

**UNIVERSITATEA DIN ORADEA  
FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE**

# **EMERGING MARKETS ECONOMICS AND BUSINESS**

**Theoretical, Empirical and Policy-Oriented Contributions  
of Master Students and Graduates**

*Volumul lucrărilor sesiunii de comunicări științifice a masteranzilor și absolvenților de științe  
economice*

**Ediția 2017**



**Editura Universității din Oradea  
2017**

**ISSN 2601-162X  
ISSN-L 2601-1611**

**Președintele Sesiunii:**

- prof.univ.dr. habil. Diana SABĂU-POPA – Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice

**Comitetul științific:**

- Prof. univ. dr. habil. Alina BĂDULESCU – Universitatea din Oradea
- Prof.univ.dr. habil. Daniel BĂDULESCU- Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. habil. Madela ABRUDAN - Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. Mihai BERINDE – Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. Victoria BOGDAN - Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. Elena Aurelia BOTEZAT – Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. Cosmin DOBRIN – Academia de Studii Economice București
- Prof. univ. dr. Adriana GIURGIU – Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. Ioan Dan MORAR – Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. Ioan POPA – Academia de Studii Economice București
- prof.univ.dr. habil. Diana SABĂU-POPA – Universitatea din Oradea, Facultatea de Științe Economice
- Conf. univ. dr. Leonard Călin ABRUDAN - Universitatea din Oradea
- Conf.univ.dr. Dorin-Paul BĂC – Universitatea din Oradea
- Conf.univ.dr. Corneliu BENȚE- Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. Nicoleta BUGNAR-Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. Mihaela-Gabriela BELU - Academia de Studii Economice București
- Conf.univ.dr. Dorin COITA- Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. Adrian Gheorghe FLOREA - Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr Liana-Eugenia MESTER - Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. Ioana-Teodora MEȘTER – Universitatea din Oradea

**Comitetul de organizare:**

- Conf.univ.dr.Mirela BUCUREAN
- Conf.univ.dr. Laurențiu DROJ
- Lector univ.dr. Diana PERȚICAȘ
- Lect. univ. dr. Anamaria-Mirabela POP
- Lector. univ. dr. Andreea-Florina FORA
- Lector univ.dr. Mirabela MATEI
- Lector univ.dr. Ramona SIMUȚ
- Asist.univ.dr. Afrodita BORMA

**Emerging Markets Economics and Business. Theoretical, Empirical and Policy-Oriented Contributions of Master Students and Graduates**

*Volumul lucrărilor sesiunii de comunicări științifice a masteranzilor și absolvenților de științe economice*

**Ediție anuală**

**Nr. 5 - Decembrie 2017**

**Redactor șef:** prof.univ.dr. habil. Claudia Diana SABĂU-POPA

**Editura Universității din Oradea**

**ISSN 2601-162X**

**ISSN-L 2601-1611**

*Drepturile autorilor 2017. Toate drepturile rezervate. Nici o reproducere, copiere sau transmitere nu poate fi făcută fără permisiunea scrisă din partea autorilor individuali.*

*Autorii lucrărilor publicate în acest volum sunt pe deplin responsabili pentru conținutul și originalitatea lucrărilorlor.*

## Cuprins/Table of Contents

<b>ANALIZA EVOLUȚIEI ȘOMAJULUI ÎN ROMÂNIA ÎN PERIOADA 2000 - 2016</b>	<b>6</b>
<b>ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF UNEMPLOYMENT IN ROMANIA DURING 2000 - 2016 .....</b>	<b>6</b>
Mira BOCIIOC .....	6
Antonia Elena POPOVICI.....	6
<b>INFLUENȚA TURISMULUI ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE ÎN ROMÂNIA</b>	<b>13</b>
<b>THE INFLUENCE OF TOURISM ON ECONOMICGROWTH IN ROMANIA</b>	<b>13</b>
Maria BAN .....	13
Sergiu-Ionut FILIP .....	13
<b>UNIUNEA BANCARĂ EUROPEANĂ. IMPLICAȚII PENTRU ROMÂNIA</b>	<b>20</b>
<b>EUROPEAN BANKING UNION. IMPLICATIONS FOR ROMANIA .....</b>	<b>20</b>
Carmen-Mirela HERLAȘ.....	20
<b>BITCOIN MONEDA VIITORULUI .....</b>	<b>26</b>
<b>BITCOIN THE FUTURE CURRENCY .....</b>	<b>26</b>
Bianca GHERGHEL .....	26
Cristina IANC.....	26
<b>INOVAȚIA – INSTRUMENT SPECIFIC ANTREPRENORULUI .....</b>	<b>32</b>
<b>INNOVATION – THE SPECIFIC INSTRUMENT OF AN ENTREPRENEUR</b>	<b>32</b>
Camelia BARA.....	32
<b>CERCETARE DE MARKETING ASUPRA COMPORTAMENTULUI</b>	
<b>CONSUMATORILOR SERVICIILOR DE CRIOSAUŢĂ .....</b>	<b>37</b>
<b>MARKETING RESEARCH ON THE BEHAVIOR OF WHOLE BODY CRYOTHERAPY</b>	
<b>CONSUMERS .....</b>	<b>37</b>
Anastasia ARHIRII .....	37
<b>ROMÂNIA UNA DINTRE CELE MAI COMPETITIVE DESTINAȚII GLOBALE</b>	
<b>PENTRU OUTSOURCING .....</b>	<b>48</b>
<b>ROMANIA, ONE OF THE MOST COMPETITIVE GLOBAL DESTINATIONS FOR</b>	
<b>OUTSOURCING .....</b>	<b>48</b>
Daniela Moisei (Popovici).....	48
<b>COMERȚUL ELECTRONIC ȘI INFLUENȚELE ACESTUIA ASUPRA VIETII</b>	
<b>ECONOMICE .....</b>	<b>53</b>
<b>E-COMMERCE AND ITS INFLUENCES ON THE ECONOMIC LIFE .....</b>	<b>53</b>
Daiana Ioana RUS .....	53
<b>COMPANIILE MULTINAȚIONALE ȘI EFECTELE LOR ECONOMICE ..</b>	<b>57</b>
<b>MULTINATIONAL COMPANIES AND THEIR ECONOMIC EFFECTS ..</b>	<b>57</b>
Mădălina MEZE .....	57
<b>ROMANIA ÎN CONTEXTUL COMERȚULUI INTERNAȚIONAL .....</b>	<b>61</b>
<b>ROMANIA IN INTERNATIONAL TRADE CONTEXT .....</b>	<b>61</b>
Cristina-Adela NEAGU.....	61

<b>BUSINESS-UL INTERNAȚIONAL VORBEȘTE ENGLEZĂ.....</b>	<b>68</b>
<b>INTERNATIONAL BUSINESS SPEAKS ENGLISH .....</b>	<b>68</b>
Margarita CAZACU .....	68
Anamaria-Mirabela POP .....	68
<b>ANALIZA COMPARATIVĂ A COMPETITIVITĂȚII REGIONALE –STUDIU DE CAZ REGIUNEA SUD-MUNTENIA A ROMÂNIEI COMPARATIV CU MEDIA NAȚIONALĂ .....</b>	<b>74</b>
<b>COMPARATIVE ANALYSIS OF REGIONAL COMPETITIVENESS - CASE STUDY SOUTH MUNTENIA REGION OF ROMANIA COMPARATIVE TO NATIONAL AVERAGE .....</b>	<b>74</b>
Cristian-Marius DUMITRU-VLĂDULESCU .....	74
Ioana MUȘAT .....	74
<b>AMPRENTA ECOLOGICĂ: SITUAȚIA ROMÂNIEI VERSUS SITUAȚIA ITALIEI ȘI A SLOVACIEI.....</b>	<b>81</b>
<b>ECOLOGICAL FOOTPRINT: ROMANIA`S SITUATION VERSUS ITALY AND SLOVAKIA`S SITUATION .....</b>	<b>81</b>
Roxana CHIOCARU .....	81
Alexandru GHEORGHE .....	81
Emma Silvia ILAȘ .....	81
<b>IMPACTUL STRATEGIEI OCEANULUI ALBASTRU ASUPRA DEZVOLTĂRII NOILOR AFACERI.....</b>	<b>89</b>
<b>THE IMPACT OF THE BLUE OCEAN STRATEGY ON THE DEVELOPMENT OF NEW BUSINESSES .....</b>	<b>89</b>
Beatrix-Monica SPITZER.....	89
<b>UNIUNEA BANCARĂ - SUB ASEDIU.....</b>	<b>96</b>
<b>BANKING UNION – UNDER SIEGE.....</b>	<b>96</b>
Lidia VESA .....	96
<b>IMPACTUL IFRS ASUPRA DECIZIILOR DE INVESTIRE PE BAZA SUBVENȚIILOR GUVERNAMENTALE.....</b>	<b>105</b>
<b>IMPACT OF IFRS ON INVESTMENT DECISIONS BASED ON GOVERNMENT GRANTS.....</b>	<b>105</b>
Claudia Maria BELME .....	105
Cătălin Florin BĂRNUȚ .....	105
<b>PORTAL WEB PENTRU FACTURARE ONLINE.....</b>	<b>113</b>
<b>WEB PORTAL FOR ONLINE BILLING .....</b>	<b>113</b>
Bianca-Renate VEREȘ.....	113
<b>INDICELE CIBERSECURITĂȚII GLOBALE: INTERPRETĂRI ȘI PROVOCĂRI .....</b>	<b>121</b>
<b>GLOBAL CYBERSECURITY INDEX: INTERPRETATIONS AND CHALLENGES .....</b>	<b>121</b>
Horia-Rareș CRIȘAN.....	121

<b>AMPRENTA DE CARBON A COMUNITĂȚII ACADEMICE – STUDIU COMPARATIV ÎNȚRE COMUNITATEA FEAM ȘI ERASMUS + .....</b>	<b>129</b>
<b>THE CARBON FOOTPRINT OF THE ACADEMIC COMMUNITY– COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE ROMANIAN ACADEMIC COMMUNITY AND ERASMUS + .....</b>	<b>129</b>
Roxana CHIOCARU .....	129
Marian Cătălin CUCU .....	129
Alexandru Constantin GHEORGHE .....	129
Ioana PANAIT .....	129
<b>ASIGURAREA CALITĂȚII EDUCAȚIEI ȘI FORMĂRII PROFESIONALE PRIN REȚELE PARTENERIALE .....</b>	<b>136</b>
<b>THE ENSURANCE OF EDUCATION QUALITY AND PROFESSIONAL FORMATION THROUGH PARTNERSHIP NETWORKS .....</b>	<b>136</b>
Simona Violeta ARDELEAN.....	136
Teodora Monica RUNCANU .....	136
<b>FINALITĂȚILE EDUCAȚIONALE ALE EDUCAȚIEI ECONOMICE ....</b>	<b>141</b>
<b>EDUCATIONAL FINALITIES OF ECONOMIC EDUCATION .....</b>	<b>141</b>
Mugurel CODREAN .....	141
<b>STAGIUL DE PREGĂTIRE PRACTICĂ – PUNTE DE LEGĂTURĂ ÎNȚRE ȘCOALĂ ȘI OPERATORII ECONOMICI .....</b>	<b>148</b>
<b>THE PRACTICAL TRAINING SESSION - LINKS BETWEEN SCHOOL AND ECONOMIC OPERATORS.....</b>	<b>148</b>
Silvia MATEAȘ .....	148
<b>EDUCAȚIA ECONOMICĂ ȘI ORIENTAREA PROFESIONALĂ.....</b>	<b>154</b>
<b>ECONOMIC EDUCATION AND PROFESSIONAL ORIENTATION .....</b>	<b>154</b>
Angela CRIȘAN.....	154
Claudia TOTH.....	154
<b>FIRMA DE EXERCITIU-O EXPERIENȚĂ VIRTUALĂ PENTRU VIAȚA REALĂ .....</b>	<b>161</b>
<b>EXERCISE FIRM-A VIRTUAL EXPERIENCE FOR REAL LIFE.....</b>	<b>161</b>
Otilia CADAR.....	161
Camelia POP .....	161
<b>EDUCAȚIA ECONOMICĂ - FUNDAMENT TEORETIC AL DEPRINDERILOR FINANCIARE ALE EDUCABILILOR .....</b>	<b>167</b>
<b>ECONOMIC EDUCATION - THEORETICAL FRAMEWORK OF THE FINANCIAL SKILLS OF TRAINEES .....</b>	<b>167</b>
Csaba CSINTALAN.....	167
<b>ECONOMIA COLABORATIVĂ .....</b>	<b>171</b>
<b>SHARING ECONOMY .....</b>	<b>171</b>
Mihaela POCIUMBANU .....	171

# ANALIZA EVOLUȚIEI ȘOMAJULUI ÎN ROMÂNIA ÎN PERIOADA 2000 - 2016

## ANALYSIS OF THE EVOLUTION OF UNEMPLOYMENT IN ROMANIA DURING 2000 - 2016

**Mira BOCIOC**

Masterand AAR an II , Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: mira\_bocioc@yahoo.com

**Antonia Elena POPOVICI**

Masterand AAR an II, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: antonia\_popovici@yahoo.com

**Abstract:** *Unemployment is one of the most important imbalances on the labour market, and that is why the knowledge of its size is of great importance. In this paper we analyzed the evolution of unemployment in Romania during the period 2000 – 2016 and we tried to make a structural characterization of it according to gender, age and residence, highlighting the most affected categories.*

**Key words:** unemployment; labour market; work; unemployment rate; trend.

**JEL Code:** E24, J62.

### 1. Introducere

În România, în perioada comunistă, șomajul era un fenomen nerecunoscut fapt pentru care odată cu trecerea la economia de piață acesta a înregistrat într-un timp relativ scurt valori ridicate, devenind cunoscut imediat după anii 1990. Astfel prima reglementare cu privire la acest fenomen a fost Legea nr. 1/1991 privind protecția socială a șomerilor și reintegrarea lor profesională, fiind ulterior abrogată și înlocuită cu Legea nr. 76/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă. Odată cu acestea dezvoltându-se noi tehnici și metode de măsurare și cuantificare a șomajului (Bădulescu, 2006, p.71).

Cunoașterea amplitudinii acestui fenomen, a numărului de șomeri, a cauzelor și măsurilor ce trebuie luate pentru combaterea lui, constituie motive ale unei analize profunde a șomajului.

### 2. Piața forței de muncă

Șomajul reprezintă un fenomen economic negativ caracterizat prin incapacitatea economică a unei țări de a asigura locuri de muncă pentru toți cetățenii săi dornici și apti de muncă (Olah și Florea, 1999, p. 60). Însă fenomenul de șomaj este cel mai adesea analizat ca un dezechilibru al pieței muncii, ca un loc de întâlnire și confruntare între cererea și oferta globală de muncă (Turcu, 2006, p. 82). Având în vedere acestea, se poate observa că, cererea și oferta de forță de muncă reprezintă principalele componente ale pieței muncii.

Astfel cererea de forță de muncă reprezintă necesarul de forță de muncă salariată, existentă la un moment dat, determinată de locurile de muncă disponibile, la nivelul fiecărei unități economice sau firme, a fiecărei ramuri de activitate sau la nivelul economiei naționale (Palade ș.a., 2014, p. 235).

Pe de altă parte așa cum afirmă Coralia Angelescu ș.a. (2009, p. 244) “oferta de muncă reprezintă resursele de muncă de care dispune societatea la un moment dat și care se delimitează pe baza următoarelor criterii: salarizarea (renumerarea), posesia aptitudinilor fizice și intelectuale necesare pentru o muncă, precum și disponibilitatea unei persoane de a ocupa imediat un loc de muncă, adică de a presta un serviciu”.

Având în vedere acestea, putem spune că piața forței de muncă trebuie să asigure echilibrul dintre cele două componente principale - cererea și oferta de forță de muncă - necesare bunei funcționări a sistemului social și economic și pentru evitarea apariției unor fenomene negative, cum ar fi șomajul, subdezvoltarea, scăderea nivelului de trai (Palade ș.a., 2014, p. 236). Totuși chiar și în condiții de echilibru, în anumite segmente pot exista neconcordanțe între cererea și oferta de muncă pe sexe, profesii, întreprinderi precum și în profil teritorial.

### **3. Șomajul**

Șomajul este un concept al cărui conținut poate fi înțeles și interpretat în diferite moduri. Astfel acesta poate fi definit ca „o stare negativă a economiei, caracterizată printr-un dezechilibru al pieței muncii prin care oferta de forță de muncă este mai mare decât cererea de forță de muncă din partea agenților economici” (Crețoiu, 2009, p. 228). Pe de altă parte mulți oameni politici, dar și economiști sunt de părere că șomajul este „una din problemele macroeconomice de maximă complexitate și actualitate” (Dobrotă, 1997, p. 401) care afectează toate țările și este puternic legat de dezvoltarea economică, industrială și post-industrială. În plus, dezvoltarea economică a unei țări este strict corelată cu calitatea resurselor umane (Palade și Brătucu, 2013, p. 63).

În viziunea Biroului Internațional al Muncii (BIM), șomerul poate fi definit ca acea persoană care are mai mult de 15 ani (16 în România), este aptă de muncă, dar fără loc de muncă, caută un loc de muncă renumerat și este disponibilă să înceapă lucrul imediat (în maxim 15 zile) (Bosânceanu, 2009, p.206).

În conformitate cu legea nr. 76/2002, Guvernul României încadrează la categoria șomer acele persoane care îndeplinesc cumulativ și concomitent următoarele condiții:

- este în căutarea unui loc de muncă de la vârsta de minimum 16 ani și până la îndeplinirea condițiilor de pensionare;
- starea de sănătate și capacitățile fizice și psihice o fac aptă pentru prestarea unei munci;
- nu are loc de muncă, nu realizează venituri sau realizează, din activități autorizate potrivit legii, venituri mai mici decât valoarea indicatorului social de referință al asigurărilor pentru șomaj și stimulării ocupării forței de muncă, în vigoare;
- este disponibilă să înceapă lucrul în perioada imediat următoare, dacă ar găsi un loc de muncă.

### **4. Metode de măsurare a șomajului**

Șomajul reprezintă unul dintre principalele dezechilibre macroeconomice fapt pentru care cunoașterea dimensiunii acestuia prezintă o importanță ridicată. Problema măsurării acestuia este o problemă de aproximare, de evaluare a duratei, intensității și structurii lui, în acest scop înființându-se instituții specializate pentru analiză și înregistrare (INS, AMIGO) (Bentoiu și Bălăceanu, 2007, p. 70) Astfel indicatorii statistici prin intermediul cărora se apreciază șomajul se determină prin anumite metode statistice utilizând surse de date specifice (Roman, 2003). În România există mai multe metode cu ajutorul cărora se determină numărul șomerilor: anchetă prin sondaj, recensământ, date oferite de instituții guvernamentale, Ministerul Muncii și Protecției



Sociale. Dintre acestea, ancheta constituie principala metodă de măsurare a șomajului deoarece cu ajutorul acesteia se obțin date esențiale asupra populației și a forței de muncă, date ce pot fi clasificate după caracteristici demo-socio-economice: sex, nivel de instruire, statutul profesional, ocupație, ramură de activitate (Bădulescu, 1997, pp. 124-125). Totuși, având în vedere ambiguitatea unor concepte cuantificare exactă a șomajului nu se poate realiza, însă datorită multitudinii de metode folosite și eforturilor depuse în acest sens, se încearcă o apropiere de valoarea reală a acestuia.

## 5. Analiza evoluției șomajului în România

În ceea ce privește evoluția șomajului din România, aceasta este prezentată în tabelul de mai jos.

Astfel putem observa că în perioada 2000-2016, rata șomajului a înregistrat o scădere constantă a ratei lunare a șomajului de la 10,5% în 2000 la 3,9% în 2007. Această reducere a șomajului se datorează în special investițiilor autohtone și străine care au avut loc, precum și accesului mai ușor pe piețele vest-europene a forței de muncă.

**Tabel nr. 1. Evoluția numărului de șomeri în România în perioada 2000-2016**

	Numărul șomerilor(mii persoane)	Rata șomajului (%)
2000	1007	10.5
2001	827	8.8
2002	761	8.4
2003	659	7.4
2004	558	6.3
2005	523	5.9
2006	460	5.2
2007	368	3.9
2008	403	4.4
2009	709	7.8
2010	627	7
2011	461	5.4
2012	493	5.1
2013	476	5.3
2014	478	5.4
2015	436	5
2016	416	4.75

**Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de INSSE, Tempo Online, disponibil la: <http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo3&lang=ro&ind=SOM103A>**

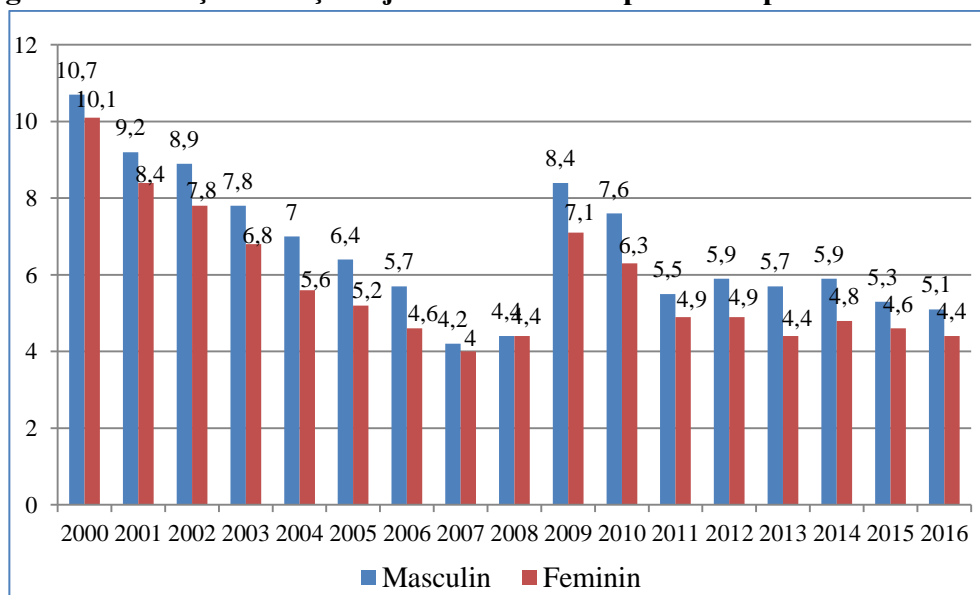
În 2008 s-a înregistrat o ușoară creștere de 0,5% față de 2007, ajungând la 4,4%. Însă odată cu accentuarea crizei economice, rata șomajului a urcat la 7,8% în 2009, ceea ce înseamnă o creștere de aproape 100% față de anul anterior, aceasta datorându-se disponibilizărilor masive care au avut loc și restrângerii activității companiilor. Datorită măsurilor de protecție socială stabilite prin Programul anticriză în anul 2010 rata șomajului a scăzut cu 0,8 puncte procentuale față de anul precedent. Acest trend descendent al ratei șomajului se menține și în următorii ani, ajungând în 2012 la 5,1%, fiind urmată de o ușoară creștere în următorii doi ani când se ajunge la o valoare de

5,4%. În 2015 rata șomajului a intrat pe un trend descendent, care s-a menținut și în 2016, ajungând la valoarea de 4,75 %.

#### Evoluția ratei șomajului în România pe sexe în perioada 2000-2016

În ceea ce privește evoluția ratei șomajului pe sexe, în figura de mai jos, se poate observa că în perioada 2000-2016 numărul șomerilor de sex masculin este mai mare decât cel al șomerilor de sex feminin. Dacă până în anul 2008 discrepanța dintre cele două categorii nu era semnificativă, însă în perioada 2009 - 2010 aceasta se adâncește, înregistrându-se diferențe de 1,3 puncte procentuale. Creșterea numărului de șomeri în rândul persoanelor de sex masculin în perioada crizei economice se datorează în special faptului că cele mai afectate domenii au fost construcțiile și producția. Aceste sectoare dețin o pondere a angajaților de sex masculin de 71% respectiv 87%. Pe de altă parte, rata mai mică de creștere a șomajului în rândul persoanelor de sex feminin se datorează creșterii numărului de angajări în educație și sănătate, ambele angajând mai multe femei decât bărbați. În următorii ani s-a manifestat o tendință de scădere a ratei șomajului pentru ambele categorii, excepție fiind anii 2012 și 2014 când rata șomerilor de sex masculin a înregistrat o creștere de aproximativ 0,4 puncte procentuale față de anii precedenți.

