale în ceea ce privește un comportament acceptabil¹ din partea organizației. Astfel de regulamente sunt menite să crească succesul organizației pe termen lung și să asigure luarea unor decizii care să protejeze mediul economic și social în care organizația acționează.

În esență, un cod etic „este un document scris care evidențiază principiile de conduită ce trebuie respectate în procesul de adoptare a deciziilor în organizație”².

Totodată, codul etic reprezintă și „o declarație organizațională privind normele și credințele unei organizații. Aceste norme și credințe sunt, în general, propuse, discutate și definite de managerii executivi cu vechime din organizație, și apoi sunt publicate și distribuite tuturor membrilor acesteia”³.

Normele etice sunt, de fapt, standarde de comportament care reflectă modul în care membrii organizației trebuie să se comporte într-o situație dată și sunt precizate, de obicei, sub forma unor declarații negative (deoarece este mai ușor să precizezi ce nu au voie să facă membrii organizației, decât să enumeri ce au voie să facă).

Credințele etice sunt standarde de gândire/judecată care reflectă modul în care managerii doresc să gândească membrii organizației. Credințele sunt exprimate, din acest motiv, sub forma unor declarații afirmative, pozitive⁴.

În concepția mea, codul etic reprezintă un standard de comportament alcătuit pe baza experiențelor organizaționale, a valorilor fundamentale predominante în societate, a normelor morale personale care guvernează comportamentul managerilor și a așteptărilor explicite sau implicite ale investitorilor care au inițiat afacerea respectivă.

¹ Carol W. Lewis, Stuart C. Gilman, *The Ethics Challenge in Public Service. A Problem Solving Guide*, Jossey-Bass, A Wiley Imprint, San Francisco, USA, 2005, p. 185.

² L.L. Byars, *Strategic management*, Third Edition, HarperCollinsPublishers, New York, 1991.

³ Larue Tone Hosmer, *The Ethics of Management*, Homewood, Illinois, USA, 1987, p. 153.

⁴ *Ibid.*, p. 154.

Acest standard vizează o mare varietate de aspecte: „drepturile omului și ale muncii; utilizarea forțelor de securitate; mita și corupția, în special în țările în care autoritățile publice nu reușesc să asigure respectarea legală a unor standarde minime; aspectele legate de sănătatea și siguranța utilizării unui anumit produs; standardele de mediu”¹.

Codul etic susține misiunea, vocația și obiectivele organizației prin funcțiile pe care le îndeplinește:

- ❖ Definește valorile fundamentale;
- ❖ Filtrează noțiunile reținute prin experiența acumulată;
- ❖ Difuzează valorile la nivel de angajați, încurajând respectarea unor înalte standarde de comportament;
- ❖ Favorizează utilizarea eficientă a normelor de conduită în acțiunile întreprinse de membrii organizației²;
- ❖ Sprijină procesul de adoptare a deciziilor;
- ❖ Susține identitatea profesională a organizației;
- ❖ Limitează presiunile superiorilor asupra angajaților, întrucât aceștia vor ști ce pot și ce nu pot să facă³.

În opinia mea, una dintre cele mai importante funcții ale unui cod etic este aceea de a crește încrederea publicului și a societății în organizație, prin faptul că reprezintă un angajament explicit al acesteia de a respecta anumite standarde morale în desfășurarea activității sale.

La nivel de organizație, dar și la nivel de sector, au fost stabilite o serie de reguli și norme de conduită care reglementează relațiile dintre membrii organizației și categoriile de persoane cu care aceștia intră în contact. Principiile etice cu cea mai mare frecvență de apariție în standardele de comportament organizațional sunt: onestitatea și integritatea față de salariați, acționari și public; corectitudinea, ce presupune evitarea exercitării abuzive și arbitrare a puterii deținute; preocuparea pentru alții, reflectată în grija pentru salariați și pentru mediu; respectul pentru lege; dedicarea pentru excelență, ce presupune urmărirea constantă a creșterii eficienței; ocuparea poziției de lider prin dobândirea calității de veritabil model de comportament etic; responsabilitatea, prin asumarea răspunderii pentru calitatea etică a deciziilor și pentru omisiuni.

Aceste reguli de comportament generale sunt completate, la nivel de organizație, de o serie de coduri etice organizaționale, coduri ce stabilesc conduita în funcționarea și organizarea internă a oricărei organizații.

Prezentările formale ale politicii organizației și regulamentele scrise sunt foarte importante pentru asigurarea unui climat etic în cadrul acesteia.

Legat de aceasta, sunt specialiști care consideră că în orice organizație ar trebui să existe două coduri etice: unul pentru managementul de top și unul pentru întreaga organizație.

Această opinie derivă din faptul că managerii au responsabilități superioare celorlalți membri ai organizației privind încrederea și onestitatea datorate celor care i-au investit. Un astfel de cod pentru managementul de vârf ar trebui să cuprindă prevederi ca:

- Managerii trebuie să-și exercite funcția cu onestitate și sârguință, urmărind realizarea intereselor organizației;
- Managerii trebuie să fie loiali organizației în orice situație și să pună organizația pe primul plan;

¹ Irina-Eugenia Iamandi, Filip Radu, *etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*, Editura Economică, București, 2008, p. 307.

² Alexandru Puiu, *Management. Analize și studii comparative*, Editura Independența Economică, Pitești, 2004, p. 149.

³ Carol W. Lewis, Stuart C. Gilman, *op. cit.*, p. 191.

- Managerii trebuie să acționeze astfel încât să nu afecteze organizația și să nu intre în conflict cu interesele acesteia;
- Managerii nu trebuie să folosească informații confidențiale în scopul obținerii unor câștiguri personale;
- Managerii trebuie să respecte standarde înalte de conduită personală¹.

De asemenea, codurile etice destinate tuturor angajaților dintr-o organizație ar trebui să cuprindă directive clare referitoare la respectarea procedurilor și principiilor etice agreate în firmă, la neacceptarea de cadouri, indiferent de forma pe care o îmbracă acestea, de la clienți efectivi sau potențiali, și la promovarea unei conduite corecte și prevenitoare față de societate, în general.

Indiferent de valorile pe care le promovează, însă, un cod etic nu are, în sine, capacitatea de a convinge toți membrii organizației să-și asume standardele și principiile etice selectate de management, deoarece²:

- *Nu este posibil să cuprinzi, în mod diferențiat, într-un cod etic normele și credințele specifice tuturor grupurilor interesate în activitatea organizației, fără a leza interesele niciunuia.*

Formularea codurilor etice în termeni generali poate conduce la o înțelegere incompletă sau incorectă a prevederilor lor de către angajați și generează, în percepția marelui public, opinia că sunt simple declarații frumoase menite să îmbunătățească imaginea organizațiilor respective.

În plus, codurile sunt percepute, adesea, ca fiind documente ce stabilesc numai reguli minimale privind un comportament acceptabil în grupul social în care au fost elaborate, când, de fapt, acestea ar trebui să stabilească veritabile standarde de comportament care să încurajeze formarea unui stil de viață tot mai etic.

- *Codul etic nu stabilește priorități, respectiv ordinea în care ar trebui respectate normele și credințele, unele în raport cu celelalte. Practic, prioritățile sunt adevăratele valori ale organizației, iar codul etic pur și simplu nu le include.*

În opinia mea, rolul unui cod etic este de a forma modele de gândire și atitudini care, odată înțelese, asumate și respectate, vor conduce la formarea modului general de comportament așteptat de managerii care l-au elaborat.

- *Standardele etice sunt dificil de stabilit, comunicarea acestor standarde nu este întotdeauna clară, iar monitorizarea activităților unei organizații complexe este o sarcină aparent imposibilă.*

Din acest motiv, simpla elaborare a unui cod etic nu conduce, în mod automat, la rezolvarea tuturor problemelor și a dilemelor etice. Dacă regulamentele și codurile etice din organizație nu rămân la un nivel formal, ci sunt legate de modul curent de operare și de sistemul de recompense, ele conduc, de cele mai multe ori, la consolidarea unui climat etic în afacerea respectivă³.

- *Codurile etice sunt valoroase numai în măsura în care toți membrii organizației le respectă. Dacă managerul nu acordă importanță codului etic sau îi încalcă prevederile pe motiv că lui, în calitate de manager, nu i se aplică, nici angajații nu îl vor respecta.*

Din acest motiv, managementul de vârf din organizație trebuie să respecte normele morale cunoscute în toate situațiile, întrucât, prin puterea exemplului personal, va induce în rândul angajaților siguranța că, acționând la fel, nu vor exista consecințe negative în ceea ce îi privește.

¹ Arthur Clarke, *Solving your company's corporate governance issues*, Financial Times, Pitman Publishing, London, 2004, p. 96.

² Larue Tone Hosmer, *The Ethics of Management*, Homewood, Illinois, USA, 1987, p. 154.

³ Gary Johns, *Comportament organizațional*, Editura Economică, București, 1998, p. 410.

Cu alte cuvinte, managerii trebuie să-și îndeplinească sarcinile mai puțin ca urmare a constrângerii externe generate de existența unui cod etic, și mai mult ca urmare a autoconvingerii decurgând din standardele morale personale.

Dar acest deziderat presupune un management capabil să-și asume, în mod curajos, responsabilitatea pentru deciziile etice adoptate, mai ales când acestea au consecințe controversate din punctul de vedere al interesului economic îngust.

- *Codul etic nu poate acoperi toate situațiile și nu garantează respectarea tuturor normelor etice. Din acest motiv, crearea, popularizarea și îmbunătățirea continuă a codului etic ar trebui să constituie unele dintre acțiunile obișnuite pe care le întreprind managerii pentru a asigura un loc de muncă etic.*

Codurile etice prea rigid implementate sunt coercitive, reduc flexibilitatea managementului și restricționează opțiunile practice. Pe de altă parte, codurile etice neimplementate, folosite doar pe post de declarații frumoase în cadrul politicii de relații publice a organizației, reprezintă un mesaj organizațional slab – sunt doar niște hârtii acoperite de platitudini¹.

Din acest motiv, este necesară *implementarea codurilor etice* de o manieră care să rezolve aceste probleme și care presupune parcurgerea următoarelor etape:

1. *Distribuirea codului etic* către angajați, către unitățile membre și către partenerii organizației.
2. *Asistarea angajaților* în efortul lor de a interpreta și înțelege prevederile codului etic și rolul acestuia.
3. *Precizarea rolului managementului* în procesul de implementare a codului etic.
4. *Informarea angajaților* privind responsabilitatea lor de a înțelege codul etic.
5. *Stabilirea procedurilor corectoare.*
6. *Stabilirea unei declarații finale*, care să ofere o concluzie privind importanța și utilitatea codului etic².

Paradoxal, uneori existența unui cod etic poate să genereze mai mult rău decât bine, deoarece poate crea un fals sentiment de securitate la adăpostul căruia, de fapt, să fie încurajate încălcările principiilor sale.

Pentru a se diminua acest risc trebuie să se țină cont de faptul că transferarea eficientă a principiilor înscrise în codurile etice în realitatea vieții organizaționale solicită asimilarea lor în mediul cultural, în comportamentele culturale, printr-o serie de acțiuni inițiate, cel mai adesea, de manageri:

- *Formularea cât mai clară a codului de conduită în afaceri* și folosirea lui în situații concrete, în scopul încurajării comportamentului moral al angajaților;
- *Inițierea unor programe de pregătire* în spiritul normelor etice promovate de firmă în afaceri;
- *Definirea clară a obiectivelor individuale*, astfel încât acestea să nu nască ambiguitate sau să solicite angajaților sarcini imposibile, situații care i-ar împinge spre comportamente neetice;
- *Menținerea unei înalte etici în comportamentul managerilor* ca exemple pentru angajații firmei;
- *Promovarea eticii în procesele de evaluare a performanțelor personalului;*
- *Dezvoltarea unor mecanisme motivaționale și de comunicare*, care să încurajeze angajații în promovarea unei conduite corecte în afaceri³.

¹ Carol W. Lewis, Stuart C. Gilman, *op. cit.*, p. 185.

² G. Dessler, *Management. Principles and practices for tomorrow's leaders*, International Edition, by Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2004, p. 35.

³ Eugen Burduș, Gheorghița Căprărescu, *Fundamentele managementului organizației*, Editura Economică, București, 1999, p. 207.

În acest fel, etica se va regăsi în componentele culturii organizaționale și, în măsura în care aceasta din urmă este asimilată și acceptată de angajați, va căpăta forța de care are nevoie pentru a se face simțită în adoptarea oricărei decizii și în orice comportament, fie el formal sau informal.

În plus, o cultură organizațională care promovează etica în afaceri și care este în acord cu așteptările angajaților va conferi sensul de veritabilă misiune afacerii respective.

În final, indiferent care este opinia investitorilor și a managerilor în acest sens, este evident că preocuparea pentru asimilarea unor responsabilități etice în sfera afacerilor nu mai poate fi ignorată și că numai organizațiile etice și responsabile își pot planifica cu succes viitorul pe termen lung.

Abstract:

The issues of ethics have been approached since ancient times and were the basis for the formation of some rules and some life styles. In the recent decades, however, in the field of international economic affairs the need to establish some ethical criteria and standards to guide the ethical behavior of managers and employees in carrying out their professional activities has been manifested in a pregnant way.

For this reason, the development of some conduct standards in the form of some codes has become a frequently used method to clarify the minimum expectations regarding an acceptable type of behavior from the organization.

To the extent in which they are properly implemented, the ethical codes and standards contribute to the growth of the organization's economic success, especially in the long term, and they facilitate the adoption of some decisions with a positive impact on the economic and social environment in which the organization operates.

Bibliografie:

1. Burduș E., Căprărescu G., *Fundamentele managementului organizației*, Editura Economică, București, 1999
2. Byars L. L., *Strategic management*, Third Edition, HarperCollinsPublishers, New York, 1991
3. Clarke A., *Solving your company's corporate governance issues*, Financial Times, Pitman Publishing, London, 2004
4. Dessler G., *Management. Principles and practices for tomorrow's leaders*, International Edition, by Pearson Education Inc., Upper Saddle River, New Jersey, 2004
5. Lewis C. W., Gilman S. C., *The Ethics Challenge in Public Service. A Problem Solving Guide*, Jossey-Bass, A Wiley Imprint, San Francisco, USA, 2005
6. Hosmer L. T., *The Ethics of Management*, Homewood, Illinois, USA, 1987
7. Iamandi I.-E., Radu F., *Etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*, Editura Economică, București, 2008
8. Johns G., *Comportament organizațional*, Editura Economică, București, 1998
9. Puiu Al., *Management. Analize și studii comparative*, Editura Independența Economică, Pitești, 2007

Considerații despre procesul verbal de contravenție și prezumția sa de legalitate

Avocat Andreea Dana Dumitrescu

În cele ce urmează mi-am propus să tratez câteva 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 constatatator”, 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. 2/2001, plângerea împotriva procesului verbal de contravenție și de aplicare a sancțiunii trebuie făcută în termen de 15 zile de la data înmânării sau a comunicării acestuia și ea se depune la organul din care face parte agentul constatatator. 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, procese 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 speță 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. 2/2001. 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.

O dată 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 bucura 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 a pronunțării unei sentințe corecte, limita raționamentului de mai sus putând fi depășită, în unele cazuri acest lucru fiind chiar recomandat.

De curând, această 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 care Curtea, prin hotărârea din data de 4.10.2007, își exprima în mod foarte clar punctul de vedere cu privire la acest aspect.

În speța citată mai sus, Curtea consideră 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 considerare 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.

Keywords: admission, authority, article, court, competent, contestation, conclusion, contraventional, Civil Code, government, infringement report, infringer, law, legality, nullity, order, opinion, penalty, presumption, right, trial.

Bibliografie:

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

Student – Focused Learning versus Teacher – Focused Learning - A Problem of the Romanian Higher Education System -

**Lect. univ. dr Sebastian Ene, Lect. univ. dr. Laura Panoiu
Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești**

**A study financed through Romania's National Plan for Research, Development and
Innovation: *Developing academic interdisciplinary research to support Romania's universities
competitiveness at international level* (Code: 91-058/2007/ANCS/CNMP)**

Starting with the 80's, important European universities have dealt with this problem by orienting the educational process to the student, to their competences and abilities.

What is student-focused learning? At first sight the answer to this question is relatively simple: the results obtained at the end of the educational process that is a strong concentration on achieving abilities and skills that will allow the student to approach the problems in his occupational area professionally and without encountering any difficulties. To accomplish this, students must be actively involved in the process of learning and developing their competences and abilities.

In what the teaching and learning methods are regarded, the teacher possesses a series of methods and activities that can help him focus the educational process on the student: role plays, entrepreneurial activities, exercise companies, case studies and real scenarios, SWOT analyses etc. Thus, they develop the student's ability to identify certain problems, to search responses and to face various real-life situations. In one word, he develops his abilities, acquires competences and learns from real-life situations. In the approach focused on the student, the teacher must perform a variety of roles, accelerate the learning process, while the assessment emphasizes the competences acquired by the student. The teacher practically operates like a manager that together with his team (the students) carries out a project that could lead to exceptional results.

Consequently, he administrates the way in which the student learns, he helps students in understanding the learning process and in acquiring competence. He acts like a counselor who is guiding students to obtain performance. On the other hand, the role of the student has changed. He has become much more responsible, he is active in planning his learning process, he sets strategic objectives, and he finds his own self-assessment methods.

This entire process is developed according to his rhythm. Thus, students become active, they get more involvement in the learning process and applies a larger variety of abilities.

In order to reach these objectives, the course must be less specific and the assessment must be diversified. The teacher should identify the adequate teaching methods, the evolution of the activity during the course and the seminar, so that the student could be interested and operative. He should also conceive some evaluation methods that could emphasize best the abilities acquired by the student (continuous evaluation, case studies, analyses).

On the other hand, there is teacher-focused learning. This type of traditional education has nothing in common with the educational process through which the student gets competence. Traditional education emphasizes the teacher's role in the educational process; the teacher uses his academic abilities, clearly defines his course, without involving the students actively in its planning. We strongly confirm the idea of continuous teaching, without involving and attracting the students in learning. They have a passive attitude, with no possibility to develop their intellectual abilities and capacities. The assessment is written, with imposed subjects that show the capacity of memorizing and not his synthesis capacity.

If in the case of student-focused learning, learning environments are mixed (formal and informal), in the case of teacher-focused learning, the learning environment is strictly formal,

official, with no professional interaction between the teacher and the student. Students pay attention to the practical activities presented by the teacher without getting too involved in solving them, while in the case of the student-focused learning, they participate at practical activities that really develop their abilities and competences. The volume of theoretical information becomes less important and cognitive, practical and interpersonal abilities increase in number.

The educational process must be based upon previous educational experience and acquisitions in order to make sense. The student must acquire a series of learning abilities starting with his first years of study. These abilities are improved in highschool, and during the university years of study all competences and abilities will give him the possibility to face some real-life situations. Thus, he is prepared to get a job in a company with no difficulty or fear that he could not face the challenges of the respective job.

To reveal the general framework of the orientation in the higher education, without generalizing, the authors have made a survey among teachers and students that undergo the economic profile.

A number of 24 teachers and 72 students participated in it. The surveys intended to come out with the orientation of the didactic process. Therefore, teachers (tutors, assistants, lecturers, senior lecturers and professors) answered a set of 14 questions regarding: the way in which they considered the discipline they taught/seminarized, their preferences for certain types of exams, the importance of practical activities for the final mark of the student, the learning methods they used etc.

In what the teachers' perception of the discipline is regarded, they said that these are fundamental disciplines with an essentially practical character (58%), specialty disciplines with a practical character (36%), and the rest of 6% are fundamental disciplines with an essentially theoretical aspect. As a result of this feed-back we may say that economic disciplines greatly allow students to develop their competences and abilities.

The problem here is that many students do not succeed in acquiring that knowledge and competence that could allow them to successfully face all real practical challenges at their job.

A possible explanation could be the way of examining students and also the teaching and learning methods used by teachers.

When asked, teachers affirmed that they use traditional methods of examination (written examination) in 80% cases and oral examination in 12% cases, continuous assessment methods for 6% and modern means (portfolios, projects, SWOT analyses) for 2%.

But all these teaching and learning methods that teachers use do not completely intensify the student-focused learning process. Teachers use a mix of traditional and modern methods mainly based on teaching and examinations, and less focused on debates, role plays, group activities, and entrepreneurial activities which lack completely. They say that they cannot apply modern methods as students register a shortage of information from highschool, and most of them have not encountered such methods so far. We may say that one of the fundamental principles of student-focused learning is not obeyed, that is previous educational acquisitions.

The student-focused educational process does not get enough support during the seminar either, meaning that for the final mark the seminar contributes with 40 % in one case only, 30% in 82% cases and less than 25% for the rest of them.

Student-focused learning leads to developing cognitive and practical abilities that are acquired mostly during the seminar, so we can say that from this point of view is not urged or stimulated to become active, to involve himself in the learning process and obtain practical abilities, as he is evaluated and appreciated for the information volume, most of the times theoretically-memorized.

Not even applicative research carried out by the teacher does not help students, as they are not involved in activities that could develop their practical abilities. All the respondent teachers said they develop research applicative activities, but, only in one case, students become involved one way or another in the respective activity.

Still, we have to observe that teachers acknowledge the importance of student-focused learning and that this is the only solution to quality higher education.

The results of the study reveal contradictory aspects regarding the students' way of understanding modern educational processes.

All respondents say that they wish to acquire practical competence and abilities during the university-related training process, but they do not want to be actively involved in it. Most of them want to have the lecture as a teaching activity, in which the students listen, write down the information and memorize it (90%), and only 10% of the students would actively involve in the didactic process. At the same time, a part of them complain about the theoretical part of the course and the seminar (25%), which do not allow them to acquire any competence or abilities. They also complain that they are rarely asked for an opinion about the management of the course or the seminar, such as establishing various topics, projects and essays together with the teacher, who mainly imposes all these things on them.

Not even student-focused activities determine them to get more active, and 85% of them say that they have been informed about such activities but they did not attend the respective activities during their studenthood from different reasons.

The conclusions could be the following:

- Student-focused learning represents a viable solution that could lead to performance improvement in universities and to quality increase in higher education.
- The above-mentioned method presents a series of advantages such as: students' motivation, efficiency in the learning process, cognitive development, development of practical abilities, good integration on the labour market, multiple satisfactions.
- Teachers are aware that they should change their orientation and that the central figure in the didactic process is the student.
- Teachers know methods and techniques that could activate the student, involve him in multiple activities, but they also talk about the discrepancy between the teacher's desire and the practical possibilities of implementing these methods.
- Students do not commit themselves in the research activity, in analyses, role plays, entrepreneurial activities, on one hand, because they are not stimulated well enough, and on the other hand, because they were not used with such activities in their previous training cycles.

We consider that this study investigated only a limited amount of the problems facing the didactic process, respectively student-focused learning versus teacher-focused learning, as there are multiple other problems. But, they can be solved so that the quality of higher education could be equal to the education of those countries that have oriented their processes to the student long before us.

Abstract:

The orientation of the Romanian higher education system is still confusing. There are miscellaneous ongoing debates regarding its performance and the quality of the didactic process. Most of the times, the business environment considers that a part of the university graduates do not have the necessary training to face the employer's requirements. Naturally, here comes the question: what are the causes that lead to the emergence of such situations? We consider that one of the problems in the Romanian higher education system based on the didactic process is the orientation of learning (student-focused learning or teacher-focused learning).

Keywords:

Higher education, learning methods, objectives, educational experience.

References:

- Cerghit, Ioan, *Metode de învățământ*, Ed. Polirom, Iași, 2006
Ionescu, C., *Strategii de predare și învățare*, Ed. Științifică, București, 1992
www.ldrc.ca/projects/miinventory/miinventory.php
www.vark-learn.com
www.hayresourcesdirect.haygroup.com
****Învățarea activă - Ghid pentru formatori și cadre didactice*, București, 2001

Contravenții și infracțiuni prevăzute de Legea nr. 31/1990

Lect. univ. dr. Mirela Popescu, Prep. univ. Raluca Gherghina
Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești

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

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 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”.

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.

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.

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 obligațiunilor 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 asociaților 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 pedeapsa 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 asociaților 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.

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

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 acelor 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.

Se pedepsește cu pedeapsa 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.

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.

JUVENTUS

SELECȚIE DE LUCRĂRI SUSȚINUTE DE STUDENȚI LA SESIUNEA DE
COMUNICĂRI A UNIVERSITĂȚII „CONSTANTIN BRÂNCOVEANU”, MAI 2009

Mitul – formă străveche de comunicare

**Dr. Ionel Tălpău, masterand, anul I Marketing,
Facultatea Management - Marketing în Afaceri Economice Brăila
Coordonator științific: Conf. univ. dr. Elena Enache**

„[...] mitul este un act de creație autonomă a spiritului;
prin acest act de creație se efectuează revelația, iar nu
prin materia sau evenimentele pe care le folosește.”

Mircea Eliade

Mitul, ca formă de expresie culturală, explică originea lumii și impune un comportament exemplar desemnând prin conținut și notificând prin formă, experiența mitică continuând să fie o coordonată, uneori esențială, a culturii, chiar și după depășirea stadiului de primitivitate. Primele culturi mari – de pildă cea greacă sau cea romană – sunt în mare măsură culturi mitologice, caracteristica definitorie a primelor creații spirituale fiind unitatea originară colectivă a gândului filosofic și a celui poetic, când basmele și poezia constituiau moduri de viață și nu forme de literatură.

Ulterior, filosofia și poezia se vor constitui în forme distincte de explicare, de construire a universului uman, dar intercondiționarea lor în cunoașterea și asimilarea spirituală a lumii va exista întotdeauna în istoria culturii, cu deosebire în epocile aurale ale creației, materializată în mit ca *model de comunicare poetico-filosofic* al umanului. În accepția sa de astăzi, mitul nu trebuie separat tranșant de faptul istoric, de actul poetic sau de experiența religioasă, aspecte ce presupun în sine comunicarea, acesta constituindu-se „ca un fel de mod de existență și de gândire, capabil să mențină realitatea evenimentelor [...], dar transferând-o pe un alt plan al conștiinței, care va putea fi pe rând mistic, alegoric, tautegoric etc.”¹.

Circulația dinamică a creației mitice, continua să oscileze între individual și social statornicește, așa cum vom vedea ulterior, un *feed-back comunicațional* în virtutea căruia omul, permanentizat ca unică „sursă energetică anti-entropică” – după expresia lui H. Wald² – se află în lume nu ca spectator, ci ca o existență care constituie punctul de întâlnire al lumii exterioare și al celei interioare la nivelul comunicării, ființa cea mai profundă existând în conformitate cu ritmul eternei reîntoarceri.

Născându-se dintr-o dorință de confesiune, de destăinuire, a eu-lui interior al individului, mitul nu se poate realiza ca valoare decât servind idealurile de comunicare, de înțelegere între oameni, vizând sfera afectivității și nevoia individului de autocunoaștere și autoexprimare. Din acest punct de vedere, creația mitică apare ca un dialog între *omul fictiv* al mitului „omul din mit pentru care a face înseamnă întotdeauna a reface [și care - n.n.T.I.], nu cunoaște decât o realitate globală, a cărei inițiativă radicală nu-i aparține, și în care se asociază strâns natura și supranatura”³ și *omul concret* al vieții social-istorice, „un om real ce se descoperă dependent

¹ Gillo Dorfles, *Estetica mitului*, traducere de Sanda Șora, Editura Univers, București, 1975, p. 73.

² Henri Wald, intervenție la dezbaterile *Arta în lumea contemporană*, în revista „Arta”, nr. 4-5, 1971.

³ George Gusdorf, *Mit și metafizică (introducere în filozofie)*, traducere de Lizuca Popescu-Ciobanu și Adina Tihu, coordonator traducere Maria Țenchea, Editura Amarcord, Timișoara, 1996, p. 29.

de un sistem de evidențe, de un limbaj și de o comunitate, care îl dezbracă de orice pretenție la o suveranitate abstractă”¹, mitul privilegiindu-se în latura sa de formă a vieții imaginare.

În acest sens, nu putem pune la îndoială teoria lui Roland Barthes conform căreia mitul se definește ca un complex sistem de semnificație ce, întrupându-se într-o „formă” și transmițând un mesaj, realizează o comunicare². Omul arhaic comunică cu lumea: „dacă lumea îi vorbește prin astre, animale, plante, râuri, sori, anotimpuri și nopți, omul îi răspunde prin vise, viață imaginară.”³. Este, am putea spune, teoria informației aplicată creației mitice în care primul (omul fictiv) este *emițătorul* (creatorul), iar celălalt (omul concret) *receptorul* (contemplatorul), creația mitică fiind doar unul dintre canalele de comunicație prin care circulă imaginile și metaforele societății, o comunicare *sui-generis* a unei complexități umane de trăiri. Altfel spus, între om și lume are loc o comunicare biunivocă, un neîncetat transfer de forme, prin creația mitică, omul arhaic reactualizând evenimentele primordiale, participând la Ființă, la Sacru, la realitate. Mesajul, „textul” mitic ca atare, se realizează printr-un cod ce nu se situează doar în planul social al activității de schimb, ci și în planul structurilor profunde, acolo unde stau miturile, religia, arta.

În această idee, punând pe același plan și într-o asimilare reciprocă fenomenele pur fizice ale comunicării, precum și aspectele estetice ale acesteia, ni se impune atenției o dublă perspectivă asupra complexului semnificativ emițător-receptor. Prima constă în aceea că punctul de început al mitului îl constituie omul creator (emițătorul, *omul fictiv*) din ale cărui idei trăiesc și se descifrează pe ei înșiși ceilalți indivizi (receptorii, *omul concret*). Conform acestei accepții, creația mitică nu se poate zămisli decât din intimitatea aspirațiilor înfăptuitorului ei, omul creator dând expresie universului său interior devenindu-și astfel sieși obiect. Lumea complexă a mitului presupune taina interiorității umane, a conștiinței artistice individuale ce folosește o simbolizare de gradul doi (prin analogie cu ceea ce înțelege Umberto Eco⁴ prin deschidere de gradul doi) ca metodă de creație exprimând libertatea mijloacelor de expresie.

Căutând a explica și a releva specificul semnificației complexului emițător-creator, din punctul de vedere al creației mitice, ni se impune atenției cea de a doua perspectivă conform căreia mitul, ca finalitate socio-culturală, nu-și poate dezvălui misterul decât în contact nemijlocit cu receptor-contemplatorul său (*omul concret* al vieții istorice). În conformitate cu această accepție, creația mitică, ca și „virtutea” în filosofia lui Socrate, contribuie la „purificarea” personalității contemplatorului și la proiectarea acestei „personalități pure” în lume doar atunci când contemplatorul o simte ca pe o realitate interioară lui. La acest nivel, contemplatorul creației mitice se regăsește pe sine călătorind cu gândul prin orizontul de lumină socială al mitului, participând la destine omenești, *omul fictiv* comunicându-i *omului concret* simbolurile unor elemente de natură comună care să facă posibilă destăinuirea, confesarea.

Într-o astfel de viziune, contemplatorul poate avea față de creația mitică atitudini diferite: una când *omul concret* se regăsește în *omul fictiv* al mitului prin orizontul trăirii și al pasiunii, alta când mitul îi apare doar ca o acumulare de cunoștințe și informații. Prima, să o numim artistică, constituie expresia unei intimități individuale comune ce presupune prioritară regăsirea de sine a receptorului (contemplatorului) în exprimarea de sine a emițătorului (creatorului) prin participarea dinamică a celui dintâi la aventura mitică.

Cea de a doua, numită atitudine culturală (numai din rațiuni strict formative) vizează informarea receptorului (contemplatorului) asupra valorii mitului în tezaurul unei culturi. Din acest considerent, dacă în atitudinea artistică întâietate avea conștiința individuală, în atitudinea culturală receptorul (contemplatorul) are acces la creația mitică prin prisma dimensiunii sociale a conștiinței sale.

¹ *ibidem*, p. 187.

² Roland Barthes, *Mitologii*, traducere, prefață și note de Maria Carpov, Institutul European, Iași, 1997.

³ Mihai Coman, *Mitos și epos*, Editura Cartea Românească, București, 1985, p. 37.

⁴ Umberto Eco, *Opera deschisă. Formă și indeterminare în poeziile contemporane*, ediția a II-a, traducere și prefață de Cornel Mihai Ionescu, Editura Paralela 45, Pitești, 2002.

Dezvoltând raționamentul de mai sus, putem aprecia că atitudinea comunicativă se face ecoul *omului fictiv* al mitului regăsit la nivelul *omului concret* al societății sau, altfel spus, mitul presupune o atitudine participativă, creatoare din partea contemplatorului, subliniindu-se caracterul „deschis” al acestuia, orice receptare a mitului având într-o măsură sau alta un caracter creator. „Povestea [mitică – n.n.T.I.], aprecia Heinrich Zimmer, ajunge direct la ascultător printr-un apel la intuiția acestuia, la imaginația sa creatoare.”¹ Conform acestei teorii, mitul, în general, nu reprezintă o construcție finită, pe deplin articulată în toate componentele ei. Semn al vieții spirituale a individului creator, el (mitul) ni se prezintă deschis oricărei receptări și interpretări. Aici se impune a sublinia faptul că multitudinea de interpretări posibile ale unui mit nu decurge din pura subiectivitate a contemplării spontane sau din nefinalizarea lui, ci din profunzimea și amploarea internă a relațiilor lui cu lumea socială, cu sentimentele și aspirațiile omului creator, mitul redând sunetul interior al unei ființări spirituale.

Desigur, coparticiparea creatoare a contemplatorului, invocată mai sus, nu trebuie înțeleasă în sens exhaustiv de noțiune științific fundamentată, ci, mai degrabă, ca o metaforă în cadrul căreia se exprimă cu pregnanță orientarea lăuntrică a mitului spre efectul comunicativ. Emițătorul (creatorul, *omul fictiv*) nu exprimă pur și simplu concepția sa despre viață, ci o exprimă, astfel încât să producă asupra receptorului (contemplatorului) de mit o impresie cât mai puternică. Această particularitate a mitului reprezintă un atribut intrinsec al conținutului și formei iar introducerea emoțiilor și ideilor receptorului (*omul concret*) în creația mitică exercită, în cele din urmă, un efect deosebit asupra lui însuși, omul concret nepreocupându-se în mod intenționat de elaborarea unor procedee narative. De abia acum, sub noua înfățișare, mai completă și mai concretă (cu toate că nici acum concretețea nu este deplină), mitul, împreună cu completările, modificările și denaturările suferite, devine obiectul percepției și „delectării” comunicative.

Această identificare emițător-receptor în interiorul unei aceleiași individualități, la nivelul creației mitice, se petrece în contextul a ceea ce Titu Maiorescu numea în *Criticile sale* (preluând din filosofia germană) „uitarea de sine” ca stare de spirit. „Uitarea de sine” apare, potrivit convingerii lui Roger Caillois, ca un fel de instinct ce polarizează „ființa spre o existență mărunță care, la limită, n-ar mai cunoaște nici conștiință, nici sensibilitate”². Situația prezentată se manifestă atât în momentul emiterii, cât și în cel al receptării creației mitice. În primul caz apare ca o condiție a identificării emițătorului (*omul fictiv*) cu mitul, iar în cea de a doua ipostază identificarea are loc la nivelul mit-receptor (*omul concret*). Prin „uitarea de sine” emițătorul se detașează de tot ce s-ar interpune între el și creația sa (comunicarea în sine), cauza operei sale aflându-și originea în însăși conștiința de sine a emițătorului-autor, conștiință a prea-plinului existențial de factură materială sau spirituală, naturală sau socială, imaginară sau reală, ideatică sau afectivă. Condițiile naturale, sociale, culturale, etnice sunt sau pot fi exprimate în creația mitică parțial sau în totalitate, în acord sau nu cu voința emițătorului, influența majoră având-o determinațiile sociale în virtutea cărora se definește *omul fictiv* al mitului ca personalitate umană complexă, adică omul ca ansamblu al relațiilor sociale.

Prin profunzimea umană a expresivității creației mitice, omul creator (emițătorul) dă glas unui inexprimabil comun general, ridicându-se la statutul de mesager al unei colectivități. Dacă ar fi doar o simplă exprimare a unei conștiințe individuale, singulare, creația mitică nu ar putea implica participarea contemplatorului (receptorului) ei, a *omului concret* al vieții social-istorice, și s-ar limita doar la o expunere (comunicare), mai mult sau mai puțin documentată, a „biografiei spirituale” a individului creator. În această ipostază omul-emițător, dând expresie artistică unor esențe ale omenescului (idei, sentimente, stări de spirit, atitudini), tinde a se

¹ Heinrich Zimmer, *Mituri și simboluri în civilizația indiană*, editor Joseph Campbell, traducere de Sorin Mărculescu, Editura Humanitas, București, 1994, p. 43.

² Roger Caillois, *Mitul și omul*, traducere de Lidia Simion, Editura Nemira, București, 2000, p. 85.

destăinui, mitul căutându-și conținuturi în conștiința receptorilor săi. De altfel, în virtutea principiului co-participării creatoare la mit și a existenței în colectivitate, „miturile oferă un spațiu comun, care poate fi împărtășit de public [receptor - n.n.T.I.] și de artist [emițător - n.n.T.I.]. Nici artistul, și nici publicul nu pot exista în absența acestui spațiu, iar în interiorul lui nici unul nu-l poate domina pe celălalt¹.

Așa cum *omul fictiv* (emițătorul) dizolvă în ființa sa creația mitică, *omul concret* (receptorul), parcurgând-o, o reînsuflește cu universul propriei sale conștiințe. Astfel, pe alte căi, în alte situații și cu alte mijloace, receptorul reparcurge actul creației, propriul său univers de sensibilitate și cugetare confundându-se cu orizontul mitului și devenind rațiunea lui de existență vie, individuală.