**Fig. nr. 1. Evoluția ratei șomajului în România pe sexe în perioada 2000-2016**



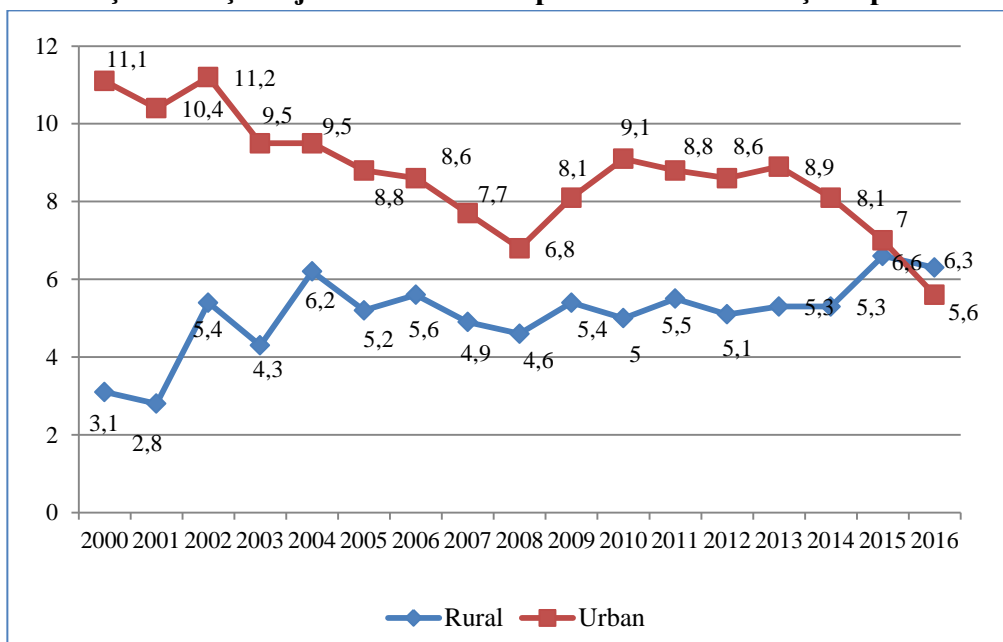
**Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de INSSE, Tempo Online, disponibil la: <http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo3&lang=ro&ind=SOM103A>**

#### Evoluția ratei șomajului în România pe medii de rezidență în perioada 2000-2016

În ceea ce privește rata șomajului pe medii de rezidență, în figura de mai jos se poate observa că în mediul urban aceasta este mult mai mare decât în mediul rural pe toată perioada analizată, excepție făcând anul 2016 când rata șomajului din mediul rural este cu 0,7 puncte procentuale mai mare decât rata șomajului din mediul urban.

În mediul urban cea mai mare valoare a ratei șomajului a fost atinsă în anul 2002 de 11,2%, în timp ce cea mai mică valoare s-a înregistrat în anul 2016 de 5,6%. Pe de altă parte în mediul rural rata șomajului a avut o evoluție oscilantă, valoare minimă fiind atinsă în anul 2001 de 2,8%, iar valoarea maximă în anul 2015 de 6,6%. Odată cu adâncirea crizei economice, în anul 2008, se poate observa o diminuare a discrepanței ratei șomajului dintre cele două medii de rezidență, în timp ce în anul 2015 valorile înregistrate de cele două rate ale șomajului au fost foarte apropiate. Astfel în 2015 diferența dintre acestea a fost de 0,4 puncte procentuale, în timp ce în anul 2000 a fost de 8%, iar în anul 2016 de 0,7%.

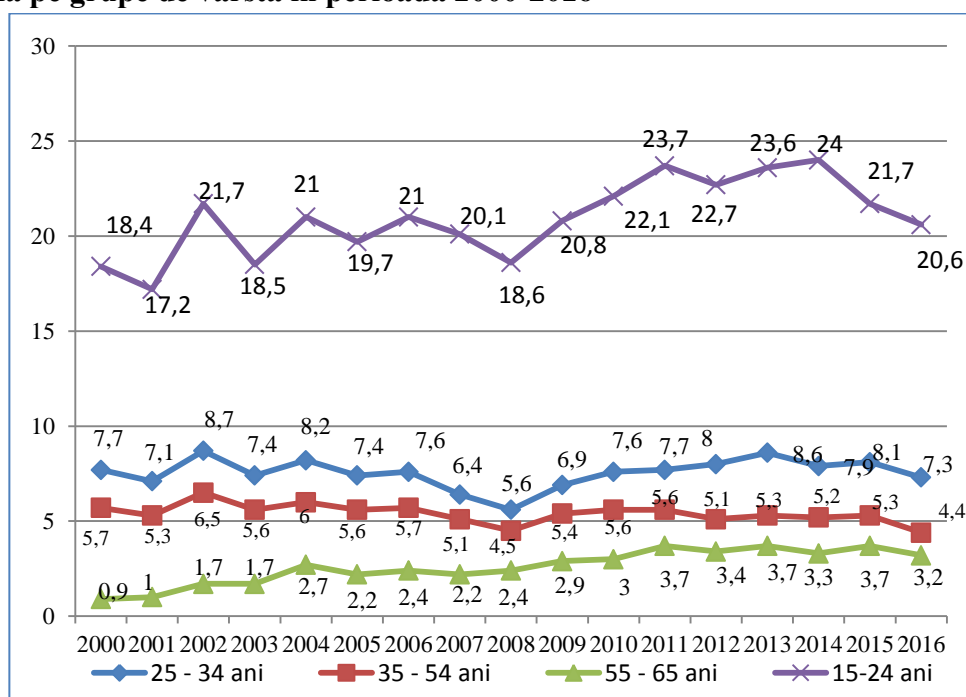
**Fig. nr. 2. Evoluția ratei șomajului în România pe medii de rezidență în perioada 2000-2016**



Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de INSSE, Tempo Online, disponibil la: <http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo3&lang=ro&ind=AMG157B>

Evoluția ratei șomajului în România pe grupe de vârstă în perioada 2000-2016

În ceea ce privește rata șomajului pe grupe de vârstă se poate observa că ponderea șomerilor cu vârstă cuprinsă între 15 și 24 de ani este mult mai mare decât cea a persoanelor din celelalte grupe de vârstă. În perioada 2000-2016 rata șomerilor tineri a avut o evoluție oscilantă, înregistrând o creștere de la 18,4% în 2000 la 24% în 2014. **Fig. nr. 3. Evoluția ratei șomajului în România pe grupe de vârstă în perioada 2000-2016**



Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de INSSE, Tempo Online, disponibil la: <http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo3&lang=ro&ind=AMG157F#>

Astfel în vederea reducerii ponderii șomerilor din categoria de vârstă 15-24 de ani au fost realizate programe privind incluziunea tinerilor pe piața forței de muncă, care însă s-au dovedit a fi

ineficiente, deoarece numărul acestora a continuat să crească. În ceea ce privește ponderea șomerilor cu vârstă cuprinsă între 25 și 34 de ani, acesta a avut o evoluție aproximativ constantă, cu mici oscilații, înregistrând o scădere de la 7,6% în 2006 la 5,6% în 2008. Pe de altă parte ponderea șomerilor cu vârstă cuprinsă între 55 – 64 de ani a înregistrat valori mult mai mici pe toată perioada analizată. Astfel se poate observa că aceasta a avut un trend ascendent, cea mai mică valoare înregistrându-se în anul 2000 de numai 0,9%, iar cea mai mare valoare fiind în 2015, de 3,7%.

## 6. Concluzii

Având în vedere analiza de mai sus, putem spune că se disting două perioade în ceea ce privește evoluția ratei șomajului, 2000 – 2008 și 2009 – 2016. Astfel în prima perioadă, 2000 – 2008 aceasta a avut o evoluție descendentă, ajungând de la 10,7% în 2000 la 4,4% în 2008. În cea de-a doua perioadă se poate observa că în anul 2009 rata șomajului a crescut cu aproximativ 50% ca urmare a crizei economice, pe urmă aceasta urmând un trend descendent până în anul 2011. Începând cu acest an, rata șomajului a avut o evoluție aproximativ constantă până în anul 2016.

De asemenea s-a putut observa că șomajul este mai mare în rândul bărbaților decât în rândul femeilor. În perioada crizei economice discrepanța dintre cele două categorii a crescut, datorită faptului că cele mai afectate sectoare au fost construcțiile și producția. În România, această diferență apare datorită faptului că cele mai multe locuri de muncă sunt mai ușor de ocupat de către femei.

În ceea ce privește mediile de rezidență, s-a putut observa că rata șomajului în mediul urban s-a menținut mai mare pe toată perioada analizată, excepție fiind anul 2016. Existența agriculturii de subzistență în mediul rural, este unul din motivele pentru care rata șomajului este mai mică decât în mediul urban.

Totodată având în vedere analiza șomajului în funcție de grupele de vârstă, s-a putut constata că șomajul în rândul tinerilor, 15-25 de ani, este mult mai mare, înregistrând valori de peste 20%, în timp ce persoanele din grupele de vârstă 35-54 de ani, respectiv 55-64, sunt cele mai puțin afectate de acest fenomen.

## Referințe bibliografice

1. Bădulescu, Alina (1997), *Șomajul în România*, Editura Treira, Oradea
2. Bădulescu, Alina (2006), *Șomajul în România. O analiză retrospectivă (1991-2005)*, în: *Economie teoretică și aplicată*, no. 2, disponibil la: <http://store.ectap.ro/articole/40.pdf>, accesat la data de: 5.11.2017
3. Bentoiu, Claudia și Bălăceanu, Cristina (2007), *Macroeconomie*, Editura C. H. Beck, București
4. Bosânceanu, M. F. (2003), *Teorie economică generală*, Editura Universității, Suceava, 2003
5. Coralia Angelescu ș.a. (2009), *Economie*, Ediția a opta, Editura Economică, București
6. Crețoiu, G. (2007), *Economie politică*, Editura Universității Titu Maiorescu, București
7. Dobrotă, N. (1997), *Economie politică*, Editura Economică, București
8. Olah, Gh., Florea, A. (1999), *Macroeconomie*, Editura Treira, Oradea
9. Turcu, Vasile (2006), *Macroeconomie*, Timișoara, disponibil la: [http://file.ucdc.ro/cursuri/T\\_1\\_n112\\_Macroeconomie.pdf.pdf](http://file.ucdc.ro/cursuri/T_1_n112_Macroeconomie.pdf.pdf), accesat la 7.11.2017
10. Palade, A. ș.a. (2014), Analysis of the evolution of unemployment in Romania, *Bulletin of the Transilvania University of Brașov*, Series V: Economic Sciences, Vol. 7 (56) No. 2, disponibil la: [http://webbut.unitbv.ro/BU2014/Series%20V/BULETIN%20V/V-03\\_PALADE-v2.pdf](http://webbut.unitbv.ro/BU2014/Series%20V/BULETIN%20V/V-03_PALADE-v2.pdf), accesat la data de: 08.11.2017
11. Palade, A., Brătucu, G. (2013): The marketing of educational services. A study regarding the graduates' professional path. In: *Bulletin of the Transilvania University of Brașov* (2-2013) Vol. 6 (55) Series V disponibil

- la:<http://webbut.unitbv.ro/BU2013/Series%20V/BULETIN%20V/010%20palade%20bratucu%20BUT%202013%202.pdf>, accesat la data de: 6.11.2017
12. Roman, Monica (2003), *Resursele umane în România. Evaluare și eficiență*, Editura ASE, București, disponibil la: <http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca/carte2.asp?id=257&idb>, accesat la data de: 8.11.2017
  13. Legea nr. 72/2002 privind sistemul asigurărilor pentru șomaj și stimularea ocupării forței de muncă, disponibil la: [http://www.anofm.ro/files/html/juridic/acte\\_normative/1lege\\_nr\\_76\\_2002.htm](http://www.anofm.ro/files/html/juridic/acte_normative/1lege_nr_76_2002.htm), accesat la data de: 8.11.2017
  14. Institutul Național de Statistică, disponibil la: <http://statistici.insse.ro/shop/index.jsp?page=tempo2&lang=ro&context=15>, accesat la data de: 7.11.2017

# INFLUENȚA TURISMULUI ASUPRA CREȘTERII ECONOMICE ÎN ROMÂNIA

## THE INFLUENCE OF TOURISM ON ECONOMIC GROWTH IN ROMANIA

**Maria BAN**

Masterand AAR an I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: ban\_mariah25@yahoo.com

**Sergiu-Ionut FILIP**

Masterand AAR an I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: sergiu\_filip\_ionut@yahoo.com

**Abstract:** *Tourism is an important sector of the economy of a country and has a significant contribution to the creation of gross domestic product. Some of the benefits of tourism are generating jobs and generating income. In this paper we intend to analyze the link between tourism and economic growth in Romania using a simple linear regression model. The indicators taken into account are: the number of nights spent at tourist accommodation establishments and the gross domestic product. After analyzing the results, it can be noticed that the gross domestic product shows an increase directly proportional to the number of nights spent at tourist accommodation establishments.*

**Key words:** tourism, economic growth, linear regression

**JEL Code:** C20, O40, Z32

### 1. Introducere

În prezenta lucrare am ales să vorbim despre doi indicatorii macroeconomici Produsul Intern Brut și numărul de înnopțări al turiștilor în structurile de primire turistică. Prima parte a lucrării prezintă câteva noțiuni teoretice cu privire la turism și creșterea economică și de asemenea o evoluție a acestor indicatori în România pentru perioada 2002 - 2015. Aceste concepte sunt tot mai des întâlnite în mediul economic deoarece influențează economia unei țări, având un impact pozitiv.

În a doua parte a lucrării, am realizat o analiză econometrică în vederea identificării impactului pe care turismul îl are asupra creșterii economice în România.

### 2. Turismul și creșterea economică în România

Turismul se referă la activitățile desfășurate de persoane, pe durata călătoriilor și sejururilor, în locuri situate în afara reședinței obișnuite, pentru o perioadă consecutivă ce nu depășește un an (12 luni), cu scop de loisir, pentru afaceri sau alte motive. (Turcu și Weisz, 2008, p. 5). Unul dintre fenomenele social – economice ale secolului nostru îl constituie dezvoltarea cu rapiditate remarcabilă a turismului internațional și intern, la nivelul Terrei, al zonelor și regiunilor geografice, la nivelul țărilor lumii. Turismul are în centrul preocupărilor punerea în valoare a potențialului natural, ale unor resurse naturale nevalorificabile altfel (ape geotermale, ape

minerale, peșteri, chei, versanți muntoși, ostroave etc.), exploatarea suplimentară a unora dintre ele, care intră în câmpul de acțiune și al altor domenii (pădurile, plajele, mările, oceanele, soarele, zonele muntoase etc. ), precum și, valorificarea potențialului antropic (Viruleț, p. 341).

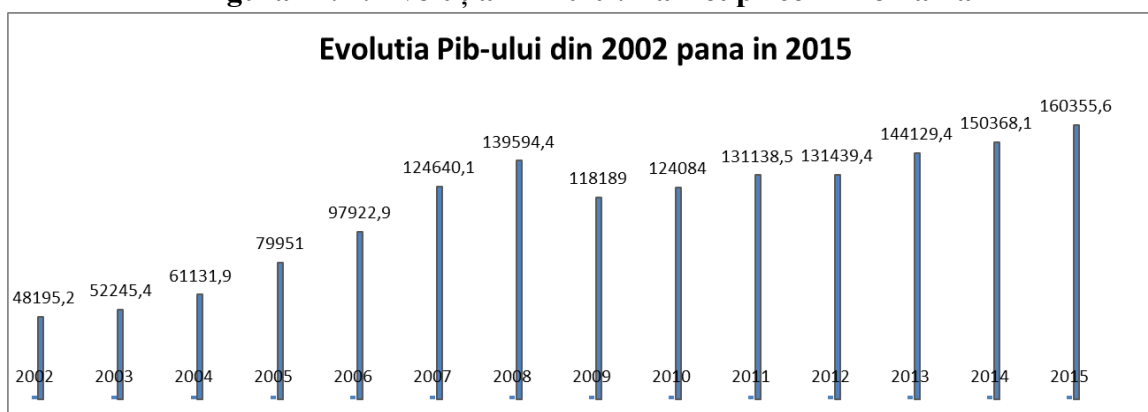
Printre indicatorii cei mai reprezentativi pentru caracterizarea circulației turistice se folosesc: numărul turiștilor, numărul mediu de turiști, numărul zile-turist; durata medie a sejurului, încasările din turism, densitatea circulației turistice, preferința relativă a turiștilor etc. O parte din acești indicatori (numărul turiști, număr zile-turist, încasările din turism) se obțin direct din informațiile furnizate de sursele amintite. Numărul de înnoptări sau numărul zile-turist se obține din înregistrările în spațiile de cazare, prin însumarea numărului de zile de ședere al fiecărui turist; se poate determina pe tipuri de unități de cazare, pe tipuri de acțiuni, pe zone de proveniență a turiștilor etc. ( Turcu și Weisz, 2008, p. 10-11).

Importanța economică a turismului, evidențiată de implicațiile și considerentele acestui domeniu, este argumentată astfel (Dumitru, p. 43-46): turismul se consideră a fi creator și utilizator de venit național; turismul reprezintă un mijloc de valorificare a resurselor; prin asigurarea unei circulații bănești echilibrate, turismul contribuie la atenuare fenomenului inflaționist; turismul sprijină diversificarea structurilor economice; turismul joacă un rol important în economie și prin faptul că generează noi locuri de muncă; turismul reprezintă un domeniu prielnic în ceea ce privește relansarea și modernizarea oricărei economii, deoarece afacerile sunt de dimensiuni reduse iar necesitățile de capital sunt mici imprimând investițiilor un ritm rapid, astfel, se constituie într-un stimulator al investițiilor; turismul – componentă a relațiilor externe.

Potențialul turistic al României este foarte valoros, dar performanțele de punere a acestuia în valoare sunt reduse, comparativ cu alte țări din Centrul și Estul Europei. Deși turismul este considerat o ramură economică cu avantaj concurențial considerabil, România se află în prezent printre țările cu nivel scăzut în ceea ce privește turismul intensiv în regiune și la nivel global. Într-un clasament care ar cuprinde România, vecinii precum și destinațiile concurente din 170 de țări, ne clasăm pe locul 162. (Viruleț, p. 342)

Produsul intern brut (P.I.B.) este probabil indicatorul macroeconomic cel mai folosit în diversele raportări internaționale în studierea creșterii economice a unei țări. Acesta reprezintă mărimea valorii adăugate obținute în interiorul unei țări de către subiecții economici autohtoni și străini, în decursul unei anumite perioade de timp, de obicei un an și ajunge la ultimul stadiu al circuitului economic (Florea, 2013, p.31).

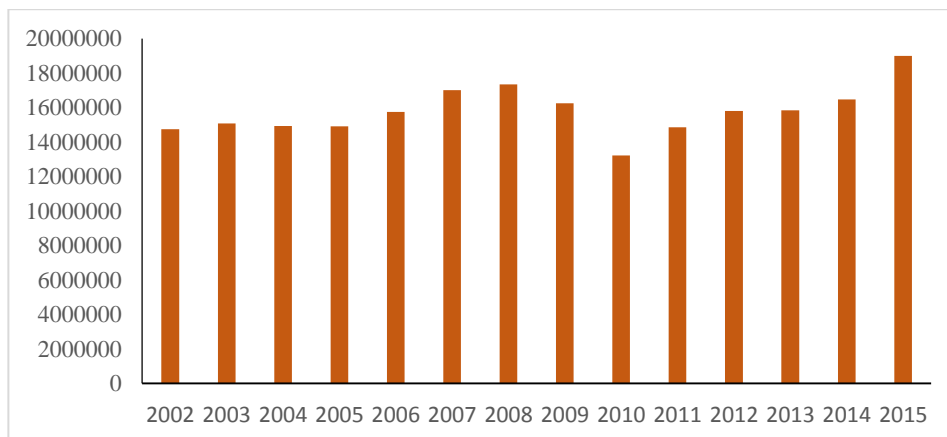
**Figura nr. 1. Evoluția PIB-ului/market price în România**



**Sursa: realizat de autori pe baza datelor oferite de Eurostat (2002-2015)**

După cum putem observa în figura de mai sus, în perioada 2002-2008 a avut o creștere continuă a PIB-ului în România, ajungând la valoarea de 139594,4 lei, urmând să scadă în 2009 la valoarea de 118189 lei, iar din 2010 a urmat o ascensiune până în 2015.

**Figura nr. 2. Evoluția numărului de înoptări al turiștilor în structurile de primire turistică în România**



Sursa: realizat de autori pe baza datelor oferite de Eurostat (2002-2015)

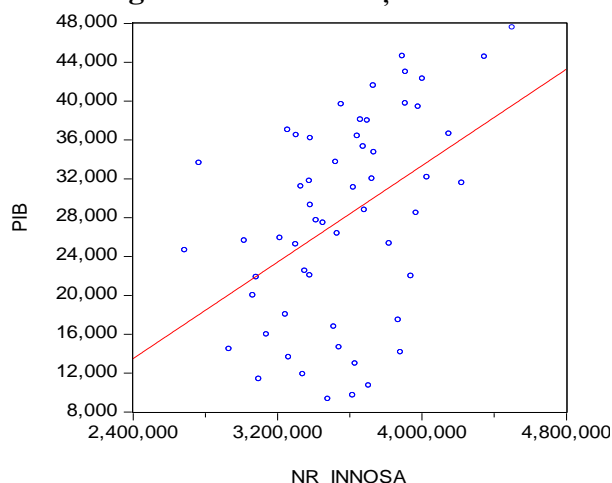
În perioada 2002-2006 numărul de înoptări suferă modificări minore, iar din 2006 până în 2008 înregistrează o creștere considerabilă ajungând la 17347082 înoptări/an. În anul 2013 numărul de înoptări cunoaște cea mai mică valoare de 13212047 înoptări/an, iar din 2013 până în 2015 acest indicator crește continuu.

### 3. Impactul turismului asupra creșterii economice

În analiza legăturii dintre turism și creșterea economică din România vom utiliza date trimestriale referitoare la valoarea PIB-ului ca indicator care măsoară creșterea economică și a numărului de înoptări al turiștilor în structurile de primire turistică (nights spent at tourist accommodation establishments), indicator al turismului, din perioada 2002 – 2015. Având în vedere faptul că cererea turistică are un puternic caracter sezonier, ca urmare a distribuției inegale și a caracterului nestabil al ofertei turistice (Turcu și Weisz, 2008, p. 25), seria de date a indicatorului numărul de înoptări a fost desezonalizată cu ajutorul metodei Moving Average Methods din programul Eviews.

Specificarea unui model econometric presupune, alegerea unei funcții matematice cu ajutorul căreia poate fi descrisă legătura dintre cele două variabile. În cazul unui model unifactorial, procedeul cel mai des folosit îl constituie reprezentarea grafică a celor două șiruri de valori cu ajutorul norului de puncte.

**Figura nr. 3. Legătura dintre PIB și numărul de înoptări**



Sursa: realizat de autori pe baza datelor oferite de Eurostat și prelucrate în EViews



Deoarece punctele se situează pe o zonă delimitată putem afirma că între variabila dependentă PIB și variabila independentă numărul de înnoptări există o legătură. Forma graficului ne arată o formă oarecum lineară între cele două variabile și un sens al legăturii direct. Astfel modelul de regresie propus în studierea impactului numărului de înnoptări asupra PIB-ului va fi unul liniar de forma:

$$PIB = C(1)+C(2)*NR\_INNOPTARI+\varepsilon \quad (1)$$

### 3.1. Testarea validității modelului de regresie

#### Estimarea parametrilor modelului de regresie liniară simplă

În cazul unui model de regresie liniară simplă parametrii pot fi estimați prin intermediul mai multor metode. Pentru determinarea parametrilor modelului vom folosi metoda celor mai mici pătrate. Rezolvarea modelului s-a realizat cu ajutorul programului EViews, astfel au fost obținute următoarele rezultate la nivel de eșantion:

**Tabelul nr. 1. Estimarea parametrilor ecuației de regresie liniară simplă**

Dependent Variable: PIB				
Method: Least Squares				
Sample: 2002Q1 2015Q4				
Included observations: 56				
PIB=C(1)+C(2)*NR_INNOPTARI				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-608127.5	180916.8	-3.361365	0.0014
C(2)	42177.64	11996.72	3.515763	0.0009
R-squared	0.186264	Mean dependent var		27917.59
Adjusted R-squared	0.171195	S.D. dependent var		10437.89
S.E. of regression	9502.527	Akaike info criterion		21.19156
Sum squared resid	4.88E+09	Schwarz criterion		21.26390
Log likelihood	-591.3638	Hannan-Quinn criter.		21.21961
F-statistic	12.36059	Durbin-Watson stat		1.655623
Prob(F-statistic)	0.000897			

**Sursa:realizat de autori pe baza datelor oferite de Eurostat și prelucrate în EViews**

Rezultatele aferente celor doi parametri ai modelului ne arată faptul că între cele două variabile există o legătură directă și anume, atunci când numărul de înnoptări crește, PIB-ul crește cu 42177.64. Ponind de la valorile statisticii Student (t-statistic) putem afirma că modelul este valid deoarece în mărime absolută, valorile calculate ale celor doi parametri sunt mai mari în valoare absolută decât valoarea tabelară egală cu 1.96 (pentru un prag de semnificație de 5%). Astfel, putem concluziona că se respinge ipoteza nulă  $H_0$  pentru cei doi parametri ai ecuației de regresie, aceștia fiind semnificativ diferiți de zero atât la nivelul eșantionului cât și la nivelul populației totale.

#### Raportul de corelație

Pentru măsurarea intensității dependenței variabilei endogene de factorii de influență, se determină raportul de corelație. Pe baza rezultatelor obținute, la nivel de eșantion între variabila endogenă – PIB și variabila exogenă – numărul de înnoptări, există o legătură de intensitate medie. O variantă a raportului de corelație, care ține cont de numărul observațiilor  $T = 56$  și numărul variabilelor exogene  $p=1$  este  $\overline{R^2} = 0.171195$ , acesta având denumirea de raport de corelație

ajustat. Plecând de la această valoare, putem afirma astfel că între variabile există o legătură de intensitate medie.

Pentru a generaliza valoarea lui  $\overline{R^2}$  asupra populației totale, se folosește testul Fisher.