Pornind de la postulatul *uitării de sine*, evidențiem faptul că atât *omul fictiv* al creației mitice, cât și *omul concret* al vieții comune, în calitate de co-emițător, nu sunt interesați decât de exprimarea autentică a sinelui lor, instituind, la nivelul creației mitice, o culme a egoismului. La o lectură superficială supoziția pare a fi adevărată, dar, în esența ei, este cum nu se poate mai falsă; falsă pentru că, după cum însăși expresia o spune, în mit, atât în faza de emitere cât și în cea de receptare, omul „se uită pe sine”, face abstracție de însăși condiția sa de individ. Aceasta semnifică că „uitându-se pe sine”, omul, emițător și receptor deopotrivă, găsește în creația mitică esențe ale umanului care, odată exprimate, se arată a fi comune unei colectivități. „Într-adevăr, în mit poate fi sesizată cel mai bine, pe viu, înțelegerea secretă dintre postulatele cele mai tainice, cele mai virulente ale psihismului individual și necesitățile cele mai stringente și mai tulburătoare ale existenței sociale”². Prin creația mitică omul trăiește, gândește și comunică întotdeauna pe un altul, trăiește, gândește și comunică *alteritatea* ca și cum și-ar trăi, gândi și comunica propriile aspirații, dorințe, întrebări și neliniști.

Din analiza celor de mai sus, se pot distinge unele aspecte ale conceptului de alteritate, ce comportă implicații comunicaționale la nivelul mitului, sintetizate în: nevoia de Celălalt (situația individului), calea către Celălalt (acordul, conflictul), prevederea (meditația stimulativă și speculativă), aflarea (comuniunea), ipostaze ale Celuilalt. Această *gândire-de-altul*, proprie mitului, se manifestă cu predilecție în cadrul unei opoziții de esență în care, grație unui diptic constant, fiecare din cele două componente, cea a spiritului (comunicarea verbală), pe de o parte, și cea a inimii (comunicarea gestuală), pe de altă parte, încearcă mereu, dar zadarnic, să se excludă reciproc.

Egoismul menționat mai sus este, de fapt, un fals egoism, o stratagemă prin care mitul reușește să ne atragă spre altruismul său existențial, să ne proiecteze în social, în istoric, în general-uman, dându-ne, în același timp, impresia delimitării și retragerii în „eul” nostru intim și instituind cadrul logic intern al lui *deoarece-mă-interesează*. Conform acestei logici, spre deosebire de trăirile biologice sau psihologice, trăirile impuse de creația mitică nu sunt simple *trăiri-de-sine*, ci *trăiri-de-altul*, sunt un fel de reflex al exteriorității sociale față de interioritatea umană în care comuniunea spiritelor se realizează în forma vie a includerii ființei ideale, a conștiinței altuia, în propria noastră ființă și conștiință.

Fiind o exprimare a unei conștiințe individuale, demersul mitic constă, așadar, într-o situație în perspectivă a diverselor informații furnizate de viața însăși, perspectivă înăuntrul căreia se zărește profilându-se unitatea relațională a unei existențe eliberată de inevitabilele riscuri și redată propriei sale coerențe. Este necesar, totuși, a nu se vedea în mit simpla reprezentare a unei meditații interioare, ca în mitul *Miorița*, și nici amprenta pe jumătate ștearsă a unui extaz inefabil, ca în mitul *Meșterul Manole*, punct de vedere din care admitem că mitul face parte din experiența cea mai intimă, înscriindu-se pe traiectoria descoperirii și comunicării unei perspective adevărate asupra ta însuși, asupra vieții, asupra oamenilor.

¹ Dabney Townsend, *Introducere în estetică*, Editura All Education, București, 2000, p. 234.

² Roger Caillois, *op. cit.*, p. 9.

Abstract

This paper is planned, as the title suggest, to explain some terms we will discuss, as well as to established an operational connection between them. If we accept that myth can be considered a rationalization of the action with a view to security, solidarity and cohesion of the social structures, and if we saw in it a historical phenomenon as an expression of human problems that evolved in time, we would be able to talk about its role of justifying the human action and adjusting the existence of community.

The mythic creation represents, under the auspices of the individual and collective mind, a "findings", as a recollection or as an aspiration, of the concrete man (receiver, contemplator, public) in the fictions man of the myth (transmitter, creator), the human dimension that it includes oscillating between idea and feeling. The mythic creation offers an organized representation about the world, gives good reason for a certain social order, reminding us of the sacred origin of the institutions that rule it. Consequently, it cannot be searched alone, apart from the human problems or the social life.

Bibliografie

1. Barthes, Roland, *Mitologii*, traducere, prefață și note de Maria Carpov, Institutul European, Iași, 1997.
2. Caillouis, Roger, *Mitul și omul*, traducere de Lidia Simion, Editura Nemira, București, 2000.
3. Coman, Mihai, *Mitos și epos*, Editura Cartea Românească, București, 1985.
4. Dorfles, Gillo, *Estetica mitului*, traducere de Sanda Șora, Editura Univers, București, 1975.
5. Eco, Umberto, *Opera deschisă. Formă și indeterminare în poeticile contemporane*, ed. a II-a, traducere și prefață de Cornel Mihai Ionescu, Editura Paralela 45, Pitești, 2002.
6. Gusdorf, George, *Mit și metafizică (introducere în filozofie)*, traducere de Lizuca Popescu-Ciobanu și Adina Tihu, coordonator traducere Maria Țenchea, Editura Amarcord, Timișoara, 1996.
7. Townsend, Dabney, *Introducere în estetică*, traducere de Germina Nagăț, Editura All Educational, București, 2000.
8. Zimmer, Heinrich, *Mituri și simboluri în civilizația indiană*, editor Joseph Campbell, traducere de Sorin Mărculescu, Editura Humanitas, București, 1994.

Impactul crizei economice asupra politicii de creditare în România

**Cuprinsu Georgică, student,
Facultatea Management Marketing în Afaceri Economice Pitești
Coordonator științific: Asist. univ. drd. Elena Dinculescu**

Criza economică

La mijlocul anului 2007 s-a declanșat criza de subprime pe piața financiară din SUA, iar efectele negative au depășit cele mai pesimiste așteptări. Instituțiile financiare și băncile au suferit pierderi uriașe, a încetat să mai funcționeze piața creditului și a crescut aversiunea la risc a investitorilor. Astfel, această criză s-a resimțit și în țara noastră, ratingul pentru România a scăzut la un nivel non-investment grade, iar investitorii consideră țara noastră mai riscantă decât înainte.

În noiembrie 2008 specialiștii în economie prevesteau că România va intra cu adevărat în criză în 6-7 luni, ceea ce s-a adeverit. Sistemul bancar a resimțit puternic șocul crizei prin micșorarea tranzacțiilor, devalorizarea monedei naționale și prin creșterea dobânzii de referință de către BNR.

Creșterea șomajului în această perioadă este unul dintre factorii care a dus la înmulțirea creditelor neperformante sau restante, lucru ce a făcut să se vorbească tot mai puternic despre o criză a creditelor. Declanșarea crizei financiare a adus pe lângă scăderea lichidităților din piață și creșterea numărului de restanțieri.

Au început să nu mai fie plătite atât ratele la credite, cât și facturile la utilități și la telefonie mobilă sau fixă. Comparativ cu primele patru luni din 2008, volumele de creanțe externalizate către societățile specializate în recuperare s-au dublat și chiar triplat pe anumite segmente. În procesul de colectare de creanțe, desfășurat de societățile de recuperare, perioada proceselor de colectare amiabilă s-a mărit cu cel puțin două luni. Aceasta, deoarece în ultima perioadă a scăzut foarte mult capacitatea de plată a debitorilor. Astfel, dacă în urmă cu două-trei luni perioada de colectare amiabilă se lungea pe o perioadă de timp cuprinsă între trei și patru luni, acum aceasta poate ajunge până la șase sau chiar opt luni.

Odată cu scăderea capacității de plată a debitorilor, a scăzut și valoarea medie a plăților zilnice. Așa cum arată statisticile recuperatorilor de creanțe, numărul proceselor de executare silită a datornicilor s-a triplat în 2009, față de 2008.

Un alt fenomen care apare în această perioadă este interesul din ce în ce mai mare al băncilor și IFN-urilor pentru o abordare foarte timpurie a debitorilor (early collection). Acestea externalizează companiilor de colectare debitele la o zi de întârziere, urmând ca procesul de colectare să nu depășească 20-30 de zile. Se obține astfel o rată de success de peste 90%, cu costuri minime.

Scăderea de plată a datornicilor are și o altă consecință. Prețul la care creditorii își vând la ora actuală pachetul de creanțe s-a redus considerabil.

În al doilea semestru din 2008, numărul licitațiilor pentru vânzarea de pachete de creanțe a crescut cu 400%, în special datorită faptului că băncile au scos spre vânzare portofolii foarte mari de creanțe. Creșterea ofertei este cea care a dus la scăderea prețului. Numărul licitațiilor organizate pentru vânzarea portofoliilor neperformante a continuat să crească și în primul semestru din 2009, dublându-se față de aceeași perioadă a anului trecut. Recuperatorii de creanțe se așteaptă la o dublare, în semestrul următor față de primul semestru al anului, a cazurilor de persoane juridice de la care vor trebui să colecteze restante.

Criza creditelor

Ținând cont de faptul că țara noastră traversează o perioadă în care se resimt anumite dezechilibre la nivel macroeconomic, România se prezintă a fi un stat vulnerabil la criza globală a creditelor, chiar dacă riscul asociat unei corecții pe o perioadă mai îndelungată este la un nivel minim, potrivit economistului șef al East Capital¹, Marcus Svedberg.

¹ Societate independentă de administrare a fondurilor de investiții, specializată în piețele est-europene de capital.

România, datorită deficitului de cont curent mare, întâmpină costuri ridicate de finanțare pe piețele internaționale. Economistul Bogdan Baltazar declară că, „deși băncile se aprovizionează parțial pentru acordarea de credite din depozitele construite de clienții băncii, majoritatea apelează la finanțe de pe piețele externe, iar dobânzile de pe aceste piețe au crescut în urma crizei creditelor din SUA”. Deși admite că nu există un pericol direct asupra piețelor românești din partea turbulențelor create pe piețele internaționale de criza creditelor, totuși se resimt anumite influențe.

Totodată, și guvernatorul băncii centrale, Mugur Isărescu, a admis că principala consecință a turbulențelor de pe piețele financiare internaționale asupra României ar putea fi îngreunarea accesului la finanțare externă.

Banca Mondială a arătat recent că efectele negative ale crizei creditelor asupra economiilor emergente au fost până în prezent mai scăzute decât era de așteptat, iar cele 8+2 noi state membre UE au fost la rândul lor și mai puțin afectate decât alte piețe emergente.

România va parcurge ani dificili din punct de vedere economic în 2009 și în 2010, chiar și cu sprijinul acordat de FMI, a declarat șeful misiunii FMI, Jeffrey Franks, care a negociat termenii acordului încheiat cu România.

„Creșterea va fi negativă în acest an și zero în anul următor, ca urmare a perpetuării efectelor scăderii activității economice mondiale. Guvernul ia, de asemenea, măsuri pentru a se asigura că sistemul bancar rămâne unul sănătos. Băncile au fost de acord să aloce capital adițional ca un fond tampon pentru pierderi viitoare, iar băncile străine din România au fost de acord să mențină banii în țară. Sistemul de garantare al depozitelor este întărit, iar legile bancare sunt îmbunătățite pentru ca guvernul să poată să răspundă imediat în cazul în care băncile ar avea probleme”, a mai spus Franks.

Măsuri din partea B.N.R. în vreme de criză

BNR a început să facă repo prin care a injectat în piața 2,52 miliarde de lei pe o lună, la o dobândă de 9,5% pe an, egală cu rata de politică monetară. La operațiune au participat 13 bănci, iar ulterior dobânzile interbancare au stagnat la 9,06-9,56% pentru depozitele de o zi, 9,28-9,78% pentru depozitele de o săptămână și 9,96-10,45% pentru plasamentele de o lună. Cea mai recentă operațiune repo avusese loc pe 6 mai, când BNR a plasat pe piață 2,87 miliarde de lei, cu scadența tot la o lună, la o dobândă de 10%.

BNR nu a urmărit direct sau indirect finanțarea deficitului bugetar, ci asigurarea lichidității pe piața monetară. Dobânzile de pe piață au crescut la un nivel ridicat, cu precădere din cauza „atacurilor speculative sau nespeculative” și „cu mult înainte” ca Ministerul Finanțelor să apară pe piața monetară cu titluri de stat.

În plus, guvernatorul a spus că BNR va fi „generoasă” cu reducerea ratei rezervelor minime obligatorii (RMO) în valută constituite de băncile comerciale, în funcție de nevoile de creditare și de termeni acordurilor cu FMI, UE și cel semnat cu băncile de la Viena. El a arătat că nu există o traiectorie clar definită în ceea ce privește reducerea RMO în valută, dar că la orizontul anului 2012, când va începe procesul de aderare la zona euro, aceasta trebuie să se situeze între 2 și 5% în pasivele băncilor.

Potrivit guvernatorului BNR, reducerea rezervelor va fi legată de modul în care băncile reiau creditarea „sănătoasă” în valută, adică a împrumuturilor pe termen lung pentru firmele care importă sau exportă și a creditelor ipotecare pe termen lung.

Tot domnia sa a explicat că RMO-urile în valută vor fi înlocuite temporar în rezerva valutară a BNR de banii proveniți de la FMI care vor fi rambursați pe măsură ce vor intra alte resurse în valută, cum ar fi fondurile europene și investițiile străine.

Previziuni

Ion Țiriac afirma într-un interviu în Business Magazin că „în șase luni va veni adevărata criză. Băncile vor cere banii de la Georgică, Costel, cei care au o mică afacere. Atunci Georgeii vor rămâne faliți, dar nici băncile nu o vor duce mai bine”.

Creditele în valută, în special în euro, vor scădea în perioada următoare, după ce banca centrală va „injecta” în sistemul bancar în jur de 800 de milioane de euro, reducerea fiind diferită în funcție de împrumut, spun analiștii contactați de “Gândul”.

„Injectia” – care ar putea fi chiar mai mare, după unele surse bancare – provine din reducerea de către banca centrală a rezervelor minime obligatorii (RMO) de la 40% la 0% în cazul pasivelor în valută cu scadența mai mare de doi ani. În mod clar, începând cu 24 mai, când măsura va intra în vigoare, băncile comerciale vor avea la dispoziție mai multă lichiditate, care ar trebui să se regăsească în reluarea creditării în condiții mai bune pentru client, a declarat Lucian Anghel economist șef la BCR.

Concluzii

Criza economică a început pe la jumătatea anului 2007 în SUA și s-a propagat cu efecte neprevăzute pe tot mapamondul.

Țara noastră a fost afectată de criză mai târziu, aceasta și datorită intervențiilor periodice și controlate ale BNR.

Sistemul bancar românesc se confruntă în această perioadă de criză cu scăderea lichidităților din piață și creșterea numărului de restanțieri .

O metodă eficientă de recuperare a creanțelor, adoptată de bănci, este vânzarea de creanțe către recuperatori - astfel se reduce timpul de recuperare și costurile.

Criza creditelor forțează băncile să se împrumute pe piețele externe, cu dobânzi mari, ceea ce se repercutează asupra dobânzilor de creditare.

O consecință a turbulențelor de pe piața financiară internațională poate fi accesarea dificilă a fondurilor externe de către România.

Intervenția BNR pe piața financiară prin repo – injecții - 2,52 de miliarde de lei cu dobânda de 9,5%, egală cu dobânda de referință, și prin micșorarea rezervelor minime obligatorii (RMO) de la 40% la 0%, valuta urmând a fi înlocuită de creditele acordate de FMI.

O seamă de oameni de afaceri, bancheri sau specialiști în economie bancară consideră că această criza va mai dura cel puțin și anul viitor.

Abstract:

Due to the world crisis, in these financial situations, the banks suffered huge losses too, the credit market stopped running, and the investor's aversion against risk increased. So, this crisis was felt in our country too, the rating for Romania decreased to a non-investing level, and the investors consider our country being riskier than before. The banking system felt strongly the crisis shock by the decrease of the transactions, the devaluation of the national currency and the increase of the reference interest by N.R.B.

Bibliografie:

1. „Curierul Național”, 7 nov. 2007
2. „Curentul”, 6 mai 2003
3. „Gândul”, 20 mai 2009
4. „Săptămâna Financiară”, 18 mai 2009
5. www.Mediafax.ro
6. www.BusinessMagazin.ro

Actualitatea agriculturii ecologice

Dima Ștefania, studentă, anul I
Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice Brăila
Coordonator științific: Prof. univ. dr. Ion Scurtu

1. Limitele agriculturii industriale

Cererea tot mai mare de alimente a determinat începând cu a doua jumătate a secolului al XX-lea dezvoltarea tehnologiilor agricole, ceea ce a dus la o creștere substanțială a productivității în agricultură.

Modernizarea continuă a tehnologiilor și introducerea irigațiilor, a fertilizării chimice, a erbicidelor și a insecto-fungicidelor a imprimat agriculturii un caracter tot mai intensiv.

Practicarea agriculturii intensive la nivel de fermă are însă și efecte dăunătoare asupra mediului, îndeosebi ca urmare a folosirii produselor chimice de sinteză. Faptul că în prezent se practică pe scară largă monocultura, a dus la mărirea consumului de pesticide, deoarece monocultura creează condiții ideale pentru răspândirea agenților patogeni, a dăunătorilor și a buruienilor.

De asemenea, agricultura poate duce la distrugerea habitatelor naturale: se practică despădurirea pentru a face loc terenurilor cultivate și pășunilor. S-au făcut foarte multe progrese tehnice în domeniul lucrărilor solului, al mașinilor de semănat și plantat, la cereale și plante tehnice, dar și la culturi mai pretențioase. În prezent, există culturi agricole complet mecanizabile și mașini extrem de performante.

Cu toate acestea, în multe țări subdezvoltate, sursele de hrană se obțin încă printr-o agricultură de subzistență, în care produsele vegetale și animale obținute nu pot acoperi decât nevoile familiei producătorilor. În țările respective se mai practică încă sistemul *slash and burn*, în care terenurile care urmează să fie cultivate sunt eliberate de vegetația naturală prin tăiere și ardere¹. Se utilizează terenul până la secătuire, după care este abandonat pentru mult timp și este luată o nouă parcelă.

Ameliorarea, respectiv obținerea de soiuri noi de plante și rase de animale domestice, a influențat substanțial productivitatea în agricultură. Noile soiuri de plante au o valoare nutritivă ridicată și o rezistență sporită la boli. Animalele dau producții mai mari de carne, lapte și lână.

Toate aceste progrese, gestionate în mod rațional, pot contribui prin generalizare, la rezolvarea deficitului de alimente al omenirii și la realizarea unei agriculturi durabile și în același timp eficiente economic.

Cu toate acestea, trebuie relevat că utilizarea nerațională a pesticidelor și a îngrășămintelor chimice poate avea efecte negative asupra mediului și a sănătății omului.

Folosirea hibrizilor foarte performanți rezolvă pentru moment creșterea producției, dar pe termen lung poate contribui la îngustarea bazei genetice a speciilor cultivate, crescând riscurile apariției unor atacuri puternice ale bolilor și dăunătorilor.

Agricultura ecologică adoptată astăzi în multe țări ale lumii trebuie să-și găsească și în România locul meritat, atât pentru necesitățile consumului intern, cât și pentru export.

2. Importanța agriculturii ecologice

Importanța agriculturii ecologice reiese din următoarele avantaje:

- *Produse agricole, apă și aer mai puțin contaminate.* Neutilizarea pesticidelor (erbicide, insecticide, fungicide) micșorează substanțial riscul de contaminare a produselor agricole. Aceasta înseamnă că produsele agricole ecologice sunt produse sănătoase, sigure

¹ Ion Scurtu, *Economia și tehnologia culturilor agricole mari*, Editura Independența Economică, Pitești, 2002, p. 19.

pentru consumul uman și animal. Prezența pesticidelor în apa potabilă a devenit o problemă din ce în ce mai mare în toată lumea, chiar și în țările cu cantități mici de pesticide utilizate și cu un potențial mare de apă (ex. Suedia), iar agricultura convențională este o sursă importantă de poluare a apei freatică cu nitrați sau pesticide.

Prin extinderea sistemelor agricole ecologice, aerul are o calitate mai bună, în principal prin faptul că nu se utilizează produse chimice care se pulverizează și ajung în aer sub formă de aerosoli.

- *Condiții sigure de muncă pentru agricultori.* Este cunoscut faptul că o mulțime de agricultori mor anual din cauza utilizării pesticidelor, în special în țările lumii a treia. Chiar în țările cu agricultură modernă, unde cunoștințele de protecția muncii sunt bine cunoscute, rata unor anumite forme de cancer este mai mare printre fermieri decât la restul populației, aceasta fiind cauzată cel mai probabil de utilizarea pesticidelor.

- *Biodiversitate.* Utilizarea pesticidelor reprezintă o amenințare atât pentru plante și animale, cât și pentru om. Pesticidele amenință supraviețuirea anumitor specii sălbatice de plante și animale, dar, mai mult decât atât, utilizarea acestora limitează biodiversitatea generală în culturi și în zonele învecinate.

De exemplu, prin utilizarea pesticidelor se reduc considerabil sursele de hrană pentru păsări. Sunt numeroase studii efectuate care arată că numărul de păsări și, în general, de specii crește în fermele ecologice. Rotația culturilor practică în fermele ecologice menține durabilitatea solului, determină un număr mai mic de probleme cauzate de boli, dăunători și buruieni, contribuie la un peisaj mult mai variat și asigură o biodiversitate mai mare, iar, în același timp, protejează agricultorii de catastrofele economice cauzate de scăderea prețurilor, acțiunea unor factori de stres sau calamități naturale. Fertilitatea și sănătatea solului sunt menținute prin practici biologice, precum: rotația culturilor, lucrări manuale, prășit, compostare și mulcire. Agricultura convențională a determinat scăderea conținutului de materie organică din sol și acumularea de compuși toxici prin utilizarea de pesticide. Prin folosirea îngrășămintelor organice în agricultura ecologică, se mărește și se menține procentul de materie organică a solului.

Aporturile de îngrășămintă organice și neutilizarea îngrășămintelor chimice reduc riscul spălării substanțelor nutritive, o problemă enormă în multe țări și o amenințare pentru apa potabilă, precum și pentru apa lacurilor, râurilor, a mărilor și oceanelor.

- *Reducerea eroziunii solului.* Atât ameliorarea solului, cât și reducerea eroziunii se poate realiza prin menținerea terenului acoperit cât mai mult timp posibil, fie prin mulcire, fie prin cultivarea unor culturi de acoperire. În agricultura convențională, eroziunea solului este determinată printre altele de scăderea conținutului de materie organică a solului, prin utilizarea îngrășămintelor chimice de sinteză, acestea determinând în același timp și distrugerea structurii solului.

- *Management mai bun al factorului apă.* Creșterea conținutului în materie organică și îmbunătățirea structurii precum și o mai bună acoperire a acestuia (mulcire, culturi de protecție etc.) duc la reducerea consumului de apă în agricultura ecologică și la o mai bună reținere și conservare a apei în sol, ceea ce are ca efect reducerea nevoilor de irigare.

- *Calitatea nutritivă superioară a produselor ecologice.* Produsele ecologice se caracterizează printr-un conținut mai ridicat în substanță uscată, respectiv în aminoacizi, vitamine, săruri minerale, oligoelemente etc. Minimizarea contribuției agriculturii la problemele globale de mediu Agricultura ecologică minimizează problemele globale de mediu, precum: ploaia acidă, încălzirea globală, reducerea biodiversității și deșertificarea. Agricultura ecologică reduce emisiile de gaze răspunzătoare de efectul de seră (CO₂, metan și oxizi de azot). Numeroase studii au arătat că emisiile de CO₂ într-un sistem ecologic este cu 40-60% mai mică la nivelul unui hectar decât într-un sistem de agricultură convențională.

• *Utilizarea mai redusă a resurselor neregenerabile.* Conceptul de „inputuri reduse” în agricultura ecologică duce la reducerea transportului și a altor inputuri. Cercetătorii elvețieni au arătat că aceeași cantitate de alimente poate fi produsă în agricultura ecologică cu 19% mai puțină energie ca input direct sau indirect comparativ cu sistemul de agricultură convențională.

• *Agricultura ecologică contribuie indirect la creșterea productivității sistemelor de agricultură convențională.* Exploatațiile agricole convenționale beneficiază de pe urma introducerii controlului biologic al bolilor și dăunătorilor în exploatațiile agricole ecologice. Aceasta se datorează faptului că microorganisme și insectele utile ajung și în culturile convenționale, ceea ce duce la diminuarea pagubelor provocate de boli și dăunători.

3. Legislația în agricultura ecologică

În conformitate cu legislația comunitară, elementele esențiale ale sistemului de gestionare a producției ecologice vegetale sunt gestionarea fertilității solului, selecționarea de specii și varietăți, rotația multianuală a culturilor, reciclarea materialelor ecologice și tehnicile de cultivare.

Îngrășămintele, amelioratorii de sol și produsele de protecție vegetală de suplimentare ar trebui folosite doar dacă sunt compatibile cu obiectivele și principiile producției ecologice.

Regulile de producție sunt diferențiate, în funcție de tipurile de producție agro-alimentară. Spre exemplificare, creșterea ecologică a animalelor în fermă trebuie să respecte standardele înalte în materie de bunăstare a animalelor și să răspundă cerințelor comportamentale specifice fiecărei specii, iar gestionarea sănătății animalelor trebuie să fie orientată către prevenirea bolilor.

Produsele procesate ecologic trebuie obținute prin utilizarea de metode de procesare ce garantează că, pe parcursul tuturor stadiilor din lanțul de producție, se mențin integritatea ecologică și calitățile esențiale ale produsului. Alimentele procesate trebuie etichetate ca fiind ecologice doar atunci când toate sau majoritatea ingredientelor de origine agricolă sunt ecologice. Cu toate acestea, există dispoziții speciale de etichetare pentru alimentele procesate care conțin ingrediente agricole ce nu pot fi obținute în mod ecologic, cum este cazul produselor de vânat și pescuit.

În stabilirea regulilor de producție s-a avut în vedere respectarea principiilor producției agroalimentare ecologice cuprinse în Reglementarea Consiliului Europei (CEE) nr. 2092/ 1991 și în amendamentele la aceasta, reglementările Federației Internaționale a Mișcărilor pentru Agricultură Organică (IFOAM), programele naționale, precum și celelalte reglementări naționale armonizate. Evoluția dinamică a sectorului ecologic, anumite aspecte specifice privind metodele de producție ecologică și particularitățile pieței ecologice determină necesitatea unei viitoare revizuirii a normelor comunitare în privința agriculturii ecologice. În România producția ecologică și comercializarea produselor agroalimentare ecologice se realizează cu respectarea următoarelor ordine și legi:

- OUG 34/2000 privind produsele agroalimentare ecologice;
- L38/2001 pentru aprobarea OUG 34/2000 privind produsele agroalimentare ecologice;
- HG 917/2001 privind Normele metodologice de aplicare a OUG 34/2000 privind produsele alimentare ecologice ;
- Ord. 186/2002 pentru aprobarea Cerințelor de inspecție și a măsurilor de precauție în cadrul programului de inspecție și înregistrare a operatorilor pe piața produselor agroalimentare ecologice ;
- Ord. 417/110/2002 privind etichetarea produselor ecologice ;
- Ord. 527/2003 pentru aprobarea Regulilor privind sistemul de inspecție și certificare și condițiile de acreditare a organismelor de inspecție și certificare în agricultura ecologică, ordin care abrogă OMAAP nr. 186/2002;

- OUG 62/2006 pentru modificarea și completarea OUG 34/2000 privind produsele agroalimentare ecologice;
- Legea 513/2006 privind aprobarea OUG 62/2006 pentru modificarea și completarea OUG 34/2000 privind produsele agroalimentare ecologice;
- Ord. 317/2006 privind modificarea și completarea anexei la ordinul nr. 417 /110/2002 pentru aprobarea regulilor specifice privind etichetarea produselor agroalimentare ecologice;
- Ord. 688/2007 pentru aprobarea regulilor privind organizarea sistemului de inspecție și certificare de aprobare a organismelor de inspecție și certificarea de supraveghere a activității organismelor de control;
- Ord. 219/2007 pentru aprobarea regulilor privind înregistrarea operatorilor privind agricultura ecologică;

Conform legislației naționale în vigoare producătorii agricoli care doresc să pătrundă pe piața produselor ecologice, pentru a le fi recunoscute produsele oferite ca fiind ecologice, trebuie să parcurgă mai multe etape obligatorii. Pentru a putea comercializa produse încadrate în categoria celor ecologice, trebuie mai întâi verificate și acreditate. În acest sens, există 4 etape pentru trecerea de la agricultura convențională la agricultura ecologică, și anume: informarea, testarea, planificarea și implementarea conversiei. Într-o primă etapă, producătorul se poate informa din ziare, reviste, cărți, pliante etc., sau prin asociațiile pentru protecția mediului și agricultura ecologică, prin institute și stațiuni de cercetare, prin unitățile de învățământ. A doua etapă vizează testarea prin participarea la „Zilele deschise” organizate în ferme ecologice, prin cursuri de pregătire prin încercarea sistemului de agricultura ecologică în fermă, prin contactarea organismului de inspecție și certificare. După ce s-au stabilit organismele care au în atribuții certificarea, inspecția și acreditarea produselor respective, se contactează responsabilul cu agricultura ecologică din cadrul direcției agricole zonale, unde se depune o cerere către ministerul de resort. Prin urmare, etapa a treia, și anume planificarea conversiei constă în înregistrarea activității la Ministerul Agriculturii și depunerea unei cereri către un organism de control, întocmirea planului de conversie, organizarea comercializării produselor ecologice și afilierea la o asociație de agricultură ecologică. Implementarea conversei se referă la: concretizarea măsurilor din planul de conversie (asolament, rotații, evidența financiară și contabilă etc); concretizarea comercializării (achiziții tehnice, contracte etc.); schimb de experiență cu alți producători; control intern de îndeplinire a planului de conversie. Autoritatea de acreditare trebuie să facă o inspecție a terenului ce urmează a fi cultivat sau a fermei unde se va realiza producția ecologică. După aceea se poate începe producția.

Abstract:

In our country, the ecological agriculture is presently passing through a process of development, the areas and the norms of production in the field being bigger and bigger year after year. Nevertheless, taking into consideration the fact that at present the area cultivated under an ecological regime is below 3% of the annual cultivated area of the country, there are still great possibilities of improvement for the future.

Criza financiară – consecințe și soluții

Costea Ionela Florina, studentă,
Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice Râmnicu Vâlcea
Coordonator științific: Lect. univ. dr. Alina Voiculeț

Criza financiară afectează în România 27 de județe, cele mai afectate fiind județele din vestul și centrul țării. Județele cel mai bine conectate la economia mondială au șanse mari să simtă din plin efectele crizei, în timp ce zonele mai puțin dezvoltate ar putea scăpa ieftin.

Când producția industrială scade cu 30%, 40% sau chiar 70% față de aceeași perioadă a anului trecut, când numărul șomerilor crește, în doar cinci luni, de peste două ori, când în ultima lună nu numai că nu a venit niciun investitor strain, dar au și plecat dintre cei vechi, este clar că ceva nu este în regulă. Sentimentul de incertitudine este amplificat dacă economia unei întregi zone depinde, practic, de un singur investitor (cazurile Dacia și Arcelor Mittal sunt cele mai relevante) sau dacă mai mult de jumătate din PIB-ul local se bazează pe piețele de desfacere externe.

Iar dacă se mai adaugă și faptul că valoarea creditelor este de câteva ori mai mare decât cea a depozitelor, că numărul autorizațiilor de construcție emise este în cădere liberă sau că investițiile publice în infrastructură pentru 2009 se concretizează în doar câțiva kilometri de asfalt, verdictul este clar: județul respectiv este un candidat serios la titlul de victimă a crizei.

La începutul acestui an, scăderea dramatică a vânzărilor pe piața autohtonă transformase uzinele Dacia într-o potențială bombă socială. Oprirea repetată a producției sau decizia de a nu mai prelungi contractele de muncă pe perioadă determinată au fost, săptămâni la rând, singurele vești venite din direcția uneia dintre cele mai mari companii din România.

Asta mai ales că fiecare știre negativă despre Mioveni arunca o umbră nu numai afacerii Renault, ci afecta și business-urile sutelor de furnizori locali ai Dacia. Programul „Rabla” lansat de Germania – și unde modelele Logan și Sandero par favorite – a îndepărtat, cel puțin pentru moment, pericolul. Însă, este evident că o problemă ceva mai serioasă la producătorul din Mioveni poate falimenta întregul județ. În top se mai găsesc: Galați (cu o economie dependentă excesiv de combinatul Arcelor Mittal, care a scăzut semnificativ producția începând din octombrie și o va face în continuare), Arad, Bistrița-Năsăud sau Vâlcea.

Traian Igaș, senator de Arad, spune că punctele fierbinți ale județului sunt zonele industriale. „În funcție de cum le merge companiilor localizate aici, funcționează sau nu funcționează bine tot județul. Problema este, evident, că majoritatea investitorilor de aici au ca principal obiect de activitate fabricarea de piese auto, care merg în proporție covârșitoare, la export. Pe moment, de când au introdus nemții programul „Rabla”, lucrurile merg mai bine, pentru că, vrând să încurajeze producția auto locală, le-au dat de lucru și muncitorilor români”, explică el.

Igaș spune că, înainte de criză, oamenii lucrau și sâmbăta, erau plătiți pentru orele suplimentare și aveau salarii bune, pentru că se crease o concurență serioasă pe piața muncii. „În ianuarie, majoritatea au fost trimiși în concediu fără plată. Cu toate acestea, sunt optimiști, căci pe 17 martie a fost semnat contractul pentru construcția centurii Aradului. Este vorba de o autostradă de 12 kilometri, care va crea foarte multe locuri de muncă, așa că sperăm că ce pierdem în alte zone vom recupera aici”, spune politicianul.

Prof. univ. dr. Mircea Coșea consideră că, din punct de vedere economic, cele mai afectate vor fi județele care cunosc o dezvoltare industrială de tip monoprodukt, cu orientare predilectă la export, unde există unități industriale delocalizate în vestul Europei sau de producție de tip lohn și/sau unde sunt în derulare mari proiecte de investiții ale unor firme multinaționale sau prin credite de tip sindicalizat ale unor investitori straini (imobiliar, retail, parcuri industriale etc.). De asemenea, zone mai vulnerabile la criză se caracterizează printr-un grad superior de îndatorare

bancară a producătorilor agricoli, a industriei alimentare și a IMM-urilor și printr-un grad superior de angajare prin credite sau leasing a populației.

„În județele respective se înregistrează o pondere peste medie a populației slab sau monocalificate, dependentă de locuri de muncă la unul sau puțini angajatori ori compatibilă doar cu locuri de muncă în domeniile serviciilor primare, în primul rând retailul”, mai afirmă acesta. Nu în ultimul rând, existența unui potențial de acumulare a capitalului și a unui venit pe cap de locuitor sub medie, ceea ce limitează posibilitatea înființării și funcționării unor mici afaceri la nivel familial, dar și instabilitatea politică la nivelul consiliilor locale și județene, lipsa de conlucrare între reprezentanții diferitelor partide sau discriminare financiară a unor localități pe criterii politice pot influența comportamentul în fața crizei.

Există însă și reversul medaliei. Suceava, Giurgiu, Ialomița, Călărași, Bacău, Ilfov par a fi cele mai protejate în fața dificultăților economice.

Dumitru Pardău, deputat de Suceava, arată că „stabilitatea județului e dată de profilul celor mai dezvoltate sectoare de aici, lactate, apele minerale și industria lemnului, domenii mult mai puțin vulnerabile la actuala criză decât unele precum auto sau construcții”. El spune că regiunea sa are un mare avantaj față de alte zone: turismul. „Aceasta va reprezenta, fără îndoială, una dintre pârgurile dezvoltării județului mult timp de acum înainte, investițiile publice ar putea contracara efectele crizei”. „Sunt optimist, în luna februarie s-a decis demararea construcțiilor pe trei tronsoane mari de drumuri județene, care vor da de lucru multor suceveni. Nu știu cum se întâmplă în alte părți, dar noi am ales să sprijinim cât de mult putem firmele locale de prestări servicii și în orice licitație publică tindem să favorizăm companiile locale”, explică acesta.

Primele 15 locuri ale topului „rezidenței” sunt ocupate de județele din estul și sudul țării, lucru care pare a confirma teoriile potrivit cărora zonele mai slab dezvoltate, unde persistă diverse aspecte ale economiei tradiționale și unde agricultura de subzistență ocupă o mare parte din populație, vor reuși să depășească mai ușor o eventuală recesiune. Matei Păun, managing partener al BAC Investment Bank, crede că lucrurile nu stau chiar așa. „Într-adevăr, se poate spune că bogații au cel mai mult de suferit în această perioadă, pentru că cei săraci nu prea mai au nimic de pierdut. De fapt, dacă o persoană prosperă va înregistra o scădere a veniturilor cu 10% va deveni mai puțin prosperă, însă pentru una săracă aceeași scădere ar putea însemna trecerea în categoria sărăciei extreme”, explică acesta.

Puncte tari și puncte slabe în unele județe din Romania

Arad :

Puncte tari. Investițiile în infrastructură de muncă calificată.

Puncte slabe. Marii angajatori sunt producătorii de componente auto; dependență de export.

Cluj :

Puncte tari: Diversitatea economică, veniturile ridicate, rata redusă a șomajului.

Puncte slabe: Rată mare de îndatorare, deponență de export, gradul ridicat de bancarizare.

Dolj :

Puncte tari: Investiția Ford, fondurile alocate proiectelor de infrastructură.

Puncte slabe: Gradul de îndatorare, scăderea producției industriale, oferta scăzută de joburi.

Argeș :

Puncte tari: Investițiile anunțate în construcții, gradul redus de îndatorare.

Puncte slabe: Dependența economiei locale de Dacia, investițiile publice scăzute.

București:

Puncte tari: Investițiile străine, rată mare de economisire, diversitate economică.

Puncte slabe: Proporția ridicată a populației ocupate în servicii, dependență de exporturi.

Suceava:

Puncte tari: Compoziția eterogenă a economiei locale, cu accent pe industria alimentară.

Puncte slabe: Industria forestieră și de prelucrare a lemnului, evoluția ratei șomajului.

Galați:

Puncte tari: Rata destul de redusă a creditării și gradul relativ scăzut de bancarizare.

Puncte slabe: Dependența economică externă de activitatea combinatului Arcelor Mittal.

Cât va dura criza financiară globală și ce efecte va avea în România

Bancheri de top din România, brokeri și investitori pe bursa de valori din București au răspuns pentru Business Standard la o întrebare care macină în acest moment întreaga economie: Cât va dura criza financiară globală și ce efect va avea în România?

Nu cred că există cineva să spună cât va dura această criză financiară, dar, pe termen scurt și mediu, se va menține la un nivel îngrijorător, care este foarte posibil să contamineze o perioadă mai lungă de timp. Această criză poate fi comparată cel mai bine cu virusul gripal H₅N₁, care a putut fi doar izolat, dar nu invins. Sistemul bancar și bursele sunt cele mai expuse. Cel mai vizibil și imediat efect în România îl reprezintă creșterea dobânziilor la credite, care va afecta în mod cert populația, scumpirea importurilor, care va interfera direct cu buzunarul cetățeanului obișnuit, care va avea o tendință de creștere.

Fără îndoială ca asistăm la o criză economică mondială mult mai profundă decât toate cele anterioare. Această criză a fost declanșată de criza creditelor din SUA, dar cauzele sunt total diferite. Este vorba despre probleme majore ale economiei mondiale, probleme care au survenit odată cu declanșarea procesului de globalizare economică. Lumea financiară își pune speranța în capacitatea Statelor Unite de a evita criza economică în următoarele luni.

Astfel de crize sunt normale și restabilesc funcționarea mecanismelor defectuoase. Această restabilire se face diferit, în funcție de funcționarea și organizarea economico-socială a fiecărei țări. Problema României și a multor state subdezvoltate este că atât economia, cât și organizația economico-socială sunt precare... Și în vremuri normale astfel de țări funcționează la limite de avarie...

„Să fie oare semnele unei crize tot atât de violente ca în anii 1929-1933?” se întreabă tot românul. Greu de apreciat, dar, după toate aparențele, există o serie de factori care sunt asemănători crahului financiar de la New York din 1929. Începuturile au fost la fel de dure ca și acum, cu spaima tuturor investitorilor și jucătorilor de la bursă și apoi ca domino-ul prăbușirilor bancare, a întreprinderilor în întreaga lume.

Abstract:

The financial crisis is affecting all the departments of the country but the most affected are those the west and centre of the country. The best connected districts to the world economy have great chances to feel the crisis effects, while the less developed areas could escape this hell.

When the industrial production decreases with 30%, 40% or even to 70% compared to the same period of last year, when the number of unemployed people increases twice, in only two months, when in May no foreign investors came and some of the old ones left, it is clear that the economy isn't in progress but on the contrary.

Bibliografie:

1. Ziarul Capitalul - Săptămânal Economic și Financiar;
2. Ziarul Gândul – Flux;
3. www.hotnews.ro.

Gestionarea imaginii de marcă prin metode de relații publice

Udroiu Lavinia, studentă, anul I

Facultatea de Științe Juridice, Administrative și ale Comunicării Pitești
Coordonator științific: Conf. univ. dr. Octavian Moarcă

I. Considerații generale asupra reprezentărilor

Termenul de imagine provine de la latinescul *imago*, - *inis* și are în limba română trei accepțiuni curente, conform Dictionarului explicativ al limbii române: „1. reflectare de tip senzorial a unui obiect în mintea omenească sub forma unor senzații, percepții sau reprezentări; (prin specializare) reprezentare vizuală sau auditivă; (concretizat) obiect perceput prin simțuri. 2. Reproducere a unui obiect obținută cu ajutorul unui sistem optic; reprezentare plastică a înfățișării unei ființe, a unui lucru, a unei scene din viață, a unui tablou din natură etc., obținută prin desen, pictură, sculptură etc.; reflectare artistică a realității prin sunete, cuvinte, culori etc., în muzică, în literatură, în arte plastice etc. 3. (în fizică). Figura obținută prin unirea punctelor în care se întâlnesc razele de lumină cu prelungirile lor reflectate sau refractate.”¹.

Lucrările de specialitate definesc imagologia drept: domeniu al psihosociologiei care se ocupă cu studierea științifică, multidisciplinară a percepției, opiniei, atitudinii, judecății și imaginii globale pe care și-a format-o în decursul timpului o comunitate etnică, națională, asupra altei națiuni sau naționalități sub influența contactelor directe, prin reprezentanți, dar mai ales, prin intermediul produselor cultural-imagologice larg răspândite de către mijloacele de comunicare în masă. Thomas Sowell afirma : „Ar fi bine să putem spune ca ar trebui să ne dispensăm de imagini și să lucrăm doar cu realitatea, dar aceasta ar fi cea mai utopică imagine. Realitatea este mult prea complexă ca să fie înțeleasă de orice minte dată”. Există tot atâtea imagini câte ființe umane, deci reprezentarea unor obiecte sau organizatii constituie un atribut al vieții psihice a fiecarui individ. Pot exista mai multe reprezentări decât persoane.

Jaques le Goff, în lucrarea *Imaginarul medieval*, spunea ca viața omului și a societăților sunt bogate în egală măsură în imagini ca și de realitățile palpabile. Imaginile despre care este vorba nu se limitează la cele întruchipate în producțiile iconografice și artistice, ci se extind și la cele din universul imaginilor mentale. Știința care se ocupă cu studiul imaginii s-a concretizat ca disciplină abia în urmă cu un deceniu, deși preocupările pentru gestionarea imaginii datează din cele mai vechi timpuri. Există mai multe categorii de imagini: a țării, a produselor, a managerilor, autoimaginea unui popor etc. Imaginea poate fi apropiată de realitate, distală sau proximală, virtuală, diversificată, puțin diversificată, deformată pozitiv sau negativ.

Imaginea se formează progresiv de-a lungul anilor. De exemplu, imaginea unei țări se formează prin informațiile obținute din presă, din declarațiile unor înalte oficialități ale statului, din statistici și rapoarte efectuate de organisme sau forme internaționale care au stabilit contacte cu statul respectiv.

II. Conceptul de imagine în relații publice

În procesul comunicării vehiculăm informația. Informația este ceea ce se comunică într-unul din limbajele disponibile printr-o combinație de semnale și simboluri. Convențiile sociale sunt cele care dau semnificație unui simbol. Valoarea semantică a informației se referă la valoarea semnificației pe care mesajul o transmite și este invers proporțională cu frecvența cuvintelor într-un mesaj. Ideea trebuie reținută pentru că în crearea de imagine constituirea mesajului joacă un rol foarte important. Trebuie să ținem seama de receptor, de orizontul lui de așteptare, de gradul de interes, astfel ajungem la valoarea pragmatică a informației.

¹ ****Dicționarul explicativ al limbii române* (DEX), ediția a II-a, Editura Univers Enciclopedic, București, 1996, p. 475.

Conceptul de imagine de marcă s-a substituit în mod treptat reputației unei instituții, organizații, serviciu sau produs. Specialiștii în publicitate au înțeles rolul determinat la nivelul comercial de către imaginea de marcă: potrivit opiniei generale, aceasta permite o creștere a eficacității comerciale și de afaceri în general, acționând atât asupra ofertei, cât și a cererii de produse și servicii.

Imaginea se prezintă printr-o triplă ipostază:

1. imaginea percepută – care corespunde reprezentărilor principale cu privire la un produs, marcă, prezente la un moment dat în cadrul unei populații.
2. imaginea dorită – articulată potrivit obiectivelor vizate.
3. imaginea presupusă – care este percepția proprie despre imaginea care credem că există în exterior.

4. Mass-media ocupă un loc central în seria mijloacelor de promovare a imaginii organizației, o modalitate de transmitere care poartă cu sine atât schematizarea realității, cât și sistemul de referință al mass-media. Factorul imagine poate fi esențial în determinarea cererii de servicii, produse etc. Acest fapt justifică acțiunile de relații publice pentru gestionarea imaginii de marcă a instituției, precum și cele de promovare pentru imaginea produsului sau serviciului oferit. Batalia între imaginile instituțiilor (și organizațiilor), produselor și serviciilor oferite, este cel puțin la fel de importantă, ca și calitatea acestora din urmă. Din acest punct de vedere, se poate vorbi de puterea imaginii de marcă. Aceasta pentru că, așa cum se știe, în toată lumea mărcile sunt ceea ce oamenii cunosc și – în calitate de cumpărător, cumpără.

Imaginea de marcă a organizațiilor

Imaginea publică a organizațiilor este considerată obiect de patrimoniu. Ca urmare, imaginea de marcă a unei companii este înregistrată la instituții specializate și constituie proprietate a acesteia. De multe ori, ea este considerată la fel de valoroasă ca mijloacele productive pe care compania le are la dispoziție, imaginea de marcă fiind un element esențial în individualizarea organizației și a produselor acesteia în raport cu alte organizații sau produse concurente.

Imaginea de marcă caracterizează în special organizațiile cu scop economic și reprezintă o concretizare sintetică a imaginii firmei. Ea individualizează o imagine, un produs sau un serviciu, permițând cumpărătorului să le distingă de altele asemănătoare, să le individualizeze prin memorarea atributelor caracteristice, să le confere semnificație în plan psihologic și să stabilească cu ele relații afective în propriile orizonturi de așteptare.

Marca este un nume, un simbol, un desen, un termen sau o combinație a lor, destinată să ajute la identificarea bunurilor și serviciilor unei firme producătoare și la diferența lor de cele ale concurenților. Ea garantează calitatea produsului și a serviciului prin simbolistica complexă și printr-o serie de semnificații relevante:

- caracteristicile produsului (orice marcă reflectă caracteristici demne de a fi evidențiate)
- avantajele oferite de produs (caracteristicile produsului trebuie transformate în avantaje funcționale și avantaje emoționale)
- valorile (marca sugerează valorile apreciate și agreate de către producător)
- concepția (o marcă reprezintă o concepție de viață, de eficiență, de organizare, de calitate, de aspirații)
- personalitatea (marca conturează o anumită personalitate, obiectivându-se simbolic într-o persoană, un obiect, un animal)
- utilizatorul (marca în funcție de caracteristicile sale, ne sugerează categoria-statusul-consumatorilor sau utilizatorilor)

Toate cele șase dimensiuni ale mărcii sunt importante, însă semnificațiile cele mai înalte sunt date de valori, concepție și personalitate. Prin ceea ce sugerează ele, este definită, de fapt, esența mărcii.

III. Studiu de caz. SC FARMEC SA Cluj

FARMEC este prima și cea mai importantă companie producătoare de cosmetice din România. Povestea companiei începe în 1889 când, la Budapesta, în Imperiul Austro-Ungar, iau naștere Laboratoarele Molnar Moser. O jumătate de secol mai târziu, din acestea se desprinde un mic laborator, Mol-Mos, care își desfășoară activitatea în Cluj-Napoca.

În 1945, Laboratorul Mol-Mos, care avea 6 angajați și producea în principal apă de colonie și pudră pentru copii, își schimbă denumirea în Laboratorul Werzar. Patru ani mai târziu, în 1949, laboratorul este naționalizat și redenumit Fabrica de Cosmetice Cluj nr.21. Din acest moment, aici începe producția de creme, rujuri și uleiuri de păr.

În anii 1950, structura portofoliului de produse suferă o serie de modificări succesive, el ajungând astfel să cuprindă 50 de repere, în majoritate creme și loțiuni.

În 1967, fabrica primește numele de FLACARA. În luna septembrie a aceluiași an, prin grija doamnei prof. dr. Ana Aslan, compania devine primul producător de creme și emulsii Gerovital H3 din România. Prima producție de serie realizată după o serie de experimente conduse de doamna dr. Aslan în laboratoarele fabricii, a constatat în duetul crema de zi hidratantă și crema de noapte nutritivă. Ambele produse se adresează femeilor cu vârste de aprox. 40 de ani, pentru tenul care prezintă primele semne de îmbătrânire. Grija față de frumos și tradiție, consolidată prin anii de cercetare continuă, a făcut ca, în 1945 - anul în care Farmec realiza 5 produse – și până în prezent, portofoliul să se extindă la peste 400 de produse. Printre mărcile produse și comercializate de Farmec, apreciate pe plan intern și internațional, se numără Gerovital H3 prof. dr. Ana Aslan, Gerovital Plant, Aslavital, Farmec, Aslamed, Doina, Ada, Charisée, Obsesie, Athos și Dermofarm.

Produsele Farmec sunt prezente în țări de pe toate continentele lumii, cum ar fi Ungaria, Polonia, Serbia, Anglia, Austria, Belgia, Danemarca, Elveția, Finlanda, Germania, Italia, Spania, Olanda, Emiratele Arabe Unite, Kuweit, Liban, Iordania, Thailanda, Japonia, SUA, Canada, Grecia și Coreea de Sud. Dezvoltarea companiei a fost susținută de consolidarea permanentă a propriei rețele de distribuție. În prezent, toate zonele țării sunt acoperite prin cele 14 reprezentanțe ale companiei. În același timp, un accent deosebit a căzut pe dezvoltarea departamentului de marketing și cercetare, prin colaborări cu Institutul de Cercetări Chimice „Raluca Ripan”, Facultatea de Medicină și Farmacie din cadrul Universității „Babeș-Bolyai”, Universitatea Tehnică Cluj-Napoca și Clinica de Dermatologie Cluj-Napoca. Compania este angajată în dezvoltarea unui Management al Calității performant, în conformitate cu standardul internațional ISO 9001/2000.

Performanțele actuale ale companiei Farmec se datorează investițiilor făcute pentru re tehnologizarea liniilor de producție, pentru achiziționarea de utilaje noi ultraperformante, precum și pentru modernizarea laboratoarelor de cercetare. Aceste investiții, care au urmărit în permanență protejarea mediului înconjurător, au depășit în 2007 suma de 3,5 milioane de euro. O mare parte a acestei sume a fost destinată deschiderii noii secții de producție a deodorantelor ecologice și a lacurilor de păr de la Dezmir, localitate aflată în apropierea municipiului Cluj-Napoca. Aceasta este a doua investiție de acest gen din Europa Centrală și de Est și a fost realizată cu sprijinul ONUDI (Organizația Națiunilor Unite pentru Dezvoltare Industrială).

Începând cu 03.01.2007 a demarat proiectul Formarea pentru Adaptabilitatea la Realitățile Managementului Eficient corporativ (F.A.R.M.E.C.), program finanțat prin linia de buget Phare/2005/017-553.04.02 din partea Comisiei Europene și Guvernul României. Obiectivele proiectului:

- Implementarea unui sistem al managementului performanțelor;
- Dezvoltarea abilităților personalului implicat în activitatea de vânzări;
- Pregătirea unei echipe de formatori interni.

Astfel, Farmec se află printre puținele firme care au reușit să pună în funcțiune un obiectiv ecologic de importanță națională, unic în țară, unde se realizează produse care corespund standardelor impuse de Uniunea Europeană.

Căutând în permanență resurse și direcții noi și ținând pasul cu orientările industriei cosmetice, produsele marca Farmec au valorificat întotdeauna ingrediente naturale sau sintetice recunoscute pe plan mondial, alături de principii active originale, selecționate din bogăția naturală a solului și florei românești, concretizate în zeci de brevete.

Compania Farmec din Cluj-Napoca, cel mai mare producător de cosmetice cu acționariat integral autohton, a anunțat că a realizat în primele opt luni din anul 2008 o cifră de afaceri de 15,3 mil. euro, ceea ce reprezintă o creștere a indicatorilor financiari cu 33% față de perioada similară din 2007. În aceeași perioadă de timp, profitul înregistrat de compania clujeană a fost de 2,1 mil. euro, în creștere cu 24% față de intervalul ianuarie-august 2007.

Ținând cont de rezultatele financiare obținute în primele opt luni din acest an, reprezentanții companiei Farmec estimează că vor obține până la finele anului o cifră de afaceri de 24 mil. euro, în creștere cu aproximativ 12% față de anul 2007. Anul trecut, vânzările totale ale firmei clujene au ajuns la valoarea de 21,5 mil. euro, iar profitul firmei clujene la 2,6 mil. euro. "Evoluția pozitivă a cifrei de afaceri înregistrate de compania noastră în primele opt luni din acest an a fost determinată în mare măsură de noile produse Farmec, produse pentru îngrijirea feței și a corpului, Gerovital Plant Tratament pentru îngrijirea părului și articolele fotoprotectoare Gerovital Plant Sun", a declarat pentru ZF Transilvania Mariana Sinitaru, marketing specialist Farmec.

Potrivit reprezentanților firmei clujene, piața cosmeticelor din România este fragmentată, oferta împărțindu-se între reprezentanții marilor companii internaționale și producătorii autohtoni. În perioada următoare de timp, oficialii Farmec cred că dezvoltarea pieței locale de cosmetice va fi influențată în principal de diversificarea cerințelor clienților. "Consumatorii români trec în prezent printr-un proces de maturizare a preferințelor, aspect ce va conduce inevitabil la creșterea exigențelor și la o cerere sporită pentru produse cu beneficii suplimentare", spune Mariana Sinitaru.

Compania Farmec a anunțat pentru viitor un program de investiții în valoare de aproximativ 3,8 mil. euro în vederea modernizării și re tehnologizării liniilor de producție. În urmă cu doi ani, compania clujeană a demarat un program de investiții pentru îmbunătățirea calității produselor și pentru diminuarea costurilor de producție. "Pentru următorii trei ani am stabilit un buget de investiții de 10 milioane și jumătate de euro, proiectul investițional cuprinzând reamenajarea spațiilor de producție și re tehnologizarea liniilor de fabricație pentru alinierea la normele europene", spune Mariana Sinitaru.

În acest an, compania clujeană și-a diversificat portofoliul propriu de produse și a lansat pe piață Gerovital H3 de la Gerovital Cosmetics, în urma achiziționării integrale a dreptului asupra acestei mărci. În prezent, 18% din vânzările totale Farmec sunt susținute de gama de articole Gerovital, în 2007 valoarea acestor produse ajungând la aproximativ 2 milioane de euro. Produsele Gerovital reprezintă totodată 80% din totalul exporturilor companiei.

În prezent, activitatea de export a companiei Farmec aduce 10% din cifra totală de afaceri, iar rezultatele pozitive înregistrate până în momentul de față indică posibilitatea dezvoltării segmentului de exporturi în următoarea perioadă de timp.

Cele mai profitabile piețe de export pentru producătorul român de cosmetice sunt cele din zona asiatică, respectiv Japonia, Coreea, Kuweit, China și Emiratele Arabe Unite. Nivelul pieței cosmeticelor este estimat pentru acest an la aproximativ 800 mil. euro, principalii jucători fiind Beiersdorf, care importă Nivea, Oriflame, Avon și L'Oreal. Brandurile locale care intră în competiție cu firma Farmec sunt Gerocossen sau Elmiplant. Numărul mediu de angajați Farmec S.A. este în prezent de 600 de persoane, compania

având ca principal obiect de activitate fabricarea parfumurilor și a produselor cosmetice.
(Sursa: Financiarul)

Propuneri pentru relansarea mărcii Farmec

Din descrierea firmei și imaginea în presă reiese că Farmec este lider de piață între brandurile locale cu care intră în competiție. Între cele aproape 20 de game de produse printre care și produse profesionale pentru curățenie, insecticide, dezinfectanți și materiale sanitare.

Produsele Farmec se prezintă în ambalaje moderne, sunt game inovatoare ce păstrează echilibrul în raportul calitate – preț.

În opinia mea, **imaginea Farmec ar trebui asociată cu o femeie puternică, matură, dar care nu și-a pierdut tinerețea și mai ales frumusețea. O femeie care ar putea fi un model pentru femeile din societatea noastră, realizată din punct de vedere profesional dar și pe plan social, care să inspire, încurajeze și să atragă consumatoarele.**

Este necesară creșterea promovării produselor Farmec în revistele de profil și nu numai, în reclame t.v. și pe toate căile media. Totodată, relansarea brandului, la nivel național, obținând astfel o creștere a pieței și o cifră de vânzări mai mare.

Ca imagine a SC. FARMEC SA aş identifica-o, din punctul meu de vedere, ca fiind cea mai potrivită, pe Camelia Şucu. O femeie ambiţioasă, frumoasă, deşteaptă, cu realizări profesionale, implicări sociale, opere de caritate, care ar putea reprezenta cu brio o companie cu o istorie atât de bogată.

Primele creme Gerovital H3 au fost produse în laboratoarele Farmec în 1967, iar printre personalitățile marcante care s-au bucurat de-a lungul timpului de tratamente cu cremele prof. dr. Ana Aslan se numără Charlie Chaplin, Claudia Cardinale, Frank Sinatra, Marlene Dietrich, J.F. Kennedy, Onasis. Astfel, s-ar putea dezvolta o campanie publicitară de succes folosind aceste nume.

Abstract

In the modern societies it is not only an exercise and an art product, the image belongs to the mass communication skills.

The image of an organization, of a product or a service determines not only all emotional and objective significances of the consumer but also the whole of information, ideas, representations, opinions, feelings and even prejudices, with the of which the consumer perceives the organization.

Bibliografie

Chiciudean, I., Ţoneş V., *Gestionarea crizelor de imagine*, Editura comunicare.ro, Bucureşti, 2002;
Moarcăs, O., *Relații Publice și societatea contemporană*, Editura Independența Economică, Pitești, 2003;
Newsom, D., VanSlyke, Turk J., Kruckerberg, D., *Totul despre relații publice*, Ed. Polirom, 2003;
Stavre, I., *Tehnici în crearea de imagine*, Editura comunicare.ro, 2002;
www.farmec.ro

Efectele crizei mondiale asupra sistemului bancar românesc

Andonescu (Iliesi) Mihaela, studentă,

Facultatea Management Marketing în Afaceri Economice Brăila

Coordonatori științifici: Conf. univ. dr. Camelia Vechiu, Asist. univ. drd. Carmen Marin

Între 1980 și 2007, PIB-ul mondial a crescut cu peste 145%, respectiv cu o medie de 3.4% pe an, și asta pe fondul prabușirii sistemului comunist în multe din țările lumii. O mare parte a acestei creșteri se datorează schimbării de optică a Chinei (în anii '70) și a Indiei (la începutul anilor '90), care au trecut de la un sistem economic planificat la o economie mult mai deschisă, abordare care a făcut ca aceste două țări să reprezinte în acest moment motoarele creșterii economiei mondiale. Totuși, în prezent, așa cum se cunoaște, omenirea traversează o criză economică severă.

Este adevărat că liberalismul economic a generat pierderile uriașe înregistrate de către sistemul bancar (și nu numai), doar că, privite în perspectivă, aceste pierderi vin după câștigurile și mai mari acumulate în anii anteriori, câștiguri datorate în primul rând sistemului capitalist.

Chiar dacă în perioada 2008 - 2010 PIB-ul mondial se va contracta cu 10% (o ipoteză extrem de pesimistă), tot vom avea o creștere reală de 120% (2.7% pe an) a veniturilor în ultimii 30 de ani.

„Lumea traversează o criză economică cumplită însă redresarea nu este posibilă dacă nu curățăm sectorul financiar”, a declarat directorul general al Fondului Monetar Internațional, citat de Reuters. „Criza va determina milioane de oameni să ajungă săraci și șomeri, va face să crească riscurile de mișcări sociale și ar putea duce chiar la război”, a precizat Dominique Strauss-Kahn, adăugând că sunt necesare „acțiuni urgente”.

La mai bine de un an și jumătate de la izbucnirea crizei economice în SUA, guvernării români încă susțineau că această criză mondială ar putea ocoli țara noastră.

Se vorbește tot mai mult în ultima vreme despre faptul că această criză este una generată de sistemul capitalist și de excesele făcute de către cei care conduc marile companii, de lăcomia acestora și de lipsa unor reglementări care să facă imposibile fraude de genul celei realizate de către Bernard Mardoff. Inclusiv în România, mulți dintre cei care din punct de vedere politic se situează mai la stânga, s-au grabit să propovăduiască sfârșitul celor câteva sute de ani de capitalism și începutul unei noi ordini mondiale (comunism sau socialism luminat), în care bogăția va fi redistribuită într-un mod mult mai echitabil, iar disparitățile existente în acest moment între bogați și săraci se vor mai atenua.

Lumea este în criză. Modelul piețelor nereglementate a creat monștri economici (mari corporații) considerați azi „too big to fail”.

În octombrie 2008, Guvernatorul Băncii Naționale, Mugur Isărescu, a prezentat, în plenul Parlamentului, ca urmare a invitației Birourilor Permanente ale Senatului și Camerei Deputaților, un raport privind consecințele crizei economice mondiale asupra economiei românești. Cu această ocazie, acesta a anunțat că BNR își menține punctul de vedere potrivit căruia nu au existat și nu vor exista pe viitor tensiuni externe care să poată afecta direct economia românească și sectorul bancar. „Băncile au fost departe de o situație reală care să necesite intervenție. Este o simplă zvonistică exacerbată de repetițiile care apar în presă”, a spus guvernatorul BNR cu această ocazie, completând: „BNR monitorizează evoluțiile piețelor interne și internaționale și e pregătită pentru a lua măsurile adecvate în caz de nevoie. România are un sistem bancar continental. Aici, băncile de afaceri au rolul dominant. Mai mult de 90% din totalul activității de finanțare se desfășoară prin sistemul bancar. Piața de capital, bursa de valori și sistemul de asigurări ocupă o pondere mult mai

mică. Cele mai multe bănci sunt independente. Au o legătură directă cu banca mamă și băncile mamă le pot influența cel mult prin numirea conducerii, ca orice acționar majoritar”. Ele sunt sub normele de prudențialitate emise de BNR, care a fost mai încăpățânată decât în mod obișnuit. Guvernatorul BNR a răspuns și la întrebarea care stă pe buzele tuturor: cum face față România crizei financiare? Sistemul bancar românesc a fost ferit de ceea ce economia numește „produse toxice”, extrem de sofisticate, derivative. Potrivit lui Mugur Isărescu, țara noastră, până la momentul expunerii din Parlament, în octombrie 2008, nu intrase în contact nici cu expuneri la produsele financiare care sunt expuse crizei. Guvernatorul a amintit de efectele indirecte, „tot mai evidente”. „Dacă sunt amplificate de dezechilibre pe plan intern pot cauza probleme pe termen lung”, a declarat în Parlament, Mugur Isărescu.

Economia României a reușit să absoarbă o parte din cei zece miliarde euro pe care i-a cumpărat Banca Națională a României în perioada 2005-2007, informează Agerpres citând o declarație a guvernatorului BNR, Mugur Isărescu, făcută în octombrie 2008. „Am cumpărat în perioada 2005-2007 zece miliarde euro, ceea ce reprezintă întreaga bază monetară a României. BNR nu ar fi putut să cumpere mai mult. Pentru a putea obține această sumă, am tipărit bani. Economia României a reușit să absoarbă o parte din acești bani, nu întotdeauna acolo unde a trebuit. Au fost absorbiți în domeniul imobiliar, în retail, spre exemplu”, a afirmat Mugur Isărescu, adăugând: „Toate prognozele de creștere economică pe plan mondial se vor revizui în scădere, iar România nu poate rămâne izolată de ceea ce se întâmplă în lume”.

Problemele generate de falimentul Lehman Brothers pe piețele internaționale s-au apropiat și de România.

Officialii BNR consideră, însă, că rezervele minime obligatorii constituite de băncile comerciale, rezervele valutare ale BNR și politica de întărire a supravegherii și de restrângere a creditării sunt suficiente pentru a face față oricăror probleme. „Oricum, nu văd în ce conjunctură am putea fi afectați”, spune Eugen Rădulescu, consilier al guvernatorului BNR. Un efect indirect asupra clienților băncilor va fi, totuși, scumpirea creditelor pe fondul lipsei de lichidități la nivel global. „Dacă vorbim de posibilul impact al situației de pe piețele financiare pe piața românească, cel mai probabil acesta va fi unul indirect, și anume costul finanțării în valută ar putea crește, deci costul creditelor în valută ar putea fi mai mare în perioada următoare”, atrag atenția reprezentanții Raiffeisen Bank, în ianuarie 2009.

O bancă intră mai întâi în insolvență și, ulterior, în faliment. Banca ia lichidități de la clienți și le situează în plasamente care nu se mai pot întoarce, mai exact în credite neperformante. În acest caz, rata solvabilității (capital/active neperformante) scade sub 8%, iar BNR intervine prin măsuri administrative și cere acționarilor să vină cu aport propriu.

Agencia de rating Fitch a retrogradat România cu două trepte, în 10 noiembrie 2008, de la „BBB” la „BB+”, un calificativ fără recomandare de investiții (junk), și a menținut perspectiva negativă a ratingului pentru datoria pe termen lung. Cu toate că o perioadă mare de timp oficialitățile române au declarat că România nu are nevoie de ajutor extern pentru depășirea crizei, la începutul anului 2009, guvernul a luat legătura cu Fondul Monetar Internațional pentru a iniția negocierile în vederea obținerii unui împrumut.

După o evaluare de două săptămâni a unei delegații FMI în România, negocierile statului român cu FMI, Comisia Europeană și alte instituții financiare internaționale s-au concretizat, pe 25 martie, într-un pachet de finanțare de aproximativ 20 miliarde euro, din care 12,95 miliarde euro sunt de la FMI, 5 miliarde euro de la Comisia Europeană, 1,2-1,5 miliarde euro de la Banca Mondială și 1 miliard de euro de la alte instituții internaționale. Anul acesta, în 2009, România va primi din împrumutul contractat pe doi ani aproximativ 11,8 miliarde de euro, din care : 8,5 miliarde de euro vor veni din partea FMI, de la CE- 2,5 miliarde euro, de la BM- 0,5 miliarde euro, iar BERD ar putea acorda României

împrumuturi de 0,3 miliarde euro, pentru finanțarea de proiecte. Care sunt însă condițiile și pretențiile acestui acord?

- Dobânda plătită de România pentru împrumutul de la FMI va fi de aproximativ 3,5% pe an, în concordanță cu actualele condiții de piață, a declarat șeful misiunii FMI în România, Jeffrey Franks. „Marja pe care FMI o aplică dobânzii plătite depinde de suma împrumutată de fiecare stat. În cazul României, dobânda va fi probabil de 3,5% pe an, destul de modestă dacă judecăm după condițiile actuale de piață”, a spus Franks, potrivit NewsIn. „Rambursarea împrumutului se va face în 3-5 ani, deci până cel târziu în 2015”, a precizat Juan Fernandez Ansola reprezentant al Fondului Monetar Internațional (FMI) în România și Bulgaria. Fondul Monetar Internațional urmărește ca România să aibă cheltuieli salariale mai transparente și nu bazate pe sporuri, ci pe o schemă simplificată a salariului de bază, a spus Jeffrey Franks. El a arătat că dublarea cheltuielilor salariale bugetare nu poate fi menținută în România. „Acest lucru nu înseamnă că salariile vor scădea, ci că sistemul va fi simplificat pentru o mai mare transparență”, a spus oficialul, explicând că nu este corect ca pentru același tip de activitate un funcționar să fie plătit diferit în funcție de instituția în care lucrează.

„Trebuie să existe un tratament egal transministerial”, a subliniat Franks. „Reforma sistemului de salarizare va urmări să rectifice aceste inegalități. (...) Este vorba despre un sistem de salarizare care nu se bazează atât de mult pe sporuri, ci pe un salariu de bază”, a explicat oficialul FMI. Jeffrey Franks a asigurat că în acordul FMI sunt prevăzute condiții specifice care să „protejeze și să crească susținerea pentru sectorul cel mai vulnerabil al societății”. De asemenea, sunt prevăzute măsuri pentru a crește fondurile pentru ajutor social și pentru protejarea pensiilor și salariilor minime. Fondul de salarii ar trebui să scadă gradual în perioada următoare, de la nivelul curent de aproximativ 8% din PIB, în condițiile în care cheltuielile cu salariile în sectorul public s-au dublat, ca procent din PIB, în ultimii trei ani, a declarat șeful misiunii FMI în România.

- România trebuie să îmbunătățească procesul execuției bugetare și controlul cheltuielilor salariale, dar și să reformeze sistemul de pensionare și să administreze mai bine companiile publice, a declarat Jeffrey Franks. „O altă problemă o reprezintă faptul că numărul persoanelor care se pensionează este mai mare decât cel al noilor angajați, ceea ce dă naștere unor mari presiuni, deși în 2009 fondul de pensii ar putea fi excedentar”, a afirmat Franks. Reprezentantul FMI a mai spus că este nevoie de un control mai bun al companiilor publice, deoarece unele dintre ele funcționează cu datorii foarte mari.

- FMI nu a discutat cu guvernul, pentru 2009, creșteri de impozite și taxe, iar pentru anul viitor, solicitările FMI vor fi discutate pe parcurs, în funcție de evoluția bugetului în acest an, a declarat șeful misiunii FMI în România. „Guvernul a luat deja o serie de măsuri pozitive, precum creșterea contribuțiilor sociale sau diminuarea cheltuielilor. Pentru 2009 nu am discutat creșterea impozitelor. Pe de altă parte, dacă în acest an veniturile bugetare vor fi peste nivelul estimat, Guvernul va putea cheltui o parte din surplus pe ce consideră necesar și ar putea economisi o parte pentru nevoi viitoare”, a spus Franks. Deficitul bugetar, potrivit standardelor ESA, a fost anul trecut de 5,3% din PIB și este programat la 5,1% din PIB pentru 2009.

- Comisia Europeană așteaptă ca fondurile primite să fie gestionate temeinic, un rol important urmând să aibă instituțiile independente de auditare și anticorupție, se arată în comunicatul Comisiei Europene care anunța împrumutul de 5 miliarde de euro pentru România. În afară de buna și corecta funcționare a instituțiilor de audit și anticorupție, CE își condiționează împrumutul de „implementarea unui program consistent de politici economice”, care să întărească sistemul față de presiunile lipsei de lichidități pe termen scurt și care să reducă deficitul bugetar. Programul urmărit de CE este conceput și pentru a „asigura o capitalizare adecvată a băncilor și pentru a întări supervizarea sectorului

financiar”, prevede comunicatul Comisiei Europene. „De asemenea, cerem instituțiilor financiare care operează în România să continue să asigure o finanțare adecvată a operațiunilor lor, cât și finanțarea adecvată a economiei. În acest context, am dori să salutăm confirmarea angajamentului pe termen lung făcut de băncile mamă străine din România precum și a susținerii subsidiarelor lor din țară”, subliniază comunicatul instituției europene.

- Deficitul bugetar al României trebuie adus sub 3% din PIB în 2011, în condițiile în care proiecția pentru anul acesta este de 5,1% din PIB după standarde ESA, a declarat reprezentantul Comisiei Europene, Filip Keereman, potrivit NewsIn. FMI prevede o contracție a economiei românești cu 4% în acest an, față de o creștere economică de 7,1% în 2008.

Agencia de evaluare financiară Fitch susține, într-un raport special, că actuala criză financiară globală a expus bancile românești la riscuri mai mari, sporind presiunea pe cursul de schimb într-o piață dominată de bănci cu capital străin, transmite Reuters. În condițiile în care băncile cu capital străin controlează 88% din activele bancare din România, Fitch se așteaptă ca băncile mamă să nu mai fie la fel de dispuse să acorde noi finanțări, precum și la costuri mai mari de finanțare, care să ducă la o temperare a creșterii creditării și, implicit, la agravarea creditării și profitabilitate în scădere în 2009.

În 25 martie 2009, Fitch estima, într-un raport, că economia românească se va contracta cu 4,5% în acest an, iar guvernul va avea dificultăți să reducă deficitul bugetar sub nivelul de anul trecut. FMI estimează o scădere a economiei românești cu 4% în acest an, prognoză care a fost însușită atât de Comisia Europeană, cât și de autoritățile române.

Făcând un pas înapoi și judecând lucrurile nesentimental, vedem că multe din teoriile proaspăt apărute nu au nicio șansă să reziste probei timpului. Când isteria urgențelor se va domoli, vom putea discuta, calm, despre PRIORITĂȚI.

1. Piața liberă nu este moartă. Numai că, uneori, ea trebuie reglementată. Obligația organismelor de reglementare este de a menține piețele funcționale și concurențiale. Cât de multă reglementare? Atât cât este nevoie, fără a fi în exces sau deficit. De acord, ușor de zis, mai greu de aplicat în practică.

2. Ideologiile nu au murit. Dimpotrivă, am uitat că practica pleacă de la teorie. Managementul de tip pompieristic („văzând și făcând”) nu are sorti de izbândă pe termen lung. Avem nevoie să ne reîntoarcem la modele de dezvoltare. La principii.

3. Prosperitatea și libertatea vor continua să meargă mână în mână. După moartea statului comunist, un nou „patriarh” a apărut în viețile noastre: corporația. S-a impus inclusiv teoria responsabilității sociale a corporației. Corporația este responsabilă pentru crearea de valoare pentru acționari. Nu pentru locuri de muncă sau pentru protecție socială.

4. Întreprinzătorul a fost uitat. Modelul de dezvoltare a abandonat tacit rolul inițiativei private. „Ce e mare, e bun”.

5. Este, din nou, vremea inovațiilor (economice, sociale, politice). Multe din instituțiile de azi (pe care le luăm ca un dat) au fost create cu 100 sau 200 de ani în urmă. Unele au la fel de mult succes, altele sunt perimate, iar în anumite domenii e nevoie de instituții noi.