În vederea alegerii ipotezei corecte, comparăm  $F_{\text{calc}}$  cu  $F_{\text{tab}}$  citită din anexa Fisher. Deoarece  $F_{\text{calc}} = 12,36 > F_{\text{tab}} = 3,96$ , ales pentru 5% prag de semnificație, rezultă că se respinge ipoteza nulă, deci influența variabilei exogene asupra variabilei endogene este semnificativă. Cu cât diferența dintre  $F_{\text{calc}}$  și  $F_{\text{tab}}$  este mai mare, cu atât legătura dintre variabile în populația totală este mai puternică. În cazul de față se poate observa o diferență semnificativă între valoarea calculată și cea tabelară, ceea ce indică o intensitate medie a legăturii dintre PIB și numărul de înnoptări.

### 3.2. Testarea ipotezelor fundamentale referitoare la variabila aleatoare $\varepsilon$

#### a. Ipoteza de homoscedasticitate a variabilei reziduale $\varepsilon_t$

În vederea verificării acestei ipoteze vom folosi testul White. Se emit cele două ipoteze:

$H_0: R^2 = 0$  – erori homoscedastice

$H_1: R^2 \neq 0$  – erori heteroscedastice

#### Tabelul nr. 2. Testarea homoscedasticității – Testul White

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.059755	Prob. F(2,53)	0.9421
Obs*R-squared	0.125991	Prob. Chi-Square(2)	0.9389

Sursa: realizat de autori pe baza datelor oferite de Eurostat și prelucrate în EViews

Se determină și de această dată mărimea calculată a testului Fisher. Întrucât  $F_{\text{calc}} = 0,059$  iar  $F_{\text{tab}} = 4,08$  se acceptă ipoteza  $H_0$ , adică erorile modelului sunt homoscedastice. Ipoteza  $H_0$  nu poate fi respinsă, acest lucru garantându-se cu o probabilitatea de 95%.

#### b. Ipoteza de independență a valorilor variabilei reziduale $\varepsilon_t$

Pentru depistarea autocorelării variabilelor reziduale sunt folosite o serie de teste statistice. Pentru studiul de față vom folosi testul Durbin-Watson. Pornind de la modelul multifactorial (Meșter, 2012, p. 130):

$$Y_t = aX_t + b + \varepsilon_t \quad (2)$$

$$\hat{\varepsilon}_t = \rho \hat{\varepsilon}_{t-1} + u_t \quad (3)$$

Se emit ipotezele:

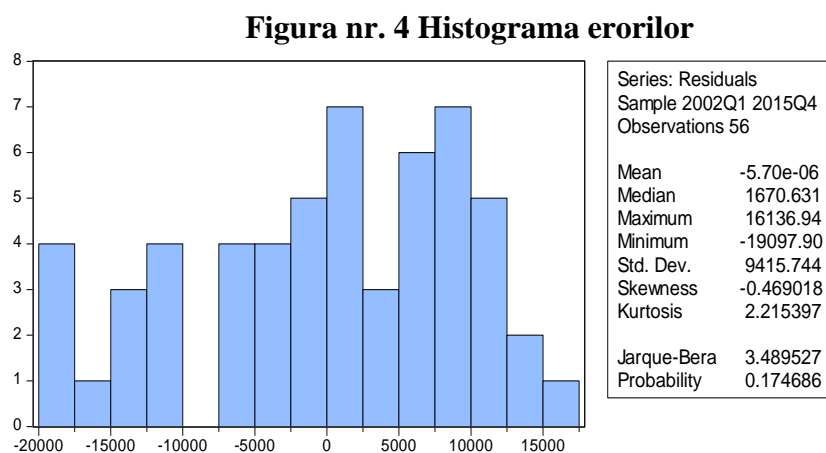
$H_0: \rho = 0$ , cu alternativa

$H_1: \rho \neq 0$

Acest  $\rho$  este coeficientul de autocorelare de ordinul unu al erorilor. Pentru a alege ipoteza corectă, se determină statistica  $DW_{\text{calc}} = 1,65$  (Tabelul nr. 1). În cazul nostru,  $DW_{\text{calc}} = 1,65$ , se compară cu  $d_1 = 1,53$  și  $d_2 = 1,60$  din tabelul distribuției Durbin Watson pentru probabilitatea de 95%. Deoarece  $d_2 = 1,60 < DW_{\text{calc}} = 1,65 < 4 - d_2 = 4 - 1,60$  spunem că erorile sunt independente.

### c. Testarea normalității distribuției variabilei aleatoare $\varepsilon_t$ .

Datorită importanței repartiției normale în modelarea diferitelor statistici, au fost construite diferite teste speciale de concordanță a cu distribuția normalității. O modalitate de verificare a ipotezei de normalitate a erorilor o constituie testul Jarque - Berra, care este un test asimptotic, valabil în cazul unui eșantion de volum mare, ce urmează o distribuție hipătrat cu 2 grade de libertate.



**Sursa: realizat de autori pe baza datelor oferite de Eurostat și prelucrate în EViews**

Se definește statistica testului (Andrei și Bourbonnais, 2017, p. 111):

$$JB_{\text{calc}} = \frac{T}{6} \alpha^2 + \frac{T}{24} (\beta - 3)^2 \quad (4)$$

Deoarece  $JB_{\text{calc}} = 3,489527 < \chi^2_{\text{tab}} = 5,99$ , ipoteza de normalitate a erorilor nu poate fi respinsă la nivelul populației totale, erorile fiind normal distribuite.

### 3.3. Previziunea PIB-ului

Cu ajutorul modelului de regresie elaborat anterior, am previzionat, folosind estimarea punctuală, valorile PIB-ului pentru primele 2 trimestre ale anului 2016 ca fiind egale cu: 27182,50 lei în primul trimestru și 30590.68 lei în cel de-al doilea trimestru 2017. Rezultatele au fost obținute cu ajutorul soft-ului Eviews.

Tot ce ne rămâne este să urmărim dacă datele previzionate vor fi sau nu validate de cele reale.

## 4. Concluzii

În urma analizării acestor concepte, am constatat că turismul este un suport al creșterii economice deoarece acestea contribuie la dezvoltarea mediului de afaceri și la încurajarea ocupării forței de muncă. Prin analizarea unor date statistice referitoare la numărul de înnoptări și la PIB-ul din România în perioada 2002-2015, am putut observa că în perioada în care numărul de înnoptări a avut o creștere și PIB-ul a crescut considerabil.

Modelarea econometrică presupune parcurgerea unor etape. Pornind de la aspectul norului de puncte am putut afirma că: între cele două variabile există legătură deoarece punctele sunt grupate pe grafic, sensul legăturii este direct deoarece punctele se află pe o zonă ascendentă și forma acestora este liniară.

Apoi prin testarea parametrilor am constatat că între cele două variabile există o legătură directă între variabilele studiate. Pentru a afla intensitatea legăturii dintre numărul de înnoptări și PIB am determinat raportul de corelație care a indicat o legătură de intensitate medie. În cadrul unei modelări econometrice, testarea ipotezelor referitoare la variabila aleatoare este foarte importantă. Astfel, în ultima parte a lucrării am testat cele trei ipoteze referitoare la erori. Prima ipoteza, cea de homoscedasticitate, s-a determinat prin aplicarea testului White. În urma aplicării testului am ajuns la concluzia că erorile sunt homoscedastice. Prin aplicarea testului Jarque-Bera, s-a verificat că ipoteza de normalitate a erorilor nu poate fi respinsă la nivelul populației totale, erorile fiind normal distribuite. Pentru a studia ultima ipoteză, cea de independență a valorilor variabilei reziduale  $\varepsilon_i$  am folosit testul Durbin-Watson.

Având în vedere că modelul econometric s-a verificat, am realizat o previziune pentru variabila dependentă. Valorile previzionate ale PIB-ului obținute pornind de la modelul econometric elaborat sunt pentru primele 2 trimestre ale anului 2016: 27182,50 lei în primul trimestru și 30590.68 lei în cel de-al doilea trimestru 2017.

### **Referințe bibliografice**

1. Andrei, Tudorel și Bourbonnais, Regies (2017), *Econometrie*, Editura Economică, București, pag. 111.
2. Dumitru, Nicoleta (2007), "Contribuția turismului în procesul creșterii economice", *Journal of Tourism*, Nr. 3, p. 41-47.
3. Eurostat, <http://ec.europa.eu/eurostat>
4. Florea, Adrian (2013), *Macroeconomie*, Editura Universității din Oradea, p. 31
5. Meșter, Ioana (2012), *Econometrie. Note de curs și aplicații*, Editura Universității din Oradea, pag. 130.
6. Turcu, Daniela și Weisz, Janeta (2008), *Economia turismului*, Editura Eurostampa Timișoara, pag. 5.
7. Viruleț, Nicoleta Cristina (2006), "Turismul, prioritate a economiei românești", *Revista Facultății de Științe Economice*, TOM XV, Volumul 1, pp. 341-345.

# UNIUNEA BANCARĂ EUROPEANĂ. IMPLICAȚII PENTRU ROMÂNIA

## EUROPEAN BANKING UNION. IMPLICATIONS FOR ROMANIA

**Carmen-Mirela HERLAȘ**

Masterand CAGA an I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: carmenherlas95@gmail.com

**Abstract:** *The purpose of this paper is to analyze the European banking union, the foundations on which it is based, and the progress made. At the same time, Romania's position in this approach is also presented. The influence this union has on our country is important, even if we have not adopted the European currency for the moment. Information was collected from the publications appeared on the sites of the European Union institutions, such as press releases. The latest press release is based on the premise that in 2018 the European banking union will be completed, as summarized by the recent achievements and steps to complete.*

**Key words:** Single Supervisory Mechanism; Single Resolution Mechanism; European Deposit Insurance Scheme; Non-Performing Loans; Asset Management Companies

**JEL Code:** F360, G210, G280

### 1. Introducere

Lucrarea de față își propune o analiză a progreselor înregistrate în scopul realizării uniunii bancare la nivel european, cât și influențele pe care această uniune o are asupra sistemului bancar românesc. Această idee de restructurare a apărut în urma crizei economice din 2007-2008, când s-au putut observa carențele uniunii economice și monetare. România și-a exprimat oficial dorința de a fi parte din Uniunea Bancară.

La nivel european, în primii ani după criză s-au realizat numeroase analize, propuneri și îmbunătățiri, iar în 2012, prin foaia de parcurs spre uniunea bancară a Comisiei Europene, au fost stabilite clar obiectivele și măsurile ce ar trebui adoptate pentru realizarea acestei uniuni. Până în prezent, s-au realizat progrese, iar Uniunea speră ca în anul 2018 să se definitiveze această uniune. Comunicatul de presă a Comisiei din 11 octombrie 2017 ne arată stadiul în care se află ansamblul de măsuri propuse.

### 2. Caracteristicile Uniunii Bancare Europene

În urma crizei economice globale din 2007-2008, Uniunea Europeană a demarat o serie de acțiuni care să consolideze stabilitatea economică la nivel european. Astfel, la începutul anului 2012, comisarul Michel Barnier a ales membrii Grupului de Experți care să examineze aspectele structurale ale sectorului bancar al Uniunii Europene.

În urma analizei, în luna octombrie a aceluiași an, grupul de expertiză a prezentat un raport, care conține ”recomandări pentru viitoare reforme ale sistemului bancar, incluzând reforma structurală, recomandări care vor asigura un sistem bancar mai stabil și eficient care să servească nevoilor cetățenilor, economiei Uniunii Europene și pieței interne”. (guvernatorul Erkki Liikanen) Recomandările grupului vizează următoarele aspecte:

- O consolidare a guvernancei și controlului asupra băncilor
- O analiză a cerințelor de capital privind activele de tranzacționare și creditele bancare
- Posibile modificări ale utilizării instrumentelor de salvare ca instrument de rezoluție
- O posibilă separare suplimentară a activităților în funcție de planul de redresare și rezoluție

- Separarea obligatorie a activităților de tranzacționare cu drept de proprietate și a altor activități de tranzacționare fu grad ridicat de risc

Totodată, Comisia Europeană a înaintat Parlamentului și Consiliului în luna septembrie 2012 o foaie de parcurs către o uniune bancară, care să vină în sprijinul uniunii economice și monetare, pentru o mai mare stabilitate și competitivitate a instituțiilor și piețelor financiare.

Scopul acestor demersuri este oferirea de garanții că în zona euro supravegherea și rezoluția bancară se realizează conform unor standarde înalte, astfel cetățenii și piețele vor avea certitudinea că tuturor băncilor li se aplică în mod uniform reglementări prudențiale comune, la cel mai înalt nivel. Dacă pe viitor băncile se vor mai confrunta cu probleme, publicul poate avea încredere că ele vor fi restructurate sau închise, reducându-se la minimum costurile suportate de contribuabili.

Premisa de la care pornește piața unică a serviciilor financiare este existența unor norme comune care să garanteze faptul că băncile și alte instituții financiare care, conform tratatului, beneficiază de dreptul de liberă stabilire și prestare liberă de servicii, sunt supuse aceluiași reguli și fac obiectul unei supravegheri adecvate în întreaga UE.

În 2012, prin foaia de parcurs spre uniunea bancară, se pune accentul pe trei domenii cu relevanță deosebită :

a) cerințe prudențiale mai stricte pentru bănci. Prin propunerile referitoare la cerințele de capital pentru bănci (CRD4), Comisia a lansat procesul de implementare a noilor standarde internaționale în materie de capital bancar și lichiditate.

b) Gradul de acoperire a schemelor de garantare a depozitelor (SGD) naționale, care a fost deja mărit, fiind stabilit la suma armonizată de 100 000 EUR per deponent și per instituție începând cu data de 31 decembrie 2010. În iulie 2010, Comisia a propus noi măsuri care vizau armonizarea și simplificarea depozitelor protejate, accelerarea plăților și îmbunătățirea finanțării, în special prin finanțarea ex-ante a schemelor de garantare a depozitelor asigurată prin contribuții din partea băncilor și printr-un mecanism de împrumut reciproc cu caracter obligatoriu între schemele naționale, cu anumite limite fixate în prealabil.

c) Propunerea Comisiei privind instrumentele de redresare și rezoluție pentru băncile aflate în criză, adoptată în data de 6 iunie 2012, este ultima dintr-o serie de măsuri al căror scop este să întărească sectorul bancar european și să prevină efectele de contagiune ale unor eventuale crize financiare viitoare care ar putea avea consecințe negative asupra deponenților și contribuabililor. Pentru a garanta menținerea stabilității financiare și asumarea integrală a răspunderii care le revine pentru pierderi și costurile de recapitalizare de către acționarii și creditorii băncilor, Comisia a propus un cadru comun de norme și competențe, care va ajuta statele membre să prevină izbucnirea crizelor, iar dacă acestea se vor produce totuși, să le gestioneze într-o manieră mai ordonată și mai eficace. Statelor membre li se va solicita să constituie un fond de rezoluție ex-ante alimentat cu ajutorul contribuțiilor din partea băncilor; de asemenea, se prevede un mecanism de împrumut cu caracter obligatoriu între schemele naționale, supus la rândul său unor limitări clare.

După cum a indicat Comisia înainte de Consiliul European din iunie 2012 și în raportul președinților Consiliului European, Comisiei, Eurogrupului și Băncii Centrale Europene din 26 iunie 2012, pentru a definitiva uniunea bancară sunt necesare noi acțiuni îndreptate către crearea unui mecanism de supraveghere unic, a unui sistem comun de garantare a depozitelor și a unui cadru integrat pentru gestionarea crizelor. Crearea unui mecanism de supraveghere unic reprezintă un pas absolut crucial.

Mecanismul de supraveghere unic propus de Comisie se bazează pe transferul la nivel european al unor competențe esențiale specifice în materie de supraveghere a băncilor stabilite în statele membre ale zonei euro. Băncii Centrale Europene îi va reveni în continuare responsabilitatea finală, dar își va îndeplini totodată sarcinile în contextul mecanismului de supraveghere unic din care face parte împreună cu autoritățile naționale de supraveghere. Această structură va oferi o supraveghere strictă și coerentă în întreaga zonă euro și în același timp va utiliza din plin cunoștințele și experiența autorităților naționale de supraveghere. Se va garanta astfel că în activitățile de supraveghere se ține cont în continuare într-o foarte mare măsură de

toate condițiile naționale și locale relevante pentru stabilitatea financiară. Comisia mai propune un mecanism care le va permite statelor membre care nu au adoptat euro, dar care ar dori să participe la mecanismul de supraveghere unic, să coopereze strâns cu BCE.

Toate atribuțiile care nu au fost conferite în mod explicit Băncii Centrale Europene rămân în sfera de competențe a autorităților naționale de supraveghere. De exemplu, autoritățile naționale de supraveghere vor răspunde în continuare de protecția consumatorului, de combaterea spălării banilor și de supravegherea instituțiilor de credit din țări terțe care deschid filiale sau prestează servicii transfrontaliere în statele membre.

Integrarea financiară globală și piața unică a UE au permis sectoarelor bancare din anumite state membre să depășească de mai multe ori PIB-ul național, ducând la apariția unor instituții „prea mari pentru a da faliment” și „prea mari pentru a fi salvate”. Pe de altă parte, experiența demonstrează că până și băncile relativ mici care intră în criză pot provoca probleme sistemice transfrontaliere. În plus, retragerile internaționale masive pot slăbi considerabil sistemele bancare naționale, afectând în plus și finanțele statului și creând pentru ambele probleme de finanțare.

Consolidarea supravegherii în cadrul uniunii bancare va contribui la sporirea solidității băncilor. Dacă totuși apare o criză, este necesar să se garanteze că instituțiile sunt supuse unei rezoluții ordonate, iar deponenții au siguranța că economiile lor nu sunt în pericol.

Pe acest fond, Comisia a subliniat faptul că o uniune bancară trebuie să includă o gestionare mai centralizată a crizelor bancare. La rândul său, și Parlamentul a insistat că trebuie să se facă progrese în acest domeniu. Necesitatea unor „mecanisme comune de soluționare a situațiilor de criză bancară și de garantare a depozitelor bancare ale clienților” a fost semnalată și în raportul semnat de președintele Consiliului European, președintele Comisiei, președintele Eurogrupului și de președintele Băncii Centrale Europene, din 26 iunie 2012.

Prin urmare, Comisia a prezentat o propunere privind un mecanism de rezoluție unic, care să reglementeze rezoluția băncilor și să coordoneze aplicarea instrumentelor de rezoluție în cazul băncilor din cadrul uniunii bancare. Acest mecanism ar fi mai eficient decât o rețea de autorități naționale de rezoluție, mai ales în cazul băncilor transfrontaliere care intră în criză, având în vedere nevoia de acțiuni rapide și de credibilitate în gestionarea crizelor bancare. Un astfel de mecanism ar reprezenta o completare firească la crearea unui mecanism de supraveghere unic. El ar genera în egală măsură economii de scară semnificative și ar evita efectele externe negative care ar rezulta în urma unor decizii pur naționale. Deciziile sale s-ar lua conform principiilor rezoluției stabilite prin cadrul de reglementare unic, care sunt în ton cu bunele practici internaționale și în deplină conformitate cu normele Uniunii în materie de ajutoare de stat. În mod concret, acționarii și creditorii sunt cei care trebuie să suporte costurile rezoluției înainte de acordarea vreunei finanțări externe și, înainte de utiliza banii contribuabililor, trebuie căutate soluții în sectorul privat.

### **3. Stadiul realizării Uniunii Bancare Europene – ultimii pași pentru finalizare**

De-a lungul timpului, o parte dintre propunerile existente în foaia de parcurs spre uniunea bancară au fost indeplinite cu succes, însă mai există și aspecte care nu sunt încă complete. În comunicatul de presă al Comisiei din data de 11 octombrie 2017 se prezintă situația actuală a procesului de uniune bancă la nivel european.

În ceea ce privește pilonii cheie descriși în foaia de parcurs – mecanismul unic de supraveghere (SSM) și mecanismul de rezoluție unică (SRM), aceștia sunt în vigoare și pe deplin operaționali, însă nu au fost încă stabilite măsurile de sprijin comun pentru SRM convenite și un sistem comun de protecție a depozitelor. În paralel, este nevoie de progrese suplimentare privind reducerea riscurilor. În noiembrie 2015, Comisia a prezentat o propunere privind un sistem european de asigurare a depozitelor (EDIS – European Deposit Insurance Scheme) și un pachet bancar cu măsuri suplimentare de reducere a riscurilor în noiembrie 2016. EDIS este esențială pentru finalizarea Uniunii bancare, deoarece ar garanta o asigurare mai puternică și mai uniformă pentru acoperirea tuturor deponenților cu amănuntul din Uniunea bancară, indiferent de localizarea

lor geografică. În faza de reasigurare, EDIS ar furniza lichidități sistemelor naționale de garantare a depozitelor (DGS) în cazul unei eșecuri a băncii, care ar trebui să fie plătită de DGS-urile naționale. Suportul pentru lichidități este elementul esențial pentru a se asigura că deponenții sunt plătiți. În faza de coasigurare, EDIS ar acoperi, de asemenea, pierderile, fără a le recupera din DGS naționale. Acest lucru ar reduce în continuare legătura dintre bănci și statele membre ale acestora. Cu toate acestea, trecerea la această a doua fază ar fi condiționată de progresele înregistrate în reducerea nivelului creditelor neperformante și a altor active patrimoniale evaluate printr-o revizuire a calității activelor (AQR). Cu toate acestea, negocierile privind aceste propuneri sunt în curs de desfășurare și nu au fost încă adoptate de Parlamentul European și de Consiliu.

Atunci când a fost instituit mecanismul de rezoluție unică, statele membre au convenit să dezvolte un sistem comun de sprijin pentru Fondul unic de rezoluție (FRS). În concluziile Consiliului European din decembrie 2012, aceștia au fost de acord că SRF ar trebui să fie neutru din punct de vedere fiscal din perspectiva pe termen mediu, deoarece contribuțiile ar fi recuperate din contribuțiile sectorului bancar. Parlamentul European a solicitat, de asemenea, "un progres rapid în activitatea Consiliului și a Comisiei privind un mecanism de protecție comună a FSC în raportul anual al Uniunii bancilor din 2016".

SRF este finanțat prin contribuții ex-ante din partea sectorului bancar. În cazul în care acestea nu sunt suficiente, pot fi ridicate contribuții ex-post extraordinare. Cu toate acestea, atât contribuțiile ex-ante, cât și cele ex-post sunt limitate. O măsură de siguranță ar consolida în mod semnificativ credibilitatea Uniunii bancare prin asigurarea faptului că SRB poate proteja pe deplin stabilitatea financiară și protejează contribuabilii, chiar și cu finanțare ex-ante limitată.

Astfel, se pune problema existenței unui backstop, care este o "plasă de siguranță". În contextul Uniunii bancare, un backstop ar fi activat în cazurile în care, în ciuda supravegherii de înaltă calitate, una sau mai multe bănci sunt în criză și chiar după impunerea unor pierderi asupra acționarilor băncilor și a creditorilor, sunt necesare resurse deoarece Fondul Unic de Rezoluție a rămas fără bani. Acest backstop nu este destinat utilizării ca opțiune implicită. Mai degrabă, acesta urmărește să încurajeze încrederea în sectorul bancar european prin faptul că ar fi disponibil în ultimă instanță, dacă se vor materializa condiții mai puțin favorabile și, prin urmare, va spori și mai mult protecția contribuabililor. Aceasta ar spori capacitatea financiară a mecanismului unic de rezoluție de a face față simultan mai multor rezoluții ale băncilor. Este important că un astfel de backstop ar fi neutru din punct de vedere fiscal, deoarece industria bancară ar rambursa eventualele plăți pe termen mediu.

În acest sens, Comisia susține activitatea în curs de desfășurare cu privire la o linie de credit din cadrul Mecanismului european de stabilitate. Acest flux de lucru va trebui urmărit și articulat cu pachetul de propuneri al Comisiei pentru aprofundarea Uniunii Economice și Monetare, care va include o propunere de transformare a Mecanismului european de stabilitate într-un Fond Monetar European, în cadrul dreptului Uniunii. În acest context, va fi, de asemenea, important să se asigure un proces eficient de luare a deciziilor care să permită o desfășurare rapidă a sistemului de siguranță, în situațiile de ultimă instanță în care acest lucru ar putea deveni necesar.

Un alt aspect esențial inclus în comunicarea din 11 octombrie îl reprezintă creditele neperformante (NPL). Ratele de credite neperformante au încetat să crească sau au scăzut în multe state membre, grație acțiunilor hotărâte ale băncilor și ale statelor membre. Cu toate acestea, progresul rămâne lent. Nivelul, structura și cauzele NPL diferă între sectoarele bancare naționale.

Îndepărtarea NPL este în primul rând responsabilitatea băncilor afectate și a statelor membre, care sunt și vor rămâne competente pentru multe dintre instrumentele de politică necesare. În același timp, problema NPL are o dimensiune europeană. Creșterea slabă în unele state membre, datorită unor niveluri ridicate de NPL, ar putea afecta creșterea economică în altă parte a UE. Și percepția investitorilor asupra valorii și solidității tuturor băncilor din UE se datorează adesea bilanțurilor slabe doar în unele bănci.

Experiența din mai multe state membre a demonstrat că societățile naționale de administrare a investițiilor sunt un instrument eficient pentru a ajuta băncile să își curețe bilanțul.



Transferarea creditelor neperformante de la bănci la AMC permite băncilor viabile să se concentreze asupra sarcinilor lor principale de a acorda împrumuturi și de a oferi servicii gospodăriilor și firmelor. AMC pot fi înființate pentru a face față creditelor neperformante de la bănci individuale sau pentru a gestiona împrumuturi neperformante de la multe bănci dintr-un stat membru. Un AMC poate fi în proprietate privată sau publică și poate primi diferite grade de sprijin public. Sprijinul public poate fi acordat numai dacă respectă normele europene privind ajutoarele de stat și cele de recuperare și soluționare a băncilor.

O piață secundară funcțională ar permite băncilor să își curățeze bilanțul prin vânzarea de credite neperformante. În lipsa unei astfel de piețe, băncile sunt obligate să păstreze creditele neperformante în bilanțurile lor până când sunt eliminate în totalitate. Aceasta reduce rentabilitatea și capacitatea lor de a împrumuta clienților noi. În prezent, există prea puțini investitori dispuși și capabili să cumpere credite neperformante în raport cu volumul mare de credite neperformante din bilanțurile băncilor europene. Intrarea pe piață este dificilă pentru noii investitori, deoarece activitatea de vânzare a împrumuturilor este complexă, iar normele relevante diferă considerabil între statele membre. Prin urmare, Comisia analizează modalitățile de facilitare a accesului pe această piață. De asemenea, este necesară revizuirea condițiilor de intrare pentru firmele care oferă servicii de împrumut. De regulă, investitorii în credite neperformante nu solicită băncii de la care au cumpărat credite neperformante să continue administrarea și colectarea împrumuturilor. În schimb, acestea deseori delegă aceste activități firmelor independente numite servicii de împrumut. O lipsă a administratorilor de împrumuturi descurajează investitorii de credite neperformante să intre pe piață. Prin urmare, condițiile de intrare și regulile de conduită pentru administratorii de împrumut joacă un rol crucial în dezvoltarea unei piețe secundare a creditelor neperformante.

Scopul unei măsuri privind accelerarea executării garanțiilor este de a furniza băncilor din toate statele membre un mecanism extrajudic rapid și eficient de aplicare a împrumuturilor garantate împotriva companiilor și antreprenorilor, cu acordul comun. Acest lucru ar completa și ar fi în concordanță cu propunerea Comisiei din 2016 privind cadrul de restructurare preventivă. Împrumuturile garantate includ ipotecă, garanții și alte instrumente contractuale sau juridice comparabile acordate societăților și întreprinzătorilor (cu excepția persoanelor fizice, a gospodăriilor casnice, a consumatorilor, a debitorilor neprofesioniști). O aplicare accelerată a garanțiilor ar consolida sistemul bancar al UE și ar preveni acumularea de neplată asupra bilanțurilor băncilor în viitor. Convergența în ceea ce privește executarea împrumuturilor garantate în UE va crește creditarea companiilor, inclusiv întreprinderilor mici și mijlocii (IMM-uri). Aceasta ar îmbunătăți funcționarea pieței unice prin îmbunătățirea competitivității băncilor din UE și prin stimularea acordării de împrumuturi transfrontaliere companiilor.

#### **4. Implicațiile Uniunii Bancare Europene pentru România**

Aderarea României la Uniunea Bancară înainte de momentul adoptării euro reprezintă o opțiune preferabilă deoarece deciziile la nivelul MUS se vor reflecta oricum la nivelul sistemului bancar românesc, dată fiind prezența ridicată a capitalului din zona euro în structura instituțiilor de credit cu personalitate juridică română.

Aderarea României la Uniunea Bancară reprezintă un reper în parcursul către adoptarea monedei unice deoarece, consolidează stabilitatea financiară, inclusiv prin diminuarea riscului de contagiune regională și înlăturarea unui stimulent al dezintermedierii din partea băncilor cu capital străin. Totodată facilitează revenirea creditării pe o traiectorie compatibilă cu dezvoltarea durabilă a activității economice în tandem cu resursele economice eliberate de reformele structurale ceea ce duce la o intensificare a procesului de convergență reală de natură să realizeze o îndeplinire sustenabilă a criteriilor de aderare la zona euro.

Există o serie de argumente care susțin aderarea României la Uniunea Bancară :

- Prevalența capitalului din zona euro – peste 70% din activele nete și din capitalul sistemului bancar din România – bănci din zona euro

- Participarea din interior la construcția mecanismului - first-hand knowledge
- Înlăturarea unui stimulent pentru dezintermediere din partea băncilor străine - reducerea cu aproximativ 35% a finanțării externe de la băncile-mamă (2013 - jumătate din reducere)
- Eliminarea posibilității arbitrajului jurisdicțional
- Costurile considerabile generate de neparticipare
- Vulnerabilitate la efectele de contagiune
- Lipsa coordonării transfrontaliere, eficace și imparțiale, a procesului de soluționare a unor crize bancare

Totuși, există și anumite provocări ale procesului de aderare a României la Uniunea Bancară Europeană. Printre acestea se numără :

- Asigurarea că toți jucătorii industriei bancare, dar și toate sistemele bancare naționale ale uniunii sunt la fel de bine supravegheate și reglementate după aceleași exigențe (single supervision mechanism and a single rule book)
- Evoluția actuală - împărțirea responsabilităților pe bănci în cele cu impact sistemic și celelalte, între BCE și băncile naționale ar putea duce exact la efectul opus celui propus - single supervision mechanism and a single rule book
- 2013 - experții au avertizat în ceea ce privește flexibilitatea care ar putea apărea în aplicarea regulilor ce vizează capitalul bancar – posibilitatea apariției unui efect de uneven playing field
- Costul indus industriei și consumatorului de act bancar - taxele pentru supravegherea de către BCE, contribuția la Fondul unic de rezoluție (FUR) și la schemele de garantare a depozitelor naționale; + testele pe care trebuie să le treacă băncile din zona euro - pot implica majorări de capital

## 5. Concluzii

Uniunea Europeană realizat mari progrese în vederea realizării uniunii bancare care să vină în prrijinul uniunii economice și monetare. De-a lungul timpului și prin încercările de implementare a propunerilor, s-au identificat și alte măsuri necesare, care umează să fie aprobate pentru a putea fi implementate.

Totodată, se consideră că uniunea bancară ar putea fi încheiată în 2018, ceea ce ar însemna că Uniunea Europeană ar avea un sistem economic stabil, competitiv, care să fie complet armonizat și care ar putea face față crizelor, în cazul în care acestea ar apărea în ciuda tuturor măsurilor de supraveghere și control existente.

Totuși, este nevoie de o înțelegere între puterile Uniunii, reprezentate de instituții – Comisie, Parlament și Consiliu, pentru ca măsurile rămase să poată fi adoptate și implementate cu succes.

### Referințe bibliografice :

- [http://europa.eu/rapid/press-release\\_MEMO-17-3722\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-17-3722_en.htm)
- <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52012DC0510>
- [http://ec.europa.eu/internal\\_market/bank/regcapital/new\\_proposals\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/bank/regcapital/new_proposals_en.htm)
- [http://ec.europa.eu/internal\\_market/bank/docs/guarantee/200914\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/internal_market/bank/docs/guarantee/200914_en.pdf)
- [http://ec.europa.eu/internal\\_market/bank/crisis\\_management/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/internal_market/bank/crisis_management/index_en.htm)
- [http://ec.europa.eu/europe2020/banking-union/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/banking-union/index_en.htm)
- [http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms\\_data/docs/pressdata/en/ec/131201.pdf](http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/131201.pdf)
- [http://ec.europa.eu/europe2020/banking-union/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/banking-union/index_en.htm)
- [http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms\\_data/docs/pressdata/en/ec/131201.pdf](http://www.consilium.europa.eu/uedocs/cms_data/docs/pressdata/en/ec/131201.pdf)
- <http://www.ibr-rbi.ro/site/wp-content/uploads/2014/09/BRD.pdf>

# BITCOIN MONEDA VIITORULUI

## BITCOIN THE FUTURE CURRENCY

**Bianca GHERGHEL**

Masterand AAIIMM, An I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: bianca\_gherghel95@yahoo.com

**Cristina IANC**

Masterand AAIIMM, An I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: cristinaianc.ionela@gmail.com

**Abstract:** *Bitcoin is a decentralized electronic payment system, being a digital coin. This is one of the first implementations of the concept called cryptocurrency. The name of the person that created Bitcoin is Satoshi Nakamoto. The first purpose of this coin is to ensure the protection of the investments and was created for the funding of free businesses, putting aside the financial institutions. The rising price of this Cryptocurrency and the easy way to use it has brought a lot of users. Even if Bitcoin is a decentralized currency and cannot be monitored by institutions and banks, the inflation is limited and controlled, being programmed in the Bitcoin program. Despite all the benefits, several specialists have come up with arguments asserting that Bitcoin is a giant experiment or worse, a gamble.*

*We consider Bitcoin a new version of the 21st century, to the detriment of gold. This new currency has become more and more prevalent, with a growing volume of transactions. In our opinion, due to the advantages and the volatile price, Bitcoin will become the currency of the future.*

**Key words:** Bitcoin; cryptocurrency; investment; finance.

**JEL Code:** F31; E3.

### 1. Introduction

The financial sector is constantly evolving. Since ancient times, we have been talking about trade, but in different forms: barter, precious metals and, in the present, money.

This new form of currency (money) has been constantly evolving. There are several types of currency: paper bills and metal coins. Now, a new form of money was created and held digitally. One of the most important parts is that no government owns it, or decides its value - the community does.

This new form of money is called “BITCOIN”. It is based on mathematical proofs, not on silver and gold, like in the US. The first purpose of this coin is to ensure investment protection and was created for free business finance, putting aside financial institutions.

### 2. The birth of Bitcoin

Bitcoin is the first worldwide cryptocurrency and digital payment system called the first decentralized digital currency. It is called the first decentralized digital currency because the system works without a central repository or single administrator. Bitcoin can be interchanged for another currencies, products and services and so on.

Bitcoin was created by Satoshi Nakamoto and he started working on this concept in 2007. The real name of the person is not known, maybe because he could be in danger and he used a

pseudonym. On 18 August 2008 Bitcoin is registered and it had a site - Bitcoin.org. It was registered at anomousspeech.com, where the users can be anonymous. On January 2009 was made the first transaction with Bitcoin. The value of a Bitcoin was US\$1=1,309.03 BTC. In May 2013 was created the first Bitcoin ATM in San Diego. Over the years the currency has evolved and now it is present on the global market.

### 3. How Bitcoin Works

Bitcoin works like physical gold coins. A person can use Bitcoins to purchase goods and services online, or keep them and hope that their value grows over the years.

Bitcoins can be traded from one individual “wallet” to another. It is very easy. A wallet is a small personal database that you have to store on the computer drive, on the smartphone, or on the tablet. The originality of each transaction is saved by digital signatures according with the sending addresses, authorizing all the users to have total control over delivering Bitcoins from their own Bitcoin addresses. Anyone can make transactions using the computing power of specialized hardware and gain a reward in Bitcoins for this service.

New Bitcoins are created by a competitive and decentralized operation called "mining". This operation requires individuals to be rewarded by the network for their services. Bitcoin miners are developing transactions and guarantee the network using specific hardware and are collecting new Bitcoins in exchange.

It works like this: when more miners accede the network, it becomes difficult to make a profit and miners must search for performance to reduce their operating costs. Bitcoins are produced every 10 minutes at a reducing and predictable rate.

### 4. The Bitcoin value on the market

The spectacular increase in the exchange rate against the dollar has attracted the attention of the authorities, and in many countries Bitcoin is not recognized as a legal means of payment.

Figure 1 – The evolution of Bitcoin on the market for one year

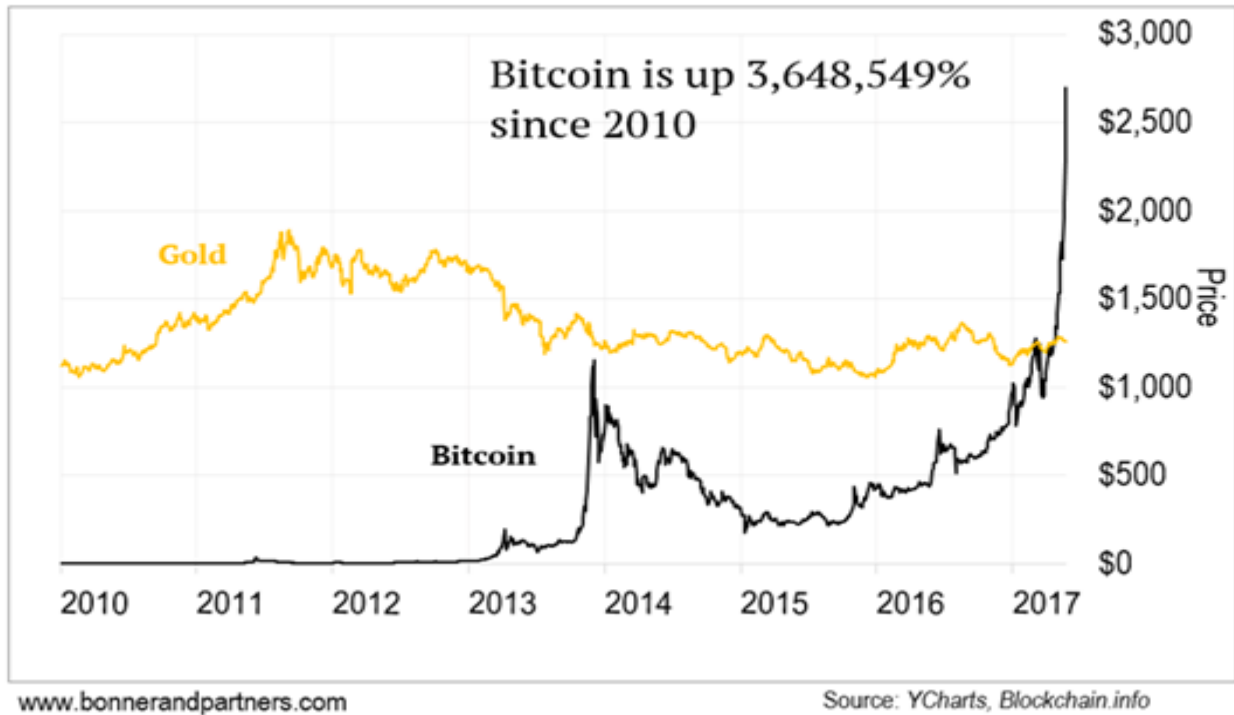


Source: <https://blockchain.info/ro/charts/market-price?daysAverageString=7>

In Figure 1 we can see that the value of a Bitcoin grows every day. The statistics are from December to 2016 to November 2017. Now it is time to invest in Bitcoin. In November the value of a Bitcoin is 6,316 dollars.

Figure 2 – Bitcoin vs. Gold

## Bitcoin vs. Gold



Source: <https://bonnerandpartners.com/gold-beats-buffett/>

In Figure 2 we can see that the value of a Bitcoin has increased greatly, having the tendency to exceed the value of gold since 2014, and succeeded to exceed the value of gold in 2017.

### 5. It is difficult to make a Bitcoin payment?

“Bitcoin transactions are sent from and to electronic Bitcoin wallets, and are digitally signed for security. To send Bitcoins, you need two things: a Bitcoin address and a private key; a Bitcoin address is generated randomly, and is simply a sequence of letters and numbers. The private key is another sequence of letters and numbers, but unlike your Bitcoin address, this is kept secret.” (<https://www.coindesk.com/information/how-do-bitcoin-transactions-work/>)

Bitcoin payments are easier to make than debit or credit card purchases, and can be received without a trader account. Payments can be done from a wallet application, or from a computer or smartphone, by entering the receiver's address, the payment amount, and pressing. To make it easier to enter a recipient's address, many wallets can obtain the address by scanning a QR code or touching two phones together with near field communication (NFC) technology.

### 6. Risks of investing in Bitcoins

Many people are buying Bitcoins for their investment value rather than as means of exchange. Their lack of guaranteed value and digital nature means that purchase and use of Bitcoins carries several risks.

If you want to invest in Bitcoin, you should understand these unique investment risks:

- **Regulatory Risk:** Bitcoins are a competitor to government currency and can be used for black market transactions, money laundering, illegal activities or tax evasion. As a result of this, the government can balance or limited the sale of Bitcoins. In other countries they improve some rules.

- **Security Risk:** Bitcoin Transactions are absolutely digital and, as like any virtual system, are at risk from hackers, malware and operational glitches. If a robber can have access on a laptop owner's of Bitcoin, he can do a transfer to other accounts. Hackers can also mark Bitcoin exchanges, winning access to thousands of accounts and digital wallets where Bitcoins are saved.

Any transaction achieved with Bitcoins can only be converted if the person who has received them refunds them. There is no third party or a payment processor, as in the case of a debit or a credit card, so no cause of security or claim if there will be a problem.

Bitcoin trades continuously on stock exchanges around the world in a very quick and simple manner, and it is conveniently stored electronically in "wallets". After all, getting online wallet workers open up other risk that might not be forgotten.

- **Insurance Risk:** Some investments are protected by the Securities Investor Protection Corporation. Common bank accounts are protected by the Federal Deposit Insurance Corporation (FDIC) up to a certain amount depending on the jurisdiction. Bitcoin exchanges and accounts are not protected by any kind of federal or government program.

- **Fraud Risk:** "While Bitcoin uses private key encryption to verify owners and register transactions, fraudsters and scammers may attempt to sell false Bitcoins." (<https://fbs.com/glossary/bitcoin-11> )

- **Market Risk:** Just like any investment, Bitcoin values can fluctuate. Actually, the value of the currency has noticed fluctuations in price during its short existence. Subject to high volume of buying and selling on exchanges, it has a high sensitivity to news. "According to the CFPB, the price of Bitcoins fell by 61% on a single day in 2013, while the one-day price drop in 2014 has been as big as 80%." (<https://www.investopedia.com/terms/b/bitcoin.asp> )

- **Tax Risk:** As Bitcoin is ineligible to be included in any tax-advantaged retirement accounts, there are no good, legal options to shield investments from taxation.

## 7. Advantages and disadvantages of Bitcoins

### I. Advantages:

There are a lot of advantages to use the Bitcoin like:

- **Freedom of payment**– It is acceptable to send and receive any sum of money immediately all over the world. Bitcoin affords its users to be in total control of their money.

- **Low fees** – Bitcoin does not have fees or extremely small fees. Users may cover fees with transactions to receive priority processing. Services exist to help merchants in processing transactions, transforming Bitcoins to fiat currency, and depositing savings into the merchants' bank accounts daily.

- **Attractive for micro transactions** – The fees are so low that Bitcoins can be used in transactions that are unattractive for most merchants, in particular in developing countries.

- **Fewer risks for merchants** – Bitcoin transactions are secure and they do not include personal information. This protects the merchants from losses entailed by fraud and there is no need for payment card industry compliance. Merchants can easily extend to new markets where credit cards are not available.

- **Security and control** – Bitcoin users are in total control of their transactions. Bitcoin payments can be made without personal information connected to the transaction. This offers high protection against identity theft. People which use Bitcoin can secure their money with a backup.

- **Transparent and neutral** – All information about the Bitcoin money supply is available on the block chain for anybody to check and use in real-time. It is cryptographically secure and nobody can control the Bitcoin protocol.

## II. Disadvantages:

- **Acceptance** – Many people are still unaware of Bitcoin. Every day, more and more businesses accept Bitcoins because they want their advantages, but the list remains small and still needs to raise in order to benefit from network effects.
- **Volatility** – “The total value of Bitcoins in circulation and the number of businesses using Bitcoin is still very small. Therefore, relatively small events, trades, or business activities can significantly affect the price. In theory, this volatility will decrease as Bitcoin markets and technology mature”.(<https://bitcoin.org/en/faq#isnt-speculation-and-volatility-a-problem-for-bitcoin> )
- **Ongoing development** – “Bitcoin software is still in beta with many incomplete features in active development. New tools, features, and services are being developed to make Bitcoin more secure and accessible to the masses. Some of these are still not ready for everyone. Most Bitcoin businesses are new and still offer no insurance.”(<http://techglamour.com/advantages-and-disadvantages-of-bitcoins/> )
- **Anonymity**– Because of its pseudonymous nature and that the Bitcoin address owners are not explicitly identified, such transactions are effectively anonymous. This anonymity has been known to attract transactions from illegal activities, and the authorities recognize that it a medium for illegal transactions.

## 8. Bitcoins, the future or just a gamble

The Bitcoin network can process a much higher number of transactions per second than it does today. However, it is not entirely ready to work to the level of major credit card networks. Work is underway to overcome the current limitations, and future requirements are well known. Since the beginning, “every aspect of the Bitcoin network has been in a continuous process of maturation, optimization, and specialization, and it should be expected to remain that way for some years to come.” (<https://bitcoin.org/en/faq> )

As we have previously outlined, it has many advantages and for this reason it will remain relevant as a currency. The vast majority of BTC transactions by volume are made in China thus the two will remain interlinked.

As we can see, the biggest risk to Bitcoin is being its substitution and/or parallel use by other crypto currencies.

One potential outcome of the adoption of alternate systems, such as Bitcoin, is to provide companies with the impetus to improve their services. “Bitcoin is good because it will make banks move toward the real cost of handling these transactions,” van Someren said.(<http://fortune.com/2017/07/25/bitcoin-ethereum-cryptocurrency-predictions/> )

Optimists predict that Bitcoin may be the currency of the upcoming technology that will implement instant, secure and privatized transfers, but especially free transfers. But the greatest thing is that Bitcoins could eliminate inflation, therefore the purchasing power of one hundred dollars in Bitcoins would remain unchanged over ten or fifty years.

In our opinion, Bitcoin will solve some problems in the economy, like inflation, in the future.



## 9. Conclusions

In conclusion we can say that Bitcoin will be a good choice to invest and use for everything that a person needs in his/her daily life. Bitcoin simplifies our life and makes it easier. We can do all types of transactions on our mobile phones, laptops or any digital media.

Since it appeared, the Bitcoin has evolved very fast. In several years, we can say that the Bitcoin has captured the global market. It appeared in Romania too, in Bucharest, that means it is present in countries with an average development.

It is important to know what the Bitcoin is because you can win using it. Its advantages make a person try it, even if the Bitcoin is an unknown and unaccepted officially by the government.

Even if there are a lot of disadvantages, people invest and buy the Bitcoin because its price is growing fast and people trust this new currency.

In our opinion, today, the Bitcoin is the yesterday gold and now we can call it the gold of the 21st century. It will be in continuous development and maybe will be the future currency of our century. Be open at new and enjoy an easy life with Bitcoin!

### Bibliography:

1. <http://historyofbitcoin.org/>
2. <https://bitcoin.org/en/how-it-works>
3. <https://blockchain.info/ro/charts/market-price?daysAverageString=7>
4. <https://bitvol.info/>
5. [http://www.bursa.ro/moneda-virtuala-bitcoin-a-crescut-la-un-nivel-record-de-pestre-1700-de-dolari-322667&s=print&sr=articol&id\\_articol=322667.html](http://www.bursa.ro/moneda-virtuala-bitcoin-a-crescut-la-un-nivel-record-de-pestre-1700-de-dolari-322667&s=print&sr=articol&id_articol=322667.html)
6. <http://www.mediafax.ro/economic/valoarea-bitcoin-a-crescut-cu-10-miliarde-de-dolari-in-12-ore-dupa-o-scadere-majora-in-weekend-16817823>
7. <https://www.coindesk.com/information/how-do-bitcoin-transactions-work/>
8. <https://www.investopedia.com/terms/b/bitcoin.asp>
9. <https://3decu2tc6bl1oljdt3zfwbb-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/43517996c44ec1d3372ed7eb0a6138bd-pantera.primer.03.2014-af.pdf>
10. <https://bitcoin.org/en/bitcoin-for-businesses>
11. <http://www.forexanalytix.com/blog/bitcoin-future-just-gamble>
12. <http://fortune.com/2017/07/25/bitcoin-ethereum-cryptocurrency-predictions/>
13. <http://fortune.com/2017/07/27/howard-marks-bitcoin-pyramid-scheme/>
14. <https://www.theguardian.com/money/2017/oct/01/will-bitcoin-ever-be-safe-investment-gamble>
15. <https://www.thefutureofbitcoin.com/>
16. <https://www.newgenapps.com/blog/impact-of-bitcoins-on-the-economy-banks-finance>
17. <https://search.cnbc.com/rs/search/view.html?source=CNBC.com&categories=exclude&partnerId=2000&keywords=BTC>
18. <https://trade.bitcoinromania.ro/>



# INOVAȚIA – INSTRUMENT SPECIFIC ANTREPRENORULUI

## INNOVATION – THE SPECIFIC INSTRUMENT OF AN ENTREPRENEUR

**Camelia BARA**

Masterand MO an II, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: cameliabara94@gmail.com

**Abstract:** For this paper, my goal was to analyse the concept of innovation and how a successful entrepreneur implements it in his company. I also wanted to showcase the fact that the small companies can not only be as innovative as the corporations, but they can be even more efficient in finding and actually implementing the ideas. The information used in this paper was taken from management books and articles.

**Key words:** Innovation Management, entrepreneur; innovation; small companies; corporations; change.

**JEL Code:** O320 Management of Technological Innovation and R&D

### 1. Introducere

Prin această lucrare am dorit să analizez conceptul inovației prin prisma utilității sale în activitatea unui antreprenor.

În prima parte a lucrării am definit antreprenorul și funcția sa, inovația, iar mai apoi am făcut o scurtă prezentare a surselor inovației și a principiilor sale. În a doua parte am prezentat modalitățile prin care companiile mai mici pot depăși marile corporații prin ideile lor inovative și modul mai eficient de implementare a acestora.

### 2. Antreprenorul și inovarea

#### Antreprenorul

Cuvântul *antreprenor* provine din limba franceză, de la cuvântul “entreprendre” ceea ce înseamnă a întreprinde, a-și asuma, a lua asupra sa. În mediul de afaceri înseamnă a-ți înființa o nouă afacere.