6. Rolul statului trebuie reevaluat. Un stat mai mare nu e în mod necesar mai eficient. Dar nici un stat mai mic (având în vedere strict elementul cantitativ) nu este, poate, cea mai bună soluție. Din nou, ca și în cazul reglementărilor, statul trebuie să fie atât de mare cât e nevoie și localizat acolo unde este nevoie (aici ne este de mare ajutor un principiu al creștin-democrației: principiul subsidiarității). Iar domeniul în care nevoia de reformă a statului este încă și mai stringentă este cel al instrumentelor statului. Încă tocăm milioane de tone de hârtie anual pentru a da de lucru birocrăției și pentru a crea numeroase procese paralele.

7. Pe termen și mai lung, modelul de dezvoltare nu mai poate ignora impactul negativ pe care omul îl are asupra mediului înconjurător. Respectul naturii este modalitatea prin care procesul globalizării poate fi adus pe o linie care să îi permită să fie în slujba umanității.

Măsuri luate de BNR de la apariția crizei economice până la semnarea acordului cu FMI

- **4 februarie 2009**, Consiliul de Administrație al BNR a decis reducerea ratei dobânzii de politică monetară cu 0,25%, până la nivelul de 10%, începând cu data de 5 februarie 2009, se menționează într-un comunicat al băncii centrale. În același timp, BNR a decis să mențină rezervele minime obligatorii la valorile actuale, contrar așteptărilor analiștilor din piață.

- **16 februarie 2009**, Întrunire într-o ședință ordinară a Comitetului Național de Stabilitate Financiară (CNSF), care stabilește că impactul crizei internaționale asupra sistemului financiar românesc a fost relativ limitat, până în acel moment, luni, 16 februarie 2009, într-o ședință ordinară, a anunțat Banca Națională a României (BNR). CNSF a decis că trebuie întărită evaluarea preventivă pentru identificarea celor mai adecvate pachete de măsuri, necesare diminuării potențialelor efecte negative ale crizei globale asupra sistemului financiar românesc și economiei naționale, informează NewsIn. Totodată, membrii CNSF l-au reales pe guvernatorul BNR, Mugur Isărescu, drept președinte al Comitetului Național pentru Stabilitate Financiară pentru un nou mandat de un an. Din CNSF fac parte șefii autorităților de supraveghere ale sectoarelor pieței financiare (Banca Națională a României, Comisia Națională de Valori Mobiliare, Comisia de Supraveghere a Asigurărilor, Comisia de Supraveghere a Sistemului Public de Pensii Private) și ministrul Finanțelor Publice, Gheorghe Pogea. CNSF a fost înființat în iulie 2007 în scopul alinierii României la cerințele Uniunii Europene privind managementul crizelor financiare.

- **20 martie 2009**, Banca Națională a decis să ia o măsură prin care să lase mai mulți bani la îndemâna băncilor, ceea ce ar putea duce la o relaxare a condițiilor de creditare. BNR a aprobat un nou regulament, prin care reduce provizioanele de risc - o sumă de bani pe care toate băncile sunt obligate să o depună la BNR în contul creditelor nerambursate.

- **29 Martie 2009**, BNR va menține dobânda cheie, dar poate relaxa rezervele. Guvernatorul BNR, Mugur Isărescu, a afirmat ca banca centrală va scădea gradual nivelul rezervelor minime obligatorii în valută, situate în prezent la 40%, dar ar putea începe mai degrabă cu modificarea bazei de calcul a acestora, prin excluderea de la constituire a finanțărilor pe termen lung. El apreciază că BNR va menține dobânda cheie la 10% pe an, precum și nivelul RMO, de 40% la pasivele în valută și 18% la lei, dar subliniază că banca centrală va asigura și controlul lichidității în piață, prin operațiuni de tip repo și reverse repo, pentru a corela dobânzile din piață cu cea de politică monetară. În ce privește dobânda cheie, probabil că banca centrală o va diminua treptat pe parcursul anului, iar reducerile vor fi de câte 0,25 puncte procentuale.

Analiștii consideră însă că Guvernul nu va opera astfel de măsuri de relaxare fiscală în perioada următoare, din cauza incertitudinii cu privire la nivelul veniturilor bugetare.

- **31 martie 2009**, Banca Națională a României a coborât la zero rezervele minime la pasivele în valută, cu scadență de peste doi ani, față de 40 la sută, cât era până în prezent. În același timp, banca centrală a hotărât să mențină dobânda de politică monetară la zece procente pe an, potrivit unui comunicat al instituției, spulberând visele de relansare a creditării. De asemenea, s-a hotărât menținerea la nivelul actual al ratei rezervei minime obligatorii pentru pasivele în lei și al celei pentru celelalte pasive în valută ale instituțiilor de credit. Banca Națională a României are rezerve minime obligatorii de peste 12 miliarde de euro din partea băncilor, iar măsura scăderii sale ar putea afecta rezervele cu circa șase miliarde de euro.

Abstract:

The second half of 2008 will be considered in the history as one of the blackest period of the American and world economy. Two of the most famous financial institutions from Wall Street, Lehman Brothers and Merrill Lynch surrendered in front of the financial crisis. The negativ financial impact was felt by all the world stock exchange and all great companies.

In this context Romania proved that it is not a imune financial island to what happens on an interanational level, talking into account that 88% of the banking capital in Romania is foreign.

Bibliografie:

1. [www.wall street.ro](http://www.wallstreet.ro);
2. *** - Colecția ziarului „Adevărul”, anul 2008-2009;
3. *** - Colecția ziarului „Săptămâna Financiară”, anul 2008-2009;
4. www.NewsIn.ro.

Elemente clasice și moderne în amenajarea standurilor de carte la Târgul Internațional „Gaudeamus”- carte de învățătură

**Anghel-Ilie Cristina, studentă, anul II
Facultatea de Finanțe-Contabilitate Pitești
Coordonator: Conf. univ. dr. Silvia Dugan**

Cea de-a XV-a ediție a Târgului Internațional GAUDEAMUS – Carte de învățătură s-a desfășurat în perioada 19 - 23 noiembrie 2008. Evenimentul a fost organizat de Radio România și a avut loc în Pavilionul Central al Complexului Expozițional Romexpo.

Obiectivele Târgului Internațional GAUDEAMUS – Carte de învățătură sunt:

- relansarea pieței românești a cărții prin crearea unor evenimente de anvergură, cu mare impact asupra publicului;
- promovarea în România a unor metode și suporturi educaționale aliniate standardelor europene;
- prezentarea unei oferte educaționale complete într-un cadru concurențial, intens mediatizat;
- racordarea ofertei educaționale românești, având drept principală componentă cartea, la circuitul internațional; este vizată cu preponderență piața Europei centrale și de est;
- sprijinirea unor proiecte editoriale și programe educaționale de excepție, de importanță majoră pentru cultura națională¹.

Suprafața târgului a ajuns la circa 14.000 mp, aproape de capacitatea maximă a Pavilionului Central Romexpo. A costat aproximativ 500.000 de euro, 25% din sumă fiind rezervată pentru promovare².

Numărul expozanților a fost de peste 400. Au participat: edituri românești – 40%, edituri străine – 36%, instituții de învățământ românești – 5,25%, instituții de învățământ străine – 2,25%, agenții de difuzare de carte românească și străină – 4,25%, firme multimedia și instituții cu acest profil – 2,75%, asociații profesionale – 2,25%, ONG-uri – 2%, instituții mass-media – 3,5% etc.

Ultimele apariții editoriale ale celor mai prestigioase edituri din România și din străinătate, titluri în premieră și o bogată ofertă educațională, adresată tuturor categoriilor de vârstă, au fost disponibile în incinta Târgului, pe parcursul a cinci zile.

Programul de manifestări al ediției a cuprins peste 400 de evenimente organizate în mai multe locații special amenajate în incinta pavilionului și în cadrul standurilor expozanților. Dintre acestea, 57,5% au fost lansări sau prezentări de volume ale unor autori români, Târgul devenind astfel un excelent instrument de promovare a literaturii autohtone, 21,25% - lansări de titluri aparținând unor autori străini traduși în limba română, iar 12,5% evenimente profesionale (dezbateri, seminarii, mese rotunde). Printre evenimentele expoziției de anul acesta se mai numără și lansarea primei biblioteci legislative on-line, la inițiativa Monitorului Oficial. Ca în fiecare an, la Târgul de carte au fost reduceri și promoții pentru vizitatori. Au fost standuri cu reduceri de până la 50%, editurile oferind promoții și pentru comenzile on-line³.

Numărul vizitatorilor a fost de peste 100.000. Accesul general în Pavilionul Central s-a făcut pe baza biletelor de intrare, în valoare de 3,5 lei, care au constituit fonduri pentru Tombola Specială GAUDEAMUS. Elevii, studenții, cadrele didactice, pensionarii și membrii uniunilor de scriitori au avut acces gratuit, pe baza documentelor specifice vizate.

1 <http://www.gaudeamus.ro/htmlr/despre.htm>

2 http://www.cotidianul.ro/gaudeamus_2008_un_targ_de_carte_de_jumatate_de_milion_de_euro-64866.html

3 <http://www.evz.ro/articole/detalii-articol/829444/Gaudeamus-2008-sute-de-lansari-si-mii-de-vizitatori/>

Derulată pe întreg parcursul târgului, pe baza biletelor de intrare, Tombola specială GAUDEAMUS a avut ca premii la aceasta ediție: un autoturism Dacia Sandero oferit de Automobile Dacia, un laptop oferit de Radio România și Magazinultau.ro și un radio cu MP3 player acordat de Radio România. Câștigătorii premiilor au fost stabiliți prin tragere la sorți, realizată duminică, 23 noiembrie, ora 13.00.

O parte din sumele rezultate din vânzarea biletelor de intrare sunt destinate finanțării parțiale a proiectului „Un Nobel pentru literatura română”, inițiat de Radio România. Fondurile rezultate astfel sunt utilizate pentru finanțarea unor debuturi literare, traducerea lucrărilor unor scriitori români în limbi de circulație internațională și promovarea literaturii române peste hotare. Obiectivul campaniei, pe termen mediu și lung, este obținerea unui Premiu Nobel de către un scriitor român.

Pentru a opta oară consecutiv, Târgul GAUDEAMUS a fost transmis on-line, cu sprijinul RCS&RDS, furnizor oficial de INTERNET al manifestării. Imagini în direct, intervenții de la conferințe și dezbateri, selecțiuni din programul evenimentelor și informații de ultimă oră au fost accesibile tuturor celor interesați, la adresa www.gaudeamus.ro. Pe site-ul târgului, reactualizat zilnic pe parcursul desfășurării sale, vizitatorii au mai putut găsi: catalogul complet al participanților, programul manifestărilor, bilanțul fiecărei zile de târg, precum și informații adresate în mod special anumitor categorii de public.

Partenerii organizatorilor, la această ediție, au fost: Automobile Dacia, bibliofagia.ro, Magazinultau.ro (partener IT, care a organizat și gestionat Internet Café – ul din incinta manifestării), RCS&RDS, Bancpost, Xerox România, Metrorex.

Parteneri media: TVR Cultural, Șapte Seri, Deutsche Welle și Observator Cultural.

Bursa de Contacte GAUDEAMUS, deschisă la nivelul 3.20, zona 234, este mai mult decât un punct de informare și „birou” de lucru pus exclusiv la dispoziția profesioniștilor – expozanți, vizitatori, presă. Este concepută ca un spațiu viu, dinamic, interactiv, un loc excelent pentru relații publice și întâlniri. Are rol de instrument suplimentar de *promovare a imaginii partenerilor târgului*, inclusiv prin organizarea de evenimente culturale - întâlniri, dezbateri, mese rotunde, schimburi de idei¹.

Din declarațiilor editorilor, cele mai vândute cărți la această ediție a Târgului Gaudeamus au fost:

„*Istoria critică a literaturii române*” de Nicolae Manolescu, Editura Paralela 45;

„*Scrisori către fiul meu*” de Gabriel Liiceanu, Editura Humanitas;

„*Istoria secretă a lumii*” de Jonathan Black, Editura Nemira;

„*Memorii*” de Valeriu Anania, Editura Polirom;

„*Brisings*” de Christopher Paolini, Editura Rao;

seria „*Mari Civilizații*”, Editura All².

III. Clasic și modern în amenajarea standurilor de carte

În proiectarea unui stand cu care o editură participă la un târg de carte trebuie să se aibă în vedere elementele care atrag atenția publicului vizitator și, în mod special, faptul că noutatea atrage întotdeauna. La Târgul de carte GAUDEAMUS, 2008, în amenajarea standurilor s-au imbinat elementele clasice cu cele moderne, dar în unele cazuri au predominat fie un stil, fie celălalt. În continuare, vom urmări câteva exemple din fiecare, cu observațiile unui consumator de carte, nu ale unui specialist în astfel de manifestări.

Cum noutatea este cea mai cautată în acest gen de manifestări, voi începe cu prezentarea unor edituri care au participat cu o imagine modernă. Astfel, mai puțin întâlnite la un târg de carte sunt demonstrațiile de produs, care îi fac pe oameni să rămână în stand odată ce au intrat și să perceapă beneficiile produsului. Este adevărat, acest lucru este mai

1 http://www.antena3.ro/stiri/cultura/gaudeamus-cel-mai-important-targ-de-carte-din-europa-de-est_58410.html

2 <http://www.gaudeamus.ro/download/2008/g15/comunicate/gaudeamus-bilant2008.pdf>

greu de realizat în cazul unui târg de carte, dar un exemplu aparte l-a oferit editura INTUITEX, care oferă publicului aplicații de eLearning, soft educațional și lecții interactive. De altfel, editura nu avea altă modalitate de a-și prezenta produsele decât cu ajutorul unor specialiști în domeniul relațiilor publice, familiarizați cu produsele, care lucrau interactiv cu vizitatorii standului, în fața unor calculatoare instalate pe niște pupitre, construite în așa fel încât să faciliteze o utilizare de acest fel. De asemenea, specialiștii în publicitate s-au jucat puțin prin „ghidarea” sau „ademenirea” publicului vizitator, care trecea prin zonă. Au proiectat această acțiune cu ajutorul unor săgeți confecționate din hârtie, purtătoare ale mesajului *spre țintă* alături de un desen în miniatură, care țintă urma să fie descoperită de curioși în vârful unui suport rotativ vertical cu produsele expuse, poate cu mesajul „*Intră numai și vei descoperi ceva extraordinar.*”. Atât logo-ul, *Înveți cu plăcere*, cât și sigla sunt bine realizate, așezate deasupra fiecărei căi de acces dintre cele 2 existente.

De astfel de săgeți s-au mai folosit alte două edituri pentru a-și atrage vizitatori. Una dintre ele este CORESI, cu o siglă mai puțin vizibilă și nu reușit realizată, doar un simplu banner de dimensiuni mici, așezat undeva pe un perete în afara spațiului de vizitare și de vizualizare imediată. A avut ca public-target copiii de vârstă preșcolară atât prin produsele oferite, cât și prin faptul că au amenajat un spațiu de joacă în interiorul standului, dar și o expoziție cu desene ale copiilor. De asemenea, consultanții în probleme de vânzări au venit cu un mod mai puțin obișnuit de a afișa reducerea; spun „mai puțin obișnuit” pentru un târg de carte, dar mai degrabă întâlnit în hypermarketuri, prin formule: *cumperi de... și plătești doar....*”, sau piețe, prin modul de afișare - ca suport având o coală de hârtie A4 și prin indicarea sumei care ar trebui cheltuită la standul respectiv, mesaj de altfel „tradus” pe un alt perete ca o reducere de 20%.

Cel mai apreciat spațiu de expoziție este, în acest caz, parterul (anexa plan), iar una dintre editurile care și-a adjudecat o poziție dintre cele mai fericite a fost RAO, și pe bună dreptate, fiind una dintre „aniversate”, anume împlinind 15 ani de existență. Sărbătorirea acestei aniversări s-a simțit nu numai în poziționarea centrală, ci și în amenajarea standului, de tip insulă, extrem de atrăgător și cu numeroase elemente de captare a atenției. Este vorba despre înălțimea panourilor care alcătuiesc pereții standului-insulă, care le depășește vizibil pe celelalte, culorile dominante - alb și roșu, logo-ul special pentru acesta aniversare - *După 15 ani, tot prieteni*, poate transmite vizitatorilor și, mai ales, clienților fideli ideea ca nu poți să lipsești de la aniversarea unui prieten drag. Modernitatea se observă și în materialele folosite, plastic și metal, de o strălucire atrăgătoare și plăcută, panouri-sandwich iluminate. Vedetele standului au fost și corpurile de iluminat suspendate, cu globuri foarte mari, din hârtie de orez, extrem de atrăgătoare și bine integrate în ansamblu, mai ales că albul este una dintre culorile dominante la RAO. Vitrinele cu cărțile expuse, atât verticale, cât și orizontale, au fost atrăgătoare prin ordinea și modul de așezare aerisit și artistic. De asemenea, RAO a folosit și elemente quasi-educaționale, adică a fost gazda a numeroase lansări de carte, cu autorii ca invitați.

La polul opus, din punctul de vedere al temei de discuție, se află o prezență mai puțin obișnuită printre editurile cu spații închiriate la parterul salonului expozițional, pentru că este vorba de o agenție de presă, ADEVARUL, care a pătruns și pe acest segment de piață prin lansarea unor colecții de cărți celebre, în mod special prezentate la târgul de carte fiind colecțiile CARTE DE LUX și OPERE COMPLETE.

A fost clar de la prima vedere a standului care era publicul-țintă, prin faptul că era amenajat ca o cameră-bibliotecă dotată cu mobilier de epocă. Realizată din lemn masiv, nuanța stejar auriu, de o sobrietate și opulență tipică unei anumite categorii sociale care își permitea și obișnuia să aleagă acest stil clasic de mobilă, poate transmite ideea că cine are asemenea gusturi în legătură cu mobila de bibliotecă, ar trebui să o înzestreze și cu anumite colecții de cărți, cum altfel decât de lux. În legătură cu mobilierul, în amenajarea standului și-a făcut loc și

producătorul de mobilă care a realizat piesele de mobilier ce alcătuiau standul, pe un panou publicitar la fel de impunător ca cele prin care se anunțau „vedetele” expoziției.

Deschiderea la culoar s-a făcut prin două intrări, stand de colț, desigur aglomerat de vizitatori, care cel puțin intrau să admire mobila și să se odihnească după atâta alergătură printre standuri pe frumoasele scaune tapitate cu piele, în fața unei măsuțe rotunde, cu geam, evident plină cu cataloage și materiale publicitare.

Disponând de o bibliotecă atât de mare este clară a fost rezolvată ușor problema depozitării, de altfel foarte ordonat și practic soluționată și cu ajutorul unor cutii din carton stilizate și personalizate.

Despre oferte promoționale nu a fost cazul, în schimb colecțiile de cărți care au fost oferite erau frumos și practic ambalate în cutii din carton, portabile, cu maner din plastic, numai bune pentru a însoți clientul acasă, poate chiar în călătorii.

Personalul din spatele desk-urilor expoziționale s-a dovedit foarte amabil, total la dispoziția vizitatorilor, cu ținuta vestimentară cu însemnele editurii și prezență de spirit.

La o colecție de lux, și catalogul a fost tipărit în condiții de o calitate excepțională pentru majoritatea materialelor de acest fel.

Investiția în realizarea standului a fost serioasă, bugetul a fost justificat având în vedere obiectivele propuse și publicul-țintă.

Deși ajunse la a XV-a ediție, editurile participante la Târgul de carte Gaudeamus ar fi trebuit să puna mai mult accent pe relațiile cu publicul și mai puțin pe publicitate, deoarece rolul unui târg este de contact direct, interrelaționare și comunicare.

Abstract:

To show a company to a fair or exhibition, supposes the carrying out of a project which is prepared before in steps by a cooperating team. The final stage of this effort is seen during the participation to the event for which they prepared.

Everything starts with the participation decision, followed by the information gathering, the establishment of some specific objectives, in fact a time which will show its utility later. To facilitate the establishment of these objectives it is very useful to state what activities are to be prepared and what techniques will meet the visiting public.

Bibliografie:

1. Puiu, Al., *Management in afacerile economice*, Tratat, vol.I, Promovare, Negociere, Contractare, editia a V-a, Editura Independenta Economica, Pitesti, 2008;
2. Dugan S., *Negociere-contractare in afaceri economice - Note de curs*, Pitesti, 2008;
3. <http://www.gaudeamus.ro/>
4. http://www.gaudeamus.ro/download/2008/g15/comunicate/comunicat_presa_17112008.pdf
5. <http://www.gaudeamus.ro/download/2008/g15/comunicate/gaudeamus-bilant2008.pdf>
6. http://www.cotidianul.ro/gaudeamus_2008_un_targ_de_carte_de_jumatate_de_milion_de_euro-64866.html
7. <http://www.mediafax.ro/cultura-media/peste-100-000-de-persoane-au-vizitat-targul-gaudeamus.html?1706;3546799>
8. http://www.antena3.ro/stiri/cultura/gaudeamus-cel-mai-important-targ-de-carte-din-europa-de-est_58410.html
9. <http://www.evz.ro/articole/detalii-articol/829444/Gaudeamus-2008-sute-de-lansari-si-mii-de-vizitatori/>
10. <http://www.humanitas.ro/humanitas-multimedia/bilant-humanitas-multimedia-la-gaudeamus-2008>
11. http://www.marketingforum.ro/training.php?art=Prima%20Pagina&id=19&url=Cursuri_Traininguri_Marketing_Vanzari_TRAINING_efex_Advanced_Exhibitin
12. http://www.contabilizat.ro/file/cursuri_de_perfectionare/management_si_marketing/Relatii%20publice/cap1.pdf
13. <http://www.humanitas.ro/humanitas-multimedia/bilant-humanitas-multimedia-la-gaudeamus-2008>
14. http://showingoff.net/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=9

15. <http://www.accessdisplays.co.uk/tips-on-exhibiting.htm>
16. <http://blog.beyondthebox.co.uk/2008/03/20/get-people-to-your-exhibition-stand-marketing-tips/>
17. www.consultingreview.ro/download/files/8/marketing-1.pdf
18. <http://www.targurisiexpozitii.ro/Branding.html>
19. <http://ebooks.unibuc.ro/StiinteADM/sica/11.htm>
20. http://www.targurisiexpozitii.ro/Standuri_Expozitionale/Functiile_standurilor_expozitionale.html
21. http://www.targurisiexpozitii.ro/Standuri_Expozitionale/Tipologia_standurilor_expozitionale.html
22. http://facultate.regielive.ro/cursuri/marketing/tehnici_promotionale-21255.html

Izvoarele antice ale masoneriei

Danciu Maria, studentă, anul III
Facultatea de Științe Administrative și ale Comunicării Brăila
Coordonator științific: Lect. univ. dr. Valentin Popa

1. Lămuriri preliminare

Să studiezi fascinanta lume a masoneriei poate fi o adevărată aventură, ce te poartă în lumi demult apuse și, când crezi că ești pe punctul de a încheia lucrarea, constăți uimit că de fapt toată munca de cercetare a „zgâriat” doar suprafața, lucru ce te incită și mai mult la cunoaștere. Se spune că suntem lăsați să știm numai ceea ce vor *ei* să știm, că secretele ascunse ale masoneriei (francmasoneriei), sunt cunoscute numai de cei *luminați*, adică o mică parte din cei ce fac parte din *Societate*.

Ne propunem în acest studiu o scurtă călătorie în istorie, în vremuri mitice, și în lumi demult apuse, lucrarea de față neavând scopul de a face propagandă în favoarea francmasoneriei, și nici de a o defăima, ci doar de a înțelege de ce exercită atâta fascinație, temere și pasiuni, de ce suntem, în mod inexplicabil, atrași de subiect.

Deoarece pe parcursul textului ne vom folosi de ambele forme: *mason*, *francmason*, se cuvine să începem cu definirea termenilor. Etimologia cuvântului francmason este controversată, având trei interpretări, una dintre ele bazată pe vechi documente britanice (1349-1350) cu referire la *zidar de cioplit piatra, scutit de impozite*. O altă ar fi că francmasonul poate fi asimilat cu francburghezul din anumite orașe, scutite de taxe și impozite (*franc* înseamnă *liber*). A treia interpretare aplică termenul *franc* nu omului, ci meseriei. Este *franc* cel care face parte dintr-un *francmeister* și beneficiază de scutiri pe durata lucrărilor la Templu¹.

Cea mai veche definiție cunoscută a francmasoneriei figurează în textele medievale desemnate sub denumirea de „Vechile Îndatoriri”, fiind vorba de manuscrise destinate îndeplinirii unor ceremonii, datând din 1390 și 1425.

„*Geometria este arta de a măsura orice lucru în cer și pe pământ. Mai este denumită francmasonerie. Toate artele se bazează pe geometrie, chiar gramatica și însăși retorica, nu ar putea exista fără geometrie*”².

Este vorba de o profesie în același timp pitagoreică, conform căreia numărul constituie ultima realitate în tot ce există și se manifestă. Pitagorismul a fost vehiculat în Europa de diverse curente neoplatoniciene, începând cu gnosticii primelor secole ale creștinismului. Identificarea francmasoneriei cu geometria, poate fi ecoul medieval al anticului dicton: „*Nimeni nu intră aici dacă nu e geometru*”, aflat pe frontispiciul **Academiei** lui Platon.

În toate epocile, masoneria s-a definit ea însăși ca o *societate inițiativă*, expresie ce ne obligă să explicăm termenul *inițiere*. A fi *inițiat*, în optica vechilor constructori, însemna a intra într-un ordin care se consacra misterelor vieții și îi propunea omului modalități de evoluție spirituală. Ținând seama de structura socială a vechilor civilizații, în care constructorii și arhitecții jucau un rol major, vedem că asociațiile inițiatice formau inima regatului. Înaintea erei creștine nu existau societăți secrete în sensul pe care îl înțelegem noi azi, unele grupuri inițiatice participau la conducerea regatelor, și mai ales dețineau adevărurile religioase.

Scopul francmasoneriei este (și era) de a forma inițiați, adică oameni liberi, ea nu e o sectă, nu constrânge pe nimeni, nu are un *guru*³, și nu cere membrilor săi supunere totală. Metoda acesteia stimulează spiritul critic, putând să îi aplicăm cea mai bună definiție dată filozofiei: „*A face filozofie, înseamnă a critica filozofia*”. Toți marii filozofi și-au fondat

¹ După Cartea Meseriilor, de Etienne Boileau, 1268

² În Evul Mediu, științele erau clasificate de la 1-7, în ordine : gramatica, retorica, logica, aritmetica, geometria, muzica și astronomia.

³ Guru = înțelept, filozof, mentor spiritual, preot al diverselor secte hinduse.

opera lor pornind de la o critică a filozofiei. Orice afirmație provoacă o alta, pentru că în principiu ea este criticabilă.

Veche de peste trei mii de ani, instituția masoneriei, prin dubla ei obârșie, meșteșugărească și templieră, a căpătat, începând cu secolul al XVIII-lea, aspectul instituirii unui grup de sociabilitate specifică, *loja*, în care au fost primiți laolaltă oameni provenind din toate păturile sociale, de toate profesiile, de toate neamurile.

Francmasoneria este compusă din loji ce îi conferă existență și autenticitate. Acestea sunt formate din grupuri de cel puțin șapte membrii, prezidate de Venerabilul Lojii, ales pentru o perioadă de un an, acesta fiind asistat de doi supraveghetori. Lojile pot lucra independent sau se pot asocia cu alte loji, formând o federație numită *obediență*.

O lojă practică un rit, o obediență poate practica mai multe rituri. Un *profan* nu poate deveni mason, decât dacă o lojă acceptă să îl inițieze. Prin rit se transmit învățămintele inițiatice, în mod progresiv : la început ucenic, apoi calfă, și la urmă maestru¹. Lojile unde se reunesc ucenicii, calfele și maeștrii, se numesc *Loji albastre*. Lojile sunt prezidate de Marele Maestru.

2. Martori la nașterea lumii

Reluând un vechi mit, s-a afirmat că societatea masonică se confundă cu însăși ordinea Universului, că francmasoneria exista deja înainte de crearea Pământului, fiind răspândită în Cosmos. „Societatea noastră exista înaintea creării acestui glob pământesc, în diverse sisteme solare”, afirma *fratele* Oliver, în 1823.

Sunt lucrări masonice, care îl consideră pe Dumnezeu ca fiind însuși Marele Arhitect al Universului, Întâiul Mason, pentru că el este cel care a creat „lumina”, a ales pe Arhanghelul Mihail ca prim Mare Maestru, și l-a creat pe Adam, primul om inițiat. Adam, prin prisma masonică, nu este omul decăzut și păcătos, ci mai degrabă strămoșul inițiat, care a dat formă tradiției esoterice și a transmis-o generațiilor viitoare².

Personalități marcante ale antichității au fost membrii ai ordinului: Solon legiuitorul, profetul Moise, matematicianul Thales, geometrul Pitagora, magul Zoroastru. Aceștia aveau o calitate comună, cunoașterea geometriei, arta supremă, care ne învață să măsurăm și să construim.

Principalul succesor al lui Adam, a fost Lameh („forță”, în ebraică), ai cărui copii au făcut prodigioase descoperiri grație inițierii masonice, în muzică, geometrie, alchimie, prelucrarea fierului, pe care le-au înscris pe două coloane mari de piatră. Acestea au supraviețuit Potopului, fiind descoperite de Nimrod, care înțelegând importanța revelațiilor înscrise în piatră, decide să le transmită oamenilor capabili să le reînvie. I-a învățat pe masoni semnele și atingerile rituale care le permiteau să se recunoască între ei oriunde în lume, și le-a recomandat să se iubească, să evite orice ceartă și să venereze pe maeștrii lor, care erau în posesia secretelor artei. Când Nimrod a murit, Dumnezeu l-a transformat în stea și l-a așezat în ceruri, după care frații își puteau orienta pașii.

Abraham, după ce a primit investitura masonică, i-a învățat pe egipteni științele secrete, iar discipolul său, Euclid, a desfășurat o intensă activitate, construind temple, poduri, mănăstiri. „Niciodată, spunea acesta, să nu alegeți ca maestru pe un om neinițiat în arta construcției sau lipsit de inteligență; să nu fiți sclavi nici ai sentimentelor, nici ai bogăției, nici ai originii nobile. Rămâneți credincioși regelui din țara voastră și ocrotiți veșnic numele sacru de *frate*”.

3. Egiptul Antic

Un Mare Maestru, George Smith, afirma în 1783 că francmasoneria își trăgea din Egipt multe din misterele ei. Astfel, Osiris și Isis simbolizau ființa supremă și natura universală, fiind corespondenții Soarelui și Lunii din Lojă. După părerea sa, druzii primiseră esoterismul egiptean, transmis apoi primilor masoni.

¹ Există și alte grade, în funcție de rit, dar toate riturile masonice au în comun cele trei grade: ucenic, calfă și maestru.

² „Adam, primul nostru străbun, creat după chipul și asemănarea lui Dumnezeu, Marele Arhitect al Universului, trebuia să fi avut scrise în inima sa științele liberale, în particular geometria”, Anderson, *Constituții*.

Arta egipteană este incontestabil o artă regală, fiind de fapt traducerea ideilor simbolice și nu un estetism gratuit. Descrierile descifrate în hieroglifile săpate în piatra pereților piramidelor și ai templelor corespund ceremonialului ce avea loc în scopul inițierii și al derulării practicilor efectuate de hierofanți¹. Candidatul, (*imploratorul* sau *îngenuncheatul*) spunea că vine din întuneric, căutând *lumina*.

La intrarea în templu erau două coloane, reprezentând cerul și pământul, iar ușa de la intrarea în lojă avea forma unui triunghi echilateral, construită dintr-o singură piatră, care pivota în jurul propriului ax. După ce intra, candidatul pune piciorul drept pe *echer*², și își continua drumul părăsind cuaternul inferior (personalitatea umană), pentru a-și dezvolta triada superioară (eul sau sufletul), străbătând coridoare lungi și slab luminate de făclii. Șorțurile purtate de inițiați erau din piele, de formă triunghiulară. Primul grad purta culoarea albă, iar maeștrii purtau culori vii, șorțurile fiind bătute cu pietre prețioase și având ciucuri din aur.

Criteriile de admitere erau foarte severe, solicitantului i se cerea practicarea unei meserii manuale, corectitudine morală și aptitudinea de a înțelege sensul ascuns al simbolurilor și scrierilor sfinte. Pentru cei ce treceau cu bine de primele obstacole, aventura continua, ei urmând să învețe regulile artei. După un număr de ani, li se deschideau ușile „caselor vieții” și li se încredințau mari responsabilități. Devenind maeștrii în știința lor, formau discipoli, care îi urmau la rândul lor.

Documentele care dovedesc existența inițiaților în Egipt, sunt foarte numeroase, un exemplu fiind o stelă funerară de la British Museum, care descrie noaptea de meditație a unui inițiat, la Templul celor Doi Lei, dinaintea admiterii la încercări. Acest ritual este celebrat de masoneria modernă, candidatul petrecând mai multe ore de meditație, într-o încăpere mică, numită „cabinet de reflecție”, pentru a-și face un profund examen de conștiință. În acele ore, moare, treptat, *cel din trecut*, pentru a renaște ca *om nou*. Riturile egiptene simbolizau felul în care Marele Arhitect a construit Universul, astfel că, prin practicarea lor se încerca o cunoaștere cât mai completă a metodelor sale, și a principiilor cu care lucrează. Se credea că acesta încă mai lucrează, iar Universul reprezintă expresia lui activă.

În concepția lor, Marele Arhitect aștepta ca oamenii să trăiască după preceptele legii pe care el a stabilit-o. Legile Universului trebuie să rămână universale în ceea ce privește aplicarea lor și să acționeze pe pământ întocmai cum acționează și în ceruri. Credința cerea o probitate absolută și un înalt grad de puritate fizică, emoțională și mentală, impunând o dreptate și o justiție perfecte, bazate pe legi, precum și pe bunătate și blândețe.

Religia era cea care dirija viața oamenilor de rand, dar și a celor ce îi conduceau pe aceștia. Marele obiectiv impus credincioșilor, potrivit religiei, oricare ar fi ea (creștină, mozaică, sau islamică), e mântuirea propriului suflet. Dar egipteanul credincios avea obligația să nu încerce nici cea mai mică îndoială în ceea ce privește viața sa de dincolo de mormânt, a cărei descriere o cunoștea de dinainte; el nu urmărea mântuirea personală, ci evoluția sa spirituală.

Christian Jacq, amintește în cartea sa „*Francmasoneria, istorie și inițiere*” despre mitul prezent în toate religiile antichității, pe care îl regăsim ca mit central al francmasoneriei actuale: un zeu, sau un rege binefăcător, este omorât de cei care ar fi trebuit să îi asculte mesajul. Inițiații, întristați, nu acceptă o astfel de nenorocire, și țin să înlăture această crimă, reînviindu-l pe maestrul lor spiritual, care re trăiește prin fiecare inițiat. Este un mit care se regăsește și în Egiptul antic, în mitul lui Osiris, zeu cu deosebită strălucire, asasinat de propriul frate, Seth, care îi aruncă trupul în apele Nilului. Soția sa, Isis, pleacă într-o lungă călătorie pentru regăsirea zeului ucis. În cele din urmă, Osiris își redobândește vitalitatea dincolo de moarte și are apoi un fiu, Horus. Misiunea fiului devine răzbunarea tatălui și readucerea ordinii în lume.

¹ Hierofant = preot care iniția în mistere, mare pontif.

² Echerul masonic, *veka*, servea la cioplirea pietrelor, și, simbolic, la cizelarea conduitei omului. A clădi, folosind echerul, conform vechilor egipteni, însemna a clădi pentru totdeauna, acesta simbolizând de fapt, fundamentul legii eterne.

Biblia descrie o altă legendă, cea a lui Hiram, asemănătoare cu cea a lui Osiris, legendă inclusă în istoria și tradiția masonică. Legenda lui Hiram evocă construcția Templului lui Solomon, spiritualizarea acestei construcții constituind fundamentul învățaturii masonice.

Între anii 1920-1925, egiptologul francez Bernard Bruière, în timpul unor excavații, descoperă la Deir-el-Medineh, mormintele membrilor unor confrerii grupând constructori, zidari, gravori și pictori, datând din 1315 î.e.n.

Acestea sunt decorate de artizanii înșiși, cu picturi simbolice: echerul, nivela, cotul sacru.

Bernard Bruière ajunge la concluzia că această confrerie constituie o adevărată *francmasonerie avant la lettre*. După *Constituțiile* ei, colectivitatea era împărțită în *loji*, sau *colibe*¹, care sunt atelierele unde se repartizează sarcinile. Fiecare inițiat poartă numele de „cel care ascultă de Maestru”, și există trei grade: *Ucenic*, *Companion*, *Maestru*. Regele Egiptului era *Marele lor Maestru*, acesta verificând personal lucrările și netolerând imperfecțiunile tehnice.

Grație săpăturilor se cunosc locurile unde se întruneau inițiații, aceștia nededicându-se numai construcției materiale, ci și activităților spirituale. Maeștrii, Companionii, Ucenicii abordau subiecte mitologice sau simbolice și împărtășeau același ideal de cunoaștere. Maeștrii aveau grijă să formeze spiritul tinerilor adepți pentru ca ei să fie capabili în viitor, să înnobileze materia. Și aici era celebrat ritul renașterii², adeptul abandonându-și gândurile caduce pentru a aborda noi concepții ale spiritului și artei de a construi. Deveneau, astfel, *Fii ai luminii*, însărcinați să răspândească printre *frații* săi *Lumina*.

Reținem, deci, că o organizație inițiativă de constructori a fost perfect constituită cu 14 secole înainte de Christos. Legile ei, simbolismul, morala, ating un înalt grad de spiritualitate; acești oameni, prin construirea Templului își construiau, de fapt, viața. Lucrul minții se concretiza prin lucrul mâinilor. Omul era complet armonios, își punea ideile la încercarea materiei și trăia într-o comunitate inițiativă în care fraternitatea nu era un cuvânt banal.

4. Grecia Antică

La N-V de Atena, în ilustra cetate Eleusis, se celebrau mari mistere ale civilizației elenice: acolo au fost inițiați gânditorii, savanții și scriitorii ei. Când școlile de mistere au fost închise (sec.V d.H.) au păstrat în secret, vechile învățături esoterice, pe care le-au transmis confreriilor de constructori.

Platon scria: „*Cel ce va ajunge într-o altă lume, fără să fi fost inițiat și să cunoască misterele, va fi aruncat în nenorocire*”, iar tragedianul Sofocle afirma: „*O! De trei ori fericiți acei dintre muritori care, după ce au contemplat aceste mistere, se vor duce la Hades; acolo numai ei vor putea trăi. Pentru ceilalți totul va fi numai suferință*”.

Inițiații în mistere nu erau preoți obișnuiți, și aceasta explică regula absolută a secretului, care aducea moartea celui care o încălca. Inițierea eleusină comporta mai multe grade, numărul lor nefiind cunoscut însă. Se știe doar de *micile și marile mistere*. Pentru a fi acceptați la ceremonia *micilor mistere*, solicitanții trebuiau să fie prezentați confreriei de inițiați. Neofiții erau adunați în loc închis și interogați, o practică, de altfel, comună tuturor sectelor antice. Este respectată și în Masoneria contemporană, care după trei anchete, aduce candidatul în viitoarea sa lojă pentru a fi interogat asupra opiniilor și intențiilor sale.

Candidatului i se pretindea o conduită morală ireproșabilă, jurământul că nu va dezvălui nimic din învățătura primită și abandonarea averii și a bunurilor materiale. Aceste trei condiții subzistă în masoneria modernă, abandonarea bunurilor fiind simbolizată prin *depunerea metalelor*: neofitul se desparte de obiectele metalice, înfruntând probele în stare de puritate, deoarece metalul, oricare ar fi, se opune acțiunii magice a comuniunii frățești. Metalele sunt restituite ulterior, noul inițiat cunoscând de-acum ABC-ul înțelepciunii, putându-le folosi corect.

¹ Ca o curiozitate, primele *loji* ale masonilor germani, în timpurile celui mai vechi Ev Mediu, sunt numite tot colibe.

² „Mort și renăscut”, scria Goethe, reluând o veche expresie egipteană.

Probele la care era supus viitorul discipol, erau ca un ecou ale celor egiptene: omul vechi era definitiv ucis, pentru a se ivi omul nou. Inițiatul eleusin care ajungea pe culmile ierarhiei, primea o coroană, făcându-se aluzie la caracterul regal al inițiatului. Cel care conducea misterele la Eleusis se numea *Iachos*, și murea în mod tragic, el renăscând apoi prin fiecare inițiat, la fel cum *Maestrul Construcției*, Hiram, asasinat, renăștea în fiecare mason.

Pentru adepții din Eleusis, cei care au ajuns la adevărata inițiere, trăiesc în compania zeilor. Ei au primit în rândurile lor personaje ilustre, ca: Filip, Cicero, August. Adepții erau oameni politici, medici, arhitecți, poeți, ce încercau să răspândească substanța inițierii în societate, ajutând și pe alții să-și dobândească mântuirea.

Un curent fundamental al gândirii esoterice a vechilor greci, a fost **pitagorismul**. Pitagora s-a născut la Samos, în sec.VI, înainte de Hristos, și a fost inițiat în misterele egiptene, petrecând 22 de ani în templele faraonice, unde a studiat geometria și astronomia. Avea reputația de om cu o vastă cultură, în domenii diferite (filosofie, politică, științe, arte), dar și de sportiv, câștigând un concurs de pugilat la a patruzeci și opta Olimpiadă. Stabilizat la Krotona, ține discursuri pentru tineri, membrii ai Senatului, dar și pentru femei și copii, faima înțelepciunii sale răspândindu-se rapid.

Plutarh afirma: „*Pitagora a limitat caracterul simbolic și misterios al spuselor preoților egipteni, ascunzând teoriile sale sub enigme. Cea mai mare parte a preceptelor lui nu diferă de ceea ce numim scrieri hieroglifice*”. Se spunea că înțelegea limbajul animalelor, dar și muzica sferelor. Le cerea discipolilor săi să contemple ritmurile Universului și „să vorbească un limbaj la fel de pur ca acest cântec din Cosmos”¹.

În jurul anului 450 î.d.Hristos, adepții lui Pitagora sunt decimați de autoritățile îngrijorate că și-ar putea pierde privilegiile, datorită intențiilor acestora de a asana societatea de corupție și lăcomie. Refugiați în Italia, se reorganizează, și sub Cezar cunosc o perioadă de recunoaștere și apreciere. Ceremoniile lor se desfășurau cu fast, dar autoritățile îi supravegheau, știind că pitagoreicii disprețuiau politica materialistă a Romei.

Ordinul avea trei grade, *auditori*, *discipoli*, *inițiați*, ca și în alte societăți secrete la care ne-am referit anterior; dar modul în care Pitagora a conceput viața inițiată, a influențat toate comunitățile ulterioare. A conceput societatea bazată pe stăpânirea bunurilor în comun, pe renunțarea la interesul de sine și dăruirea către binele comun. Bunurile, depuse sub sigiliu, erau înapoiate celor ce nu puteau să facă față încercărilor la care erau supuși pentru a intra în ordin.

Dacă luptau în tabere inamice, de îndată ce recunoșteau semnul ritual, secret, cu care se identificau, depuneau armele². Un alt mijloc de recunoaștere, era un fel de catehism³, spre exemplu: „Cine este cel mai înțelept?”- „Numărul”; „Ce este natura?”- „Este celălalt”. Masonii au de asemenea formule, care, în afara funcției de identificare, conțin esențialul misterele, sub aparența unor formule ermetice.

Unul din gesturile rituale care a dăinuit în masonerie peste secole, cel al tăierii gâtului, este un simbol al pedepsei reale la care erau supuși pitagoreicii ce încălcau *jurământul* și *tăcerea*. Un alt simbol al acestora a influențat direct masoneria, și anume cifra 7. Pentru Pitagora, cifra șapte era *nenăscutul*, *înțelepciunea pură*. Șapte este numărul Marelui Mason. De asemenea, *triunghiul sacru*, în care pitagoreicii vedeau principiul creator al Universului, este plasat desupra *Venerabilului*, în Loja Masonică.

5. Sectele din primele veacuri creștine

Odată cu nașterea lui Hristos, apar noi idei despre lume, creștinismul fiind o religie cu deschidere către oamenii de rând. Contemporani lui Hristos, *esenienii*, *gnosticii*, și *terapeuții*, erau trei secte, constituind un creștinism paralel, de la care masonii au preluat unele învățături.

¹ Christian Jacq, „Francmasoneria, istorie și inițiere”, Ed. Enigmele Universului, 1994, pg.55.

² „Un frate, este un alt eu însumi”, spunea Pitagora.

³ Catehism = expunere a principiilor religiei creștine, sub formă de întrebări și răspunsuri (DEX)

Secta evreiască a **esenienilor**, din Palestina, a fost persecutată timp de două secole, în cele din urmă, dispărând definitiv din istorie, în jurul anilor 70 d.H. Au revenit în atenție, în urma unei descoperiri făcută întâmplător de către un păstor ce își căuta capra rătăcită. Într-o grotă din preajma Qumranului, în vase mari de lut, se aflau papirusuri ce descriau cu amănunțime viața comunității. Săpăturile făcute în zonă în anii 1952 și 1955 au scos la lumină locuri pentru banchete, bazine pentru băi rituale și un scriptorium pentru redactarea textelor.

Esenienii susțineau că ei dețineau sensul esoteric al Bibliei, baza inițierii, atrăgând astfel mânia evreilor ortodocși, ce nu înțelegeau secretele comunității. Titlul curent al inițiatului esenian era de „*fiu al luminii*”, care, devenit membru al *consiliului ordinului*, lupta împotriva *copiilor tenebrelor*. Anumite aspecte din comunitate se aplică în confreriile masonice: „Nimeni, se arată în text, nu va vorbi în mijlocul spuselor altuia, înainte ca acesta să termine de vorbit. Și în plus, să nu vorbească înainte de a-i veni rândul”. Se regăsesc simboluri care corespund unor simboluri masonice: eșarfa albă, toporașul, steaua.

Gnosticii nu erau constituiți într-o comunitate. Gnosticismul¹ era de fapt o ideologie ce cuprindea cunoștințe egiptene, grecești, persane, babiloniene, evreiești și creștine. Până la sfârșitul anilor 200, se afirmă ca esoterism creștin, ce încearcă să pătrundă secretele lumii celeste. Gnosa era în fapt, o aprofundare a credinței, și pentru un timp a beneficiat de o existență legală în sânul Bisericii. Acest lucru nu a durat, fiind acuzați în cele din urmă de cele mai abjecte crime și torturați. Gnosticii se numeau „*fii ai luminii*” și cunoșteau trei grade: *purificarea, iluminarea și perfecțiunea*. Comunitatea frățească era cea prin care circula energia divină care creează totul. Comunicaau între ei cu ajutorul unui alfabet esoteric cifrat, a cărui ultimă exprimare a fost alfabetul masonic (nu mai este practicat în prezent). Gnosticii nu erau constructori, ci gânditori; nu formau o confrerie bine structurată, ci alimentau un curent de opinii fondat pe cercetarea esoterică.

Terapeuții², o altă asociație inițiativă a acelor vremuri, erau numiți de către Philon din Alexandria „cetățeni ai cerului și ai lumii, realmente uniți cu Tatăl și Creatorul Universului”. Aveau, de asemenea ritualuri, gesturi și foloseau obiecte simbolice, ca și celelalte secte de care am amintit, multe dintre ele regăsite în practicile masonilor moderni.

6. Perioada romană

Măreța Romă, preocupată mai ales de strălucirea ei militară și economică, a tolerat comunitățile inițiatice, atâta timp cât acestea se limitau la esoterism și nu se implicau în politică.

Mithraismul³ a fost adus în lumea romană în sec.I, î.d.H., de marinarii ce veneau din Cilicia; dar felul cum s-a dezvoltat cultul și cum erau recrutați adepții, rămân un mister. Timp de câteva secole au avut parte de protecția celor mai înalte autorități civile. Traian a dispus construirea unui *mithreum* în vila sa, iar mai târziu Dioclețian, Galerius și Licinius îi dedică lui Mithra un templu și îl recunosc ca protector suprem al puterii imperiale.

Cei mai fervenți practicanți erau soldații legiunilor romane, care îl implantau pe unde treceau. Pe măsură ce se dezvoltă creștinismul, se interzice practicarea cultelor păgâne, astfel că, spre secolul V, nu mai există urme ale celebrării în onoarea lui Mithra. Totuși ea fusese deja adoptată de coloniile imperiale: Italia, Franța, Anglia, Germania, Spania și chiar România⁴.

Templele lui Mithra erau destul de mici, construcția lor simbolizând Cosmosul. Unele aveau un vestibul cu o sală de așteptare pentru postulanti, corespunzător *cabinetului de reflecție* al francmasoneriei, în care neofitul „moare” ca om vechi. Cifra șapte e de asemenea importantă, fiind regăsită în simboluri, dar și în gradele inițierii (*Corbul, Nimfus, Soldatul, Leul, Persanul, Alergătorul Soarelui și Tatăl*). Cele șapte grade erau practicate în

¹ Gnosis, gnosa (gr.) = cunoaștere

² Sau „Tămăduitori”.

³ Mithra, zeu antic al luminii, din Iran.

⁴ Cel mai mare templu al lui Mithra, se găsește la Sarmisegetusa, și are 26 m lungime.

tot Imperiul roman, asigurând instituției o mare coerență. Adepții săi trebuiau să învețe să poarte povara vieții, dezvoltând stăpânirea de sine; arzând impuritățile sufletului lor prin încercări inițiatice, treceau de la stadiul de „sclavi”, la cel de „oameni liberi”.

Dar mithraismul nu a fost singurul curent inițiativ din lumea romană, înalta societate practicând diverse culte, transmise apoi și celor din popor. Pe sarcofagele galo-romane sunt ilustrate compasuri, echer, nivele, fire cu plumb, capete de mort, simboluri reluate apoi de confreriile Evului Mediu și de masoneria secolului al XVIII-lea.

Arhitectul Vitruvius afirma: „nici spiritul fără muncă, nici munca fără spirit n-au dat niciodată un muncitor perfect”. A fost un exemplu pentru urmași, de cum trebuie să fie un Maestru Arhitect, fiind și literat, geometru, desenator, matematician, istoric, filosof, muzician, medic și astrolog.

Creștinismul s-a născut într-o societate în care cele mai înalte valori spirituale erau deținute de societățile inițiatice. Împăratul Constantin a acordat în anul 313 libertate de cult creștinilor și necreștinilor. Din acel moment, creștinismul devine religie oficială, și s-a început construcția a numeroase biserici. Arta construcțiilor are de-acum un drum ascendent spre glorie. Construiesc masonii, construiesc Templierii, construiesc și călugării aflați în diferite confrerii, unele dintre acestea - moștenitoare ale unor societăți secrete.

Abstract:

Our paper aims at offering a brief foray regarding the origins and evolution of freemasonry. The present paper does not have the purpose of making propaganda for freemasonry and neither to discredit it, but only to understand the reasons why it exerts so much fascination and fear and so many passions and why we are so inexplicably attracted by this topic.

Bibliografie:

1. Comănescu, Radu și Dobrescu, Emilian M. - *Francmasoneria, o nouă viziune asupra istoriei lumii civilizate*, Editura Europa Unită, București, 2004.
2. Crăița, Cristian - *Marile mistere ale piramidei oculte*, editura Obiectiv, Craiova, 2001.
3. Jacq, Christian – *Francmasoneria, istoric și inițiere*, Editura Enigmele Universului, București, 1994.
4. Nefontaine, Luc - *Francmasoneria, secretele frăției*, editura Univers, colecțiile Cotidianul, București 2007.
5. Ștefănescu, Paul – *Misterele francmasoneriei*, Editura Vastala, București, 2002.

Părțile în procesul penal. Partea civilă.

Partea responsabilă civilmente

Botezatu Mihaela, studentă,
Facultatea Management-Marketing în Afaceri Economice Râmnicu Vâlcea
Coordonator: Conf. univ. dr. Ion Mihalcea, Asist univ. Bogdan Baboi

I. Aspecte generale

1. Noțiunea de parte în procesul penal

Săvârșirea unei infracțiuni generează obligații și drepturi pentru o suită întreagă de persoane. Drepturile și obligațiile ce se nasc în cadrul procesului penal sunt variate și depind de poziția procesuală a participanților.

Un loc deosebit în distribuția procesuală o au *părțile* care pot fi definite ca *persoane fizice sau juridice, care au drepturi și obligații ce izvorăsc în mod direct din exercitarea acțiunii penale și a acțiunii civile în cadrul procesului penal*.

Având în vedere faptul că procesul penal este o consecință directă a unui conflict cu legea penală, conflict care poate antama și o acțiune civilă, rezultă că subiecții care au calitatea de părți au interese contrare. Astfel, inculpatul are interese contrare față de partea vătămată și partea civilă are interese comune cu partea responsabilă civilmente. În mod implicit, partea civilă are interese contrare cu partea responsabilă civilmente și inculpatul.

2. Părțile în procesul penal

Codul de Procedură Penală, în articolele 23 și 24, definește părțile în procesul penal, după cum urmează:

- *Inculpatul* – persoana împotriva căreia s-a pus în mișcare acțiunea penală;
- *Partea vătămată* – persoana care a suferit prin fapta penală o vătămare fizică, morală sau materială, dacă participă în procesul penal;
- *Partea civilă* – persoana vătămată care exercită acțiunea civilă în cadrul procesului penal;
- *Partea responsabilă civilmente* – persoana chemată în procesul penal să răspundă, potrivit legii civile, pentru pagubele provocate prin fapta învinuitului sau inculpatului.

Părțile intervin în fața autorităților judecătorești în vederea susținerii sau apărării intereselor proprii, exercitându-și în acest scop drepturile acordate de lege și îndeplinindu-și obligațiile pe care aceeași lege le prevede.

Aceste drepturi trebuie exercitate cu bună-credință. În cazul în care aceste drepturi sunt exercitate cu rea-credință, persoana respectivă săvârșește un abuz de drept procesual. Se consideră abuz de drept, formularea și depunerea cu rea-credință a unei cereri de recuzare, de acordare a asistenței judiciare gratuite, de strămutare a procesului penal, cereri repetate de amânare a cauzei, introducerea cu rea-credință și în mod repetat de plângeri vădit netemeinice.

II. Partea civilă

1. Noțiune

Săvârșirea unei fapte penale, poate avea, între alte consecințe, și producerea unui prejudiciu material sau moral în dauna unei persoane fizice sau a unui prejudiciu material în dauna unei persoane juridice.

Pentru a obține o reparare a prejudiciului cauzat, persoana vătămată are posibilitatea să exercite o acțiune civilă în cadrul procesului penal, dobândind astfel calitatea de parte civilă în procesul penal sau să exercite această acțiune în afara procesului penal. Articolul 24 alin.2 Cod Procedură Penală arată că „*persoana vătămată care exercită acțiunea civilă în cadrul procesului penal se numește parte civilă*”.

2. Constituirea persoanei vătămate ca parte civilă în procesul penal

2.1. Avantajele constituirii părții civile în procesul penal

Promovarea acțiunii civile în cadrul procesului penal oferă unele avantaje, cum ar fi: rapiditatea obținerii despăgubirilor, administrarea probelor cu ușurință, în procesul penal pot fi folosite mijloace energice de administrare a probelor (percheziții, cercetări la fața locului etc.), scutirea de la plata taxei de timbru.

Prin constituirea părții civile, în cadrul procesului penal apar și avantaje pentru activitatea de justiție, fiind facilitată rezolvarea acțiunii civile, acțiune în justiție care, în realitate, are același izvor ca și acțiunea penală, și anume infracțiunea săvârșită.

2.2. Condițiile constituirii părții civile în procesul penal

Constituirea ca parte civilă în procesul penal se poate face numai în cazul în care sunt îndeplinite două condiții:

- să existe un prejudiciu material sau moral cauzat prin infracțiune;
- să existe manifestarea de voință de a exercita acțiunea civilă în cadrul procesului penal.

2.3. Cine poate avea calitate de parte civilă în cadrul procesului penal

Întrucât acțiunea civilă are ca obiect tragerea la răspundere civilă a inculpatului și a părții responsabile civilmente (art. 14 Cod Procedură Penală), poate deveni parte civilă numai persoana care are dreptul, potrivit legii civile, să obțină în justiție repararea pagubei cauzate prin infracțiunea care formează obiectul procesului penal. Ca urmare, calitatea de parte civilă se determină de *legea civilă*, cu particularitatea că paguba trebuie să fie urmarea directă a infracțiunii, fără a se interpune vreun raport juridic (de exemplu, dobândirea creanței izvorâtă din săvârșirea infracțiunii prin cesionarea ei de către persoana vătămată).

În practica instanțelor judecătorești s-a considerat că au vocație să devină parte civilă în procesul penal:

– *persoanele fizice și juridice* care au suferit o pagubă directă în patrimoniul lor prin săvârșirea infracțiunilor de delapidare, furt, tâlhărie, înșelăciune, degradare, distrugere, abuz și neglijență în serviciu;

– *persoanele fizice* care au suferit o vătămare fizică în urma unei infracțiuni de violență sau a unor accidente de circulație, cu consecințe păgubitoare pentru patrimoniul lor, decurgând din incapacitatea totală de muncă sau incapacitate parțială, cu reducerea retribuției, cheltuieli pentru îngrijirea medicală sau pentru menținerea potențialului de muncă printr-un efort mai mare;

– *persoanele fizice* care, în urma decesului victimei, cauzat printr-o infracțiune contra vieții, au rămas fără întreținerea pe care o primeau de la victimă ori au efectuat cheltuieli personale pentru înmormântarea ei.

Acțiunea civilă având caracter patrimonial și fiind transmisibilă, se pot constitui părți civile în procesul penal *moștenitorii victimei*.

2.4. Momentul și modalitatea de constituire a părții civile

Persoana vătămată se poate constitui parte civilă în tot cursul urmăririi penale, iar în fața primei instanțe până în momentul citirii actului de sesizare a instanței (art. 15 alin. 2 Cod Procedură Penală). Pentru a înlesni exercitarea acestui drept, organul judiciar are obligația de a chema în fața sa persoana vătămată, arătându-i că se poate constitui parte civilă și până în ce moment poate proceda în acest sens. Având un drept de dispoziție asupra acțiunii civile, partea civilă poate renunța la calitatea procesuală pe care a căpătat-o, făcând, personal sau prin procurator special, o declarație expresă și neechivocă în acest sens autorității judiciare în fața căreia se desfășoară procesul penal. Persoanele lipsite de capacitate de exercițiu sau cu capacitate restrânsă, precum și persoanele juridice care au bunuri proprietate publică, nu pot renunța decât sub controlul instanței la calitatea de parte civilă, deoarece instanța este obligată să le acorde reparații civile chiar dacă nu s-au constituit

parte civilă, astfel încât o astfel de renunțare nu are niciun efect asupra soluției ce urmează a se pronunța asupra acțiunii civile.

Odată exercitată în fața instanței de judecată, acțiunea civilă trebuie soluționată chiar în lipsa părții civile.

Constituirea de parte civilă poate fi făcută atât de către persoana pagubită cât și de alte persoane care au calitatea de reprezentanți legali (apărătorul, soț, părinte pentru copii minori, procurator). Când persoana fizică este lipsită de capacitatea de exercițiu sau are capacitate de exercițiu restrânsă, pentru a se constitui parte civilă trebuie să fie reprezentată sau asistată în fața autorității judiciare, potrivit dispozițiilor legii civile.

3. Drepturile și obligațiile părții civile

Prin constituirea de parte civilă se pune în mișcare acțiunea civilă; ca urmare, partea civilă devine subiect activ al exercițiului acțiunii civile, calitate care îi dă dreptul să o exercite în cadrul procesului penal, alături de acțiunile penale, în vederea obținerii unei reparații juste a pagubei pe care a suferit-o prin infracțiunea supusă judecării.

În vederea realizării funcției procesuale pe care o îndeplinește, partea civilă are dreptul să participe în proces, atât în faza de urmărire penală, cât și în cea de judecată, dar numai în legătură cu acțiunea civilă (art. 301 alin. 3, art. 362 lit. d) Cod Procedură Penală). Ca urmare, partea civilă are dreptul să ia parte la efectuarea actelor de urmărire la care este chemată (ascultare, confruntare, cercetare la fața locului, percheziții, reconstituiri, pregătirea efectuării expertizelor etc.), să se plângă în fața actelor de urmărire nelegale și netemeinice care o afectează, să facă cereri și să prezinte memorii; în cursul judecării, participând la ședința de judecată, partea civilă poate formula cereri, ridica excepții, lua parte la interogarea inculpaților și a martorilor, la administrarea altor probe, poate cere probe noi și să se opună admiterii probelor neconcludente solicitate de inculpat, pune concluzii cu privire la orice problemă ce se ridică în legătură cu acțiunea civilă, inclusiv cu privire la legalitatea și temeinicia acțiunii civile pe care o exercită. Partea civilă poate cumula și *calitatea de parte vatămă* în proces, atunci când participarea acesteia este admisă de lege, caz în care aceasta persoana fizică exercită atât acțiunea penală, cât și acțiunea civilă, activitatea sa desfășurându-se în ambele laturi ale procesului penal (art. 15 alin. 3 Cod Procedura Penală), folosind mijloacele procesuale pentru obținerea condamnării penale a inculpatului, dar și a obligării lui și a părții responsabile civilmente la reparații civile.

III. Partea responsabilă civilmente

1. Noțiune

Instituită prin intermediul careia este angajată răspunderea civilă a unei persoane pentru pagubele pricinuite prin fapta invinuitului sau inculpatului poartă denumirea de *parte responsabilă civilmente*. În acest sens, în articolul 24 alin.3 Cod de Procedura Penală se arată că „*persoana chemată în procesul penal să răspundă, potrivit legii civile, pentru pagubele provocate prin fapta invinuitului sau inculpatului se numește parte responsabilă civilmente*”.

Instituirea acestei calități procesuale are menirea de a proteja persoana care a suferit un prejudiciu material împotriva insolvabilității autorului prejudiciului, prin această calitate procesuala reglementându-se o răspundere complementară, indirectă, și anume, răspunderea civilă a unei alte persoane decât autorul infracțiunii pentru prejudiciile materiale sau daunele morale cauzate prin infracțiune.

2. Poziția de subiect pasiv a părții responsabile civilmente

Fiind un subiect pasiv secundar al procesului penal, parte numai în acțiunea civilă accesorie celei penale, partea responsabilă civilmente participă la proces numai în latura civilă, aparându-și interesele sale legitime în legătura cu răspunderea sa civilă. În primul rând, partea responsabilă civilmente are interese comune cu ale inculpatului, deoarece

exonerarea de raspundere a acestuia sau respingerea in parte a pretentiilor partii civile profita si partii responsabile civilmente. Ca urmare, apararea sa se va axa pe inexistenta faptei si pe nevinovatia inculpatului, ceea ce implica aparari comune si in legatura cu latura penala a cauzei, dar care formeaza si temeiul raspunderii civile a inculpatului; de asemenea, va actiona pentru a dovedi inexistenta pagubei sau intinderea sa mai mica, activitate caracteristica laturii civile.

3. Persoanele care pot fi responsabile civilmente

Raspunderea civila pentru fapta altei persoane exista numai ca expresie a prevederilor legii, stabilirea unei asemenea raspunderi avand la baza existenta anumitor relatii intre autorul prejudiciului si persoana chemata sa raspunda civil pentru prejudiciul cauzat prin infractiunea comisa de acesta.

Are vocatia de a deveni parte responsabila civilmente o persoana fizica (parintele pentru minor, invatatorul pentru elev) sau o persoana juridica (comitentul pentru prepus). Participarea sa in proces fiind in latura civila, este necesar ca partea responsabila civilmente, persoana fizica, sa aiba capacitatea de exercitiu, iar institutia, societatea sa aiba personalitate juridica, in conditiile legii civile.

Sunt persoane care pot fi chemate in calitate de parte responsabila civilmente in sensul dispozitiilor legale prevazute de art. 1000, alin. 2, 3, 4 Cod Civil sau persoanele prevazute in legi speciale:

- persoanele care indeplinesc functii de conducere, precum si orice alte persoane care s-au facut vinovate de angajarea, trecerea sau mentinerea in functie a unui gestionar fara respectarea conditiilor legale de varsta, studii si stagi, precum si a dispozitiilor referitoare la antecedentele penale ale acestuia (art.28 si art.30 din Legea nr.22/1969);

- persoanele privitor la care s-a constatat, printr-o hotarare judecatoreasca, faptul ca au dobandit de la un gestionar bunuri sustrate de acesta din avutul public si ca le-au dobandit in afara obligatiilor de serviciu ale gestionarului, cunoscand ca acesta gestioneaza astfel de bunuri (art.34 Legea nr.22/1969);

- persoanele care au constituit o garantie pentru gestionar (art.10 si urm. din Legea nr.22/1969).

4. Momentul pâna la care se poate constitui partea responsabilă civilmente și modalitățile acesteia de a intra în procesul penal

Participarea in procesul penal a persoanei responsabile civilmente se realizeaza prin *introducerea* sa in cauza sau prin *interventia* sa voluntara.

Introducerea in procesul penal a partii responsabile civilmente se dispune, la cererea partii civile, de autoritatea judiciara in fata careia se afla cauza penala, in tot cursul urmaririi penale, iar in cursul judecatii in prima instanta numai pina la citirea actului de sesizare. Nerespectarea acestui termen este de natura sa impiedice desfasurarea normala a judecatii, caci ar insemna ca cercetarea judecatoreasca sa se desfasoare fara ca partea responsabila civilmente sa fie introdusa in proces si sa ia parte la judecata.

In cazul in care actiunea civila se exercita si din oficiu, introducerea in cauza a partii responsabile civilmente se dispune din propria initiativa a instantei de judecata, insa respectandu-se termenul de introducere, caci altfel ar fi prejudiciata partea responsabila civilmente prin administrarea de probe in lipsa sa.

Persoana responsabila civilmente poate deveni parte in proces si prin *interventia* sa voluntara, daca nu a fost introdusa in cauza la cererea partii civile sau din oficiu. Ea are interes de a interveni in proces pentru a apara interesele civile ale inculpatului si ale sale proprii, care ar putea fi afectate in absenta sa. Interventia voluntara poate avea loc in tot cursul urmaririi penale si al judecatii in prima instanta, dar pina la terminarea cercetarii judecatoresti, luandu-se procedura din stadiul in care se afla in momentul interventiei, fara o refacere obligatorie a actelor de judecata anterioare.

5. Drepturile și obligațiile părții responsabile civilmente

Principala obligație pe care o are partea responsabilă civilmente este de a răspunde civil pentru sau alături de invinuit sau inculpat.

Părții responsabile civilmente i se acordă, în temeiul principiului parificării, aceleași drepturi ca și invinuitului sau inculpatului în cadrul laturii civile a cauzei. Ca subiect pasiv al acțiunii civile, partea responsabilă civilmente va acționa, de regulă, prin mijloace procesuale recunoscute părților din proces, în scopul infirmării răspunderii civile a invinuitului sau inculpatului și, dacă este cazul, a răspunderii sale civile, iar în subsidiar pentru restrângerea răspunderii sale civile în condițiile legii.

Dacă partea civilă își retrace constituirea de parte civilă, renunțând să mai exercite acțiunea civilă în procesul penal, încetează și calitatea de parte responsabilă civilmente, fără posibilitatea de opunere din partea acesteia, căci fără exercitarea unei acțiuni civile nu poate exista nici parte responsabilă civilmente. Atunci când acțiunea civilă se poate exercita și din oficiu, renunțarea părții civile la constituirea de parte civilă nu face să înceteze calitatea de parte responsabilă civilmente, deoarece instanța poate dispune din oficiu obligarea acesteia la reparații civile. Decesul părții responsabile civilmente nu face să înceteze exercițiul acțiunii civile, care se poate îndrepta împotriva moștenitorilor; de asemenea, în caz de reorganizare a persoanei juridice partea responsabilă civilmente, se poate introduce în cauză persoana juridică succesoare în drepturi, iar în caz de desființare sau de dizolvare se introduc în cauză lichidatorii (art. 21 alin. 2 Cod Procedură Penală).

Însă partea responsabilă civilmente are și apărări proprii, care se referă la îndeplinirea condițiilor prevăzute de legea civilă pentru a interveni răspunderea sa civilă, deoarece ea poate fi apărată de răspundere civilă chiar dacă inculpatul este supus unei astfel de răspunderi. De aceea, partea responsabilă civilmente are o poziție procesuală autonomă față de inculpat, acționând și alături, dar și distinct de acesta, apărându-și propriile sale interese legitime. Această poziție permite părții responsabile civilmente să administreze probe în legătură cu producerea pagubei de către inculpat și atunci când acesta nu cere astfel de probe sau se opune administrării lor, să nu fie de acord cu o tranzacție încheiată de inculpat în legătură cu întinderea pagubelor, poate să exercite o cale de atac în condițiile în care inculpatul nu înțelege să o exercite.

Pentru exercitarea drepturilor sale în procesul penal, partea responsabilă civilmente poate participa personal sau poate fi reprezentată (art. 174 alin. ultim Cod Procedură Penală).

Abstract:

In case of a criminal suit besides the trial action in case of a prejudice, the civil action may also take place. This action strictly depends on the repairing of a material or moral damage, which was caused by the infringement made by the indicted person.

According to the Code of Criminal Procedure the person who may ask the developments of civil action are restrictively enumerated, these having to become party of the criminal suit.

Bibliografie:

Ion Neagu, *Tratat de Drept procesual penal – partea generală*, Ed. Global Lex, București, 2007
Codul Civil

Ancheta pilot: Piteștenii și problematica protecției mediului

El-Siblani Faouzi Daniel, student,
Facultatea de Finanțe-Bănci Pitești
Coordonator: Conf. univ. dr. Cristiana Sima

Acest studiu a fost efectuat pe un eșantion de 100 de persoane. Persoanele care au luat parte la acest studiu sunt din mai multe categorii:

- Varsta: sub 18 ani, între 18 și 30 de ani, între 30 și 50 de ani și peste 50 de ani;
- Sex : feminin și masculin
- Profesie: elevi și studenți, persoane necalificate, casnici, taximetriști, persoane din domeniul bancar, profesori universitari, ingineri, doctori, pensionari etc.
- Naționalitate: română, siriană, libaneză, germană.

Studiul este format dintr-un set de 12 întrebări referitoare la educația ecologică a persoanelor tinere și în vârstă, a părerii lor referitoare la gradul de poluare din Municipiul Pitești, la modul de sancționare pe care l-ar aplica industriilor poluatoare și întrebări legate de folosirea energiilor alternative și sortarea deșeurilor pe categorii.

Din acest studiu, am alcătuit două tabele, unde am prezentat procentele aferente fiecărei categorii de vârste la fiecare întrebare a acestui studiu, cât și numărul de persoane intervievate după cum urmează:

- Sub vârsta de 18 ani am avut 10 chestionare;
- În intervalul de vârstă 18-30 ani 53 chestionare;
- În intervalul de vârstă 30-50 ani 25 chestionare;
- În intervalul de vârstă peste 50 ani 12 chestionare.

Chestionarele au fost completate de diferite categorii de persoane în diferite locuri ale Municipiului Pitești. Aceste locuri au fost alese pentru a putea intervieva o categorie cât mai largă de persoane referitor la vârste, profesii și naționalitate.

În continuare, voi prezenta întrebările studiului împreună cu răspunsurile persoanelor ce au luat parte la acest sondaj de opinie și cu interpretările aferente acestora.

1. Credeți că lipsa de educație afectează mediul?
2. Predarea ecologiei și a protecției mediului în școală va avea un impact pozitiv asupra mediului?
3. Credeți că este nevoie de aplicarea unor sancțiuni mult mai drastice industriilor poluatoare?
4. Sortați deșeurile menajere pe categorii (plastic, sticlă, carton, metal)?
5. Sunteți de acord cu folosirea energiei alternative (panouri solare, energie eoliană, energie geotermală)?
6. Credeți că orașul Pitești este un oraș poluat?
7. Care sunt factorii de mediu cei mai afectați de poluare?
8. În ce măsură gradul de poluare a Municipiului Pitești va afecta generațiile viitoare?
9. Credeți că este nevoie de o schimbare majoră în strategia de combatere a poluării în Pitești?
10. Se îndreaptă Municipiul Pitești spre modelul unui oraș ecologic?
11. Credeți că parcurile și zonele verzi din Pitești merită mai multă atenție?
12. Sunteți de acord cu defrișarea Pădurii Trivale în scopul construirii de noi locuințe?

În tabelele ce urmează am prezentat procentele aferente fiecărei categorii de vârstă la fiecare întrebare a acestui studiu. Sub vârsta de 18 ani am avut 10 chestionare, în intervalul de vârstă 18-30 ani, 53 chestionare, în intervalul de vârstă 30-50 ani, 25 chestionare și în intervalul de vârstă peste 50 ani, 12 chestionare, deci în total 100 de chestionare.

Tabel nr. 1 – Răspunsurile studiului pe categoriile de vârstă până în 30 ani

NR. INTR.	Nr.	< 18				Nr.	18 - 30			
	10	DA		NU		53	DA		NU	
1	10	100,00%		0,00%		53	100,00%		0,00%	
2	10	90,00%		10,00%		53	94,34%		5,66%	
3	10	90,00%		10,00%		53	94,34%		5,66%	
4	10	0,00%		100,00%		53	58,49%		41,51%	
5	10	100,00%		0,00%		53	100,00%		0,00%	
6	10	80,00%		20,00%		53	68,81%		31,19%	
7	10	Apa	Aer	Sol	Bio	53	Apa	Aer	Sol	Bio
		6,3	8	6	5,9		5,6	7,45	6,23	6,21
8	10	Mare	Nesemnific.		Mica	53	Mare	Nesemnific.		Mica
		30,00%	0,00%		70,00%		62,26%	3,78%		33,96%
9	10	70,00%		30,00%		53	79,25%		20,75%	
10	10	50,00%		50,00%		53	64,15%		35,85%	
11	10	100,00%		0,00%		53	90,57%		9,43%	
12	10	0,00%		100,00%		53	0,00%		100,00%	

Sursa: 63 de chestionare ale studiului

Tabel nr. 2 - Răspunsurile studiului pe categoriile de vârstă peste 30 ani

NR. INTR.	Nr.	30 - 50				Nr.	> 50			
	25	DA		NU		12	DA		NU	
1	25	100,00%		0,00%		12	100,00%		0,00%	
2	25	96,00%		4,00%		12	91,67%		8,33%	
3	25	84,00%		16,00%		12	83,33%		16,67%	
4	25	60,00%		40,00%		12	66,67%		33,33%	
5	25	92,00%		8,00%		12	83,33%		16,67%	
6	25	60,00%		40,00%		12	75,00%		25,00%	
7	25	Apa	Aer	Sol	Bio	12	Apa	Aer	Sol	Bio
		6	6,9	5,68	6,84		5,17	6	5,17	5,33
8	25	Mare	Nesemnific.		Mica	12	Mare	Nesemnific.		Mica
		52,00%	16,00%		32,00%		66,67%	25,00%		8,33%
9	25	84,00%		16,00%		12	66,67%		33,33%	
10	25	56,00%		44,00%		12	66,67%		33,33%	
11	25	92,00%		8,00%		12	100,00%		0,00%	
12	25	0,00%		100,00%		12	0,00%		100,00%	

Sursa: 37 de chestionare ale studiului

1. Credeți că lipsa de educație afectează mediul ?

Sub 18 ani
DA: 100%
NU: 0 %

18 – 30 ani
DA: 100%
NU: 0 %

30 - 50 ani
DA: 100%
NU: 0 %

Peste 50 ani
DA: 100%
NU: 0 %

La această întrebare absolut toți participanții la studiu au fost de părere că lipsa de educație afectează mediul înconjurător. Unele persoane care au participat la acest studiu mi-au motivat răspunsul lor menționându-mi că majoritatea persoanelor care poluează sau care afectează mediul sunt persoane fără educație.