Antreprenorul este acea persoană care identifică o problemă, o oportunitate, o necesitate, o cerere, generează o idee și face rost de toate resursele necesare implementării acelei idei. El este persoana care creează în permanență, aducând ceva nou într-un loc unde înainte nu exista nimic, găsindu-și resursele și punându-și ideea în practică căutând mijloacele posibile.

Funcția antreprenorului este aceea de a combina mai mulți factori de producție într-un mod cât mai original și mai inovativ, astfel încât să-i descopere consumatorului o nouă nevoie, nevoie care să ajungă să fie suficient de mare pentru a-l determina pe consumator să cumpere produsul/serviciul.

#### Schimbarea – sursă a inovației

Schimbarea se poate produce din cauze independente de voința omului, care țin de fenomene ale naturii sau dependete de voința omului, când acesta dorește producerea acestui proces. Indiferent însă de cauzele producerii, schimbarea trebuie cunoscută, analizată și, pe cât posibil, controlată, dacă se urmărește realizarea unor obiective.

Inovația este instrumentul specific al antreprenorilor, mijlocul cu care ei exploatează schimbarea ca pe o ocazie pentru diferite afaceri sau diferite servicii. Poate fi reprezentată ca o

disciplină, poate fi învățată, poate fi practică. Antreprenorii trebuie să caute, cu un scop precis, sursele inovației, schimbările și simptomele ei, care indică ocazii favorabile pentru inovații încununată de succes. Ei au nevoie să cunoască și să aplice principiile inovației reușite.

Antreprenoriatul modern este orientat către inovare. Activitatea antreprenorială contribuie extensiv la inovare și adoptarea noilor tehnologii și, în ultimă instanță, la creșterea productivității. Noile tehnologii sunt de multe ori mai eficient implementate prin crearea de noi întreprinderi și restructurarea celor existente, ambii factori fiind puternic dependenți de mediul antreprenorial.

Persoanele creative în întreprindere au nevoie de cineva care să îi mobilizeze, au nevoie de mentori, sponsori sau promotori. Autorul acestora este important, deoarece de cele mai multe ori ideile noi se lovesc de neacceptarea celor din jur. Acest lucru este de înțeles, deoarece o idee nouă aduce cu sine schimbări în întreprindere. De aceea majoritatea anajaților muncesc după principiul “De ce să schimbăm ceva dacă până acum ne-am descurcat bine?”. Sarcina acestor promotori este deci de a încuraja persoanele creative. Mai departe însă nu pot ajuta și aici intervin “avocații ideilor”, cei care analizează ideile și aprobă punerea lor în practică.

Antreprenorii de succes nu caută inovația care va “revoluționa industria”, va crea “o afacere e un miliard de dolari” sau “va îmbogăți pe cineva peste noapte”. Acei antreprenori care au impresia că vor da o lovitură și asta repede, vor avea garantat un eșec.

O inovație care pare foarte mare poate deveni, în final, nimic altceva decât o virtuozitate tehnică, iar inovațiile cu pretenții intelectuale modeste, ca cea a lui McDonald de exemplu, pot deveni afaceri gigantice și foarte profitabile.

Antreprenorii de succes, oricare ar fi motivația lor individuală – fie bani, fie putere, fie curiozitate sau dorința de faimă și recunoaștere – încearcă să creeze valoare și să aducă o contribuție. Totuși, acești antreprenori țintesc sus. Ei nu se mulțumesc numai cu îmbunătățirea a ceea ce există deja. Ei încearcă să creeze valori noi și diferite și satisfacții noi și deosebite, să transforme un „material” într-un “mijloc” sau să contribuie la mijloace existente într-o configurație nouă și mai productivă.

Numai schimbarea oferă întotdeauna ocazia pentru ceva noi și deosebit. De aceea inovația constă într-o căutare organizată și cu un scop bine definit de schimbări și în analiza sistematică a ocaziilor pe care aceste schimbări le-ar putea oferi inovației economice sau sociale.

Pentru ca viitorul să se întâmple, este nevoie mai mult de muncă decât de ”geniu”. Omul cu imaginație creatoare va avea negreșit idei mai pline de fantezie. Nu este însă nicidecum sigur faptul că asemenea idei se vor dovedi până la urmă mai de succes.

Nu creativitatea, la care se face referire atât de des în discuțiile de astăzi depre inovare este adevărata problemă. De obicei, într-o organizație, există mai multe idei decât se pot pune în practică. Ceea ce lipsește este dorința managerilor de a primi idei, de fapt de a solicita idei, nu doar produse sau procese. În definitiv, acestea din urmă sunt simple mijloace cu ajutorul cărora ideile devin realitate.

De asemenea, managerul trebuie să aibă curajul de a angaja resurse – mai ales oameni de cea mai bună calitate – care să contribuie la înfăptuirea viitorului. Personalul necesar pentru acest lucru n-ar trebui să fie numeros. Ar trebui în schimb să fie format din cei mai buni oameni aflați la dispoziție; altfel nu se va înfăptui nimic.

Omul de afaceri are nevoie de un criteriu de apreciere a valabilității și caracterul practic al ideilor lucrative, de viitor. Într-adevăr, motivul pentru care unele afaceri dau greș în demersul lor inovator nu este faptul că se ferește de idei, ci acela că se angajează în aplicarea unora complet exagerate – cu consum uriaș de resurse umane și financiare. O idee trebuie să facă față unor teste riguroase privitoare la caracterul ei practic dacă se dorește ca aceasta să poată contribui la succesul unei afaceri de viitor.

Mai întâi ideea trebuie să fie valabilă sub aspect operațional. Putem trece la acțiune pe baza acestei idei? Sau doar putem vorbi despre ea? Nu este suficient să poți cheltui bani cu cercetarea. Trebuie ca aceasta să fie orientată spre înfăptuirea ideii.

Ideea trebuie să fie valabilă și din punct de vedere economic. Dacă ar putea fi pusă în practică imediat, ea ar trebui să poată produce rezultate economice. Este posibil ca noi să nu putem face tot ceea ce am vrea – pentru multă vreme și poate că niciodată. Dar dacă am putea face ceva imediat, produsele, procesele sau serviciile obținute ar trebuie să satisfacă o dorință sau o necesitate.

Ideea trebuie să treacă și testul implicării personale. Credem într-adevăr în ea? Vrem realmente să fim acel gen de oameni, să facem acel gen de muncă, să conducem acel gen de afacere?

Înfăptuirea viitorului necesită curaj, necesită muncă, dar mai necesită și convingere.

### **Inovarea**

Inovarea este funcția specifică a inițiativei de afaceri, indiferent că este vorba despre o firmă existentă, o instituție publică sau o nouă afacere începută de cineva solitar în bucătăria familiei. Ea este mijlocul cu ajutorul căruia întreprinzătorul fie creează noi resurse producătoare de avere, fie le înzestrează pe cele existente cu un potențial sporit de creare a averii.

Astăzi există multă confuzie în privința definiției concrete a inițiativei de afaceri. Unii observatori folosesc termenul spre a se referi la toate afacerile mici; alții, la toate afacerile noi. În practică însă, foarte multe firme consacrate se angajează în inițiative de afaceri de mare succes. Termenul se referă atunci nu la dimensiunea sau vechimea unei întreprinderi, ci la un anumit gen de activitate. În centrul acestei activități se află inovarea: *efortul de a produce o schimbare importantă, concentrată asupra unui anumit aspect în potențialul economic sau social al unei întreprinderi.*

În ceea ce privește sursele inovării, există desigur inovații care apar dintr-o sclipire de geniu. Majoritatea lor însă, mai ales cele care au succes, sunt rezultatul unei căutări conștiente, consecvente a posibilităților de inovare, care se găsesc doar în câteva situații.

Patru asemenea posibilități există *în cadrul* unei companii sau unui domeniu de activitate:

1. Evenimente neașteptate
2. Discordanțe
3. Nevoile specifice unor activități
4. Schimbările produse la nivelul sectorului de activitate și al pieței

Alte trei posibilități există *în afara* unei companii, în mediul său social și intelectual:

1. Schimbările demografice
2. Schimbările la nivelul percepției
3. Noile cunoștințe

Este adevărat, aceste surse se suprapun, deși pot diferi în privința naturii riscului, a dificultăților pe care le implică și a complexității, iar potențialul de inovare se poate afla în două sau mai multe situații în același timp. Dar dintre toate, acestea oferă marea majoritate a posibilităților de inovare.

### **Principiile inovării**

Procesul inovării conștiente, sistematice începe cu analiza situațiilor care pot oferi noi posibilități. În funcție de context, sursele inovării vor avea o importanță diferită în momente diferite.

Deoarece inovarea are atât un caracter conceptual, cât și unul perceptiv, cei care vor să fie inovatori trebuie de asemenea să iasă în lume și să privească, să întrebe, să asculte. Inovatorii de succes folosesc atât partea dreaptă, cât și partea stângă a creierului. Ei analizează cifrele, analizează oamenii, află în mod analitic ce anume face ca o inovație să exploateze o posibilitate. Apoi ies în lume și analizează așteptările, valorile și nevoile potențialilor utilizatori.

Înainte de toate, inovarea înseamnă mai degrabă muncă decât geniu. Ea necesită cunoștințe, adesea ingeniozitate, dar și concentrare. Există în mod evident oameni care sunt inovatori mai talentați decât alții, însă talentul lor se manifestă în domenii bine definite. Ca să realizeze inovațiile sistematice pe care le-a realizat, Edison a lucrat doar în domeniul electric. Un inovator din domeniul financiar, Citibank de exemplu, este puțin probabil să se apuce să realizeze inovații în sfera ocrotirii sănătății.

### **3. Modalități prin care companiile mici pot inova mai bine decâtmarile corporații**

Dezvoltarea ideilor inovatoare este o activitate critică pentru companiile în creștere de toate dimensiunile. Dar liderii multora dintre companiile mici cred ca inovația este doar pentru marile companii care angajează oameni de știință și au departamente mari de cercetare și dezvoltare. Această credință falsă împiedică mulți lideri să identifice și să aplice în mod eficient inovațiile în organizațiile lor. În consecință, firmele mici nu pot identifica idei valoroase care să le ajute să crească o companie profitabilă.

Richard Branson a spus: "Întreprinderile mici sunt agile și îndrăznețe și adesea pot învăța companii mult mai mari despre inovațiile care pot schimba întreaga industrie".

Liderii companiilor mici pot influența dimensiunea afacerii și cultura unică pentru a dezvolta rapid și pentru a aplica idei creative.

Acestea sunt cele cinci modalități prin care companiile mici pot inova mai bine decât organizațiile mult mai mari:

#### *1. Viteza execuției*

Întreprinderile mici se pot poziționa rapid pentru a lua decizii, permițându-le să fie la început de piață cu idei inovatoare. În loc să petreacă luni sau ani să evalueze idei noi și să le transmită prin mai multe departamente, o întreprindere mică, flexibilă poate lua decizii rapide cu privire la posibilitatea de a urmări o anumită idee. Atunci când se descoperă o idee valoroasă, aceasta poate fi dezvoltată rapid și lansată potențialilor clienți. Această acțiune rapidă distinge întreaga afacere ca inovator și îi determină pe concurenți să îi urmeze.

#### *2. Acces rapid la resursele de afaceri*

Când se descoperă o idee valoroasă, liderii de afaceri pot aloca rapid resurse pentru dezvoltarea ideii. Mai multe departamente se pot implica în același timp pentru a pune în aplicare noua idee, ceea ce scurtează timpul de dezvoltare. Firmele mai mari, cu multe linii de produse, trebuie să-și distribuie resursele între toate produsele și serviciile lor. O companie mai mică este capabilă să realoce temporar resurse semnificative pentru ideea inovativă care este esențială pentru creșterea companiei.

#### *3. Mediul de lucru al echipei*

Întreprinderile mici pot dezvolta o cultură de echipă care să-i încurajeze pe toți să se implice în procesul de inovare. În loc să se concentreze activitățile creative asupra câtorva persoane sau grupuri, liderii de afaceri pot promova gândirea creativă în întreaga organizație. Fiecare individ aduce experiențe și perspective diferite care pot ajuta la identificarea și dezvoltarea de idei noi. Această abordare a echipei accelerează viteza de execuție, ceea ce ajută poziția companiei ca lider de piață.

#### *4. Sprijin pentru inovare la nivel de companie*

Pentru a crea cu succes o echipă de oameni care identifică în mod activ și dezvoltă idei inovatoare, liderii unei companii trebuie să sprijine deschis activitățile de inovare. Acest sprijin

trebuie să înceapă cu CEO-ul și să includă toți ceilalți directori și manageri. Atunci când angajații și contractanții văd sprijinul unanim al activităților creative, aceștia înțeleg importanța acestor activități și sunt motivați să participe. Acest lucru contribuie la consolidarea mediului echipei și la accelerarea dezvoltării de idei noi.

#### 5. Măsurarea inovației

Pentru a motiva în continuare oamenii să-și petreacă timpul pentru a identifica idei creative, întreprinderile mici pot să sublinieze inovația făcând-o parte din descrierea postului și din criteriile de evaluare ale companiei. Multe companii nu iau în considerare inovația atunci când evaluează performanța unui angajat. Dacă bonusurile și creșterile de salarizare nu sunt legate de activități creative, acesta trimite un mesaj că ideile noi nu sunt importante. Acest mesaj îi determină pe angajați să pună un accent mai mare pe alte activități care sunt menționate în mod specific ca parte a performanței lor profesionale.

Indiferent de dimensiunea companiei, liderii de afaceri care încep să identifice și să aplice idei inovatoare se vor bucura de o afacere înfloritoare.

### 4. Concluzii

Analizând partea teoretică putem spune că inovarea este funcția specifică a inițiativei de afaceri, este mijlocul cu ajutorul căruia întreprinzătorul fie creează noi resurse producătoare de avere, fie le înzestrează pe cele existente cu un potențial sporit de creare a averii.

Pe lângă angajarea unor resurse financiare importante, managerul trebuie să aibă curajul de a angaja și resurse umane de cea mai bună calitate care să contribuie la înfăptuirea viitorului.

În partea a doua a lucrării am putut observa că liderii companiilor mici pot influența dimensiunea afacerii și cultura unică pentru a dezvolta rapid și pentru a aplica idei creative.

Cele cinci modalități prin care companiile mici pot inova mai bine decât organizațiile mult mai mari sunt viteza execuției, acces rapid la resursele de afaceri, mediul de lucru al echipei, sprijin pentru inovare la nivel de companie, măsurarea inovației.

Cu toate acestea, consider că cea mai importantă concluzie este faptul că există inovații care apar dintr-o scîlpire de geniu, însă sunt excepții, majoritatea lor însă sunt rezultatul unei căutări conștiente și consecvente a posibilităților de inovare, implicând mai multă muncă decât geniu.

### Referințe bibliografice

Bucurean Mirela (2009), *Antreprenoriatul și managementul micilor afaceri*, Editura Universității din Oradea, Oradea, pag. 12 – 13, 58, 68 - 69

Burduș Eugen, Caprarescu Gheorghiză, Androniceanu Armenia, Miles Michael (2003) *Managementul schimbării organizaționale*, Editura Economică, București, pag. 14

Drucker F. Peter (1993), *Inovația și sistemul antreprenorial*, Editura Enciclopedică, București, pag. 29 – 30

Drucker F. Peter (1998), *Despre profesia de manager*, Editura Meteor Press, București, pag. 57 – 58, 60 – 61, 68 - 69

<https://www.entrepreneur.com/article/239936>

# CERCETARE DE MARKETING ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORILOR SERVICIILOR DE CRIOSAUŢĂ

## MARKETING RESEARCH ON THE BEHAVIOR OF WHOLE BODY CRYOTHERAPY CONSUMERS

**Anastasia ARHIRII**

Masterand MCA, an 1, Universitatea din Oradea – Facultatea de Ştiinţe Economice

e-mail: [arhiria@gmail.com](mailto:arhiria@gmail.com)

**Abstract:** *How to promote whole body cryotherapy at Criozone Oradea? This is the question we are trying to answer. In searching for an answer, we have carried out a consistent research about this area and about its consumers. Whole body cryotherapy consists in the exposure to very cold air that is maintained at -120 to -180°C in a special temperature-controlled cryochamber, generally for maximum 3 minutes. After the research on the consumers behavior, we found out that the main reason for people not doing cryotherapy is the lack of knowledge. We have listed some recommendations for Criozone how to get to their clients.*

**Key words:** cryotherapy; consumer; research; business.

**JEL Code:** M5

### 1. Introducere

Prin intermediul acestei lucrări urmărim promovarea afacerii Criozone, care activează în domeniul întreţinerii corporale prin livrarea serviciilor de criosaună. În acest sens, am desfăşurat o cercetare de marketing asupra consumatorilor şi am venit la final cu o serie de recomandări care sperăm să ajute afacerea să prospere.

### 2. Serviciile de criosaună

#### Concept

Criosauna – o parte din acest cuvânt ne este cunoscută tuturor şi anume „sauna” – baia cu abur cald care este experimentată de mulţi dintre noi. Sauna obişnuită cuprinde două faze: supraîncălzirea organismului cu aer uscat sau cu vapori şi răcirea bruscă a acestuia cu apă rece. Criosauna este un dispozitiv în care se face procedura de aerocrioterapie, adică răcirea organismului, însă în loc de apă se utilizează azot rece în formă gazoasă. Crioterapia sau terapia prin frig îşi are începuturile din vechi timpuri, atunci când oamenii au descoperit că frigul căleşte organismul, îl face mai rezistent.

#### Istoric

În Rusia, încă din anii 988, în noaptea de 18 spre 19 ianuarie se sărbătoreşte Botezul Domnului şi se sfinţesc apele. Într-un lac îngheţat se face o gaură în formă de cruce. După regulile bisericesti, creştinii, după ce ascultă slujba, îşi duc acasă puţină apă sfinţită. Scăldatul în apa rece nu este obligatoriu, mai ales dacă persoana nu este pregătită pentru acest şoc termal. Mulţi ruşi însă, respectă regulile vechi şi se scufundă complet în acea apă rece şi sfinţită de trei ori, făcându-şi cruce. În oraşele mari din Rusia şi în zilele de azi, în ajunul acestei sărbători se amenajează locuri speciale pentru scăldatul în masă în apa rece ca ghiaţa. Mulţi dintre ei se pregătesc din timp,

imaginile de la această sărbătoare fiind foarte mediatizate. Această tradiție este practică și în România de Bobotează.

Cel ce a folosit pentru prima dată crioterapia întregului corp cu azot lichid a fost reumatologul T. Yamuchi – medic japonez care în 1978 a reușit să expună corpul uman la temperaturi scăzute.

#### Mod de acțiune asupra organismului

Aerocrioterapia (ACT) este procedură absolut sigură care nu supune clienții săi pericolului de îngheț. Da, această metodă constă în răcirea simultană a suprafeței corpului uman în mediu gazos foarte rece (temperaturile fiind cuprinse între -120 până la -180 de grade) însă azotul nu acționează asupra organismului așa cum acționează apa, frigul sub formă gazoasă fiind mai ușor suportabil. Aceste temperaturi scăzute se ating gradual. De la început sunt eliberați vapori de azot lichid (în rezervor azotul se află sub formă lichidă) pentru o perioadă de 2-3 secunde, după care urmează o pauză de 40-60 de secunde, timp în care organismul uman se autoreglează, adaptându-se la noua temperatură. Acest ciclu se repetă până când se termină timpul prestabilit. Plus la aceasta, extremitățile corpului sunt protejate: capul și mâinile sunt scoase în afara criosaunei, iar în picioare se încălță șoșoni îmblăniți. Un alt aspect care induce siguranță este timpul petrecut în criosaună care nu poate depăși 3 minute, durata minimă fiind de un minut. Organele interne nu au de suferit niciodată, întrucât doar pielea se supune scăderii de temperatură până la zero grade. Organismul repede se mobilizează, își pune în mișcare toate resursele pentru a asigura supraviețuirea și întărirea organismului și pentru a menține constante parametrii de termoreglare.

#### Cabina de criosaună

Criosauna, aparatul/echipamentul în care se petrece aerocrioterapia are forma unui cilindru așezat vertical. Când se deschide ușa, se poate vedea o platformă unde urcă clientul. Această platformă funcționează asemenea unui lift care ridică clientul până la o anumită înălțime astfel încât capul și mâinile să stea în afara cilindrului. Restul corpului rămâne în interiorul criosaunei pentru a fi expus vaporilor de azot lichid. În partea stângă a cilindrului se află spațiul în care se introduce și se conectează rezervorul cu azot. Mai sus de acesta se poate vedea un panou electronic unde sunt setate temperatura și durata procedurii. Aparatul este destul de compact, nu ocupă mult loc și are un design plăcut ce se aseamănă cu o cadă.

#### Domenii de aplicare și beneficii:

- Crioterapia și sănătatea. Crioterapia activează toate resursele fiziologice ale organismului, declanșând regenerarea acestuia din interior, pe cale naturală. Aceasta stimulează sistemul imunitar și pe cel endocrin, oferind organismului echilibrul hormonal de care are nevoie, previne gripa și infecțiile respiratorii, previne stresul, insomnia, depresia, ajută la recuperarea metabolică. Trebuie menționat, însă, faptul că aerocrioterapia nu poate trata anumite boli grave ci doar ajută la stoparea acestora. Putem găsi o criosaună când mergem la spital. Dacă dorește cineva să-și instaleze o criosaună acasă ar putea să o facă deoarece criosauna nu se încadrează în categoria aparaturii și dispozitivelor medicale și nu necesită autorizări speciale.

- Crioterapia în sport este folosită tot mai mult datorită rapidității efectelor sale asupra stării de sănătate a sportivilor. Frigul poate fi utilizat în tratamentul traumatismelor acute sau de suprasolicitare, ca și în regenerarea biologică. Aplicațiile frigului în tratamentul traumatismelor sportive sunt des folosite. Cuburi de gheață introduse într-o pungă de plastic sau un sac special numit "ice bag" fac parte din echipamentul medical de bază din timpul competițiilor sau antrenamentelor sportive. Apa sau cuburile de gheață sunt surse de frig lichid care are efecte benefice imediate, însă pe termen lung pot fi cauza unor boli. Plus că acest tip de frig este mai greu suportabil, având o senzație de înțepare și poate chiar, durere. De aceea, cea mai bună metodă de recuperare după o activitate fizică intensivă ar fi aerocrioterapia, care de asemenea reduce durerea. Aceasta se întâmplă datorită faptului că frigul acționează asupra organismului asemeni unui analgezic.

Celule nervoase care resimt frigul produc contractarea vaselor sangvine, ceea ce duce la reducerea fluxului de sânge din zona afectata și ca urmare duce la reducerea senzației de durere. În plus, odată cu răcirea bruscă, organismul își activează și sistemul nervos care elimină endorfine și induce o stare de bine și relaxare.

• În înfrumusețare, aerocrioterapia are o serie de efecte benefice: pielea devine mai elastică, mai netedă, încep să dispară ridurile, persoana care a făcut un curs de criosaună începând să arate mai revigorată și mai sănătoasă atât în interior cât și la suprafață. Explicația acestui fenomen este simplă; organismul începe să funcționeze folosind toate resursele sale, metabolismul se accelerează, microcirculația sângelui este îmbunătățită considerabil, moment în care organismul începe să secrete collagen. Astfel tenul capătă un aspect sănătos, proaspăt și întinerit, ridurile diminuându-se și începând să fie mai puțin vizibile.

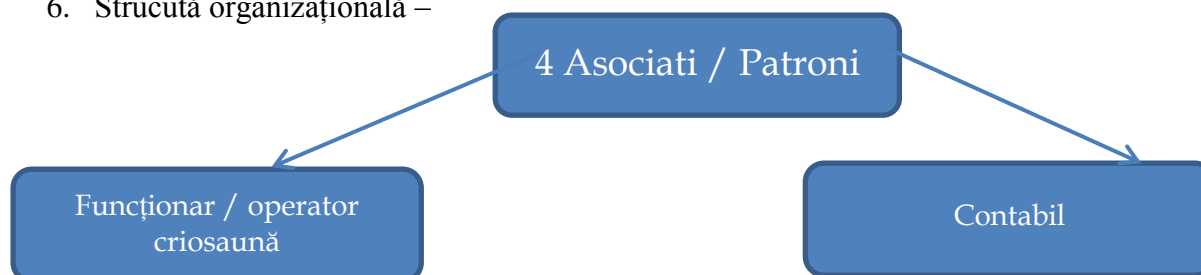
Un alt efect magic al frigului asupra organismului uman este scăderea în greutate și reducerea depozitelor de celulită. În momentul în care persoana se expune șocului termal, organismul degajă o cantitate considerabilă de energie pentru a se proteja și pentru a reveni la normal. S-a estimat că în timpul unei proceduri se pot arde între 150-250 kcal, iar după procedură organismul continuă lupta pentru supraviețuire, consumând alte 1000 – 3000 kcal. Atunci când scade temperatura corpului, sângele este pompat rapid către organele interne, organismul încercând să mențină constantă temperatura acestora. După procedură, sângele începe să fie pompat înapoi spre piele și extremități pentru a readuce și temperatura acestora la starea lor normală. În urma acestor procese organismul își folosește depozitele de energie, având efectul de scădere în greutate și eliminare a toxinelor. Pentru persoanele care doresc să piardă din greutate cu ajutorul aerocrioterapiei se recomandă să combine această procedură cu o dietă rațională și echilibrată precum și cu o activitate fizică moderată. Pentru a scăpa de celulită și a menține sub control supraponderabilitatea sunt necesare 15-20 de ședințe în criosaună. Atât și pentru obținerea celorlalte rezultate dorite de clienți, se recomandă efectuarea unui număr de minim 10 ședințe, efectele fiind vizibile doar în timp.