2. Predarea ecologiei și a protecției mediului în școală va avea un impact pozitiv asupra mediului ?

Sub 18 ani DA: 90% NU: 10 %	18 – 30 ani DA: 94,34% NU: 5,66%
30 - 50 ani DA: 96% NU: 4 %	Peste 50 ani DA: 91,67% NU: 8,33%

La această întrebare majoritatea a fost de acord că predarea ecologiei și a protecției mediului în școală va avea un impact pozitiv asupra mediului. Acest lucru era de așteptat, deoarece toți au fost de acord la prima întrebare, cum că lipsa de educație afectează mediul.

Ceilalți care nu au fost de acord cu acest lucru au justificat că, deși se predă în școală, copiii tot nu aplică ce au învățat acolo, deoarece aceasta demonstrează încă o dată în plus educația din familie.

3. Credeți că este nevoie de aplicarea unor sancțiuni mult mai drastice industriilor poluatoare?

Sub 18 ani DA: 90% NU: 10 %	18 – 30 ani DA: 94,34% NU: 5,66%
30 - 50 ani DA: 84% NU: 16 %	Peste 50 ani DA: 83,33% NU: 16,67%

Majoritatea participanților la studiu au fost de acord cu aplicarea unor sancțiuni mult mai drastice industriilor poluatoare (cei sub 18 ani, împreună cu cei între 18-30 ani, în proporție de peste 90% au fost de acord, iar ceilalți au fost de acord în proporție de aproximativ 84%).

Cei care nu au fost de acord au justificat răspunsul spunându-mi că oricât de mari ar fi amenzi, industriile poluatoare or să funcționeze la fel, deoarece investiția pe care ar trebui să o facă pentru a nu mai polua atât ar fi foarte mare în comparație cu amenziile plătite pentru poluarea mediului.

4. Sortați deșeurile menajere pe categorii (plastic, sticlă, carton, metal)?

Sub 18 ani DA: 0% NU: 100 %	18 – 30 ani DA: 58,49% NU: 41,51%
30 - 50 ani DA: 60% NU: 40 %	Peste 50 ani DA: 66,67% NU: 33,33%

Nicio persoană sub 18 ani nu sortează deșeurile menajere pe categorii, deoarece nu conștientizează efectele benefice pe care le-ar avea aceste activități.

Celelalte persoane au fost de acord în proporție de aproximativ 60% cu sortarea deșeurilor pe categorii. Cei care nu au fost de acord au menționat că nu înțeleg de ce ar trebui sortate și că toată viața lor au aruncat toate deșeurile în același loc.

5. Sunteți de acord cu folosirea energiei alternative (panouri solare, energie eoliană, energie geotermală) ?

Sub 18 ani DA: 100% NU: 0%	18 – 30 ani DA: 100% NU: 0%
30 - 50 ani DA: 92% NU: 8 %	Peste 50 ani DA: 83,33% NU: 16,67%

Toate persoanele sub 30 de ani sunt de acord cu folosirea energiei alternative. Persoanele între 30 și 50 de ani sunt de acord în proporție de 92% , iar persoanele cu vârsta peste 50 de ani sunt de acord în proporție de 83,33%. Cei care nu au fost de acord au precizat că achiziționarea acestor tehnologii este prea costisitoare, iar unii pensionari nici nu știu despre ce este vorba.

6. Credeți că orașul Pitești este un oraș poluat ?

Sub 18 ani DA: 80% NU: 20 %	18 – 30 ani DA: 68,81% NU: 31,19%
30 - 50 ani DA: 60% NU: 40 %	Peste 50 ani DA: 75% NU: 25%

Persoanele sub 18 ani, împreună cu persoanele peste 50 de ani, au răspuns în proporție de aproximativ 80% că Municipiul Pitești este un oraș poluat, însa cei între 18 și 50 de ani au afirmat într-o propoție mai mică, de aproximativ 65% . Motivele principale ar fi atât situarea petrochimiei în apropierea orașului și a institutului nuclear, cât și a instalației vechi de epurare a apei. Cei care au răspuns că orașul Pitești nu este un oraș poluat fac o comparație cu alte orașe foarte poluate, cum ar fi Bucureștiul.

7. Care sunt factorii de mediu cei mai afectați de poluare ?

Sub 18 ani APA:6,30 AER:8,00 SOL:6,00 BIO:5,90	18 – 30 ani APA:5,60 AER:7,45 SOL:6,23 BIO:6,21
30 - 50 ani APA:6,00 AER:6,90 SOL:5,68 BIO:6,84	Peste 50 ani APA:5,17 AER:6,00 SOL:5,17 BIO:5,33

Notele se acordă de la 1 la 10, 1- însemnand nepoluat și 10- foarte poluat.

8. În ce măsură gradul de poluare a Municipiului Pitești va afecta generațiile viitoare ?

Sub 18 ani Mare: 30% Mica: 0 % Nesemnific: 70%	18 – 30 ani Mare: 62,26% Mica: 3,78% Nesemnific: 33,96%
30 - 50 ani Mare: 52% Mica: 16% Nesemnific: 32%	Peste 50 ani Mare: 66,67% Mica: 25,00% Nesemnific: 8,33%

30% dintre persoanele sub 18 ani au menționat că gradul de poluare a Municipiului Pitești va afecta generațiile viitoare într-o proporție mare, iar 70% în proporție nesemnificativă.

Peste 50% dintre persoanele mai mari de 18 ani au spus că gradul de poluare a Municipiului Pitești va afecta generațiile viitoare într-o **proporție mare**.

Peste 16% dintre persoanele mai mari de 30 ani au spus că gradul de poluare a Municipiului Pitești va afecta generațiile viitoare într-o **proporție mică** și 3,78% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 de ani.

Peste 32% dintre persoanele între 18 și 50 de ani au spus că gradul de poluare a Municipiului Pitești va afecta generațiile viitoare într-o **proporție nesemnificativă** și 8,33% dintre persoanele cu vârsta peste 50 de ani.

9. Credeți că este nevoie de o schimbare majoră în strategia de combatere a poluării în Pitești?

Sub 18 ani DA: 70% NU: 30 %	18 – 30 ani DA: 79,25% NU: 20,75%
30 - 50 ani DA: 84% NU: 16 %	Peste 50 ani DA: 66,67% NU: 33,33%

Aproximativ 70% din persoanele sub 18 de ani și peste 50 de ani spun că este nevoie de o schimbare majoră în strategia de combatere a poluării în Municipiul Pitești și aproximativ 80% dintre persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 50 de ani spun același lucru.

10. Se îndreaptă Municipiul Pitești spre modelul unui oraș ecologic ?

Sub 18 ani DA: 50% NU: 50 %	18 – 30 ani DA: 64,15% NU: 35,85%
30 - 50 ani DA: 56% NU: 44%	Peste 50 ani DA: 66,67% NU: 33,33%

Aproximativ 65% dintre persoanele cu vârstele cuprinse între 18 și 30 de ani și cele peste 50 de ani spun că Municipiul Pitești se îndreaptă spre modelul unui oraș ecologic și aproximativ 50% dintre persoanele cu vârsta sub 18 ani și cele între 30 și 50 de ani spun același lucru.

11. Credeți că parcurile și zonele verzi din Pitești merită mai multă atenție ?

Sub 18 ani DA: 100% NU: 0 %	18 – 30 ani DA: 90,57% NU: 9,43%
30 - 50 ani DA: 92% NU: 8%	Peste 50 ani DA: 100% NU: 0%

Toate persoanele cu vârsta sub 18 ani și peste 50 de ani sunt de acord că zonele verzi din Pitești merită mai multă atenție, dar și persoanele cu vârsta cuprinsă între 18 și 30 de ani sunt de acord în proporție de aproximativ 90%.

12. Sunteți de acord cu defrișarea Pădurii Trivale în scopul construirii de noi locuințe ?

Sub 18 ani DA: 0% NU: 100 %	18 – 30 ani DA: 0% NU: 100 %
30 - 50 ani DA: 0% NU: 100 %	Peste 50 ani DA: 0% NU: 100%

Ca și la prima întrebare, toate persoanele care au participat la acest studiu sunt de aceeași părere. În acest caz ei nu sunt de acord cu defrișarea Pădurii Trivale.

Abstrait:

En ce qui concerne la manière dont les citoyens de Pitesti perçoivent les problèmes de l'environnement et se préoccupent de sa protection, on a réalisé un questionnaire de douze questions adressées à cent personnes d'âge différent et de formation diverse. L'ouvrage est le résultat du sondage, accompagné de brèves explications et de commentaires.

Mots-clé:

Pollution, éducation écologique, ville écologique, zones d'agrément, la Forêt Trivale.

Leasingul – posibilitate de finanțare a agenților economici

Găitănanu Mariana, studentă,
Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice Râmnicu Vâlcea
Coordonator: Asist. univ. Carmen Rizea

1. Aspecte generale privind leasingul

Din punct de vedere etimologic, cuvântul „leasing” provine din limba engleză, de la verbul „to lease”, care înseamnă „a închiria” sau „a concesiona”. Termenul este utilizat pentru a denumi această formă specifică de finanțare, chiar dacă, după dezvoltarea pe care a cunoscut-o până în prezent, operațiunea nu se rezumă la o închiriere obișnuită.

Definirea leasingului presupune abordări diferite, având în vedere complexitatea formelor de manifestare, precum și cadrul juridico-legislativ specific țărilor pe a căror piață a pătruns. Astfel, în SUA, leasingul este definit de „Uniform Commercial Code” [art. 2A.-Leases, secțiunea 2A-103 (1)(j)] ca fiind „*un transfer al dreptului de posesie și de folosință al bunurilor, pentru o perioadă determinată de timp, în schimbul unei plăți*”¹.

În România, conform Ordonanței Guvernului nr. 51/1997 privind operațiunile de leasing și societățile de leasing, modificată și completată ulterior, operațiunile de leasing sunt acele operațiuni „...prin care o parte, denumită locator/finanțator, transmite pentru o perioadă determinată dreptul de folosință asupra unui bun al cărui proprietar este, celeilalte părți, denumită locatar/utilizator, la solicitarea acesteia, contra unei plăți periodice, denumită rată de leasing, iar la sfârșitul perioadei de leasing locatorul/finanțatorul se obligă să respecte dreptul de opțiune al locatarului/utilizatorului de a cumpăra bunul, de a prelungi contractul de leasing fără a schimba natura leasingului ori de a înceta raporturile contractuale”².

Caracteristicile cele mai importante care delimitează leasingul de alte operațiuni, precum cea de vânzare-cumpărare (în rate și la termen) sau de locație pură, sunt următoarele:

- locatorul rămâne proprietarul bunului ce constituie obiectul contractului de leasing, pe toată perioada derulării contractului, el înstrăinând numai dreptul de folosire;
- utilizatorul beneficiază pe perioada contractului de toate avantajele folosirii bunului, contra unei plăți periodice, asumându-și riscurile exploatării acestuia;
- la sfârșitul perioadei de leasing, locatorul are obligația de a respecta dreptul la tripla opțiune al locatarului: de a cumpăra bunul, de a-l restitui sau de a păstra bunul prelungind contractul de leasing;

La aceste caracteristici, se adaugă flexibilitatea în raport cu alte forme de finanțare, ceea ce contribuie la extinderea utilizării leasingului de către investitori, ca soluție avantajoasă în contextul dezvoltării economice, a evoluției accelerate a progresului tehnic și a globalizării piețelor.

2. Factorii determinanți privind utilizarea leasingului

Finanțările prin sistem leasing presupun, de regulă, trei parteneri: producătorul/furnizorul, finanțatorul și utilizatorul, ale căror interese complementare îi determină pe aceștia să acționeze simultan atât în interes propriu, cât și în folosul celorlalți.

Privit din punctul de vedere al producătorului/furnizorului, leasingul reprezintă o altă formă de circulație a bunurilor care permite creșterea vânzărilor, a ratei profitului, extinderea afacerii. În cazul utilizatorului, leasingul oferă posibilitatea folosirii acelor bunuri pe care nu poate să le achiziționeze într-o primă fază sau pe care nu dorește să le cumpere, din considerente economice. Finanțatorul, în calitate sa de intermediar, utilizează

¹ www.law.cornell.edu/ucc, Legal Information Institute, Cornell University Law School.

² O.G. 51 din 28 august 1997 privind operațiunile de leasing și societățile de leasing, republicată în M.Of. nr. 9/12 ian.2000 și modificată prin Legea nr. 27/2006 publicată în M. Of. nr. 606/13 iul. 2006.

capitalul de care dispune pentru finanțarea acelui utilizator care îi poate asigura o rată a profitului cât mai avantajoasă în condiții de risc minim.

Fundamentarea deciziei de finanțare prin leasing presupune analiza factorilor de ordin cantitativ și calitativ ce derivă din avantajele operațiunii comparativ cu alte forme de finanțare.

A) Factorii de ordin cantitativ sunt factorii ce pot fi cuantificați, analiza acestora permițând determinarea eficienței operațiunii de leasing din punct de vedere al costurilor. Asumarea riscului afectării fluxurilor de trezorerie viitoare depinde de costurile operațiunii, nivelul acestora reprezentând criteriul principal de delimitare a surselor între ele. Costul operațiunii de leasing reflectat, în principal, prin valoarea ratelor de leasing este influențat de următorii factori:

a) *costurile privind procurarea bunului ce face obiectul leasingului, care trebuie comparate de utilizator cu costurile ocazionate de procurarea directă de la furnizor.* Acesta va analiza dacă nivelul costurilor de achiziție al bunului, de contractare și de service pe care le obține prin negociere directă cu furnizorul sunt inferioare celor obținute de societatea de leasing, sau dacă acestea din urmă sunt justificate sau chiar mai avantajoase.

b) *costurile de finanțare, care sunt influențate în primul rând de sursele din care își constituie capitalul societățile de leasing.* Dacă ponderea capitalului străin este mult superioară capitalului propriu, este firesc ca aceasta să conducă la un cost mai ridicat de finanțare pentru utilizator, datorită încorporării în valoarea ratelor și a costului de finanțare reprezentat de dobânda plătită de societatea de leasing. Pe lângă acesta, se adaugă și costuri privind provizioanele, primele de riscuri pe care trebuie să le constituie societatea de leasing, administrarea activității acesteia și, nu în ultimul rând, cota de profit a locatorului.

c) *politica fiscală practică de stat*

Costul leasingului integrează în mod firesc și efectele fiscale ale acestei operațiuni pentru fiecare participant la operațiunea de leasing și depind de reglementările fiscale din fiecare țară referitoare la impozitul pe profit, regimul deducerilor, T.V.A. etc. SUA sunt recunoscute pentru facilitățile fiscale încurajatoare acordate investitorilor, fapt ce a contribuit la o mai mare dezvoltare a industriei leasingului în această țară față de altele.

d) *posibilitatea de valorificare a obiectului de leasing la valoarea reziduală, care determină ajustarea nivelului ratelor de leasing în funcție de certitudinea realizării valorii reziduale la finele contractului.*

B) Decizia utilizatorului de a opta pentru leasing, în raport cu alte surse de finanțare a investițiilor, este deosebit de complexă, deoarece, pe lângă criteriul principal privind costul procurării capitalurilor, există și alți factori determinanți precum accesul la piața capitalurilor, situația sa financiară etc. Acești factori de ordin calitativ nu pot determina o cuantificare exactă a avantajelor leasingului, însă au un rol foarte important în analiza decidenților alături de criteriile cantitative prezentate anterior.

a) *Uzura morală a bunurilor*

În contextul progresului tehnico-științific actual, mai ales în domeniile în care acesta cunoaște o evoluție rapidă, leasingul reprezintă alternativa cea mai avantajoasă de a face față efectelor uzurii morale. Încheierea contractelor pe perioade limitate de timp, posibilitatea înlocuirii bunului în cadrul termenului de valabilitate a contractului fac ca leasingul să fie mai puțin vulnerabil față de uzura morală, în raport cu actul de cumpărare. Utilizatorul poate în permanență să se doteze cu cele mai moderne echipamente și care au o eficiență mai mare în exploatare. Pentru ca acest avantaj să nu se transforme în dezavantaj este foarte important ca utilizatorul să stabilească perioade optime de închiriere.

b) *Durata de utilizare a bunului reprezintă un factor de influență a deciziei utilizatorului de a se angaja în operațiunea de leasing în situația în care, perioada pentru care acesta dorește să utilizeze un bun este mai mică decât durata de viață a acestuia. În acest caz, cumpărarea nu se justifică.*

c) *Costul ridicat al anumitor bunuri și/sau capacitatea acestora de producție peste nevoile curente ale unui singur utilizator constituie un factor decisiv în favoarea leasingului.* Din considerente economice, nici în acest caz cumpărarea nu este justificată, având în vedere că prin leasing, locatarul are avantajul că beneficiază de dreptul de folosință al bunului în schimbul unei rate mai mici, el nefiind unicul utilizator, iar locatorul obține la rândul său o rată totală de leasing care acoperă costurile investiției.

d) *Politica de creditare*

Operațiunile de leasing și împrumutul bancar reprezintă cele mai folosite surse de finanțare pentru agenții economici care nu dispun de capital propriu pentru investiții. Datorită simplității și operativității cu care poate satisface nevoia de fonduri a agenților economici, prin operațiunea de **leasing** pot fi evitate procedurile complicate ale contractării unui credit bancar, proceduri care uneori presupun imobilizarea unor elemente din patrimoniul beneficiarilor, în vederea constituirii de garanții. Condițiile impuse de companiile de leasing, privind bonitatea firmei, sunt mai ușor de îndeplinit în comparație cu exigențele băncilor și, totodată, garantarea nu presupune ca utilizatorul să pună la dispoziția finanțatorului și alte active imobilizate.

3. Importanța economică a leasingului

Implementarea și utilizarea pe scară largă a leasingului a contribuit la dezvoltarea economiei multor țări, fiind considerat o alternativă avantajoasă de procurare a capitalului pentru investiții. Importanța economică a leasingului derivă din aceea că, utilizarea eficientă a capitalului, într-o economie sănătoasă, se transformă în beneficii la nivelul mediului economico-social în ansamblul său, generând locuri de muncă și promovând inovația.

Indicatorul cu ajutorul căruia se apreciază contribuția leasingului la finanțarea investițiilor este rata de penetrare a pieței leasingului, calculată ca raport între volumul investițiilor finanțate prin contractele de leasing și volumul total al investițiilor la nivelul unei economii. Conform statisticilor World Leasing Yearbook din anul 2005, țara cu cea mai ridicată rată este SUA, cu aproximativ 31%, urmată de state cu economii dezvoltate precum Canada 23,3%, Germania 15,7%, Marea Britanie 9,4%, Japonia 8,7%. La nivelul Federației Europene a Societăților de Leasing (LEASEUROPE), rata de penetrare a leasingului în anul 2007 a fost de 20,8%¹.

LEASEUROPE² este una dintre cele mai importante asociații profesionale în domeniul leasingului, care reunește 46 de organizații similare din 34 de țări și care, la rândul lor, înglobează peste 1500 de firme, reprezentând 93% din piața europeană de leasing. La sfârșitul anului 2007, totalul portofoliilor concentrate în mâinile companiilor europene de leasing afiliate la LEASEUROPE însuma 713,1 mld. euro, iar pentru 2008 estimările indicau 780 mld. euro, cu 4,5% în creștere față de anul precedent. Cea mai mare parte a finanțărilor proveneau în 2007 de la companiile subsidiare ale băncilor (49% din total), urmate de societățile de leasing independente (33%) și sectorul companiilor captive (18%). Finanțările acordate sectoarelor economiei au fost diverse, astfel că 50% din total au vizat sectorul transporturilor, 36% echipamente cu scop industrial și 14% sectorul imobiliar. Categoriile de clienți finanțate aparțin sectorului privat într-o proporție de 83%, sectorului public 3% și consumatorilor direcți 14%.

În România, leasingul a pătruns relativ recent în comparație cu alte state europene, prima societate fiind înființată în 1994. Ulterior, odată cu crearea cadrului legislativ care reglementează leasingul și societățile de leasing, precum și după înființarea asociațiilor profesionale din domeniu, s-a format o adevărată piață a leasingului pe care acționează trei

¹ www.leaseurope.org

² *ibidem*

tipuri de companii: societăți subsidiare ale băncilor, societăți captive sau afiliate unor producători/furnizori și societăți independente.

Încă de la început, sectorul auto a avut un rol major în dezvoltarea leasingului, finanțarea achizițiilor de autovehicule reprezentând și în prezent principala orientare, în special pentru societățile de leasing captive și independente. Din acest motiv, fluctuațiile de pe piața leasingului sunt influențate decisiv de reglementările legislative și evoluția cererii în acest sector. Societățile de leasing bancare, avantajate de un cost redus al capitalului, oferă un pachet mai complex de servicii financiare îndreptate atât spre sectorul transporturilor, cât și spre cel al echipamentelor și sectorului imobiliar, răspunzând cererii de finanțare venite dinspre aceste domenii.

Activitatea societăților de leasing este reglementată printr-un cadru legal contabil și fiscal foarte exact, dar care este considerat de operatorii din domeniu ca fiind încă insuficient de stimulat pentru investitori. Cu toate acestea, leasingul a continuat să se dezvolte tot mai mult în ultimii ani, ceea ce a determinat adoptarea de către stat a unor acte normative suplimentare de reglementare și supraveghere a operatorilor de pe piața leasingului.

Conform Ordonanței Guvernului nr. 28/2006¹, societățile de leasing sunt denumite instituții financiare nebancare iar Băncii Naționale a României îi revine rolul de a reglementa și supraveghea activitatea acestora. În acest sens, BNR a introdus un sistem unitar de raportare și evaluare, care a permis agregarea și analiza informațiilor furnizate de IFN la nivelul întregii piețe de creditare cu efecte utile pentru operatorii specializați dar și pentru utilizatori.

La Conferința Națională a Asociației Societăților Financiare din România (ALB)², desfășurată la București în data de 23 octombrie 2008, Prim Vice Guvernatorul BNR, Florin Georgescu, s-a referit la dezvoltarea sectorului instituțiilor financiare nebancare ca la o alternativă competitivă a finanțării populației și întreprinderilor, în particular în ceea ce privește leasingul financiar, analizând datele cu privire la activitatea de creditare în anul 2007 și primul semestru al anului 2008.

Astfel, valoarea creditului neguvernamental acordat de instituții de credit și alte instituții monetare, în anul 2007, a reprezentat 86,4% (148,2 mld. Ron) din volumul total al creditelor, iar cel acordat de IFN 13,6% (23,3 mld. Ron). În primul semestru al anului 2008, instituțiile de credit și cele monetare au acordat credite în valoare de 178,2 mld. Ron, reprezentând 84% din totalul creditelor, iar IFN 33,9 mld. Ron, adică 16%. Creșterea ponderii creditării în cazul IFN indică o sporire a rolului acestora în cadrul sistemului financiar din România. Conform aceluiași date, în prima jumătate a anului 2008, finanțările în sistem leasing au reprezentat 70% din totalul creditelor acordate de IFN, respectiv 23,6 mld. Ron.

Asociația Societăților de Leasing din România (ASLR) și Asociația Societăților Financiare din România³ (ALB) sunt cele două organizații profesionale afiliate la LEASEUROPE, la care au aderat principalii jucători de pe piața leasingului din România. Conform raportului anual prezentat de cele două asociații pentru anul 2008, ALB deținea o cotă de piață de 95% (4.601 milioane euro), iar ASLR o cotă de 3% (122 milioane euro), restul de 2% aparținând pieței neafiliate, dintr-un total estimativ al pieței de leasing de 4,817 mld. euro. Cea mai mare cotă de piață este înregistrată de sectorul companiilor subsidiare ale băncilor, cu 63% din total, urmat de sectorul companiilor captive cu 19% și de sectorul companiilor independente cu 18%.

În ceea ce privește evoluția pieței leasingului, raportul menționează o creștere de 35% pentru primul semestru al anului, comparativ cu aceeași perioadă din 2007. În a doua parte a anului, datorită

¹ O.G. nr. 28/2006 privind reglementarea unor măsuri financiar-fiscale, publicată în M. Of. nr. 89/31 ian. 2006.

² www.alb-leasing.ro

³ ibidem

înlocuirii taxei de primă înmatriculare cu taxa de poluare¹ cumulată cu impactul crizei financiare internaționale care a afectat atât sectorul imobiliar, cât și celelalte sectoare ale economiei, piața leasingului a înregistrat o scădere de 2,6% la finele lui 2008 comparativ cu 2007.

Finanțările acordate au vizat diverse sectoare ale economiei naționale, astfel că, din acestea, 22% (1.082 milioane euro) au finanțat echipamentele industriale, 7% (351 milioane euro) sectorul imobiliar și 71% (3,384 miliarde euro) sectorul transporturilor. În cadrul transporturilor, autoturismele au deținut o cotă de 55%, vehiculele comerciale grele 27%, vehiculele comerciale ușoare 15%, iar alte tipuri de vehicule un procent de 3% din total. Finanțarea categoriei echipamentelor au reprezentat o cotă de 50% în domeniul construcțiilor, 6% în domeniul echipamentelor IT și software, 5% echipamente destinate industriei metalurgice, 3% industria alimentară, 3% echipament medical, 3% industria tipografică, 5% echipament agricol, 2% industria de prelucrare a lemnului, 3% echipamente pentru stivuit, 4% echipamente destinate industriei chimice și 16% alte domenii. Finanțarea sectorului imobiliar a vizat categoria clădirilor industriale și comerciale cu un total de 35%, spațiile de birouri clasa A, B și C cu 25%, sectorul rezidențial 18%, cel hotelier 3%, iar restul de 19% terenurile.

Principalii zece jucători din piața de leasing în anul 2008, conform topului alcătuit de Ziarul Financiar² sunt: UniCredit Leasing Corporation (cu o valoare a bunurilor finanțate de 555 mil. euro), BCR Leasing (462 mil. euro), Porsche Leasing (308 mil. euro), Afin Leasing (299 mil. euro), BRD Sogeleasing (230 mil. euro), Țiriac Leasing (218 mil. euro), Impuls Leasing (206 milioane de euro), Raiffeisen Leasing (191 mil. euro), Romstal Leasing (190 mil. euro) și Piraeus Leasing (176 mil. euro).

Prin analiza evoluției structurale a pieței de leasing s-a constatat o diversitate a portofoliului activelor atât în privința tipului de utilizatori, cât și a domeniului de activitate ale acestora, precum și creșterea finanțărilor de echipamente și active imobiliare în dauna segmentului auto, ceea ce dovedește o anumită maturizare a pieței cu efect benefic asupra economiei. Aceste aspecte favorabile ar putea constitui un avantaj în procesul de adaptare și reorientare cu care se confruntă societățile de leasing, pe fondul evoluției actuale a economiei românești și conjuncturii internaționale nefavorabile, având în vedere că ALB și ASLR prognozează pentru anul 2009 o scădere de 20-30% a pieței de leasing, la 3,37-3,85 miliarde euro. Pentru aceeași perioadă se estimează o pondere a finanțării sectorului transporturilor de 75%, a celui imobiliar de 4% și a celui industrial de 21%.

Concluzii

Procesul de adaptare la schimbările mediului economic în condiții concurențiale tot mai aspre, pe fondul accentuării fenomenului de globalizare a piețelor, presupune eforturi considerabile din partea agenților economici. Penuria de capital cu care se confruntă și implicit costul ridicat al acestuia îi determină pe întreprinzători să caute alternative ieftine și rapide de finanțare a investițiilor, care să le permită utilizarea unor tehnologii moderne, în vederea creșterii nivelului lor de competitivitate.

În aceste condiții, piețele găsesc întotdeauna calea spre a inova pentru că, permanent, agenții economici aflați în competiție pentru a răspunde nevoilor reale, se orientează către soluții prin care să crească eficiența cu care acestea sunt satisfăcute. O astfel de soluție a reprezentat-o leasingul la apariția sa și continuă să o reprezinte pe măsura dezvoltării unor sensuri din ce în ce mai largi ale acestui tip de finanțare.

Aspectele prezentate în materialul de față, cu privire la natura operațiunii de leasing și a modalităților prin care acest instrument economic poate fi utilizat de către agenții

¹ O.G. nr. 50/2008 pentru instituirea taxei de poluare pentru autovehicule, publicată în M.Of. nr. 327/ 25 aprilie 2008.

² www.zf.ro, Plăcintă Angela, *Topul primelor zece companii de leasing*, „Ziarul Financiar”, ediția on-line din data de 20 martie 2009.

economici pentru dezvoltarea afacerilor proprii, evidențiază principalul argument care a determinat evoluția și extinderea leasingului, și anume acela că oferă soluții economice concrete adaptate nevoilor agenților economici.

Leasingul, prin reducerea la minim a formalităților administrative și a timpului de accesare a fondurilor, comparativ cu alte tipuri de finanțare, permite achiziția unor echipamente noi și performante în contextul nevoii de adaptare rapidă și optimă la schimbarea impusă de dinamica mediului economic. De asemenea, achizițiile în sistem leasing se dovedesc a fi mai profitabile, pentru că societățile de leasing, datorită experienței și volumului de contracte pentru care negociază cu furnizorii sau producătorii, beneficiază de condiții mai avantajoase în privința costurilor de achiziție a bunului, de contractare și de service, ceea ce poate constitui o economie de costuri pentru utilizator.

Datorită formelor pe care le îmbracă finanțarea în cazul leasingului, agenții economici au posibilitatea de a utiliza, pentru activități de scurtă durată, nerepetabile, tehnologie cu un înalt grad de specializare, plătind pentru dreptul de folosință pe perioada cât le sunt necesare. Pentru afacerile în care schimbările rapide de tehnologie sau noutățile sunt frecvente, leasingul permite utilizatorului să stabilească durata de închiriere, astfel încât să se doteze permanent cu echipamentele cele mai moderne și cu cel mai bun randament, în funcție de necesități. Totodată, multe companii de leasing oferă opțiuni de up-grade în cazul bunurilor a căror durată normală de viață depășește durata în care intervine uzura morală. Eficiența economică a leasingului în astfel de cazuri este considerabilă având în vedere că achiziția bunurilor nu este justificată în condițiile costurilor ridicate ale investițiilor și a uzurii morale accelerate.

Prin achiziționarea unui bun în sistem de finanțare leasing, utilizatorul beneficiază de facilitățile acordate de legislație legate de deductibilitatea ratelor de leasing, conform tipului contractului de leasing. Experiența evoluției pieței de leasing în țările cu economia dezvoltată ne demonstrează că un regim legislativ și fiscal favorabil asigură dezvoltarea sectorului privat, generator de creștere economică, locuri de muncă și promotor al progresului. Instituțiile statului trebuie să sprijine printr-un cadru legislativ adecvat competiția și dinamismul mediului economic și să se adapteze la realitățile pieței. Prin aceasta, statul contribuie la creșterea beneficiilor pentru utilizatorii finali, respectiv populația. Acest principiu sănătos este valabil în toate conjuncturile economice, dar mai ales în perioade dificile cum este cea actuală, când modul în care se răspunde la criză depinde de resursele disponibile și de instrumentele folosite și, nu în ultimul rând, de instituții.

Abstract:

The leasing is a relatively recent way of financing which significantly influenced the development of many countries, in the context of unprecedented social-economical dynamism that dominated our epoch, especially after the Second World War, as a result of the impact of the technical progress in all domains.

The rapid extension of the leasing, as a complementary way of financing, was mainly due to the needs of capital in order to modernize our industry, as long as the funds for investments are assured by the economic agents from external sources.

Bibliografie:

1. Achim Monica Violeta, *Leasing – o afacere de succes*, Editura Economică, București, 2005
2. Molici T., Wunder E., *Leasingul, un instrument modern de investiții și finanțare*, Editura CECCAR, București, 2003
3. Puiu, Alexandru, *Tehnici de negociere, contractare și derulare în afaceri economice internaționale*, Editura Tribuna Economică, București, 1997
4. *** O.G. nr. 51 din 28 august 1997 privind operațiunile de leasing și societățile de leasing republicată în M.Of. nr. 9/12 ianuarie 2000, modificată și completată prin Legea nr.287/2006 publicată în M.Of. nr. 606/13 iulie 2006

5. *** Legea nr. 571 din 22 decembrie 2003 privind Codul fiscal publicată în M.Of. nr. 927/23 decembrie 2003, modificată și completată prin Legea 343/2006 publicată în M.Of. nr. 662/01 august 2006
6. *** O.G. nr. 28 din 26 ianuarie 2006 privind reglementarea unor măsuri financiar-fiscale, publicată în M.Of. nr. 89/31 ianuarie 2006, aprobată prin Legea nr. 266/29 iunie 2006, publicată în M.Of. nr. 580/05 iulie 2006
7. *** www.cotidianul.ro (Bușcu Șerban, *Criza și leasingul auto: clienții buni aduc pe capete mașinile înapoi, cei rău-platnici sunt păsuși până la limita răbdării*, Cotidianul, 12 ianuarie 2009; *UniCredit Leasing a recuperat în primele două luni ale lui 2009 30 de mașini de la rău-platnici*, Cotidianul, 17 martie 2009)
8. *** www.dailybusiness.ro (Hodorog Andreea, *Finanțările „sale&lease back”, soluție anticriză în 2009?*, Daily Business, 20 aprilie 2009)
9. *** www.standard.ro (*Companiile de leasing cer avansuri mai mari*, Business Standard, 13 martie 2009)
10. *** www.wall-street.ro (Alexandrescu Paula, *Raiffeisen Leasing: Scădere cu 27% a bunurilor finanțate în 2008*, Wall Street, 30 mart. 2009; *Arval: Piața de leasing operațional ar putea ajunge la 900 mil. euro în 2009*, Wall Street, 21 aprilie 2009)
11. *** www.zf.ro (Plăcintă Angela, *Topul primelor zece companii de leasing*, Ziarul Financiar, 20 martie 2009)
12. *** www.alb-leasing.ro (Asociația Societăților Financiare din România, ALB)
13. *** www.bnro.ro (Banca Națională a României)
14. *** www.law.cornell.edu/ucc (Legal Information Institute, Cornell University Law School)
15. *** www.leaseurope.org (Federația Europeană a Societăților de Leasing, LEASEUROPE)

Metoda de calculație pe comenzi – abordări teoretice și practice

Barbu Nicoleta, studentă, anul II,
Facultatea Management Marketing în Afaceri Economice Brăila
Coordonator științific: Lect. univ. dr. Cristina Bunea-Bontas

NOȚIUNI GENERALE PRIVIND COSTURILE ȘI CALCULAȚIA ACESTORA PRIN METODA PE COMENZI

1.1. Diversitatea costurilor utilizate în contabilitatea de gestiune

Calculația costurilor poate fi definită ca ansamblul de operațiuni matematice folosite în conformitate cu prevederile metodologice în vigoare, pentru determinarea costului unitar al unui produs sau serviciu.

O *metodă de calculație* reprezintă un ansamblu de procedee și tehnici utilizate pentru cuantificarea corelației dintre costul de producție și factorul generator (produs, lucrare, serviciu). Metodele de calculație a costurilor au cunoscut o permanentă evoluție generată de problemele noi la care a trebuit să răspundă procesul de calcul al costurilor. Alegerea unei metode de calculație a costurilor este o opțiune ce poate fi exercitată de echipa managerială a fiecărei întreprinderi

Aplicarea unui sistem sau a unei metode de calculație în cadrul unei societăți comerciale depinde de o serie de factori:

- ☒ profilul și mărimea unității economice,
- ☒ structura organizatorică a firmei,
- ☒ complexitatea produselor fabricate,
- ☒ gradul de concentrare, profilare, specializare,
- ☒ specificul procesului tehnologic și modul de organizare a producției etc.

Purtătorii de costuri reprezintă produsele, lucrările și serviciile delimitate ca realizări ale întreprinderii circumscrise obiectului său de activitate. Prin compararea costurilor cu prețurile de vânzare se determină rezultatul analitic pe purtători de costuri.

Costurile produselor sunt costurile asociate produselor sau serviciilor achiziționate sau fabricate în vederea vânzării. Costurile produselor includ cheltuieli directe și indirecte. Aceste costuri sunt legate de produse și sunt colectate până în momentul vânzării. Dacă produsele nu se vând sau dacă există producție în curs de execuție, atunci acest cost se regăsește în bilanț sub forma stocurilor.

Costurile perioadei sunt acele costuri care sunt tratate drept cheltuieli în perioada în care au apărut. Ele nu reprezintă componente ale stocurilor, ci sunt recunoscute de rezultatul perioadei de referință fără a se căuta o legătură cu stocul cumpărat sau produsul vândut.

Într-o societate de producție toate costurile de producție sunt privite drept costuri ale produsului. Acestea includ costurile directe și indirecte de producție. Costurile apărute după terminarea procesului de producție, cum ar fi costurile de administrație și vânzare, sunt costuri ale perioadei. Evaluarea stocurilor nevândute este făcută la costul de producție.

Costul complet măsoară consumul de resurse pe un obiect de calculație, portofoliu de produse sau de clienți.

1.2. Metoda de calculație a costurilor pe comenzi

Această metodă de calculație a costurilor se aplică de către unitățile industriale cu producție individuală sau de serie, care, de regulă, la sfârșitul perioadei de gestiune, prezintă și producție în curs de execuție. În această categorie se cuprind, de exemplu, întreprinderile din industria constructoare de mașini, cele din industria electrotehnică, cele pentru reparații de mașini și utilaje etc.

Obiectul de calculație îl reprezintă comanda individuală sau formată dintr-un număr de obiecte similare solicitate de diverși clienți. Costurile directe se colectează pentru fiecare comandă sau proiect, iar cele indirecte de producție se repartizează prin procedeele convenționale cunoscute; fiecare comandă poate fi identificată separat și costurile implicate analizate distinct.