### 3. Despre afacere

Există câteva elemente care caracterizează o afacere:

**Identitate.** Orice afacere sau organizație are niște itemi de identitate :

1. Denumire – CRIOZONE SRL
2. Forma juridică - Societate cu răspundere limitată
3. Activitate principală – 9604 – Activități de întreținere corporală
4. Cod Unic de Înregistrare - 27125049
5. Adresă - Oradea, str. Horea nr. 31
6. Structură organizațională –



7. Date de contact: număr de telefon - 0722 744 305  
adresă web – <http://criozone.ro>  
pagina de facebook - <https://www.facebook.com/CrioZone/>

**Istorie** –Patronii, fiind în același timp buni prieteni, mergeau în Ungaria unde făceau criosaună. Observând cât de benefică este această terapie, au decis s-o aducă la ei în oraș pentru a nu parcurge așa drum lung. Deci, inițial, criosauna a fost instalată pentru propria folosință, de care acum poate profita oricine.



**Interacțiuni.** Acestea se referă la întâlnirile dintre oameni care cel mai des exprimă niște relații comerciale. Criozone Oradea interacționează cu:

- medici care vin la ședințe de aerocrioterapie (pediatru, ortoped, stomatolog, estetician),
- sportivi (de performanță sau nu)
- cluburi sportive, de fotbal și baschet (CSM, Luceafărul)

Pe lângă aceștea Criozone interacționează cu furnizori. Firma **MESSER ROMANIA GAZ SRL** asigură mereu necesarul de azot. Oros Catalina (operatorul criosaunei) este o doamnă extrem de sociabilă gata să discute cu oricine aspectele legate de aerocrioterapie. La fel se interacționează și cu antrenorii cluburilor sportive care își trimit fotbalistii și baschetbaliștii să se restabilească după antrenamentele intensive, cu antreprenori locali și simpli clienți.

**Integrare.** Afacerea este unică în oraș. Servicii asemănătoare se prestează în spitale sau saloane de înfrumusețare. EstetPro, de exemplu, este un centru estetic din Oradea care furnizează un serviciu semănător cu aerocrioterapia numit „criopoliză medicală cooltech -8°C”. CoolTech este un device care ajută la eliminarea grăsimii corporale, având un sistem de răcire încorporat într-un dispozitiv cu vacuum. Temperatura de -8°C face ca durerea din timpul procedurii să fie mai ușor suportabilă. Spre deosebire de criosaună, criopoliza ajută doar la pierderea în greutate. Un alt exemplu ar fi aerocrioterapia de la clinica Darsis, care acționează, însă, local, nu asupra întregului corp, cu temperaturi cuprinse între -70 și -100°C.

#### 4. Piața țintă

Piața țintă se referă la grupul de oameni care urmează să cumpere produsele / serviciile oferite de către o firmă. Datoria firmei respective este de a rezolva o nevoie, în același timp obținând un câștig. Pentru a defini piața țintă este nevoie de segmentarea pieței, pentru a îndrepta efortul de vânzare într-o direcție bine stabilită.

Sementele spre care Criozone ar putea să-și îndrepte serviciile sunt următoarele:

- Înstăriții. Având în vedere faptul că o ședință costă 60 de lei și un abonament din 10 ședințe costă 500 de lei, persoanele care ar merge la criosaună ar trebui să aibă un venit peste medie.
- Entuziaștii. În această categorie ar intra persoanele care sunt mereu deschise să încerce ceva nou. Ei nu se feresc de oportunitatea de a-și pune la încercare propriul organism.
- Curioșii. S-ar putea ca clientul să nu fi auzit mai devreme de criosaună dar ar face-o din simplă curiozitate.
- Experimentații sunt cei care au încercat deja criosauna fie în Oradea, fie în altă parte, au observat beneficiile acesteia și continuă să o frecventeze.
- Fugarii. În această categorie ar intra persoanele care sunt gata să „fugă” de la criosauna pe care o frecventau și să vină la Criozone din motiv că aici prețul este mai avantajos.
- Conștiincioșii sunt cei care, cunosc toate beneficiile criosaunei, și ar frecventa-o pentru a le obține.
- Recovery searchers. În această categoria ar intra oamenii care duc un mod de viață activ și caută un mod de recuperare eficient.
- Youth searchers sunt atât femeile, cât și bărbații care sunt preocupați de tinerețea corpului său.
- Beauty searchers. Aici intră persoanele care au grijă de aspectul lor fizic, merg la saloane de înfrumusețare, își țin sub control greutatea corpului.
- Cure seachers ar fi personale care au probleme medicale
- Căliții ar fi cei care până acum practicau alte metode de terapie prin frig și care ar încerca și criosauna.
- Păsări călătoare sunt persoanele care merg în deplasări de serviciu sau călătoresc din plăcere și întorcându-se acasă ar vrea să facă un curs de însănătoșire sau relaxare.

## 5. Mixul de marketing

Mixul de marketing se referă la o totalitate de elemente pe care le iau în considerare managerii atunci când încep să elaboreze strategia de marketing a firmei sale.

- **Produs.** Produsul este cel mai important element al mixului de marketing. Celelalte elemente depind de produs.

În ziua de astăzi, tot mai multe firme încearcă să-și conceapă serviciul astfel încât acesta să implice participarea clientului. CrioZone, în acest sens, este un exemplu potrivit. Clientul experimentează pe propria piele efectele aerocrioterapiei. În Oradea, serviciile Criozone sunt unice. Clinica Darsis oferă servicii similare, însă la ei aerocrioterapia este locală, în timp ce la CrioZone această terapie se face asupra întregului corp.

- **Preț.** Prețul este suma de bani pe care părțile convin să o schimbe ca metodă de plată pentru serviciile oferite. Ofertantul decide ce preț să pună serviciilor sale, incluzând în preț costurile suportate de el și, în același timp, bazându-se pe puterea de cumpărare a clientului căruia își adresează serviciile.

La Criozone, prețul unei ședințe este de 60 lei iar abonamentul care include 10 ședințe costă 500 lei. Analizând prețurile altor firme care furnizează servicii similare, am concluzionat că aerocrioterapia CrioZone are unele dintre cele mai mici prețuri. La clinica Darsis din Oradea, (aerocrioterapie locală) prețul unei ședințe este de 80 lei. În București, la Noblezza Beauty Lounge, pentru o ședință se plătește 150 lei. În Cluj, la salonul Signature of Beauty, pentru o ședință, clienții ar trebui să plătească 120 lei.

- **Promovarea serviciilor** implică o totalitate de eforturi de comunicare realizate de către prestatori sau agenți de comunicare (agenția de publicitate). Aceștia vizează transmiterea unor mesaje care să informeze clienții potențiali și alte categorii de public despre serviciile sale. Unica problemă în promovarea serviciilor este legată de intangibilitatea acestora. Este mai greu să faci promovarea unui serviciu pe care clientul nu îl poate vedea sau atinge. În acest caz este nevoie de un efort suplimentar pentru a-l face pe client să creadă în beneficiile aduse de serviciul respectiv.

La Criozone, s-a făcut promovare prin conceperea unor pliante și distribuirea lor la sala de fitness Gym Mar Strong din Oradea și prin publicarea unui articol pe ebioreanul.ro. Acest efort de promovare s-a dovedit a fi insuficient.

- **Plasament (distribuție).** Spre deosebire de promovarea produselor care implică „împingerea” acestora către client, promovarea serviciilor implică aducerea clienților la prestator. În acest caz, există o strânsă legătură între distribuție și promovare. Serviciul nu poate circula ca un produs material, atragerea clientului potențial fiind posibilă prin stimularea și, mai ales, informarea acestuia despre caracteristicile serviciului, aceasta fiind una dintre sarcinile promovării – să informeze. O metodă de distribuție în servicii ar fi distribuția punctelor de servire în apropierea clienților, în zonele de consum, de locuire, de muncă, de distracții. În Oradea, majoritatea acestor zone se află în centrul orașului. CrioZone, însă, nu este localizat în centru. Acest fapt ne duce la concluzia că, potențialii clienți ar putea fi atrași să beneficieze de criosaună doar printr-o bună promovare a acestui serviciu.

## 6. Cercetarea de marketing pentru Societatea cu Răspundere Limitată Criozone Planul cercetării

**Scopul cercetării:** de a promova afacerea, un domeniu nou din punct de vedere tehnologic și lărgirea cunoașterii pieței și a consumatorilor.

**Obiectivele cercetării:**

1. Promovarea de marketing a afacerii
2. Culegerea mai multor informații despre domeniul de activitate al firmei
3. Identificarea caracteristicilor clienților
4. Scoaterea în evidență a determinantilor comportamentului clienților

5. Deducerea unor strategii, instrumente de marketing
6. Studiarea atitudinii față de preț.

### **Ipotezele cercetării:**

1. Prețul este determinantul principal al clienților
2. Clienților le este frică de asemenea servicii

**Variabile:**cele care se desprind din întrebări:gen, tipuri de emoții, motive, observații.

**Metode de cercetare:**Cercetarea de marketing presupune combinarea mai multor metode de cercetare care, în ansamblu, aduc un rezultat mai productiv. Metodele de cercetare folosite sunt:

- Cercetarea surselor secundare (documentarea de la bibliotecă și site-uri web)
- Observarea la fața locului precum și testarea terapiei prin frig
- Interviu cu operatorul criosaunei
- Ancheta, bazată pe un chestionar online ce are rol de cercetare și, în același timp, de promovare a criosaunei.

### **Concluzii:**

Cercetarea încă este în derulare dar, totuși, putem formula niște concluzii în urma cercetării.

Până la etapa actuală a cercetării, respondenții au manifestat frică în legătură cu terapia prin frig, unii au asociat-o cu moartea. Un număr destul de considerabil au simțit că ar putea pași peste frică, declarându-se provocați să încerce.

Majoritatea respondenților sunt de acord că frigul poate fi benefic pentru sănătate, nu au încercat până acuma terapia prin frig, nici nu prea sunt prieteni cu frigul dar sunt dispuși să facă o primă încercare.

Din răspunsurile colectate rezultă că o sursă puternică de informare sunt rețelele de socializare, TV și radio. Mulți dintre respondenți anume de acolo au aflat despre terapia prin frig.

Toate beneficiile pe care le aduce criosauna s-au dovedit a fi importante pentru respondenți și anume: buna funcționare a organismului, îmbunătățirea metabolismului, prevenția sau stoparea bolilor, restabilirea musculară după efort fizic intens, controlul greutateii, tinerețea tenului. Mai puțin preocupați sunt de îmbătrânirea celulelor organismului.

Când au fost întrebați despre motivele din care ar face criosaună, majoritatea respondenților au susținut că din curiozitate s-ar decide la această terapie. Iar motivul pentru care până acuma nu au făcut acest procedeu este că pur și simplu nu știau că există.

Recomandarea unui medic s-a dovedit a fi mai importantă decât părerea unui prieten care deja a încercat criosauna.

Prețurile li se par respondenților a fi mari ci nu foarte mari, și într-un procent mai mare respondenții susțin că s-ar decide la o primă încercare.

Cercetarea derulată și-a atins scopul principal care a fost stabilit inițial. Domeniu acesta nou și anume întreținerea corporală prin criosaună a devenit obiect de cunoaștere pentru respondenți. Ei deja sunt familiarizați cu beneficiile și modul de acționare a acesteia asupra organismului uman. În același timp, prin cercetare, am promovat respectivul domeniu, unii respondenți au lăsat date de contact și sunt dornici de informații suplimentare.

## **7. Recomandări pentru firmă.**

În urma cercetării realizate, atât asupra afacerii, cât și asupra consumatorilor, am decis să venim cu câteva recomandări pentru Criozone pe care le vom împărți în 4 secțiuni:

- a. Îmbunătățirea informației și a comunicării cu clienții.
- Îmbunătățirea informației atât din punct de vedere cantitativ, cât și din punct de vedere calitativ;

- Cantitativ, adică prin livrarea informației mai consistente care să cuprindă absolut tot ce e nevoie să cunoască un client în legătură cu terapia prin frig.
  - Calitativ, adică informația să nu cuprindă doar termeni de specialitate pe care majoritatea clienților o vor percepe mai greu, ci să fie mai simplistă, mai coerentă, mai adecvată, mai sintetizată. Însăși termenul de „aerocrioterapie” reprezintă o barieră în calea clientului spre cunoaștere. Sugerăm ca acest termen să fie înlocuit cu „crioterapie”.
- Îmbunătățirea comunicării cu clienții care, după sugestia noastră ar trebui realizată prin:
    - lucru asupra prezenței online și anume, îmbunătățirea site-ului web și a paginii de facebook prin postarea cu regularitate a unor poze, mini video, recenzii impresii, curiozități.
    - îmbunătățirea pliantelor prin simplificarea și adecvarea lor, în care pentru o credibilitate mai mare ar putea fi incluse interviuri cu clienții, imagini de la fața locului, recomandări ale experților din domeniu.
    - la fel, ar fi de impact prezența pe instagram, youtube, în cadrul unor evenimente.
    - toate aceste instrumente de promovare ar putea fi purtătoare de oferte, promoții și concursuri.
- b. Dezinhizarea clienților prin:
- informare și explicare pe înțeles a modului de funcționare și a efectelor care nu pot aduce nici o daună sănătății umane prin conceperea unui nou model de pliant, de exemplu.
  - mărturii și testimoniale ale clienților beneficiari. Acestea pot fi incluse în pliante, postările de pe site sau facebook precum și sub formă de video pe youtube sau instagram.
  - sfaturi sau recomandări cu un grad de credibilitate mai înaltă oferite de medici, antrenori sport, experți din domeniu. CSM-ul merge regulat la Criozone pentru recuperare după meciuri. O poză cu echipa întreagă făcând terapie prin frig la fel ar fi de impact.
- c. Îmbunătățirea eforturilor de vânzare și țintirea cât mai exactă a categoriilor de clienți.
- Aici sugerăm alcătuirea de baze de date cu clienți care s-au arătat oarecum interesați de domeniu.
- d. Abordarea de marketing care s-ar referi la conceperea planului de marketing care, în același timp, ar presupune alocarea unui buget ce va asigura buna implementare și aplicare a planului respectiv.

## 8. Concluzii:

**Crioterapia - frică sau oportunitate?** În urma documentării, cercetării și analizării detaliate a acestui capitol din domeniul de întreținere corporală am constatat pentru mine, în primul rând, utilitatea pe care o poate aduce criosauna. Este un remediu universal împotriva multor afecțiuni dar în același timp o sursă de efecte preventive și benefice asupra organismului uman. Aș vrea foarte mult ca acest fapt să fie conștientizat de cât mai multe persoane care, după cum s-a demonstrat, nu știau de existența criosaunei.

Frica este un defect care poate fi anihilat prin informare. Dese ori se întâmplă ca frică să fie provocată de neștiință. Distrugerea preconcepțiilor referitoare la frig ar spori atractibilitatea serviciilor respective. Acest obiectiv poate fi atins prin informarea cantitativă și calitativă a consumatorilor.

Ca rezultat al informării consumatorului, afacerea Criozone ar deveni o adevărată oportunitate. Pentru însăși afacerea, consumatorii informați ar fi o oportunitate de dezvoltare și obținere de profit. Iar pentru clienții informați, criosauna ar deveni o oportunitate de a-și îmbunătăți starea de sănătate al propriului organism.

## Referințe bibliografice:

1. Christophe Hausswirth Julien Louis, *Effects of Whole-Body Cryotherapy*, 2011
2. Coita, D.C., *Marketingul serviciilor*, Editura Universității din Oradea, 2011
3. Coulson M., *The fitness instructor`s handbook*, A & C Black Publishers Ltd, London, 2007
4. Ielics Brigitte, *Consumatorii și piața*, Ed. De Vest, Timișoara
5. Moran. A.P. , *Sport and Exercise Psychology*, Psychology Press, 2012
6. Sost. L.Z. Grossman *Zhivaya voda.*.- Minsk//Paradoks.-1998.
7. [https://www.academia.edu/16562329/Introducere %C3%AEn metoda logia cercet%C4%83rii calitative](https://www.academia.edu/16562329/Introducere_%C3%AEn_metodologia_cercet%C4%83rii_calitative)
8. <https://criosaunaiasi.ro/ce-este-crioterapia-intregului-corp-criosauna/>
9. <http://criozone.ro/>
10. <https://www.noblezza.ro/tratamente/criosauna/>
11. <http://dccoita.blogspot.ro/search?q=+modelul+7+i>
12. <http://estetpro.ro/proceduri/criolipoliza-cooltech>
13. <http://www.darsis.ro/#>
14. <http://www.salonsignaturecluj.com/>

Anexă.

## Structura chestionarului

### **Sauna cu abur rece- Terapia prin frig**

#### **Sănătate.Frumusețe, Recuperare după efort. Poftă de viață...**

1. Genul dvs.
  - feminin
  - masculin
  
2. Sunteți:
  - Angajat în sectorul public
  - Angajat în sectorul privat
  - Antreprenor / patron
  - Casnic(ă)/ Șomer
  - Profesionist independent (avocat, arhitect etc.)
  - Elev / student
  - Sportiv
  - altele
  
3. De unde ați aflat pentru prima oară de aerocrioterapie (terapia prin frig)?
  - Din presă / reviste / emisiuni radio / TV/ rețele de socializare
  - De la alți beneficiari
  - De la medicul meu
  - De la antrenorul / instructorul meu de fitness
  - De la cosmeticiana mea
  - Am văzut la hotel
  - Altele
  
4. Cât de prieten sunteți cu frigul?
  - ocazional sau frecvent fac duș cu apă rece
  - ocazional sau frecvent fac duș scoțian (alternativ cald-rece)
  - fac baie în zăpadă (mai ales dezbăcat :))
  - fac baie în apă rece
  - nu pierd nici o iarnă fără o baie la copcă :)
  - nu sunt deloc prieten cu frigul
  - altele
  
5. Sunteți de acord cu afirmația „Frigul poate avea efecte benefice asupra organismului.”?
  - Dezacord total
  - Acord total

### **Câteva informații despre terapia prin frig (aerocrioterapie)**

Aerocrioterapia (prescurtat, ACT) este terapia prin frig, cu vapori de azot lichid. Această terapie are loc într-o cabină numită „criosaună”, în care clientul stă maxim 3 minute. Vaporii de azot creează un FRIG USCAT și UȘOR SUPORTABIL de către organismul uman,

Cei care se recuperează după fracturi sau eforturi musculare susținute, sportivii, în mod special, apelează frecvent la criosaună. Fotbalistul Cristiano Ronaldo are chiar la el acasă o criosaună

În Oradea astfel de servicii se prestează la CrioZone de pe strada Horea nr. 31 (lângă magazinul BB Up)

6. Dvs cu ce asociați cuvântul „criosaună”?  
Ce vă vine în minte în legătură cu acest termen?
7. De câte ori până acum ați făcut criosaună?  
 De două sau mai multe ori  
 Am încercat o dată  
 Încă nu am făcut  
 Nu am făcut din motive medicale
8. Cât de mare este probabilitatea de a face criosaună în viitor?  
 Foarte puțin probabil      1   2   3   4   5      Foarte probabil
9. Ce emoții vă trezește gândul că ați putea fi expuși la temperatura de -180°C?  
 Deoarece aerocrioterapia se face la temperaturi de până la - 180°C, unii oameni încearcă sentimente diferite... Dvs. ce sentimente încercați?  
 indiferență  
 neliniște  
 senzația de provocare  
 disconfort  
 mândrie  
 fericire  
 confort  
 siguranță  
 precauție  
 frică  
 altele
10. Pe dvs., în special, cât de mult vă preocupă...?  
 Buna funcționare a organismului  
 Nu mă preocupă deloc  
 Îmbunătățirea metabolismului  
 Știu că este important dar nu mă preocupă  
 Prevenția sau stoparea unor boli  
 Știu că este important și mă preocupă  
 Îmbătrânirea celulelor propriului organism  
 Restabilirea musculară după efort fizic intens  
 Controlul greutateii și remodelarea corporală  
 Tinerețea și prospețimea pielii și tenului
11. Aș face criosaună pentru:  
 a fi mai sănătos/sănătoasă  
 a slăbi  
 a avea un ten mai revigorat  
 a mă recupera după efort fizic  
 a scăpa de celulită  
 a fi în pas cu tehnologiile utilizate de sportivii de performanță  
 a stopa evoluția unor boli  
 din curiozitate  
 altele
12. În ce măsură ați fi motivat să profitați de criosaună dacă v-ar recomanda un prieten avizat?

În foarte mică măsură      1   2   3   4   5      În foarte mare măsură

13. În ce măsură ați fi motivat să profitați de criosaună dacă v-ar recomanda un medic?

În foarte mică măsură      1   2   3   4   5      În foarte mare măsură

14. Până acum nu am mers la Criozone să fac aerocrioterapie pentru că:

- nu știam că există
- sunt pesimist în legătură cu aceste servicii
- prețul este prea mare
- este departe
- îmi este frică
- consider că nu am nevoie
- nu știam ce beneficii are aerocrioterapia
- nu am timp
- nu am cu cine să merg
- nu mă interesează
- altele

15. Prețurile la Criozone mi se par...

La Criozone o ședință de criosaună costă 60 lei, abonamentul cu 10 ședințe 500 lei. Mie, aceste prețuri mi se par...

Foarte mari      1   2   3   4   5      Foarte bune

16. În ce măsură ați fi dispus să faceți o primă încercare?

În foarte mică măsură 1   2   3   4   5      Sigur voi merge

Observații, comentarii

Dacă sunteți interesat de temă, aveți observații, comentarii, sugestii, aici este locul să le scrieți. Vă mulțumim anticipat.

Doriți informații suplimentare?

Dacă vreți să beneficiați de o primă ședință de criosaună, scrieți aici o adresă de email sau un număr de telefon și vă vom contacta pentru o programare.

Am ajuns la final

Vă mulțumim pentru străduința de a completa acest chestionar. Nu uitați să apăsați butonul albastru Submit / Trimiteți.



# ROMÂNIA UNA DINTRE CELE MAI COMPETITIVE DESTINAȚII GLOBALE PENTRU OUTSOURCING

## ROMANIA, ONE OF THE MOST COMPETITIVE GLOBAL DESTINATIONS FOR OUTSOURCING

**Daniela Moisei (Popovici)**

Masterand IBA anul I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: [pop\\_ela2006@yahoo.com](mailto:pop_ela2006@yahoo.com)

**Abstract:** *Nowadays competitiveness and challenges push companies to redefine their business strategies. As a business strategy, outsourcing was first recognised in 1989. Usually, this was done as a cost cutting measure and over the course of time has become an integral part of international business economics. When considering relocation, the main concern for companies is the trade-off between cost and quality. Romania, from an incipient market in 2005 has blossomed into a mature Business Process Outsourcing location of choice. Due to its favourable operating conditions and enhanced connectivity, investment in the Romanian market is ongoing, despite the annual salary inflation, which most of the times tightens the cost margins of the investors.*

**Key words:** outsourcing; offshoring; shared services; globalization

**JEL Code:** F19; F630

### 1. Introducere

Fenomenul de outsourcing a apărut în România în anii 1990, în domenii precum serviciile de recrutare, juridice, IT, contabilitate. Zece ani mai târziu multinaționale din IT externalizau servicii către subsidiarele locale. După aderarea la Uniunea Europeană acest sector a avut o creștere continuă, ca răspuns la nevoile pieței. Evoluția spectaculoasă a acestui sector s-a datorat echilibrului între costuri și calitatea serviciilor oferite, cât și calităților lingvistice ale angajaților.

În prezent România ocupă locul doi în Europa Centrală și de Est, după Polonia, din punct de vedere al atractivității pentru marile companii internaționale care își externalizează serviciile de business, potrivit unui studiu CBRE, locul unu în lume potrivit clasamentului "Where in the world?" realizat de Cushman&Wakefield.

În această lucrare vom vedea motivele pentru care companiile preferă țara noastră și care sunt domeniile de activitate al serviciilor externalizate.

### 2. Ce este outsourcingul –definiție

**Outsourcing** –outside resourcing-a procura din exterior, termen utilizat în limbajul economic pentru a defini recurgerea la surse externe în vederea dezvoltării întreprinderii, care în mod normal își utilizează resursele interne. Fenomenul este cunoscut și sub termenul de "offshoring".

Conceptul se referă la transferul anumitor procese operaționale din cadrul unei companii, de obicei companii din țări foarte dezvoltate către un furnizor specializat extern, localizat de cele mai multe ori în țările în curs de dezvoltare care oferă un potențial uman la costuri mult mai reduse."Noua formă de schimb datorată inovației tehnice oferă aceleași câștiguri"(Heyne,2011).

Figura nr.1 Procesul de externalizare



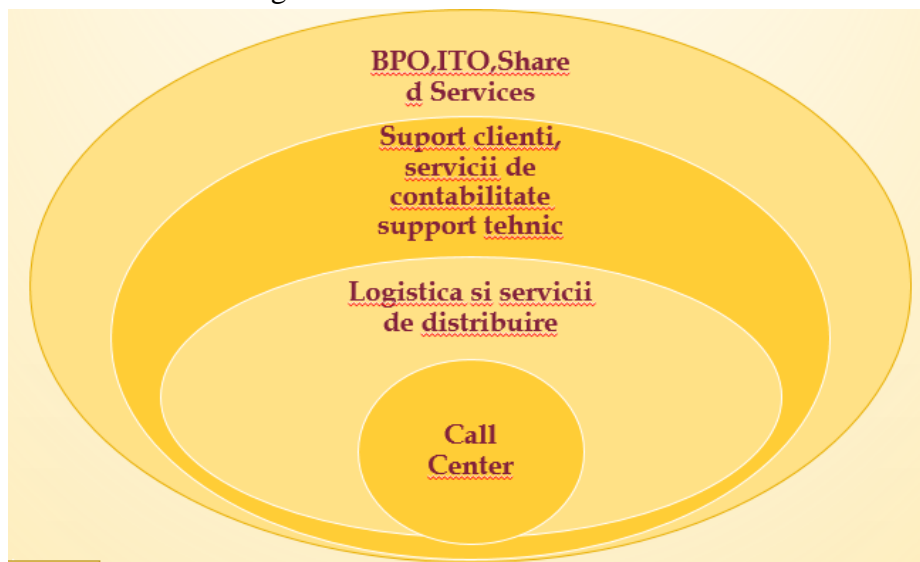
Sursă: realizat de autor pe baza definiției

### 3. Serviciile externalizate

Principalele sectoare pe care și-au concentrat atenția marii investitori sunt :

- Centrele de Business care includ: Relații clienți; Suport Clienți; Servicii de contabilitate; Centru de apel; Marketing on-line
- IT: Dezvoltare și mentenanță aplicații; Suport tehnic; Infrastructură IT; Creare software; Mentenanță site-uri și baze de date

Figura nr. 2 Serviciile externalizate

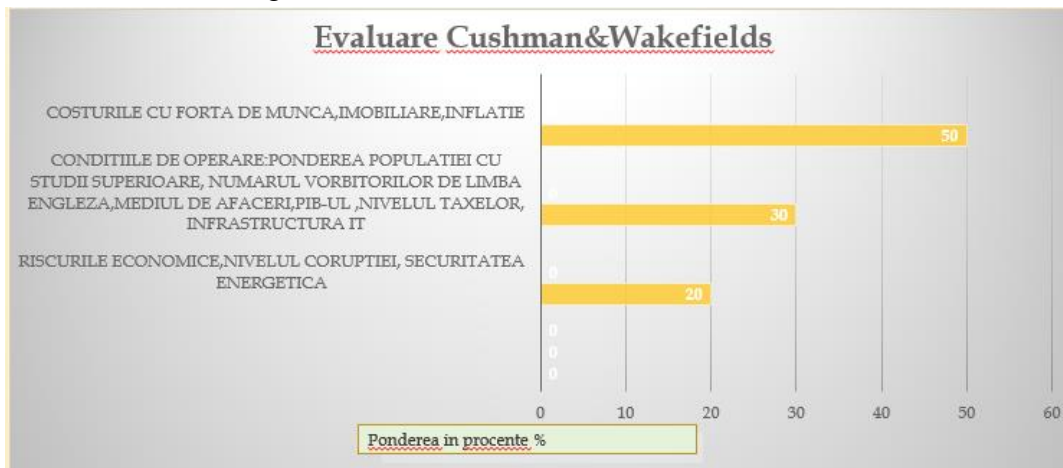


Sursă: realizat de autor

### 4. Factorii decisivi care determina locația

România oferă un întreg ecosistem companiilor care vor să reloce serviciile de business datorită mediului care oferă un echilibru perfect în raportul cost/ calitate, cât și numărului de tineri care vorbesc mai multe limbi străine. Numai în cursul anului 2016, numărul de angajați din sector a înregistrat o creștere de 10%.

Figura nr.3 Ponderea factorilor decisivi



Sursă: realizat de autor pe baza datelor analizate de raportul Cushman&Wakewfield

Potrivit clasamentului „Where in the World?” realizat de Cushman&Wakefields România e cea mai atractivă și competitivă piață pentru externalizare. În realizarea acestui index s-au analizat următoarele aspecte:

**Costurile cu forța de muncă** au o pondere de 50% în decizia finală în procesul de relocare. Chiar dacă s-a observat o ușoară creștere a salariilor care evoluează proporțional cu cererea, tot nu ajung la nivelul țărilor din Vest.

Un factor important îl reprezintă cheltuielile cu spațiile pentru birouri. Datorită dezvoltării imobiliare România poate să ofere spații moderne la prețuri mici față de multe alte țări Europene.

**Condițiile de operare** au o pondere de 30% potrivit indexului Cushman&Wakefields. Având în vedere că activitățile se derulează pe internet o mare importanță s-a acordat Infrastructurii de internet. Dispunem de o bună infrastructură de internet de mare viteză **57.7** de Mbps cea mai mare din Europa, locul 6 la nivel mondial. Avem mai mulți ingineri pe cap de locuitor decât SUA, India, China sau Rusia.

**Cunoașterea limbilor străine**- afinitățile culturale cu valorile Europene și stăpânirea mai multor limbi străine pe lângă limba engleză, franceză, italiană, limba germană, maghiară face din România o piață ofertantă. Aproape 90% din angajați din industria externalizării vorbesc cel puțin două limbi străine.

**Absolvenți de studii superioare**- în fiecare an Universitățile din România furnizează 100.000 de absolvenți.

**Facilitățile oferite de banci** .

În ceea ce privește **conectivitatea**, numărul de zboruri care fac legătura nu numai cu Bucureștiul, ci și cu mai multe orașe regionale cu restul Europei a crescut semnificativ în ultimii ani.

### **Riscurile economice**

Chiar dacă România trece printr-o instabilitate politică acest lucru nu afectează în mod fundamental operațiunile de funcționare ale unui BPO, ponderea fiind de 20% în alegerea unei locații pentru externalizare.

Cele prezentate anterior sunt motivele pentru care țara noastră se află pe primul loc la nivel european și pe locul șase la nivel global în ceea ce privește numărul de specialiști IT raportat la totalul populației (raport A.T. Kearney's Global Services Location Index 2016).

## 5. Cei mai importanți investitori

Potrivit sursei CBRE s-a observat o creștere cu aproximativ 40% a outsourcingului în România în ultimii 4 ani. Peste 250 de companii activează în acest sector, implicând peste 100.000 angajați.

Centrele de Servicii de Business **BPO**- au raportat afaceri în continua creștere din 2011: Genpact România, Webhelp România, divizia de BPO a Accenture, Stefanini România, Xerox Business Services, Arvato Services, WNS Global Services România Sykes Enterprises Eastern Europe, și Telus International Europe.

**Contact center** (după nivelurile afacerilor rulate anul trecut) au avut afaceri în creștere continuă din 2012 încoace. Acestea sunt: Comdata Service, Computer Generated Solutions România, Xerox Business Services, Stefanini România, Webhelp România, Arvato Services, Sykes Enterprises Eastern Europe și Telus International Europe.

**IT:** Amazon, Microsoft, IBM, Oracle.

Figura nr.4 Repartizarea pe domenii



Sursă: CBRE cercetare

## 6. Concluzii

Datorită mediului economic favorabil, serviciile de outsourcing (servicii externalizate) prezintă din ce în ce mai mult interes pentru companiile care vor să își eficientizeze investițiile și să reducă nivelul cheltuielilor. Mai mult decât atât efectul de precedență înlesnește acest proces, România fiind o piață cu un capital uman deja format cu abilități dobândite în acest sector. Între două locații care oferă aceleași costuri investitorul o va alege pe cea care oferă personal calificat. Avem o imagine de buni specialiști IT, ca dovadă, cifrele din Figura nr.4 vorbesc de la sine. Faptul că facem parte din Uniunea Europeană facilitează unele proceduri legale și birocratice. Piața de externalizare continuă să se mențină dinamică la nivelul țării, o proporție majoritară a resurselor umane va fi în continuare implicată în acest sector, iar investițiile sunt preconizate a crește cu 6,3% până în anul 2019.

Pentru absolvenții de facultate, acest sector prezintă o oportunitate, un drum spre o carieră, în care te poți dezvolta rapid, industria din outsourcing angajează cei mai mulți absolvenți de facultate cu specializări din zonele: limbi străine, economie, IT.

## Referințe bibliografice

Paul Heyne, Peter Boettke, David Prichitko (2011), *Modul de gândire economică*, Editura, Bizkitt, pag.496

Paul R. [Krugman](#), Maurice [Obstfeld](#), [Mark Melitz](#) (2011) *International Economics*, ediția a noua, pag.736, Editura Prentice Hall

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/8/87/Foreign_language_learning_new_layout_updated.png)

[explained/images/8/87/Foreign\\_language\\_learning\\_new\\_layout\\_updated.png](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/8/87/Foreign_language_learning_new_layout_updated.png)

<https://www.investopedia.com/terms/o/outsourcing.asp/>

<http://www.cushmanwakefield.com/>

<https://www2.deloitte.com/us/en.html>

<http://www.economica.net/suntem-a-patra-cea-mai-mare-piata-de-outsourcing-din-lume--trei-ani-la-rand-de-crestere-pentru-cele-mai-mari-companii-locale>

<http://www.zf.ro/business-construct/studiu-romania-locul-doi-in-cee-dupa-polonia-pe-zona-de-outsourcing>

<http://www.outsourcingportal.eu/ro/barometrul-pietei-de-resurse-umane-din-România>

<http://www.forbes.ro/articles/cum-va-evolua-piata-de-outsourcing-2017-7532>

<http://www.outsourcingportal.eu/ro/oradea-in-topul-preferintelor-investitorilor-straini>

<https://www.pinmagazine.ro/categorie/tendinte-si-analize/>

# COMERȚUL ELECTRONIC ȘI INFLUENȚELE ACESTUIA ASUPRA VIETII ECONOMICE

## E-COMMERCE AND ITS INFLUENCES ON THE ECONOMIC LIFE

**Daiana Ioana RUS**

Masterand, AAIIMM, An II, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: daiana\_tirpe@yahoo.com

**Abstract:** *The main purpose of this paper is to present e-commerce and the effects it has on the economic life. By first presenting the concept of e-commerce, readers can get an idea about what e-commerce is. Then, by presenting the main types of e-commerce existent in the economic environment and in the global market we can identify the main purpose of an electronic transaction. After that, I presented, the advantages and disadvantages that the e-commerce has, and by this the reader can see how it affects the economic life.*

**Key words:** e-commerce; m-commerce; on-line business; global market

**JEL Code:** M16

### 1. Introducere

Am ales această temă de lucrare deoarece întotdeauna am fost interesată de toate componentele și substraturile sistemului economic, dar mai ales efectele pe care aceste elementele le au asupra participanților la viața economică.

Obiectivul acestei lucrări este de a pune în evidență importanța pe care comerțul electronic o poate avea asupra unei companii.

Trăind într-un secol dominat de rapiditatea derulării evenimentelor, de îmbunătățirea tehnologiei și a canalelor de comunicații, de accentuarea concurenței și apariția unor noi sectoare de afaceri, sistemul economic a suferit o multitudine de schimbări în ultimele decenii. Toate componentele sistemului economic, menționăm aici și companiile, nu au avut altă alternativă decât să se muleze după noile tendințe. Dacă în trecut avantajul competitiv al unei firme îl reprezenta capitalul fizic de care aceasta dispunea, în prezent lucrurile stau diferit; atingerea unor performanțe cât mai ridicate depinzând și de resursele nemateriale pe care aceasta le deține.

În contextul sistemului economic din zilele noastre, comerțul electronic al produselor companiei a căpătat o importanță deosebită pentru fiecare agent economic în parte, deoarece supraviețuirea în mediul economic actual este condiționată la un anumit nivel și de către acest factor.

Făcându-se tranziția de la un mediu economic bazat pe elementele materiale la cel dematerializat, utilizarea unor platforme online de vânzare și distribuție ridică o problemă importantă în materia de specialitate, stârnind interes atât din partea cercetătorilor cât și a organizațiilor mondiale.

Această temă analizează la modul general o diviziune a comerțului realizat de către o companie. Domeniul este relativ nou în România, deși în anul 2013 România a crescut cu 33% în acest domeniu, conceptul de comerț electronic este unul încă slab dezvoltat în condițiile unei economii de piață aflate în tranziție spre valorificarea intensă a bunurilor necorporale deținute de companiile românești.

## 2. Prezentarea conceptului de comerț electronic

Comerțul electronic sau e-comerțul și-a făcut simțită prezența la începutul anilor 1990, odată cu dezvoltarea platformei world wide web, cunoscută în zilele noastre sub denumirea simplă de Internet. Comerțul electronic adus de către Internet este poate una dintre cele mai mari realizări științifice a vremurilor noastre. În mediul de afaceri, comerțul electronic aduce o revoluție în sistemul circulator al bunurilor, mărfurilor și serviciilor. Acesta elimină condiționările de timp și spațiu, afectează comportamentul achizitiv, îmbunătățește circulația bunurilor, mărfurilor și serviciilor, poate crea avantaje competitive unei companii pe piață și de asemenea ajută la reducerea costurilor de operare și producție.

Comerțul electronic în sens, larg semnifică vânzarea și cumpărare de pe Internet a unor bunuri, mărfuri și servicii.

Una dintre cele mai bune definiții a comerțului electronic a fost făcută de către compania americană Automotive Industry Action Group: „Comerțul electronic reprezintă utilizarea unei tehnologii informatice avansate pentru a crește eficacitatea afacerilor și a relațiilor dintre partenerii de afaceri”:

## 3. Tipuri de comerț electronic

Clasificarea tipurilor de comerț electronic cea mai răspândită în zilele noastre, se face în funcție de natura tranzacțiilor sau interacțiunilor dintre participanți.

Distingem astfel următoarele tipuri de comerț electronic:

- *Business-to-Business (B2B)*, în cadrul acestui tip de tranzacție participanții sunt fie companii, fie alte organizații;
- *Business-to-Consumer (B2C)*, în cadrul aceste tranzacții participanții sunt, pe de o parte companii sau organizații, pe de altă parte consumatori individuali;
- *Business-to-Business-to-Consumer (B2B2C)*, în cadrul acestei tranzacții o companie pune la dispoziția unei alte companii produse și servicii, care la rândul său le comercializează mai departe, fără a adăuga un plus de valoare, unor consumatori individuali;
- *Consumer-to-Business (C2B)*, în cadrul aceste tranzacții un consumator individual pune la dispoziția unei companii produsele și serviciile acestuia spre comercializare;
- *Consumer-to-Consumer (C2C)*, în cadrul acestui tip de tranzacție participanții sunt consumatori individuali care pun la dispoziția altor consumatori individuali produsele și serviciile comercializate de către aceștia;
- *Peer-to-peer Applications*, în cadrul acestui tip de tranzacție, tehnologia permite ca și computerele legate în rețea să acceseze aceleași fișiere și să le proceseze în același timp;
- *Mobile Commerce* sau *m-commerce* are ca și caracteristică principală utilizarea dispozitivelor wireless pentru a realiza comerțul pe internet; m-commerce-ul mai este definit ca și totalitatea tranzacțiilor care nu au loc de acasă sau de la serviciu;
- *Intrabusiness e-commerce*, această categorie a comerțului electronic include totalitatea tranzacțiilor care au loc în cadrul unei companii, pentru a schimba bunuri, servicii sau informații cu totalitatea subdiviziunilor acesteia;
- *Business-to-Employees (B2E)*, această categorie reprezintă o subdiviziune a intrabusiness e-commerce-ului, prin care companiile livrează produse, servicii sau informații propriilor angajați;

- *Collaborative commerce*, în cadrul acestei tranzacții sunt prezenți mai mulți asociați ai aceleași companii, din regiuni geografice sau locații diferite care pot colabora în timp real la diversele proiecte în derulare;
- *Non-business e-commerce*, în cadrul acestei tranzacții organizațiile non-business precum, școlile, organizațiile non profit, organizațiile religioase pot comunica mai eficient îmbunătățindu-și astfel operațiile și serviciile oferite clienților,
- *Exchange-to-Exchange (E2E)*, acesta este un sistem formal ce conectează două sau mai multe schimburi între ele, cu acces deschis publicului larg;
- *E-government*, în cadrul acestei tranzacții o instituție guvernamentală cumpără sau furnizează bunuri, mărfuri, servicii și informații de la sau către diverse companii (G2B) sau consumatori individuali (G2C).

#### **4. Avantajele comerțului electronic**

E-comerțul aduce multiple avantaje atât mediului economic cât și consumatorilor finali. Aceștia din urmă beneficiază de capacitatea nelimitată de căutare, de posibilitatea comparației produselor cât și prețurilor, de necondiționarea în timp și spațiu a achiziției, cât și posibilitățile extinse de particularizare a produselor sau serviciilor ce se doresc a fi achiziționate. Transparența ce definește comerțul electronic, pune la dispoziția tuturor, informații prețioase despre calitatea și prețul unor produse sau servicii, de multe ori, acest fenomen traducându-se în prețuri mai reduse pentru consumatorii finali.

Prin intermediul comerțului electronic, micii producători și întreprinderile mici și mijlocii au acces facil pe piața globală, produsele și serviciile acestora ajungând mai ușor la consumatorii vizați. Tot acest rol de facilitare a comerțului, îl întâlnim în standardizarea proceselor de vânzare și cumpărare, fiind astfel posibil de a fi utilizat din orice colț al lumii.

Comerțul electronic permite intrarea pe piață a unor idei de afaceri sau produse inovative, care dacă până în prezent nu se pliau pe piețele disponibile la nivel local, acum au acces la comunitatea globală. Timpul de la apariția ideii, a produselor și a serviciilor, și până la comercializarea efectivă acestora se diminuează considerabil.

În cazul companiilor producătoare care își vând produsele pe Internet costurile acestora se diminuează. Ca și o regulă generală, o companie care vinde on-line, își va crește numărul de produse vândute, acest fenomen traducându-se în cost per unitate mai mic, deoarece costurile fixe se împart pe mai multe bucăți de produse. Prin intermediul comerțului electronic pot scădea și costurile cu pământul și forța de muncă. Fondatorul grupului Alibaba, Jack Ma, spunea într-un interviu că pentru a crește cu 10.000 numărul consumatorilor vizați acesta are nevoie doar de două servere.

Din punct de vedere social, am putea spune că e-commerce-ul, permite vânzarea unor categorii de produse mai ieftin. Datorită acestui fapt, persoanele cu un nivel salarial mai scăzut vor putea să aibă acces la aceste produse. Oamenii din țările în curs de dezvoltare și oamenii din zonele rurale au acces la unele produse și servicii care până în trecut erau indisponibile. Serviciile publice, educația, sănătatea și serviciile oferite de către instituțiile guvernamentale pot fi realizate la un cost redus sau îmbunătățite.

#### **5. Dezavantajele comerțului electronic**

Ca și dezavantaj principal al comerțului electronic putem menționa incapacitatea companiilor tradiționale de a se adapta la un nou mod de business. Aceștia pot găsi greu motivele pentru a intra pe piața online, li se pot părea dificile metodele de încasare și pot întâmpina probleme la procesele de returnare.



Din punct de vedere legal și fiscal, legile pentru funcționarea unui business online pot fi greoaie și pot intra în conflict cu legislația și regimul de taxare din țările diferite în care o companie își comercializează produsele sau serviciile.

Partea de resurse umane în cadrul acestei subdiviziuni de afacere ridică o problemă importantă deoarece nu sunt suficiente persoane disponibile pe diversele piețe de muncă, suficient de pregătite din punct de vedere profesional și cu cunoștințe în domeniile de design, grafică și programare software.

Datorită rapidității evoluării diverselor mijloace de software, platforme și dispozitive electronice utilizate în realizarea de comerț electronic, este greu pentru unele companii cu caracter tradițional să se păstreze pe piață.

Fraudele on-line care au vizat diverse companii de pe piață pot fi un factor ce crează reticență utilizatorilor. Chiar dacă aceste companii au un sistem bine implementat anti-fraudă, au existat situații în care atât companiile cât și consumatorii finali au fost afectați.

## 6. Concluzii

În urma prezentării comerțului electronic și ale efectelor pe care acesta le are asupra vieții economice putem concluziona următoarele idei:

- Comerțul electronic este în plină expansiune și poate deveni principala formă prin care consumatorii individuali își vor achiziționa produsele;
- Comerțul electronic poate reprezenta cheia de succes a unor afaceri;
- Prin intermediul comerțului electronic se facilitează accesul la anumite categorii de bunuri și servicii;
- Metodele de combatere a fraudelor on-line se îmbunătățesc continuu, însă companiile și cumpărătorii, nu pot avea garanții depline în siguranța tranzacțiilor on-line.

Consider că această lucrare și-a atins obiectivul și anume prezentarea comerțului electronic, ale tipurilor de comerț electronic existente, a avantajelor și dezavantajelor ce influențează mediul economic.

## Referințe bibliografice

Amir Manzoor (2010), *E-commerce- An Introduction*, Editura Lap Lambert Academic Publishing, Saarbrücken, pg 2, 23- 24

Zheng Qin (2010), *Introduction to E-commerce*, Editura Springer, Beijing, pg 4-9

Robert T. Plant (2000), *E-commerce- Formulation of strategy*, Editura Prentice-Hall PTR, Upper Saddle River, pg 23-29

Dan Vasilache (2004), *Plăți electronice- o introducere*, Editura Rosetti, București, pg 2-5

Daniel Iercan, platforma informatică pentru produse și servicii a Universității Politehnice din Timișoara, curs on-line, Comerțul Electronic, accesat la data de 08.11.2017

# COMPANIILE MULTINAȚIONALE ȘI EFECTELE LOR ECONOMICE

## MULTINATIONAL COMPANIES AND THEIR ECONOMIC EFFECTS

**Mădălina MEZE**

Masterand IBA anul I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: madalina\_mz@yahoo.com

**Abstract:** *This study is directed at the effects that multinational companies have upon economy, mainly through foreign direct investment. The method of study used is the analytical study. The conclusion we reached is that the effects on the economy can be both positive and negative, depending on the level of country development in which the foreign direct investment is aimed. Mainly, the outcomes are positive, by creating employment, bringing further technological progress and know-how to the host countries.*

**Key words:** Multinational company; integration; international economy; foreign direct investment; government; regulation.

**JEL Code:** F13; F15; F63.

### 1. Introducere

Motivul pentru care am ales această temă, a companiilor multinaționale, este pentru că prin corporații și extinderea lor dincolo de granițele unei singure țări s-a reușit o integrare profundă a economiei. Mecanismele economice acționează perpetuu și sunt într-o continuă dezvoltare, la care multinaționalele contribuie în mare măsură. Globalizarea, noile metode tehnologice de transport și de comunicare, precum și agenții economici formează un sistem bine legat, care acționează neîncetat; înglobând toate aceste componente, ajungem la definiția economiei internaționale.

Economia internațională s-a format prin globalizare, iar la baza acesteia stau companiile care au început să se extindă transnațional, organizațiile care au reușit, la nivel mondial, să liberalizeze comerțul, și guvernele care au constituit și sprijinit aceste politici de liber schimb. Companiile multinaționale nu numai că au ajutat creșterea economică, însă au facilitat, de asemenea, integrarea solidă a societății la nivel global.

### 2. Companiile multinaționale

Originea companiilor multinaționale și a structurii corporative datează încă din perioada medievală, însă au luat amploare între secolele 18 și 19 în Europa și America de Nord. Corporațiile au fost percepute inițial ca simple entități economice deservind un scop singular: profitul. În lumea modernă, pentru a supraviețui pieței și competitivității, multinaționalele trebuie să îndeplinească mult mai multe roluri decât cel de a mulțumi clientul. O firmă trebuie să servească expectanțele societății cu privire la etică corporativă, interes pentru mediul înconjurător și pentru problemele umanității.

Guvernele au jucat un rol important pentru corporații. Mai ales țările în curs de dezvoltare au înțeles că, pentru o creștere economică mai rapidă, este necesar să atragă investitori străini. Spre finalitatea aceasta s-au implementat reglementări favorabile pentru multinaționale, precum scutirea de taxe sau impozite.

Analizând efectele intrării unei multinaționale în economia domestică, întâmpinăm două aspecte distincte. În primul rând este efectul competitivității; aflându-se pe un sector bine cunoscut

de firmă, însă posibil neexploatat de țara gazdă, firma are avantajul know-how-ului și posibilitatea de a surclasa firmele de pe teritoriul gazdă, așadar compania multinațională devine o alternativă preferată în detrimentul producătorilor locali. În al doilea rând, apare efectul similar celui domino, care influențează furnizorii de materii prime: dacă cererea pentru produsele sau serviciile domestice scade, atunci scade, implicit, și cererea pentru materiile prime necesare producătorilor domestice (Lee Eddy, Vivarelli Marco, 2006).

Globalizarea economiei provoacă o creștere a interesului pentru investițiile străine directe. Întocmind o analiză din punct de vedere istoric a investițiilor directe, observăm o cantitate a investițiilor semnificativ mai mare direcționată spre țările în curs de dezvoltare. Acest fapt poate fi datorat unor motive ce se leagă. Companiile multinaționale sunt prima dată stabilite în țări dezvoltate din punct de vedere economic, infrastructural, ceea ce înseamnă că țările în care vor încerca să se extindă sunt cele în curs de dezvoltare. Acestea din urmă au costuri de producție mai reduse, forța de muncă fiind mai ieftină, ceea ce constituie încă un motiv pentru care țările slab dezvoltate prezintă un mediu favorabil pentru investiții.