Costul unitar se calculează la terminarea comenzii, prin împărțirea totalului cheltuielilor aferente fiecărei comenzi în parte la cantitatea de produse finite rezultate din comanda respectivă.

Metoda pe comenzi poate fi studiată pe două variante în funcție de durata de execuție, și anume: metoda pe comenzi – în cazul duratei reduse de fabricație – și metoda pe contracte – în cazul termenului lung de fabricație. Metoda pe comenzi de calculație a costurilor și de organizare a contabilității de gestiune trebuie să arate în detaliu procesul de execuție și componentele costului total pentru fiecare comandă specială și pe grupe de comenzi. În acest sens, se deschide câte o Fișă a comenzii pentru fiecare comandă în parte în care se consemnează:

☒ costul materiilor prime consumate pe baza documentelor de consum (Bon de consum, Fișă limită de consum);

☒ salariile directe stabilite în funcție de timpul lucrat, tariful orar, cantitatea de produse executate (Bon de lucru, Situația lucrărilor executate, Stat de salarii);

☒ cheltuielile indirecte de fabricație atașate cheltuielilor directe pe baza unor rate de absorbție rațional stabilite (Situația de repartizare a cheltuielilor indirecte).

Totalul costului calculat pe baza Fișei comenzii, format din costuri directe și indirecte, reprezintă costul total de producție, care, raportat la numărul unităților din comanda respectivă, dă costul unitar.

Procedura de realizare a metodei pe comenzi cuprinde:

☒ **1. Lansarea comenzii de producție** pe baza comenzii ferme a clienților de către compartimentul de Planificare, programare și producție. Comanda de producție cuprinde instrucțiunile tehnice necesare fabricației produselor și dă autoritatea demarării producției.

2. Înregistrarea costurilor comenzii. Costurile colectate pentru fiecare comandă se consemnează în Fișa comenzii pe baza documentelor corespunzătoare naturii cheltuielilor individuale și globale.

3. Calculul costului comenzii terminate ca total al Fișei comenzii și evidențierea abaterilor față de costul antecalculat, previzionat pentru comanda în cauză.

4. Stabilirea rezultatului comenzii prin compararea costului calculat cu prețul negociat cu clientul.

STUDIU PRIVIND APLICAREA METODEI DE CALCULAȚIE PE COMENZI LA S.C. COMLEMN S.R.L. BRĂILA

2.1. Prezentarea S.C. COMLEMN S.R.L.

DATE GENERALE:

- *Denumire:* SC COMLEMN SRL
- *Forma de organizare:* Societate cu răspundere limitată
- *Număr în Registrul Comerțului:* J09 /559/1992
- *Cod fiscal:* RO 2272249
- *Sediul social:* Brăila

SC COMLEMN SRL are ca obiect principal de activitate producția de mobilier din lemn. A fost fondată în anul 1992 de un grup de specialiști cu experiență în domeniul producției și comercializării de mobilier din lemn și pal melaminat.

Organizația își dirijează efortul spre execuția de produse de un nivel competitiv ridicat, alocând pentru aceasta resursele umane și financiare necesare. Pentru realizarea produselor la nivelul cerințelor calitative stabilite, organizația dispune de infrastructura

adecvată: spații de lucru și utilități necesare, echipamente pentru desfășurarea proceselor de producție, precum și de servicii de transport și comunicare.

Ponderea importantă a produselor organizației o constituie mobilierul din pal melaminat, MDF. Clienții SC COMLEMN sunt situați atât pe plan local, predominant persoane fizice, dar și pe plan național (persoana juridică).

Politica societății este de a crește prestigiul firmei prin câștigarea încrederii partenerilor de afaceri, pentru ca aceștia să devină clienți permanenți. Obiectivul general pentru implementarea acestei politici este: **OBȚINEREA DE PRODUSE FĂRĂ DEFECTE**.

În cazul utilizării metodei pe comenzi, se parcurge același algoritm de calcul valabil pentru toate metodele de tip absorbant. Pentru fiecare etapă parcursă de la primirea comenzii până la obținerea acesteia, operațiile efectuate sunt cuantificate în cadrul unor documente.

2.2. Metodologia de aplicare a metodei pe comenzi

Pentru exemplificare, am prezentat calculația costurilor în cadrul societății COMLEMN pentru luna februarie 2009. Societatea primește comenzi de la clienți și le lansează în fabricație. În cursul perioadei nu este posibilă cunoașterea costului complet efectiv și din această cauză se folosește un cost prestabilit. La sfârșitul lunii are loc calculația costului și înregistrarea costului efectiv.

Datorită sistemului informatic cheltuielile directe pot fi cunoscute în orice moment. Din cauza faptului că societatea fabrică un număr mare de comenzi lunar, este dificil să se calculeze costul efectiv pe fiecare comandă. Astfel, la sfârșitul lunii se calculează datele globale, dar, pe baza informațiilor furnizate de contabilitate, la cerere, se poate stabili în orice moment costul efectiv al comenzilor, respectiv al produselor.

În luna februarie societatea a realizat două tipuri de produse :

- comanda 1: șifonier CML 2, în cantitatea de 320 bucăți, și
- comanda 2: mască lavoar, în cantitatea de 480 bucăți.

Observăm că cele două produse au un cost standard calculat în cadrul rețetei.

Prima etapă în calculația costurilor este preluarea cheltuielilor din contabilitatea financiară. În continuare, cheltuielile sunt împărțite în cheltuieli directe, indirecte, de administrație, de desfacere și cheltuieli ale perioadei. Pentru unele cheltuieli sunt totuși necesare anumite repartizări, astfel:

☒ Cheltuielile cu salariile, taxele aferente salariilor și tichetele de masă se repartizează în funcție de persoana căreia i-au revenit tichetele respective;

☒ Cheltuielile cu amortizarea se repartizează în funcție de locul de folosință al imobilizării.

Societatea nu are producție în curs de execuție.

În momentul în care a fost date în fabricație s-au întocmit *Dispozițiile de lansare în producție* în care sunt trecute cantitățile totale de materii prime necesare (standard).

Cheltuielile directe înregistrate în luna februarie au fost de:

- materii prime și materiale: conform *Bonurilor de consum* au însumat valoarea de 77.703,25 lei, din care: 32117,63 lei pentru comanda 1 și 45.585,62 lei pentru comanda 2;
- manopera directă (conform *Stat de plată*): 11.450,82 lei, iar asigurările sociale calculate de 3.212 lei. Cheltuielile indirecte preluate din contabilitatea financiară au însumat valoarea de 5.265 lei.

A doua etapă constă în calculul costului de producție. În cazul nostru, costul de producție al produselor finite obținute este:

Costul de producție = 77.703,25 + 11.450,82 + 3.212 + 5.265 = 97.631,07 lei

Repartizarea cheltuielilor indirecte de producție se realizează pe baza relațiilor:

- calcularea coeficientului de repartizare sau cotei de decontare a costurilor indirecte de producție, baza de repartizare fiind salariile directe:

$K = \text{cheltuieli indirecte} / \text{salarii directe}$

$K = 5.265 / (5.985,88 + 5.464,94) = 0,46$

- determinarea costurilor indirecte de producție repartizate pe fiecare produs:

- Cheltuieli indirecte Comanda 1 = $5.985,88 \times 0,46 = 2.769$ lei
- Cheltuieli indirecte Șifonier CML II = $2.769 \text{ lei} / 320 \text{ buc.} = 8,65 \text{ lei / buc}$
- Cheltuieli indirecte Comanda 2 = $5262 - 2769 = 2.496$ lei
- Cheltuieli indirecte Mască lavoar = $2.496 \text{ lei} / 480 \text{ buc.} = 5,2 \text{ lei / buc}$

Acum se pot calcula costurile de producție unitare astfel:

a) Pentru Șifonier CML II

- materii prime și materiale: $45.585,62 / 320 \text{ buc} = 142,46 \text{ lei/buc}$
- salarii directe: $5.985,88 / 320 \text{ buc} = 18,71 \text{ lei/buc}$
- asigurări sociale: $1664 \text{ lei} / 320 \text{ buc} = 5,2 \text{ lei/buc}$
- cheltuieli indirecte: 8,65 lei/buc

Total cost producție unitar 142,46 lei

b) Pentru Mască lavoar

- materii prime și materiale: $32.117,63 \text{ lei} / 480 \text{ buc} = 66,91 \text{ lei/buc}$
- salarii directe: $5.464,94 \text{ lei} / 480 \text{ buc} = 11,38 \text{ lei/buc}$
- asigurări sociale: $1.531,2 \text{ lei} / 480 \text{ buc} = 3,19 \text{ lei/buc}$
- cheltuieli indirecte: 5,20 lei /buc

Total cost producție unitar 86,68 lei/buc

Prin aplicarea cotelor prestabilite a cheltuielilor generale (20%) și a celor de desfacere (6%) la costul de producție se obține costul complet unitar efectiv (postcalculat) pentru fiecare produs. Prin compararea costului complet antecalculat cu cel postcalculat se observă următoarele :

- pentru produsul Șifonier CML II o creștere a costului efectiv (în valoare absolută de 220,59 lei) cu 10,9% față de cel standard în valoare de 198,92 lei;
- pentru produsul Mască lavoar costul efectiv în valoare de 109,22 lei s-a majorat față de cel standard de 97,27 lei cu aproximativ 12,3%.

În aceste condiții, este necesară o analiză a abaterilor dintre costul efectiv și cel antecalculat pentru a depista cauzale care au condus la aceste diferențe semnificative.

Ultima etapa în calculația costurilor pe comenzi este reprezentată de calculul abaterilor la toate elementele ce formează costul de producție: materii prime și materiale; manopera directă, dar și pentru cheltuielile indirecte astfel încât să se cunoască abaterea totală.

Din analiza tabelelor de calcul al abaterilor observăm :

1) **La materie primă și materiale** se constată o abatere totală negativă de 4.004,39 lei (din care 1.571,53 lei la comanda 2 și 2.432,86 lei la comanda 1), atât cantitativă, cât și valorică. Abaterile cantitative se datorează:

- pierderilor tehnologice, mai ales la PAL melaminat prin neîncadrarea corectă a reperelor în foile de PAL;
- pierderilor din sectorul de lăcuit (la grund și vopsea albă) datorită utilizării unor instalații vechi;
- pierderilor de oglindă la sectorul de tăiat, muncitorul calificat angajat fiind în concediu medical.

Cauza producerii abaterilor valorice o reprezintă creșterea semnificativă a costului de achiziție a PAL-ului melaminat 16 (cu aproximativ 17%), a PAL-ului 18 mm și PFL dur.

2) **La manopera directă** a rezultat o abatere negativă de 4.539,2 lei (din care pentru comanda 1, 2.345,6 lei, iar pentru comanda 2, de 2.193,6 lei). Dacă pentru produsul Șifonier CML II abaterea se datorează în principal creșterii tarifului pe oră (cu 6,5 lei) și mai puțin depășirii timpului de fabricație (cu 0,8 lei), la produsul Mască lavoar situația este inversă. Aici există o abatere semnificativă de timp (3,08 lei) și mai puțin de tarif (1,48

lei). Sectoarele în care cheltuiala cu manopera a crescut sunt montajul și debitarea. La montaj s-a depășit timpul normat cu montajul produselor și productivitatea a fost scăzută. La sectorul de debitare s-a depășit, de asemenea, timpul normat datorită folosirii unor pânze de circular de proasta calitate, fiind necesară înlocuirea lor repetată.

3) **La cheltuielile indirecte** abaterea negativă de 8,3% față de cheltuiala standard se datorează creșterii prețului energiei electrice necesare punerii în funcțiune a instalațiilor și utilajelor în secția de producție.

În urma analizei efectuate mai sus se impune luarea unor măsuri care să ducă în viitor la scăderea costurilor de producție, astfel:

- efectuarea de către tehnicienii din producție a unor încadrări corecte a reperelor produselor executate în foile de PAL melaminat și PFL, astfel încât pierderile de material să fie minime;
- achiziționarea unor utilaje performante, moderne, la secția de lăcuit pentru a economisi vopseaua și lacul;
- instruirea și a altui salariat în meseria de geamgiu, pentru a putea suplini eventuale lipsuri ale persoanei angajate pe această funcție;
- renegocierea contractelor cu furnizorii de PAL melaminat și PFL dur în vederea obținerii unor reduceri comerciale, eventual găsirea altor furnizori;
- creșterea productivității muncii în sectoarele de montaj și debitat, eventual și prin redistribuirea unor salariați din alte sectoare de producție;
- achiziționarea unor pânze de circular de bună calitate, rezistente, astfel încât să nu se mai irosească timp pentru înlocuirea lor repetată;
- utilizarea utilajelor de producție la capacitate maximă, evitându-se risipa de energie electrică.

Concluzii

Pentru calculul costului, atât al produsului, cât și al perioadei, se iau în considerare structurile de producție sau operative și funcționale constituite în cadrul unei întreprinderi. Aceste structuri pot să apară sub forma departamentelor, compartimentelor, secțiilor de producție principale, auxiliare, a centrelor de cost sau a centrelor de analiză.

În acest demers, costul de producție este evaluat pe baza cheltuielilor cu manopera și cu materiile prime (costuri directe). Costurile indirecte sunt arbitrar alocate pe baza unor chei de repartizare variabile și puțin pertinente. Bazele de repartizare sunt dependente de volum (exemplu: ore muncă, ore mașină). Se presupune în mod arbitrar că există o relație între cheltuielile indirecte și mărimile de volum. Principalul pericol al costurilor complete imprecise este o proastă evaluare a activului circulant (stocuri și producție în curs de execuție), cu efecte de deformare a rezultatelor contabile.

În consecință, rolul contabilității de gestiune este foarte important, deoarece prin datele furnizate influențează deciziile managementului. În repetate rânduri, pe baza datelor furnizate din contabilitatea de gestiune, administratorii SC COMLEMN SRL au luat decizii asupra gamei sortimentale, a scoaterii din fabricație a unor produse sau a îmbunătățirii lor. De asemenea, au intervenit asupra fluxului tehnologic din diferite sectoare de producție pentru ca activitatea desfășurată să fie optimă (ex; redistribuirea unor salariați în alte sectoare, achiziția unor noi materii prime sau a unor utilaje performante etc.).

SC COMLEMN SRL execută alături de producție de serie și produse individuale la comanda clientului, prețul stabilindu-se pe loc în prezența acestuia. De aceea, este foarte important ca acești coeficienți de calcul (a cheltuielilor indirecte, generale sau de desfăcere) să fie cunoscuți și bine fundamentați. Unul dintre scopurile principale ale contabilității de gestiune este evidențierea continuă a acestor coeficienți calculați pe baza datelor din contabilitatea financiară și actualizarea lor în calculațiile de preț atât pentru producție de serie, cât și pentru comenzi individuale.

Pentru majoritatea produselor fabricate de către SC COMLEMN SRL, prețul de vânzare este impus de către concurență. În acest sector de activitate concurența este foarte puternică. În multe cazuri principalul criteriu în privința achiziției unui produs de către clienți este prețul și apoi calitatea. Pentru a produce mobilă de calitate, în ultimii ani, SC Comlemn SRL a achiziționat utilaje de ultimă generație foarte performante. De asemenea, s-au achiziționat instalații moderne pentru protecția mediului și securitatea muncii (ex: instalații de filtrare a gazelor provenite din sectorul de vopsit; s-au dotat utilajele ce emit pulberi cu filtre de absorbție; s-au încheiat contracte cu societăți de reciclare a deșeurilor etc.). Toate aceste investiții în calitate și protecție generează însă costuri suplimentare ce se regăsesc în prețurile de producție. În aceste condiții, este foarte dificil a se menține un preț comparabil cu cel al unei societăți concurente, producătoare de produse de proastă calitate, la prețuri mici.

Astfel, datele furnizate de contabilitatea de gestiune sunt deosebit de importante deoarece dau posibilitatea managementului de a stabili ce prețuri de vânzare pot practica în așa fel încât să se mențină pe piață, dar în același timp să nu producă dezechilibre în activitatea firmei.

Abstract:

Choosing the optimum variant from the point of view of the person in charge, can only be possible only in the context of the objectives which they propose. The objectives may be: maximizing the profit, minimizing the costs, the rising or the decreasing of the stocks.

In the process of reaching a decision despite knowing the costs, of their structure, an important role has to be played by the establishing of the procedures or of the possible techniques of utilizing and fixing the costs proportions. A conclusive example may be connected to the way of ear – making the indirect expenses of fabrication on products, work and services.

Bibliografie:

- O. Călin, *Contabilitate de gestiune*, București, Editura Tribuna Economică, 2001
- M. Dumitrana, C. Caraiani, *Contabilitate & Control de gestiune*, Editura InfoMega, București, 2005
- C. Ioanaș, C. Dumitru, *Contabilitatea de gestiune și evaluarea performanțelor*, Editura Universitară, București, 2005
- M. Ristea, *Metode și politici contabile de întreprindere*, Editura Tribuna Economică, București, 2000
- M. Ristea, C. Dumitru, *Contabilitatea în managementul întreprinderilor*, Editura Tribuna Economică, București, 2005,
- M. Ristea, L. Possler, K. Ebeken, *Managementul și calculația costurilor*, Editura Teora, București, 2000
- IASB, *Standardele Internaționale de Raportare Financiară 2007*, Editura CECCAR, București (IAS 2 Stocuri)
- *** Directiva a IV-a a Comunității Economice Europene
- *** Legea Contabilității nr. 82/1991 cu modificările și completările ulterioare
- *** Ordin nr. 1826/2003 pentru aprobarea Precizarilor privind unele masuri referitoare la organizarea si conducerea contabilitatii de gestiune

Minimizarea costurilor la S.C. Automobile Renault S.A. Pitești

Frăntescu Costel, student,
Facultatea Management Marketing în Afaceri Economice Pitești
Coordonator științific: Prof. univ. dr. Dumitru Ciucur

Introdurre

O problemă primordială pentru managerii și ceilalți factori responsabili din întreprindere este compararea periodică a costurilor reale cu cele prevăzute, pentru a atinge unul din obiectivele fundamentale, la nivel microeconomic „minimizarea costurilor și maximizarea profitului”.

Problema minimizării costurilor, în condițiile crizei mondiale financiare actuale, este mai de actualitate ca oricând, de data aceasta întrebarea pe care ar trebuie să și-o pună fiecare manager fiind nu cu cât trebuie maximalizat profitul, ci care sunt pârgiile care trebuie utilizate pentru a putea menține un profit minim, dar a continua activitatea firmei fără a risca falimentul.

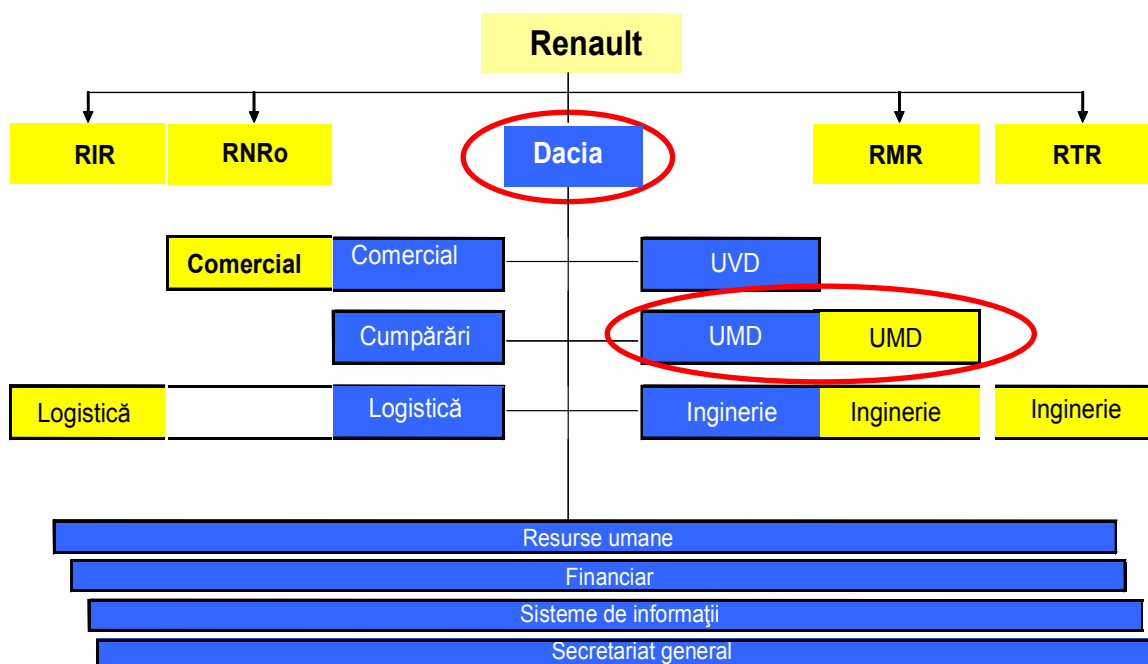
S.C. Dacia Group Renault S.A. în arealul industrial românesc actual

1.1. Apariția companiei în România - necesitate și oportunitate

În anul 1999 are loc semnarea Contractului de vânzare-cumpărare de acțiuni între Fondul Proprietății de Stat și Renault pentru pachetul de acțiuni. Prin semnarea acestui contract Renault, care a fost punctul de plecare al uzinei Dacia, devine acum acționarul majoritar și proprietarul acesteia. Astfel, prin achiziționarea Dacia de către Renault, uzina românească intră în circuitul marilor producători de automobile din lume. Colaborarea dintre Dacia și Renault este aproape naturală. Contractul semnat este o imagine a cooperării franco-române, Franța consolidând poziția de prim investitor în România.

1.2. Structuri economice moderne proprii companiilor cu alonjă mondială

Structura organizatorică a întreprinderii Dacia Group Renault este împărțită pe comitete de direcții, direcții, departamente, servicii și unități elementare de lucru (UEL)¹.



¹ *** *În spatele meseriei noastre se află viitorul*, Dacia - Direcția Comunicare și Direcția Resurse Umane, Editie martie 2005

1.3. Outputul de automobile pe piață condiționat de costuri

Acum aproape două mii de ani, Imperiul Roman, care se întindea pe imense teritorii din Europa, Africa și Asia, cucerea și Dacia. În 2005, Dacia a început cucerirea Europei, dar și a unor țări din Africa și Asia, cu ajutorul unei arme extrem de eficiente, și anume Logan.

Puțin a lipsit ca România să devină în 2005 prima piață auto din Europa Centrală și de Est, înaintea Poloniei. Într-adevăr, cu un volum al vânzărilor de vehicule noi de ordinul a 250.000 de unități, România a devansat anul trecut țări precum Ungaria sau Cehia. Această performanță se datorează în mare parte rezultatului excepțional pe care l-a înregistrat Dacia în 2005. Practic, ritmul de creștere a pieței auto românești a urmat cadența de fabricație a uzinei de la Mioveni. Iar aceasta din urmă a fost imprimată de cererea pentru modelul Logan, cerere care a întrecut toate așteptările¹.

În 2008, după lansarea noului model SANDERO, Dacia a câștigat încrederea cetățenilor europeni și pentru prima dată în istorie a mai mult de 50% din output-ul total este destinat exportului

Tabel nr. 1

Vânzări Dacia pe modele în 2008

Model	România	Internațional	TOTAL
Sandero	8.916	30.012	38.928
Gama Logan	75.792	142.874	218.666
TOTAL	84.708	172.886	257.594

1.4. Costul în accepțiunea marilor economiști

Costul de producție este un indicator economic care cuprinde ansamblul consumurilor de muncă vie materializată exprimate în formă bănească, efectuate sau care urmează a fi efectuată pentru procurarea, producerea sau desfacerea unei unități de bunuri economice, lucrări executate sau servicii prestate de către o întreprindere. Acesta este utilizat în contabilitate, dar și în economie, fiind caracterizat prin prisma funcțiilor sale. Costul de producție prezintă următoarele funcții²:

- **Funcția de măsurare a cheltuielilor** necesar obținerii producției și a corelațiilor ce pot apărea între eforturi – costuri și efect – bunuri produse. Prin această funcție, costul își manifestă caracterul de important indicator economic calitativ.

- **Funcția de cercetare – dezvoltare** a costului constă în aceea că tehnologiile și noile produse apar ca efect al cheltuielilor de cercetare. Cu cât raportul dintre tehnologiile noi și costuri este mai mare, cu atât funcția respectivă se manifestă mai pregnant.

- **Funcția de producție** a costurilor se referă la faptul că acesta joacă un rol important în realizarea conceptelor constructive și tehnologice pe baza inovărilor și investițiilor.

- **Funcția de personal** presupune compararea costurilor cu pregătirea, perfecționarea și cu motivația în muncă, pe de o parte, cu sporirea productivității muncii și ridicarea calității bunurilor, pe de alta.

- **Funcția comercială** evidențiază efectul benefic al cheltuielilor făcute cu livrarea la timp a bunurilor și asigurarea prețurilor de desfacere.

- **Funcția financiar – contabilă** arată costurile necesare asigurării fondurilor bănești în mărimea și structura corespunzătoare unei acțiuni rentabile.

- **Funcția de optimizare** presupune asigurarea și determinarea costului cel mai mic ce revine unui nivel maxim al producției.

¹ *Jurnal de Bord*, publicație internă a Automobile Dacia S.A., editată de Direcția Comunicare nr.1/2006.

² Niță Dobrotă, *Economie politică*, Editura Economică, București, 1997.

• **Funcția de control și reglare** este cea prin care se evidențiază modelul prin care se dirijează consumul de resurse.

1.5. Componentele costului la SC Dacia Group Renault SA

Valoarea de Transformare este indicatorul numărul unu al uzinei Dacia, el reprezintă suma costurilor angajate de uzină pentru a transforma materiile prime cumpărate de la furnizorii în produse finite - vezi Fig. 1.1.

Valoarea de Transformare

Figura nr. 1.1



Elementele componente ale Valorii de Transformare sunt:

1. MOD – manoperă directă, este considerat personal direct productiv orice persoană care participă direct la:

- transformarea produsului
- la conducerea mașinilor unelte
- la operațiunile de control al produsului în linie
- la manuanțiunea componentelor vehiculului

Costul manoperei directe este reprezentat de masa salarială pentru plata MOD care conține:

- salariile brute inclusiv concediile și orele suplimentare
- alte prime negociate sau excepționale
- cheltuielile sociale ale întreprinderii

2. MOS – manoperă de structură; este considerat personal de structură orice post care nu este clasat în MOD. MOS regrupează:

- Conducerea (șefi UEL, șefi atelier, tehnicieni, ...)
- mentenanță și clădiri (electricieni, mecanici, liftier,)
- curățenia
- administrativul (Resursele Umane, Gestiunea, ...)
- magazionerii PHF¹
- pompierii / paza
- informatica

Costul manoperei de structură este reprezentat de masa salarială pentru plata MOS care conține:

- salariile brute inclusiv concediile și orele suplimentare

¹ PHF – piese în afara fabricației (Pièces Hors Fabrication).

- alte prime negociate sau excepționale
- cheltuielile sociale ale întreprinderii

3. FIP – cheltuieli indirecte de producție, regroupează în perimetrul VT, toate cheltuielile realizate de o uzină pentru transformarea produselor sale, mai puțin MOS, MOD, AMO și IT.

Cheltuielile indirecte de producție se pot clasifica în șase categorii:

- Furnituri: (ex: echipamente de protecție, uleiuri și grăsimi, ...)
- Utilaj: (ex: scule și port scule, AMC¹- uri, DCV²- uri, ...)
- Întreținere: (ex: PS³, PU⁴, contracte mentenanță, metrologie, ...)
- Energie și Fluide: (încălzire, energie electrică, aer, apă recirculată, ...)
- Cheltuieli diverse: (misiuni, transport, masa, ...)
- Rebuturi: (rebuturi tehnologice – piese în afara documentației)

4. AMO – amortizări

Activele care intră în VT sunt următoarele:

1. Activele industriale ale uzinei : mașini și utilaje capacitate (utilajele specifice sunt în afara VT – matrițe turnatorii)

2. Alte active suportate de uzină : clădiri, mijloace de manutanțiune, vehicule de serviciu

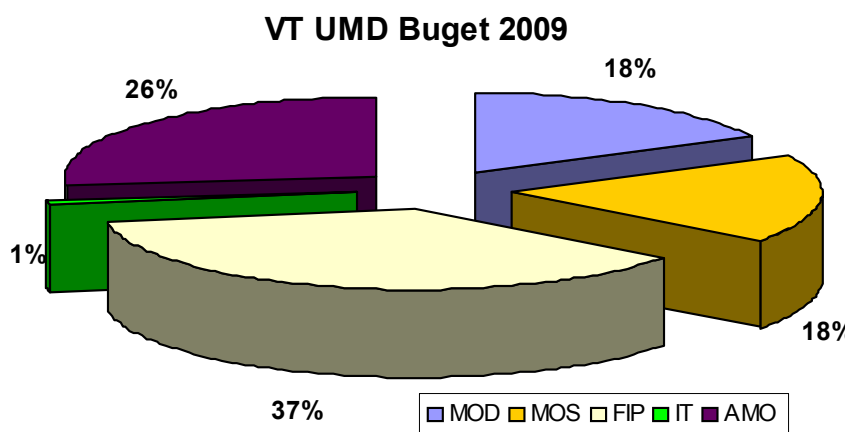
Calculul amortizării: se face după norme internaționale bine definite (IAS) în funcție de:

- valoarea de achiziție a activelor
- durata de viață reținută pentru fiecare categorie de active
- eventualele subvenții diminuează valoarea amortizării

5. IT – impozite și taxe, ce reprezintă taxele locale plătite de întreprindere relative la activele din mediul industrial:

- Impozitul pe teren
- Impozitul pe clădiri
- Alte taxe plătite statului (ex. mediu, ...)

Figura nr. 1.2.



În funcție de sensibilitatea lor la evoluțiile volumului de producție, elementele VT – ului variază în mod diferit:

MOD = cheltuieli variabile → sensibilitate mare: ajunge până la 100%

MOS = cheltuieli fixe → sensibilitate scăzută: ajunge până la 0%

FIP = cheltuieli variabile și fixe:

¹ AMC – aparate de măsură și control.

² DCV – dispozitive de control și verificatoare.

³ PS – piese de schimb pentru mașinile unelte.

⁴ PU – piese de uzură pentru mașinile unelte (cele care intră în contact direct cu piesa).

- sensibilitate ridicată: ajunge până la 100% (scule, energie electrică, ...)
- sensibilitate medie: ajunge până la 50% (misiuni, costuri informatice, ...)
- sensibilitate scăzută: ajunge până la 0% (încălzire, pază, ...)
- AMO = cheltuieli fixe → sensibilitate scăzută: ajunge până la 0%
- IT = cheltuieli fixe → sensibilitate scăzută: ajunge până la 0%

1.6. Costuri asociate la S.C. Dacia Group Renault S.A.

Unul din obiectivele principale ale contabilității de gestiune este calcularea costurilor. La nivel microeconomic, obiectivul fundamental este reprezentat de minimizarea costurilor și de maximizarea profitului. Ca urmare, compararea periodică a costurilor reale cu cele prevăzute va permite analiza abaterilor de la buget și luarea deciziilor corective. În acest context, „a controla costurile” devine o problemă primordială pentru manager și ceilalți factori responsabili dintr-o entitate publică sau întreprindere.

Contabilitatea de gestiune, ca instrument al controlului de gestiune, se constituie într-un sistem informațional, și rezultatele acestuia, pentru a fi eficiente, trebuie să corespundă obiectivelor și nevoilor formulate de utilizatorii săi. **Cel mai bun cost** pentru o întreprindere prestatoare de servicii sau de producție nu este neapărat cel mai scăzut, ci acela care survine în locul și la momentul oportun, care parvine utilizatorului oportun și care oferă precizia dorită de acesta.

Mai acută ca oricând, problema minimizării costurilor în viziunea specialiștilor de la Dacia, luând în calcul criza mondială pe care o traversăm, vizează acțiuni concrete, realiste și care trebuie puse în aplicare fără ezitare.

Folosindu-se de cele mai moderne tehnici de analiză (Ex: MRPG¹, Brainstorming etc.) s-au găsit 8 măsuri și 2 axe importante pentru a putea face față crizei. Pentru a menține un nivel pozitiv al fondurilor proprii disponibile, acțiunile se vor articula în jurul a 3 axe:

1. Maximizarea surselor de venituri prin:

- creșterea cotei de piață, mai ales pe canalele cele mai rentabile

2. **Reducerea cheltuielilor** care reprezintă minimizarea ieșirilor de bani pentru a păstra capacitatea de finanțare la ieșirea din criză :

- Reducând cheltuielile de cercetare și dezvoltare
- Reducând masa salarială și cheltuielile de funcționare

3. Alte acțiuni :

- Reducerea stocurilor și regândirea sistemului de distribuție
- Ajustarea nivelului de producție
- Reducerea investițiilor
- Optimizarea recuperării creanțelor de la clienți
- Realizarea unor cesiuni de active imobiliare

Compania dispune deja de 2 pârghii importante care trebuie să susțină aplicarea acestui plan de acțiuni pentru a ieși din criză la cel mai bun nivel de competitivitate mondială.

- **Alianța Renault-Nissan**
- **Conlucrarea cu guvernele.**

Conlucrarea, inițiată cu guvernele, în Franța și în Europa, reprezintă o altă pârghie.

• Împrumutul de 3 miliarde de euro acordat de statul francez va permite Renault să reziste bine și mai ales să finanțeze proiectele sale strategice în Franța, în special dezvoltarea vehiculelor cu emisii de CO₂ reduse sau absente.

• Statul a autorizat un împrumut pentru RCI Banque de 500 milioane de euro până la un miliard de euro, ceea ce va permite societății Renault să mențină o ofertă de credit competitivă pentru clienți.

¹ MRPG – Metode de Rezolvare a Problemelor în Grup.

- Suprimarea taxei profesionale începând cu anul 2010 va consolida competitivitatea Renault în Franța.

- Renault nu poate să se dezvolte fără furnizori solizi. Grupul a redus deja termenele sale de plată de la 90 zile la 60 zile, în conformitate cu legea de modernizare economică. El va acorda un sprijin încă și mai important actorilor din filiera auto.

- Renault va continua să conlucreze cu statele și cu partenerii sociali pentru ca, pe perioada crizei, perioadele de activitate parțială să se deruleze în condiții acceptabile pentru toți.

Abstrait:

De nos jours et dans les conditions actuelles, du dynamisme et de la complexité du milieu économique, les firmes doivent essayer de s'adapter de plus en plus aux exigences du marché en changement permanent. A cet effet, a fin de résister, la firme doit améliorer sans cesse ses produits ou en lancer d'autres qui correspondent aux exigences actuelles du marché, mais, notamment réduire les coûts de production.

Ce problème est primordial, vu que l'un des aspects globaux du monde contemporain est le caractère limité des ressources de matières premières et énergétiques, ce qui incite à leur rationalisation accrue et à leur utilisation responsable. On peut agir dans les étapes de conception et de réalisation des biens et des technologies au sens de faire diminuer leurs dimensions, de remplacer les matériels déficitaire par d'autres, moins coûteux et pour lesquels il n'y a pas le danger immédiat de s'épuiser, à condition de maintenir la qualité des produits constante.

Bibliografie:

1. Ciucur D., Gavrilă I., Popescu C., *Economie*, Editura Tribuna Economică, București, 2004
2. Dobrotă, Niță, *Economie politică*, Editura Economică, București, 1997
3. Duțu M., Niculcea S. (coord.), *Macroeconomie*, Editura Independența Economică, 2008
4. Stiglitz J.E., Walsh C.E., *Economie*, Editura Economică, București, 2005
5. *În spatele meseriei noastre se află viitorul*, Dacia Direcția Comunicare și Direcția Resurse Umane, Ediție martie 2005
6. *Contract Colectiv de Muncă*
7. *Jurnal de Bord*, publicație internă a Automobile Dacia S.A., editată de Direcția Comunicare nr.1/2006

Serviciile de outsourcing în India

Mărgărit Florentina, studentă,
Facultatea Management Marketing în Afaceri Economice Brăila
Coordonator: Lect. univ. dr. Gica Culiță

Imaginați-vă o țară care a fost săracă și marginalizată secole de-a rândul, iar, în cele din urmă, lucrurile se schimbă și ajunge un simbol al progresului economic și al succesului mondial.

India, încă o țară emergentă, și-a ocupat locul în lume și, aproape la 58 de ani după câștigarea independenței, face lumea să înțeleagă ceea ce indienii au știut întotdeauna, anume faptul că, în primul rând, este o mare civilizație și că, în al doilea rând, este o mare putere.

Outsourcing-ul: importanță și evoluție la nivel global

Utilizat pentru satisfacerea clienților și maximizarea profitului, outsourcing-ul este văzut de companiile inteligente ca un mod strategic de a-și transforma afacerea.

Outsourcing-ul, un concept relativ nou, poate fi definit ca „utilizarea strategică a unor resurse externe pentru desfășurarea unor activități care, în mod tradițional, sunt efectuate cu personal și resurse interne”¹.

Outsourcing-ul constituie de fapt o strategie prin care o organizație încredințează funcționalități majore unor furnizori externi, specializați în anumite servicii, care devin astfel „value business partners”.

Outsourcing-ul nu este un concept de o noutate absolută. Acționează conform cu două strategii: „front-office”, care include relațiile cu clienții, în ceea ce privește, spre exemplu, marketingul sau suportul tehnic, și „back-office”, care se ocupă cu funcțiile interne ale afacerilor, cum ar fi, spre exemplu, cumpărarea. Companiile au închiriat întotdeauna servicii din exterior pentru diverse tipuri de operațiuni interne, tocmai în scopul de a face față unor sarcini pe care nu le-ar fi putut realiza pe cont propriu, indiferent că a fost vorba de clădiri, tehnologie, oameni sau alte resurse, dar cu cheltuieli mai mari. Totuși, diferența între simpla „subcontractare” a unor resurse și outsourcing constă în faptul că outsourcing-ul implică o restructurare mult mai eficientă a unor activități de business, folosind parteneriate externe cu firme care au competențele necesare.

Outsourcing-ul este considerat, de fapt, o metodă de lucru, care oferă scurtarea perioadei de timp pentru lansarea unui anumit produs, optimizarea costurilor de producție și maximizarea profitului, exploatarea rapidă a resurselor materiale și accesul la o forță de muncă specializată, care să completeze echipa din departamentul respectiv. Se mai poate spune că este un fel de angajare pe termen scurt a unor specialiști în domeniu, care să ajute la finalizarea anumitor proiecte.

În teorie a devenit posibil să cumperi „de pe raft”, aproape orice funcție de care ai nevoie pentru a conduce o companie.

În prezent, outsourcing-ul îmbracă mai multe forme, iar companiile încă angajează serviciile particulare să se ocupe de anumite proceduri într-o afacere, ca un beneficiu al conducerii. Cele mai comune forme de outsourcing sunt în tehnologia informației (ITO) și în procedurile de afaceri (BPO).

Pe lângă toate aceste avantaje, outsourcingul are și dezavantaje. Unul dintre acestea este că elimină comunicarea directă a companiei cu clienții săi. Multe dintre companii se luptă pentru a-și întări relațiile și pentru a ajunge la un renume, de cele mai multe ori, când acestea nu reușesc, se ajunge la lipsa de satisfacție pentru ambele părți. Există, de

¹ „Outsourcing – teorie” – www.sidexdesign.ro.

„Value business partners” – parteneri furnizori de servicii cu valoare adăugată – (cf. Violeta Năstăsescu, *Dicționar economic englez – român*, Editura Niculescu, București, 2007).

asemenea, un alt pericol, și anume acela că managerul devine incapabil să controleze anumite aspecte ale companiei sale, orice informație devenind mai vulnerabilă și, totodată, compania devenind dependentă de serviciile de outsourcing.

Cu toate astea, provocările în outsourcing devin mai intense, mai ales când munca începe în țări diferite, ceea ce implică cunoașterea unei limbi de circulație internațională, a culturii țării respective și, de asemenea, a timpului care diferă în funcție de zonă.

În timp ce outsourcingul poate aduce numai beneficii substanțiale pentru multe dintre companii, în același timp poate aduce și multe eșecuri. Este important pentru fiecare companie, să-și stabilească nevoile și să decidă dacă outsourcingul este o opțiune bună.

Outsourcing-ul în India: evoluție și efectele crizei economice mondiale

Ținând cont că prima solicitare a firmelor care doresc să-și externalizeze serviciile este calitatea, iar a doua este forța de muncă ieftină, am putea spune că, deși este țară emergentă, India este unul din acele state care oferă posibilități de outsourcing, răspunzând acestor exigențe.

India este prima țară pe care ți-o imaginezi când e vorba de outsourcing. Este furnizorul de bază în multe dintre domenii, în special IT și finanțe. „Este ceea ce avem nevoie pentru a deveni o mare companie.” – Peter J. Sidebottom director al companiei Corporate Development.

Odată cu avansarea în era digitală, un număr tot mai mare de tineri sunt educați și vorbesc fluent engleza, limba globalizării, transformând grandios India într-o destinație „back office” pentru companii, la nivel mondial, pentru outsourcing în ceea ce privește serviciile clienților și suportul tehnic¹.

India este unul dintre exportatorii majori de specialiști în software și servicii financiare, precum și inginerie. Alte sectoare, cum sunt manufactura, farmaceutica, biotehnologia, nanotehnologia, telecomunicațiile, construcția de vapoare, aviația și turismul arată posibilități puternice cu o rată de creștere rapidă.

Chiar dacă, luată în ansamblu, India este încă subdezvoltată, din punctul de vedere al companiilor specializate în domeniul outsourcingului, deține multinaționale de top, capabile să concureze cu companii de renume din SUA și Marea Britanie. Aceasta deoarece experiența acumulată face posibilă îmbunătățirea abilităților propriilor angajați, astfel încât companiile indiene pot oferi servicii de înaltă calitate.

Cu toate dificultățile care pot apărea de-a lungul anilor, India va rămâne indiscutabil lider în outsourcing, reprezentând o amenințare pentru multe țări, acest fapt datorându-se satisfacerii serviciilor oferite companiilor și costurilor care sunt reduse în comparație cu cele din alte state.

Una dintre companiile indiene care sunt de renume și care clasează țara în top este *TATA CONSULTANCY SERVICES*, care de curând a dezvoltat afaceri și în alte țări și care deține 25,5% din piața mondială de IT, ceea ce înseamnă aproximativ 500 miliarde euro. Creșterea medie anuală a firmei este de 8% în țările în dezvoltare și de numai 6% în țările deja dezvoltate.

O altă companie care se înscrie în concursul jocurilor globale este *INFOSYS*. Această companie a dat o nouă formă serviciilor indiene achiziționând una din marile companii de consultanță britanice, Axon Group, pentru o valoare de 750 milioane dolari, fiind considerată una din cele mai mari achiziții străine.

Conform unei cercetări făcute de NASSCOM, se afirmă: „Următoarea provocare va juca un rol crucial în răspândirea distributivă a creșterii segmentului de software indian”, chiar dacă industria are o cale lungă de străbătut pentru a-și lăsa trecutul sărăcăcios în

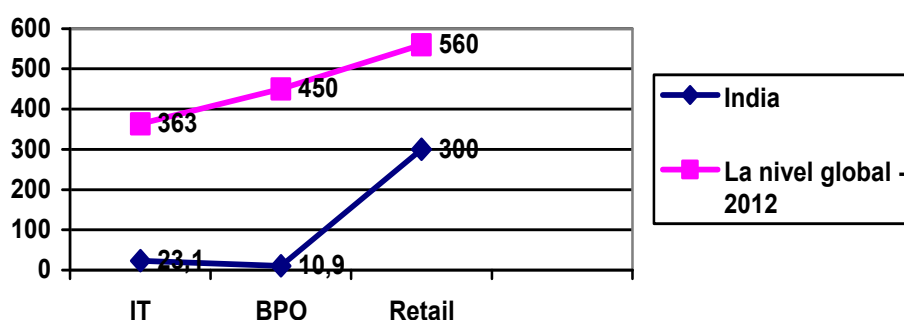
¹ „Economy of India” – www.wikipedia.ro – Enciclopedie gratuită.

urmă. Outsourcing-ul în IT este estimat în momentul actual la valoarea de 23,1 miliarde dolari, cel în business-process la valoarea de 10,9 miliarde dolari¹ și cel de retail este de 300 miliarde dolari. De asemenea, se estimează că până în 2012, va crește valoarea acestor servicii în IT la 363 miliarde dolari, în business-process la 450 miliarde dolari iar în retail la 560 miliarde dolari² (vezi graficul 1).

În urma cercetărilor realizate de analiștii companiei Gartner, se preconizează că până în 2011, marile sectoare ale piețelor emergente vor depăși giganții de pe piețele americane. Astfel că marile companii indiene reprezentate de companiile Tata Consultancy Services, Infosys sau Wipro vor depăși valoarea serviciilor oferite de companiile americane Accenture, EDS sau IBM.

Graficul 1

Valoarea serviciilor de outsourcing (mld. \$)



*Sursă: realizat de autoare pe baza datelor preluate din articole
Sursa www.cioinsight.com*

Se consideră că în India nu numai că sunt cele mai bune „creiere”, dar sunt și cele mai ieftine, intrând astfel în atenția marilor lideri de pe piață. S-a observat că micile afaceri începute pe teritoriul indian, numite și „picături”, au devenit „torente” care au adus și aduc mari creșteri ale cifrei de afaceri.

Totuși, ultimul eveniment economic din anul 2008 a afectat chiar și India, dar care nu a înregistrat foarte multe pierderi în comparație cu celelalte state. Guvernatorul Băncii de Rezerve a Indiei a susținut că o bună politică monetară va ajuta țara cu puțin efort să treacă peste această situație de criză care tulbură piețele. Ca urmare a deprecierei foarte mari a monedei naționale (rupia), cu 50% față de dolar, Banca de Rezervă a Indiei a trecut deja la pașii de urgență, și anume a oferit lichidități sistemului bancar în valoare de 4,2 miliarde dolari.

Cercetările efectuate de analiști arată că cele mai afectate de criza financiară au fost băncile de pe piețele indiene de acțiuni, una dintre ele fiind ICICI Bank care a înregistrat în 2008 o scurgere de capital din investițiile străine de 9,9 mld. dolari, în comparație cu creșterea de capital înregistrată în 2007 în valoare de 17,4 miliarde dolari. S-a înregistrat chiar și o creștere a nivelului de împrumuturi a companiilor de la 50 milioane dolari la 500 milioane dolari. De asemenea, au fost afectate ratele de venituri care controlează infrastructura, în luna octombrie a anului 2008 înregistrându-se o scădere de

¹ Edward Cone – „Indian Tech Firms Diversify” – 10.09.2008 – www.cioinsight.com.

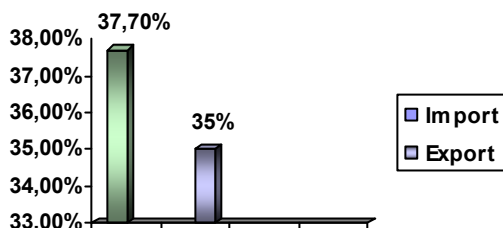
² Alexandra Teodorescu – „Piața globală de outsourcing ajunge la 450 miliarde de dolari până în 2012” – 17.06.2008 – www.wall-street.com.

la 18% la 17,5%, iar intervalul de luni aprilie – august a adus și creșterea importurilor până la 37,7% în comparație cu exporturile care au fost de 35%.¹ (vezi graficele 2 și 3).

Nici falimentul nu întârzie să apară pentru multe dintre companii, atât în cele americane, cât și cele indiene existând o creștere a ratei obligațiunilor de la ultima recesiune economică din anul 2002, de la 12% la 15,4% în ultimele 12 luni ale anului 2008.

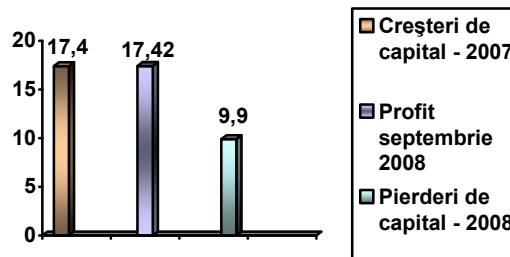
Graficul 2

Aprilie / August -2008



Graficul 3

ICICI Bank 2007 / 2008 (mld. \$)



Sursă - Realizate de autoare pe baza datelor preluate din articole – The Economic Times, Financial Times

Chiar și sectorul IT, unul dintre cele mai solicitate în India, nu a întârziat să fie „pătat”, după ce în mass-media s-a anunțat că una dintre marile companii de IT, Satyam Computer Services, a înregistrat o fraudă de 1 miliard dolari. Alegerea companiei de outsourcing nu a fost niciodată ușoară, dar, după evenimentul de fraudă, înregistrat chiar la începutul anului 2009, va fi și mai greu².

Aproape toți clienții companiei Satyam au început procesele de despăgubire, unii dintre ei, cum este compania Nestle, se gândesc la „opțiuni alternative”, iar o alta cum este State Farm Insurance, și-a reziliat contractul.

Indiferent de problemele cauzate de criza economică mondială, serviciile indiene înregistrează în continuare o creștere a cererii la nivelul pieței globale. Conform cercetărilor, analiștii de la NASSCOM au apreciat că India va înregistra cea mai mare creștere a PIB-ului până în 2010, iar sectoarele de software și hardware vor avea creșteri de 20% și respectiv 17%.

Ca urmare a evoluției outsourcing-ului, în urma evenimentelor financiare s-au conturat o serie de tendințe, considerate mai degrabă soluții de viitor pentru outsourcing-ul indian și cel la nivel global, însă s-a făcut aprecierea că India este una dintre acele state care a profitat și profită în continuare de pe urma acestui dezastru, existând posibilitatea de a se transforma într-o economie puternică mult mai curând decât au apreciat analiștii financiari. În final, putem numi India, chiar dacă e țară emergentă, o „regină” a viitoarelor economii.

Concluzii

Regina outsourcing-ului – India – este o țară emergentă, cu o civilizație hindusă care impresionează sub toate aspectele, de la cultură până la colorit, dar și prin mizerie și aglomerație. Un furnicar colorat și plin de miresme a cărei populație a încercat și încearcă în continuare să-și depășească condiția. Pentru începerea afacerilor pe teritoriul indian, nu s-au oferit prea multe posibilități, datorită penelor dese de curent sau datorită infrastructurii slab dezvoltate. Înregistrând însă creșteri economice record an de an, datorită multitudinii

¹ From the Economist Intelligence Unit ViewWire – How India could benefit in the long term” – sursă „The Economist” Tabelul 3.3 – „Tabelul 3.4 – Idem 43.

² James Fontanella. „India’s outsourcing growth seen to slow down” . 05.02.2009 – www.ft.com.

de servicii pe care le oferă, poporul indian a impresionat specialiștii marilor companii, ce au apreciat că, până în 2050, India va deveni una din cele mai mari puteri ale lumii.

Potrivit studiilor realizate de specialiști, s-a demonstrat că în mare parte companiile au văzut în recesiune oportunități de extindere pe piețele emergente. India a fost ținta tuturor marilor companii datorită costurilor reduse, a forței de muncă și a calității oferite, chiar dacă la începutul anului 2009 s-a petrecut un eveniment care a dus la scăderea încrederii companiilor în outsourcing-ul indian, și anume fraudă în valoare de 1 miliard de dolari a companiei Satyam. Totuși, companiile indiene sunt cele care au salvat multe dintre afacerile aflate în situație de faliment, prin sumele investite și serviciile oferite. Tata Consultancy Services este cea care nu a întârziat să-și arate mulțumirea față de una din băncile americane aflate în declin, American's Citigroup, printr-o investiție de capital de 505 milioane dolari.

India a luptat de-a lungul timpului pentru a obține un loc în rândul celor mai importante economii, a vizat pentru aceasta sectoare economice ce i-au permis deținerea unui avantaj comparativ și, împreună cu alte condiții favorabile, i-au asigurat acesteia un avans către locul fruntaș pe care îl merită la nivel mondial.

Abstract:

The queen of outsourcing – India – is an emergent country, with a civilization which impresses under all aspects, from culture to diversity, but also through misery and crowd.

Throughout time, India has fought to get a place among the most important economies and in order to do this has focused upon those economic fields which allowed it to possess an actual advantage and, together with other favorable conditions, opened its way towards the leading place which it deserves on a global scale.

The present paper is based upon the knowledge of this emergent economy and of the effects of the global economic crisis upon the Indian outsourcing services.

Bibliografie:

1. Gica Gherghina Negrea, *Cooperare Sud - Sud*, Editura Tribuna Economică, București, 2007;
2. Silviu Neguț, Horia C. Matei, Ion Nicolae, Caterina Radu, *Enciclopedia Asiei*, Editura Meronia, București, 1999;
3. Sterian Dumitrescu, George Marin, Ovidiu Puiu, *Economie mondială*, Editura Independența Economică, 2006;
4. Gica Negrea, *Modelul indian*, revista Tribuna Economică, numărul 15, anul 2007;
5. Gica Negrea, *India - o mare putere în domeniul Managementului*, revista Tribuna Economică numărul 17, anul 2007;
6. XXX - 18.08.2004 „China, India și SUA vor fi cele mai mari puteri din lume în 2050”, sursa Cronică Română, www.bloombiz.ro;
7. XXX - 19.01.2006 Romulus Caplescu – „India noul gigant”, www.adevarul.ro;
8. XXX - 09.05.2007 Vineeta Shetty – „Is India missing out?”, www.ft.ro;
9. XXX - 15.05.2007 Petre Munteanu – „India își ocupă locul în lume”, www.adevarul.ro;
10. XXX - 22.05.2008 Peter Marsh – „India set to gain from outsourcing”, www.ft.ro;
11. XXX - 31.05.2007 „Creștere economică re-cord în India”, sursă Rompres, www.bloombiz.ro;
12. XXX - 03.08.2007 „India plină de cultură și mister”, www.adevarul.ro;
13. XXX - 19.12.2007 „Economic Times of India”, sursa Rador, www.bloombiz.ro;
14. XXX - 14.02.2008 Joe Leahy – „Outsourcing blip predicted for India”, www.ft.ro;
15. XXX - 11.03.2008 „Economia Indiei ar putea reprezenta 90% din economia SUA până în 2050”, www.bloombiz.ro;
16. XXX - 15.08.2008 Alexandra Teodorescu – „India bate SUA la outsourcing până în 2011”, www.ft.com;
17. XXX - 22.10.2008 Charles Cole – „India Economy India Ranked 70 in World Prosperity Index”, www.economywatch.ro;
18. XXX - 19.11.2008 „India rides out credit crisis but outsourcing industry suffers”, www.ft.ro

**Susținerea tezei de doctorat cu tema
„Politica socială – componentă a managementului firmei
în afacerile economice internaționale”
elaborată de doamna Andreea Gangone**

În luna martie a acestui an, doamna asistent universitar Andreea Gangone, de la Facultatea de Management Marketing în Afaceri Economice din Pitești, și-a susținut, în cadrul Academiei de Studii Economice din București, teza de doctorat cu tema ***Politica socială – componentă a managementului firmei în afacerile economice internaționale.*** Teza a fost coordonată de Prof. univ. dr. Alexandru Puiu, Rector al Universității „Constantin Brâncoveanu”, și a fost susținută în fața unei comisii formată din: Prof. univ. dr. Silviu Neguț, Decan al Facultății de Relații Economice Internaționale din cadrul ASE, în calitate de Președinte, Prof. univ. dr. Alexandru Puiu, Prof. univ. dr. Iuliana Ciochină, Prof. univ. dr. Gheorghe Hurduzeu și Conf. univ. dr. Octavian Moarcăs, în calitate de membri.

Teza abordează un domeniu deosebit de interesant, sensibil, dar, în același timp, de impact în economia contemporană, întrucât problemele privind responsabilitatea și sensibilitatea socială, etica managerială, internaționalizarea afacerilor, societățile transnaționale ca factor dinamizator în crearea conștiinței sociale a afacerilor, construcția socială a afacerilor, în general, și legătura dintre procesul de dezvoltare socială a umanității și afacerile internaționale ca principal factor de susținere a acestui proces, în special, sunt de prim ordin în transformarea socială a organizațiilor contemporane.

Autoarea face o amplă trecere în revistă a principalelor puncte de vedere privind conceptele și modelele economice cu care a operat, pe baza unei ample și diversificate bibliografii române și străine, reușind să parcurgă și să sintetizeze cele mai interesante idei și opinii pentru tema analizată.

Totodată, aș dori să remarc actualitatea subiectului analizat de autoare, importanța acestuia și, mai ales, elementele de originalitate și contribuțiile proprii formulate de către aceasta. Opiniile proprii le găsim la fiecare subcapitol, concret, ca aprecieri în definirea conceptelor, ca analize pe exemple concrete, ca studii de caz, conferind substanță cercetării.

Dintre ideile originale cuprinse în teză doresc să subliniez: prezentarea și analiza, dintr-o perspectivă „multi- și interculturală”, a conceptelor de responsabilitate socială și de sensibilitate socială a organizației din perspectiva conținutului lor, a avantajelor și dezavantajelor implementării lor în activitatea internațională a organizației, prin utilizarea unor modele concrete de responsabilitate socială în procesul de planificare a rezultatelor sociale, prin implementarea politicii sociale a organizației; analiza cauzelor și consecințelor integrării organice a principiilor de etică în afaceri în cultura organizației și, implicit, în activitatea internațională a acesteia; evidențierea și analiza relației de intercondiționare care există între cultura organizațională, etica în afaceri și responsabilitatea socială a organizației, precum și impactul politicii de imagine organizațională și națională asupra acestei relații; elaborarea unui model de politică socială cu aplicabilitate în activitatea organizațiilor românești.

Autoarea arată, în concluzie, că firma modernă, ce acționează în cadrul unui sistem coerent și modern de gândire, poate și trebuie să-și asigure o politică socială eficace, care să-i permită să fie integrată și agreată de mediul social în care acționează și să transforme avantajele politicii sale sociale în efecte economice durabile. Aceasta este alternativa care

se dovedește viabilă, în comparație cu opțiunile unor organizații care vor să câștige în timp scurt și care, prin aceasta, nu pot să-și consolideze o piață pe termen lung.

„Organizația economică trebuie să devină cel mai important susținător al unui viitor viabil din punct de vedere economic, ecologic, moral și social, în beneficiul umanității”, managerii contemporani trebuind să stabilească un echilibru între performanța economică și cea socială a organizațiilor pe care le conduc.

Prof. univ. dr. Iuliana Ciochină

Susținerea tezei de doctorat cu tema
„Competitivitatea exporturilor – cerință esențială a performanțelor
firmelor în economia contemporană”
elaborată de doamna Florența Cristescu

Teza de doctorat intitulată „*Competitivitatea exporturilor – cerință esențială a performanțelor firmelor în economia contemporană*” a fost susținută în data de 9 aprilie 2009 la Facultatea de Relații Economice Internaționale din cadrul Academiei de Studii Economice București, fiind apreciată, în unanimitate, de către membrii comisiei de susținere cu calificativul „**Foarte Bine**”.

Comisia de susținere publică a tezei de doctorat a fost aprobată prin **Ordinul nr. 440** din **12.03.2009** și a avut următoarea componență:

Președinte: Prof. univ. dr. Neguț Silviu - A.S.E. București

Referenți: **Membru** - Prof. univ. dr. Gust Marius - Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești

Membru - Conf. univ. dr. Enache Elena - Universitatea „Constantin Brâncoveanu” Pitești

Membru - Prof. univ. dr. Miron Dumitru - A.S.E. București

Conducătorul științific al lucrării a fost Prof. univ. dr. Puiu Alexandru, Rector al Universității „Constantin Brâncoveanu” din Pitești.

Motor al eficienței și al progresului economic, **competitivitatea reprezintă, în opinia autoarei, cheia performanței** atât la nivelul unei economii naționale, cât și al unei firme, pentru toți participanții la circuitul economic mondial. Concept complex, îndelung dezbătut de specialiștii în domeniul economic din întreaga lume, competitivitatea se referă la abilitatea sau capacitatea unei entități (produs, firmă, ramură a unei economii naționale sau țară) de a se menține în competiția derulată atât la nivel intern, cât și internațional și de a obține avantaje economice din aceasta.

Firmele reprezintă vectorii dezvoltării susținute la nivelul economiei naționale, competiția internațională devenind, în ultimii ani, arena în care, atât firmele, cât și țările își joacă, desigur, cartea progresului economico-social. La nivel de firmă, competitivitatea reprezintă abilitatea de a furniza produse și servicii superioare din punct de vedere calitativ sau la un preț mai bun decât al celorlalți competitori semnificativi.

Clădirea unor performanțe economice durabile în mediul competițional al secolului XXI, caracterizat de o concurență acerbă, atât pentru produse cât mai competitive, cât și pentru piețe de export, depinde de abilitatea firmelor de a-și extinde activitățile pe piețele externe, de a identifica și valorifica oportunitățile oferite de acestea.

Performanțele firmelor cu activitate de export, respectiv competitivitatea exporturilor realizate de acestea, se pot exprima luând în calcul un set de indicatori economici, cum ar fi: cifra de afaceri, producția, coeficientul de devansare a producției de către export, indicele abaterilor structurale în ceea ce privește produsele exportate de către firmă etc.

Având în vedere aceste considerente, autoarea a întreprins un studiu asupra exporturilor realizate de S.C. OLTCHIM S.A. Alegerea companiei vâlcene nu a fost întâmplătoare. Progresele înregistrate de compania vâlceană au condus la includerea acesteia în topul companiilor exportatoare din România, în anul 2007 ocupând locul opt. S.C. Oltchim S.A. deține o pondere semnificativă în exportul de produse chimice al țării noastre, fiind un jucător important pe piața produselor chimice. Fără Oltchim, statul ar trebui să importe, anual, produse chimice în valoare de 180 de milioane de euro. Mai mult, prin exporturi, Oltchim aduce valută în România. Înființat în 1966, combinatul Oltchim a rămas singurul producător din țară de clorură și policlorură de vinil, polietil, sodă caustică

și alte derivate, folosite în absolut toate domeniile de activitate care implică materie chimică. Pentru județul Vâlcea, combinatul înseamnă 60% din activitatea economică.

Cifra de afaceri reprezintă un indicator care ilustrează mărimea unei firme, puterea ei economică și financiară, putând fi considerat chiar un indicator de performanță al acesteia. În ceea ce privește *cifra de afaceri a S.C. OLTCHIM S.A.*, se poate observa că aceasta a înregistrat o *creștere substanțială* de la un an la altul, ajungând în anul 2007 la 524 milioane euro, o creștere de aproape trei ori față de anul 2000. *Majorarea cifrei de afaceri a companiei vâlcene se datorează*, în cea mai mare parte, *activității de export*, în prezent exportul deținând o cotă parte de aproximativ 75% din totalul cifrei de afaceri realizate de OLTCHIM. Analiza exportului firmei a evidențiat faptul că *produsele fabricate de Oltchim sunt competitive pe piețele externe*, compania vâlceană putând fi considerată un jucător competitiv pe piața produselor chimice. În perioada 2003 - 2007, din primele zece produse (în ordinea ponderii în totalul exportului firmei) exportate de OLTCHIM, șase pot fi considerate competitive, înregistrând indici ai abaterilor structurale supraunitari. Așadar, având în vedere importanța exportului în realizarea cifrei de afaceri, se poate spune că, cel puțin în cazul S.C. OLTCHIM S.A., **competitivitatea exporturilor influențează în mod direct și hotărâtor performanțele acesteia în contextul actual al economiei**. De altfel, analiza statistică a relației dintre cifra de afaceri și export la S.C. OLTCHIM S.A. a demonstrat că între cei doi indicatori există o legătură directă de tip liniar și de intensitate puternică.

În secolul XXI, **prioritățile firmelor de succes pe piețele externe** ar trebui să fie, mai mult ca oricând, următoarele: abilitatea de a livra produsele și/sau serviciile la timp; abilitatea de a oferi în mod constant produse/servicii de calitate superioară; abilitatea de a asigura performanțe înalte produselor/serviciilor; abilitatea de schimbare rapidă a sarcinii de producție; abilitatea de a oferi produse/servicii la prețuri/tarife mici; abilitatea de a produce o bogată gamă sortimentală, în cantitatea solicitată de consumatori.

Având în vedere cele analizate și prezentate anterior, autoarea a concluzionat că, în condițiile unui mediu competițional economic extrem de dinamic, competitivitatea exporturilor influențează în mod direct și hotărâtor performanțele firmelor. Astfel, creșterea competitivității exporturilor ar trebui să devină un obiectiv esențial al oricărei firme care dorește să-și consolideze poziția pe piețele externe, aceasta putându-se realiza prin: îmbunătățirea continuă a calității produselor și serviciilor oferite, optimizarea binomului preț-calitate, conștientizarea importanței raportului cultură organizațională-cultură managerială, intensificarea eforturilor pe linia promovării exporturilor.

Conf. univ. dr. Elena Enache

„Ziua Comunicării” la Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Brăila

Catedra de Științe ale Comunicării de la Universitatea „Constantin Brâncoveanu” din Pitești a lansat vineri, 29 mai 2009, la ora 13.00, simultan în cele trei centre universitare (Pitești, Brăila, Rm. Vâlcea), ciclul de conferințe „Comunicare-Comunitate”, în cadrul manifestării științifice „Ziua Comunicării”.

La Brăila, acțiunea s-a desfășurat în parteneriat cu Muzeul Brăilei în aula universității. La eveniment au participat studenți ai Universității „Constantin Brâncoveanu”, liceeni, cadre didactice, jurnaliști locali, reprezentanți ai instituțiilor administrative și de cultură.

Dezbaterea a fost moderată de conf. univ. dr. Dorian Rais, decanul Facultății de Științe Administrative și ale Comunicării Brăila. Invitați speciali au fost preotul Sorin Marinescu de la Parohia „Nașterea Maicii Domnului”, Episcopia Dunării de Jos și Dr. Violeta Vatau, redactor la TVR.

Primul subiect dezbătut a fost conturat în jurul întrebării adresate de moderatorul manifestării *„în comunicarea de astăzi, mai mult înseamnă și mai bine?”*. Înainte de '89 existau nemulțumiri legate de faptul că programul tv se încheia la ora 22.00, dar astăzi, în peisajul audiovizual bogat din România, se ajunge la un paradox determinat de faptul că abundența de emisiuni, de cele mai multe ori de o calitate îndoielnică, îi determină pe privitori să închidă din proprie inițiativă televizoarele.

Din discuțiile generate de acest subiect, au rezultat câteva idei demne de consemnat. Astfel, în opinia celor prezenți la manifestare, comunicarea audiovizuală de astăzi, abundența de programe de televiziune, filme și chiar emisiuni radio care folosesc un limbaj trivial și, cu toate acestea, se bucură de o largă audiență, au ca rezultat final o desensibilizare a oamenilor. Firesc, în acest context, în urma dezbaterii, s-a lansat întrebarea: *„oare în România comunicarea în continuare va merge spre anumite forme care să aducă atingere sensibilității umane?”*

Dna Vatau Violeta și-a început discursul cu următoarea afirmație: *„dacă ne referim la ceea ce putem vedea la tv, asculta la radio sau citi în presa scrisă, generația noastră nu ar fi visat niciodată că în România, în programele televiziunilor din România mai ales, poate exista atâta trivialitate și vulgaritate”*.

Cu o vastă experiență acumulată în cei peste 30 de ani de muncă în Televiziunea Română, dna Vatau a ținut să precizeze faptul că, în România, evoluția televiziunii după '89 a cunoscut forme speciale de manifestare. Astfel, odată cu înmulțirea numărului de posturi de televiziune private și transformarea multora dintre acestea în posturi de nișă, am fost martori la apariția unor noi tipuri de presă. Astfel pe lângă presa politică și cea culturală, avem așa numita presă de „cratiță”, caracterizată prin apetitul mare al românilor de a urmări diferite programe de televiziune unde persoane mai mult sau mai puțin avizate dau sfaturi și găsesc în fața camerelor de luat vederi.

Dacă ne raportăm la emisiunile de succes difuzate la televiziunile din România ultimilor ani, constatăm că s-a configurat un nou tip de televiziune, este vorba de „televiziunea de lenjerie”, practic avem în discuție aici emisiunile de tip reality show, în care personajele principale sunt urmărite zi și noapte de obiectivul camerei de luat vederi, iar secvențele filmate, de multe ori fără o selecție riguroasă, sunt difuzate direct pe post.

„Care ar fi astăzi limitele comunicării? Există în comunicarea de astăzi o formă de cenzură, dincolo de propriul autocontrol, funcționează astăzi alte mijloace pentru limitarea comunicării?” au fost întrebările dlui Dorian Rais, care au generat răspunsuri din cele mai diverse în rândul participanților la manifestare. Astăzi, suntem martorii unor forme de comunicare agresivă unde de multe ori se depășesc formele autocontrolului, astfel încât

mesajul transmis generează la rândul său o atitudine de frustrare și agresivitate în rândul receptorilor.

Preotul Marinescu Sorin de la Parohia „Nașterea Maicii Domnului” a susținut o comunicare despre cuvânt și imagine, analizate ca vehicule ale comunicării în spațiul profan și laic. Comunicarea, din punct de vedere teologic, este strâns legată de conceptul de persoană. Preotul Marinescu a subliniat faptul că astăzi, cuvântul, ca vehicul principal al comunicării, a ajuns o adevărată marfă vândută pe piața informațiilor; mai mult, a ajuns să fie o etichetă atașată unei imagini.

Invocând ideile lui Giovanni Sartori din cartea *Homo videns* (Humanitas, București, 2005), preotul Marinescu a precizat că în contextul abundenței informaționale de astăzi, cuvintele își pierd de multe ori sensurile originale și se constată un raport de sărăcire reciprocă între cuvânt și imagine. În acest context, multe cuvinte își pierd conotațiile sacre. Din perspectiva teologiei, „cuvântul este o persoană care se întrupează în cuvinte”, a completat părintele Marinescu.

Dl lect. univ. dr. Munteanu Cristinel a readus în atenția auditoriului semnificațiile etimologice ale cuvântului *comunicare*, făcând, totodată, trimitere la semnificațiile *cuminecării* în cultura creștină (în acest sens, a fost amintită problema dubletelor etimologice în limba română). Dl Munteanu a mai făcut câteva precizări legate de statutul special al cuvântului în scrierile religioase, în Biblie în mod special. Domnia sa a ținut să specifice faptul că în zona ortodoxiei au fost promovate intens icoanele din cauza faptului că populația era analfabetă, iar imaginea reprezentată de icoane suplinea, e drept, într-o mică măsură, textul.

Preotul Marinescu a completat ideea subliniind faptul că în ortodoxia creștină, icoana reprezintă mult mai mult decât reprezentarea divinității.

Implicațiile de ordin filosofic ale conceptului de «comunicare» au fost analizate de către dl lect. univ. dr. Popa Valentin. Pornind de la cele două ipostaze ale comunicării, una ontologică, care ține de ființare și cea gnoseologică, care presupune dobândirea de noi cunoștințe prin comunicare, dl Popa Valentin și-a continuat discursul, îndreptând atenția audienței spre un alt subiect, și anume, puterea de a minți, conferită de către limbaj. Ilustrativă în acest sens a fost relatarea unui experiment inițiat de un grup de psihologi, care au reușit să învețe un pui de maimuță să aibă un comportament specific oamenilor, și anume, să mintă. La acestea, dl Munteanu a ținut să precizeze că, la rigoare, animalele nu pot minți, întrucât limbajul prin excelență aparține doar oamenilor. Animalele nu pot, de asemenea, glumi, ironiza, metaforiza etc. „A minți” – a amintit dl Munteanu, citând din Sf. Augustin – „înseamnă a vorbi contra propriilor convingeri”.

O altă temă de discuție, introdusă de către dl Popa Valentin, a pornit de la un citat al Sf. Augustin referitor la geneză din perspectivă biblică: „și au făcut om după chipul și asemănarea noastră”. Utilizarea pluralului pentru divinitate, în această situație, a fost explicată din punct de vedere științific și ecleziastic. A fost invocat un fragment dintr-o lucrare scrisă de Gustave Le Bon, „Rolul evreilor în civilizație”, în care se arăta că divinitatea străveche a poporului evreu, cunoscută sub numele de Elohim, era pecepută ca un grup divin și nu ca o singură persoană.

Părintele Marinescu a explicat utilizarea pluralului în citatul analizat și a precizat că exprimarea la plural pentru divinitate nu este una singulară, ci se regăsește și în alte referiri la geneză din Vechiul Testament. Din perspectiva clericilor, pluralul divinității este reprezentat de Sfânta Treime, Tatăl, Fiul și Sfântul Duh.

O temă care i-a animat în discuții pe cei prezenți la manifestare a fost problema înstrăinării, alienării datorate tehnologiei și abundenței de informații în ziua de astăzi. Dl conf. univ. dr. Bălan Zamfir a argumentat ideea alienării provocate de comunicarea mediată de tehnologie, precizând faptul că „aceste forme moderne de comunicare nu fac altceva decât să ne țină la distanță de situația în care schimbăm ceva între noi, în care

punem în comun ceea ce gândim”. Domnia sa a adus în atenția publicului influențele utilizării messenger-ului asupra limbajului tinerilor de astăzi, în contextul folosirii uneori exclusive a internetului ca mijloc de comunicare. Cuvintele prescurtate sau anglicisme sunt utilizate tot mai des de tinerii care în comunicarea directă tind să folosească aceiași termeni utilizați în comunicarea pe messenger.

Invitat la Ziua Comunicării, medicul Traian Vodă a vorbit în fața zecilor de studenți despre comunicarea medic-pacient.

Comunicările prezentate vor fi publicate în cadrul unui anuar ce va cuprinde un set de comunicări științifice prezentate în cadrul ciclului de conferințe „Comunicare-Comunitate” la Universitatea „Constantin Brâncoveanu”.

La invitația moderatorului manifestării, în final și-au exprimat impresiile și câțiva studenți ai Facultății de Științe Administrative și ale Comunicării Brăila, de la specializările Jurnalism, Comunicare Socială și Relații Publice, Drept, precum și absolvenți ai Facultății de Jurnalism.

Astfel, studenta Țărălungă Ramona, de la anul I Jurnalism, s-a arătat încântată de modul în care s-a desfășurat Ziua Comunicării și a precizat că ideile prezentate au fost foarte interesante și a avut astfel ocazia să cunoască abordări diferite ale conceptului de «comunicare».

Cosma Ofelia, studentă în anul I la specializarea de Jurnalism, a afirmat că, în opinia sa, comunicarea cu Dumnezeu nu se face numai în biserică. *„Personal, nu am nevoie de o icoană pentru a mă ajuta să am o comunicare directă cu Dumnezeu”*.

O altă studentă, Copae Sofia de la anul II, specializarea de Drept, a afirmat că a fost atrasă să participe la Ziua comunicării în mod special datorită subiectelor de discuție foarte interesante. Ea a precizat că, în contextul comunicării realizate prin intermediul programelor de chat sau messenger, limbajul distorsionat, prescurtat ajunge să fie imitat de copii și în comunicarea directă, zilnică.

În finalul manifestării, decanul Facultății de Științe Administrative și ale Comunicării Brăila, conf. univ. dr. Rais Dorian, a declarat că întâlnirea și-a atins scopul și că *„nu numărul comunicărilor au fost importante la manifestarea de astăzi, ci ponderea lor”*. Au fost abordate teme variate, participanții la discuții, invitați și studenți, s-au implicat într-un mod remarcabil, iar Ziua Comunicării la Brăila se înscrie în seria evenimentelor reușite.

Asist. univ. Nicoleta Ciacu