Multinaționalele încep să aleagă pentru expansiune țările stabile din punct de vedere politic, care au adoptat politici de comerț liber, cu eventuale reglementări în favoarea investitorilor străini. Din punct de vedere economic, această expansiune poate fi avantajoasă, dar și dezavantajoasă pentru țările gazdă (Edwards Sebastian, September 1993).

În situația în care o țară gazdă primește investitori străini, cele mai importante aspecte ce aduc creșterea economică sunt asigurarea de capital, mijloace tehnologice și resurse manageriale necesare afacerii, care de altfel nu ar fi disponibile. Companiile multinaționale, care în general sunt bine cunoscute, pot dispune mai ușor de fonduri sau împrumuturi. Multinaționalele investesc de asemenea în pregătirea muncitorilor și perfecționarea acestora, care de cele mai multe ori implică noi metode tehnologice și utilizarea unor echipamente care nu ar fi fost altfel disponibile țării gazdă.

### **3. Investițiile străine directe**

Prin definiție, companiile multinaționale sunt entități ce își desfășoară activitatea pe suprafața a două sau mai multe țări. Investițiile străine directe sunt metoda exactă prin care corporațiile acționează în afara țării de proveniență.

O companie va alege investiția străină directă în detrimentul exportului în momentul în care exportul este dezavantajos din cauza costurilor de transport sau a tarifelor vamale. Investițiile străine directe sunt avantajoase și atunci când firma nu dorește să piardă controlul procedurilor specifice metodelor de producție sau secretele privitoare la logistică. Investițiile străine directe se pot face prin achiziția unei firme sau facilități de producție deja existentă, sau prin achiziția spațiului unde ulterior se construiește clădirea necesară producției.

Globalizarea poate fi definită printr-o serie de fenomene economice corelate, acestea fiind liberalizarea comerțului, privatizarea bunurilor și a firmelor, dezvoltarea tehnologică, investițiile străine directe sau integrarea piețelor de capital. Manifestarea acțiunilor globalizării puse în legătură cu crearea locurilor de muncă în mediul economic ne duce la mai multe concluzii.

Investițiile străine directe pot fi privite atât pozitiv cât și negativ din punctul de vedere al creării locurilor de muncă. După cum s-a constatat, țările vizate de către investitori sunt cele în curs de dezvoltare. Investițiile aduc creșterea comerțului, industriei, serviciilor și a locurilor de muncă. Unul dintre motivele pentru care companiile multinaționale caută țări în curs de dezvoltare este pentru că aici se găsește forță de muncă ieftină. Acesta este aspectul pozitiv al investițiilor, însă dacă luăm în considerare firmele mici și afacerile locale, constatăm că multinaționalele venite pot însemna o competiție nedreaptă. Totuși, sunt mai multe variante ce pot surveni: afacerile mici, domestice, pot falimenta din cauză că nu fac față competiției, caz în care locurile de muncă create de către multinaționale sunt balansate de cei recent rămași fără loc de muncă; în altă situație guvernul țării gazdă poate adopta politici prin care încurajează producția locală, așa încât să poată menține competitivitatea pe piață (Chun Zhu Susan, Trefler Daniel, 2005).

Așadar, nu putem afirma că impactul globalizării prin investițiile străine directe au mereu un impact pozitiv sau negativ. Descoperim fluctuații în funcție de circumstanțele distincte pe care le prezintă fiecare situație în parte; variabilele care trebuie luate în considerare sunt în număr prea mare și prea variat pentru a singulariza concluzia.

### 3.1 Cemex

Exemplul firmei mexicane Cemex oferă perspectivă asupra investițiilor străine directe. Executând inițial doar operațiuni în cadrul țării de origine, firma a început să depisteze oportunități dincolo de frontieră. Înainte de a se lansa pe piața mondială, Cemex avea deja o producție eficientă și o atenție deosebită pentru necesitățile clienților. Compania a dorit să diminueze dependența de piața pentru materiale de construcții mexicană, aceasta fiind caracterizată de o cerere volatilă. Realizând că țările în curs de dezvoltare au o nevoie semnificativă de materiale de construcții, și fiind siguri pe abilitățile companiei în serviciile oferite, Cemex a decis începerea expansiunii internaționale. Compania a început prin achiziția firmelor producătoare de ciment din țările în curs de dezvoltare, precum Indonezia, Filipine sau Venezuela, ulterior cumpărând și două fabrici nefuncționale în Spania. Având parte de succes în aceste investiții, compania decide să continue extinderea internațională în țările dezvoltate (<https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/CaseDocs/09%20039%20CEMEX%20%20Lessard.pdf>). În prezent, Cemex se află printre cele mai mari companii producătoare de ciment din lume, cu venit net de 75 milioane de dolari în 2015 (<https://www.cemex.com/>).

Cemex alege să facă achiziția firmelor de ciment deja existente, implementând propriile metode de producție și distribuție. Investind în țările în curs de dezvoltare și împărtășind know-how-ul, compania ajută economia acestor țări și creează locuri de muncă. Un aspect important este că ridică nivelul muncitorilor prin training-uri și le oferă perspectivă asupra unor noi metode, mai eficiente, de producție.

### 3.2 Intel

Compania tehnologică de componente pentru calculatoare, Intel, decide să investească în Costa Rica în 1997. Hotărârea a fost luată deoarece Costa Rica este o țară în curs de dezvoltare, guvernul scutește de taxe companiile multinaționale ce respectă anumite reglementări, se află într-o zonă de liber schimb, are o scenă politică stabilă și oferă avantaje ale localizării.

Una dintre schimbările majore pe care investiția străină directă a adus-o economiei din Costa Rica a fost crearea a peste 2000 de locuri de munca în 2 ani. Compania a investit de asemenea în formarea și perfecționarea angajaților. Un alt efect pe care investiția Intel l-a avut a fost asupra furnizorilor locali. Fabrica de microprocesoare ajută și la dezvoltarea comerțului internațional, ce crește rata exportului cu peste 10% în decursul a 2 ani (Felipe Larraín, Luis F. López-Calva, Andrés Rodríguez-Clare, 2000)

Putem constata că, în acest caz, investiția străină directă a avut un impact pozitiv asupra economiei din Costa Rica. Nu numai că Intel a creat locuri de muncă pentru populație, însă a ajutat și furnizorii gazdă, prin corelare.

### 3.3 Unilever

Fiind o companie creată atât de devreme în lumea modernă, Unilever a avut timp să se adapteze rapid la orice nouă și dificultate întâmpinată. Organizațiile mondiale ca Acordul General pentru Tarife și Comerț, Organizația Mondială a Comerțului, Uniunea Europeană, Organizația Națiunilor Unite, au facilitat integrarea economică a multinaționalelor, creând un mediu propice pentru dezvoltare și expansiune pe toată suprafața globului. Guvernele țărilor care doresc să atragă investitori oferă subvenții și adoptă reglementări în favoarea multinaționalelor, tocmai pentru a facilita aceste investiții.

Drept exemplu, în anul 1911, în zona Congo-ului Belgian, firmei Unilever, pe atunci cunoscută ca Lever Brothers și care se ocupa cu producția de săpun, i-a fost concesionat de către guvern un teren cu plantație de palmieri, utilizați pentru recoltarea uleiului, necesar fabricării de săpun; guvernul colonial a văzut o oportunitate pentru a atrage noi mijloace tehnologice și crearea unor locuri de muncă în teritoriu, ceea ce urma a fi doar începutul dezvoltării economice în zonă (Jones Geoffrey, 2010).

Achiziția Companiei Africa Unită de către Unilever în anul 1930 dă dovadă de o strategie de integrare verticală pe care Unilever o abordează. În acest fel, producția și transportul produselor este controlată de aceeași firmă. Acest exemplu ne arată cum, prin intermediul unei companii multinaționale, se realizează integrarea economică a diferitelor părți geografice. Unilever reușește mobilizarea capitalului și a forței de muncă dincolo de granița țării în care își are sediul principal. Aspectele economice, tehnologice, sociale și politice sunt interconectate în activitatea corporației (Chandler Jr Alfred D., Mazlish Bruce, 2005).

#### 4. Concluzii

Companiile multinaționale reprezintă, în mod evident, un liant în economia internațională. Se crede că în cele mai multe cazuri investițiile străine directe au un impact pozitiv asupra țărilor gazdă, prin infuzia de capital, know-how, locuri de muncă, tehnologie și infrastructură. Cu toate acestea relația aceasta transfrontalieră poate aduce și aspecte negative, precum competitivitate crescută față de afacerile locale. În ceea ce privește întrebarea dacă multinaționalele au un impact pozitiv sau negativ, nu există un răspuns concret, deoarece acționează pe prea multe planuri pentru a se putea oferi o singură variantă, însă ceea ce este sigur e importanța majoră pe care aceste companii le au ca agenți economici în mecanismul internațional.

#### Referințe bibliografice

- Chandler Jr Alfred D., Mazlish Bruce, *Leviathans. Multinational Corporations and the New Global History*, Cambridge University Press 2005
- Felipe Larraín, Luis F. López-Calva, Andrés Rodríguez-Clare; *Intel: A Case Study of Foreign Direct Investment in Central America, 2000*
- Jones Geoffrey, *Multinational Strategies and Developing Countries in Historical Perspective*, Harvard Business School, Working Paper 10-076, 2010
- Chun Zhu Susan, Trefler Daniel, *Trade and inequality in developing countries: a general equilibrium analysis*, Journal of International Economics Vol. 65, 2005
- Lee Eddy, Vivarelli Marco, *The Social Impact of Globalization in Developing Countries*, 2006
- Edwards Sebastian, *Openness, Trade Liberalization, and Growth in Developing Countries*, Journal of Economic Literature Volume XXXI, September 1993
- <https://mitsloan.mit.edu/LearningEdge/CaseDocs/09%20039%20CEMEX%20%20Lessard.pdf>
- <https://www.cemex.com/>

# ROMANIA ÎN CONTEXTUL COMERȚULUI INTERNAȚIONAL

## ROMANIA IN INTERNATIONAL TRADE CONTEXT

**Cristina-Adela NEAGU**

Masterand IBA anul I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: cristina.neagu07@gmail.com

**Abstract:** *This paper analyzes the position of Romania in the international trade context, focusing on the opportunities of the country in the agricultural sector. The European Union had and still has an important contribution in developing the productivity of the Romanian agricultural sector. The analysis methodology is based on economic articles that illustrate the past, present and future conditions for making business. The statistical data are extracted from specialized data bases, from other paper works and from books written by academic authors.*

**Key words:** accession; European Union; exports; international trade; non-accession;

**JEL Code:** F1, F18

### 1. Introducere

Economia actuală se prezintă sub aspectul globalizării, legăturilor strânse dintre state și a interdependenței dintre ele. Tehnologia avansată și distribuția inegală a resurselor, conducând la dorința creării unei singure piețe globale. Astfel, la nivel mondial, în prezent, se pot identifica numeroase instituții internaționale care au ca scop coordonarea și dezvoltarea statelor, pentru a armoniza legăturile economice și politice dintre ele. În plus, taxele vamale s-au negociat atât de mult încât s-a ajuns la reducere semnificativă și chiar la eliminarea lor. Cea mai complexă relație economică internațională s-a dezvoltat între statele europene, stabilindu-se o piață unică, numită Uniunea Europeană.

În această lucrare se prezintă rolul Uniunii Europene în dezvoltarea sectorului agricol românesc, un sector cu un potențial ridicat, din punct de vedere al caracteristicilor naturale ale țării, dar căruia îi lipsea eficientizarea prin tehnologizare, dezvoltarea capacității de producție și infrastructura pentru a facilita distribuția. Am ales trei tipuri de cereale cultivate în România și am comparat costurile de producție și prețurile de vânzare înainte și după aderare. Rezultatele economice generate de produsele selectate s-au îmbunătățit odată cu aderarea la Uniunea Europeană.

### 2. Sectorul agricol românesc în contextul aderării la Uniunea Europeană

Cu o suprafață de 238 391 km<sup>2</sup>, din care 61.3% reprezintă teren arabil și 28.3% teren acoperit de păduri, România este caracterizată de cinci regiuni bio-geografice: continentală, alpină, pontică, stepică și panonică. Zonele rurale reprezintă 87.1% din suprafața țării. Luând în considerare cele prezentate mai sus, condițiile climatice și fertilitatea solului, se poate afirma că România este o țară un potențial agricol ridicat (<http://www.madr.ro/docs/dezvoltare-rurala/programare-2014-2020/PNDR-2014-2020-versiunea-aprobata-26-mai-2015.pdf>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017)

România a fost recunoscută la nivel mondial pentru rezultatele agricole din trecut, inclusiv în perioada regimului comunism. Chiar dacă posibilitatea ca rezultatele agricole raportate să fie

eronate, este destul de mare, nu ne putem îndoi de avantajul comparativ al României în raport cu țările europene. Deficiențele acestui sector sunt reprezentate în primul rând de lipsa echipamentelor specializare, a tehnologiei și a infrastructurii.

Așadar, este nevoie de investiții consistente pentru a dezvolta acest sector, pentru a funcționa la adevărată sa capacitate. Contribuția sectorului agricol la PIB-ul României nu este de neglijat. Din acest motiv, odată cu aderarea României la Uniunea Europeană, odată cu ajutoarele financiare primite, a crescut și valoarea investițiilor în sectorul agricol. Uniunea Europeană, conștientă de capacitatea și avantajul României în acest domeniu, dar și de nivelul scăzut al productivității rezultat din lipsa automatizărilor, echipamentelor și infrastructurii, a finanțat cu fonduri nerambursabile dezvoltarea zonelor rurale.

Procentul forței de muncă din agricultură depășește media europeană. Acest lucru se traduce printr-un nivel scăzut al educației, dar și printr-o populație îmbătrânită și vulnerabilă. Din această cauză, capacitatea de a atrage investiții este foarte scăzută. În 2012, doar 2.5% din totalul fermierilor din România aveau pregătire în domeniul agricol, procent foarte scăzut în comparație cu alte țări europene (Zanvetor Raffaella, *The importance of agri-food sector in Romania Economy*, SEA- Practical Application of Science, Vol II, issue 3 (5)/2014, disponibil on-line la adresa [http://sea.bxb.ro/Article/SEA\\_5\\_98.pdf](http://sea.bxb.ro/Article/SEA_5_98.pdf), pagină internet consultată la data de 11.11.2017). Totuși, acest procentaj are tendința de a crește, datorită câștigurilor substanțiale realizate de producătorii care au investit în modernizare și tehnologizare.

Considerând avantajele României din sectorul agricol, prezentate anterior, ar fi logic să se înregistreze productivitate mai mare, în comparație cu alte țări europene, dar situația este diferită. România se clasifică sub media europeană în ceea ce privește producția agricolă. Explicația se găsește în structura internă a fermelor agricole. Acestea sunt mici și utilizează factori de producție neadecvați, incluzând resursa umană. În plus, infrastructura reprezintă un aspect esențial în distribuția producției, iar majoritatea zonelor rurale sunt caracterizate prin dificultatea accesului.

Fondurile oferite de Uniunea Europeană au scopul de a consolida economia țărilor membre. Specific, în sectorul agricol român, fondurile au fost acordate și în perioada de preaderare la Uniunea Europeană. Valoarea totală a fondurilor acordate în repectiva perioadă au fost de 379.51 milioane de Euro. Acordarea fondurilor a fost reglementată de masura 1.1 „Îmbunătățirea prelucrării și marketingului produselor agricole și piscicole” – programul SAPARD (Department for Agriculture, Nature and Food Quality Embassy of the Kingdom of the Netherlands, *THE ROMANIAN FOOD SECTOR and the Use of EU Funds for Investments*, disponibil on-line la adresa <http://edepot.wur.nl/6091>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017). Scopul acestor investiții a fost dezvoltarea și pregătirea sectorului pentru a îndeplini cerințele necesare integrării.

Rezultatul acestei măsuri a fost crearea a 2 232 noi locuri de muncă. Principalele ramuri vizate de cele 202 investiții au fost: producția de carne, ouă, lapte, cereale, vin, legume, fructe și semințe de floarea-soarelui ([https://portal.afir.info/informatii\\_generale\\_pndr\\_pndr\\_2007\\_2013\\_schema\\_de\\_ajutor\\_de\\_stat\\_masura\\_123\\_schema\\_de\\_ajutor\\_de\\_stat\\_xs\\_13\\_2008](https://portal.afir.info/informatii_generale_pndr_pndr_2007_2013_schema_de_ajutor_de_stat_masura_123_schema_de_ajutor_de_stat_xs_13_2008), pagină internet consultată la data de 11.11.2017)

Dezvoltarea sectorului agricol românesc a continuat și după integrare. Numele programului de după aderare este „Programul național de dezvoltare rurală”. Programul a fost structurat pe perioada 2007-2013 și au fost alocate 8 miliarde de Euro din Fondul european agricol pentru dezvoltare rurală. Pe lângă acest proiect, măsura 123 „Creșterea valorii adăugate a produselor agricole și forestiere” are în vizor investițiile în domeniul produselor alimentare procesate. Obiectivul măsurii 123 a fost consolidarea produselor agricole și forestiere prin dezvoltarea proceselor de producție și de promovare. Principalii beneficiari fiind întreprinderile mici și mijlocii (<sup>1</sup>[https://portal.afir.info/informatii\\_generale\\_pndr\\_pndr\\_2007\\_2013\\_schema\\_de\\_ajutor\\_de\\_stat\\_masura\\_123\\_schema\\_de\\_ajutor\\_de\\_stat\\_xs\\_13\\_2008](https://portal.afir.info/informatii_generale_pndr_pndr_2007_2013_schema_de_ajutor_de_stat_masura_123_schema_de_ajutor_de_stat_xs_13_2008), pagină internet consultată la data de 11.11.2017)



Programul de dezvoltare rurală elaborat pentru 2014-2020, acționează pe trei piloni: competiție și dezvoltare locală, societate și resurse. Valoarea sumei alocate proiectului ajunge la 9 363 miliarde de Euro, din care 8 015 miliarde provin de la Uniunea Europeană și 1 347 din contribuție națională (<http://www.fonduri-ue.ro/pndr-2014>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017). Obiectivele programului sunt restructurarea și dezvoltarea producției agricole, printr-o administrare sustenabilă a resurselor naturale, prin diversificarea activităților economice, crearea de noi locuri de muncă și dezvoltarea infrastructurii pentru o calitate mai ridicată a vieții rurale.

Așadar, se urmărește finanțarea modernizării fermelor agricole, prin investiții în procesare, comercializare, eficiență energetică, promovare, depozitare și pregătire profesională. Reîmpădurirea zonelor defrișate este o altă prioritate. Fermierii primesc salarii compensatorii pentru angajamente în domeniul agriculturii referitoare la practicile eco și continuarea activității agricole în zonele natural defavorizate.<sup>1</sup>

### **3. Comparație între scenariul aderării și neaderării la Uniunea Europeană pentru trei tipuri de cereale selectate**

Scenariul următor analizează rezultatele agricole românești sub influența Uniunii Europene, comparându-le cu rezultatele care s-ar fi înregistrat dacă România nu ar fi fost membră UE. Valorile folosite pentru comparație sunt calculate cu ajutorul modelului AGMEMOD. Perioada analizată este din 2001 până în 2010. Anul 2001 este relevant pentru România, deoarece negocierile cu Uniunea Europeană au început în 2000 și începând cu anul 2001, influențele dorinței de aderare la Uniunea Europeană au început să se vadă. În 2010 s-au înregistrat 3 ani de la aderarea României la Uniunea Europeană, deci se pot observa tendințele rezultatelor economice.

AGMEMOD este un model economic, dezvoltat pentru sectorul agricol care ajută la analizarea impactului schimbărilor politice la nivel european, asupra unei țări (<http://www.fonduri-ue.ro/pndr-2014>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017).

Produsele agricole selectate pentru analiză sunt: orz, porumb și grâu. Pentru crearea scenariului autorii lucrării "The Accession of Romania to the European Union- Scenario Analysis for Key Agricultural Crop Markets Using AGMEMOD Model", Camelia Gavrilescu, Dinu Gavrilescu și Cristian Kovorchian, au folosit rezultatele modelului AGMEMOD, considerând că politicile aplicate în 2001 au continuat până în 2010, sub aceleași limite bugetare. Pentru calcularea costului de producție s-au inclus subvențiile obținute. Trebuie luat în calcul faptul că odată cu politicile stabilite în 2007, prețul de vânzare a crescut, datorită creșterii salariilor din domeniul agricol, au fost excluse fondurile de dezvoltare rurală și plățile directe au reprezentat 30% din valoarea totală. Am extras sumele din analiza AGMEMOD, realizată în lucrarea menționată mai sus și am construit următoarele grafice, explicate pentru o mai bună înțelegere a impactului Uniunii Europene asupra prețurilor cerealelor produse în România.

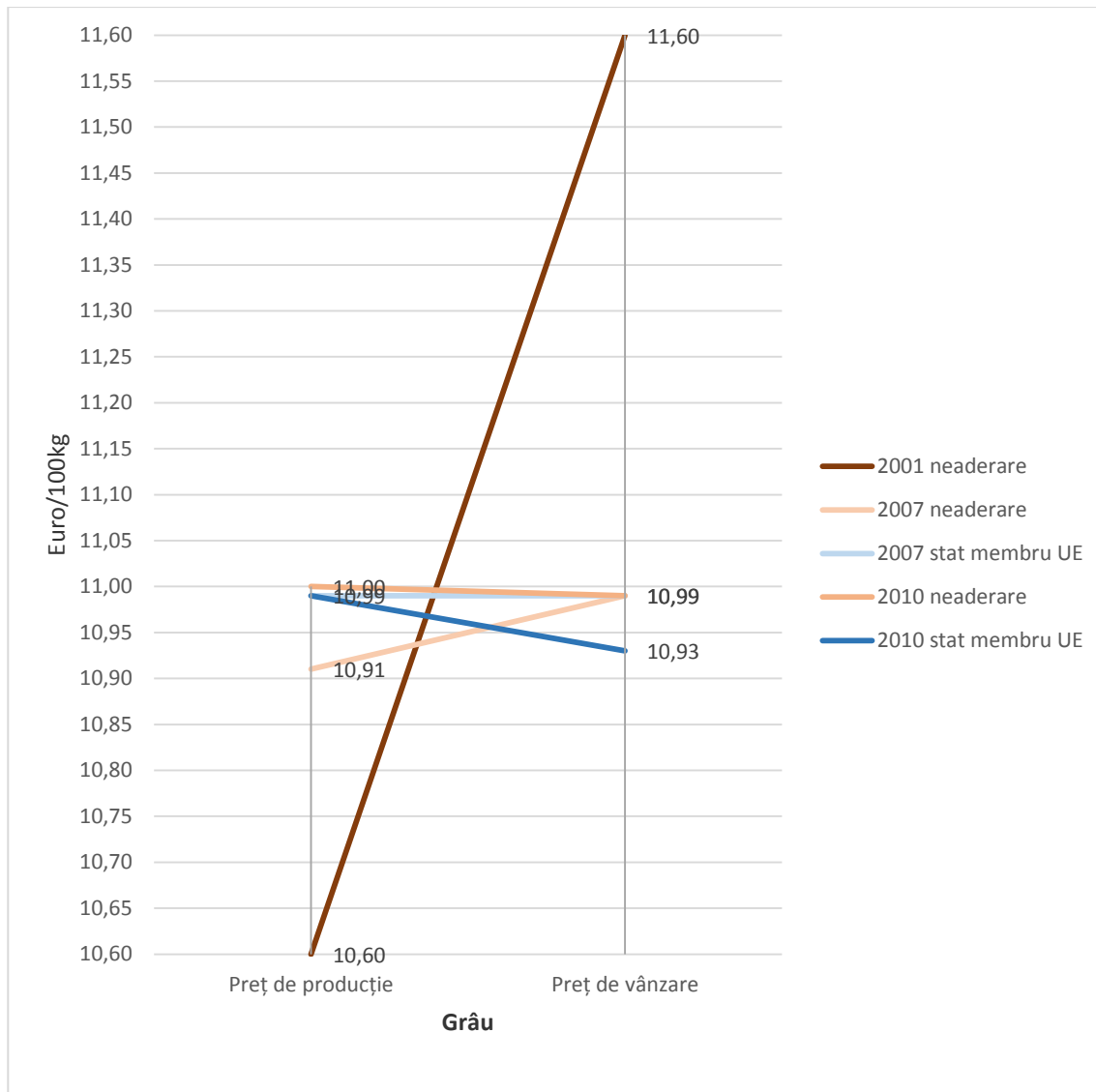
În Figura 1, *Costul de producție și prețul de vânzare al grâului pentru scenariul neaderării comparativ cu scenariul aderării la Uniunea Europeană*, se poate observa tendința de creștere a costurilor de producție și scăderea prețurilor de vânzare pentru scenariul neaderării. Pentru scenariul aderării la Uniunea Europeană, figura prezintă o ușoară scădere a prețului de vânzare în 2010, comparative cu 2007. Începând cu anul 2001, costurile de producție au crescut datorită suportului financiar inclus în calculație. În 2010, prețul vânzării, a ajuns sub prețul producției, ceea ce sugerează că suportul financiar a ajuns la nivelul maxim.

În Figura 2, *Costul de producție și prețul de vânzare al orzului pentru scenariul neaderării comparativ cu scenariul aderării la Uniunea Europeană*, se poate observa că atât costul de producție, cât și prețul de vânzare cresc pentru scenariul neaderării la Uniunea Europeană. Începând cu 2007, după scenariul aderării, Costul de producție și prețul de vânzare se egalează, iar apoi scad cu aceeași rată. Aceasta se poate traduce printr-un nivel foarte ridicat al subvențiilor acordate.



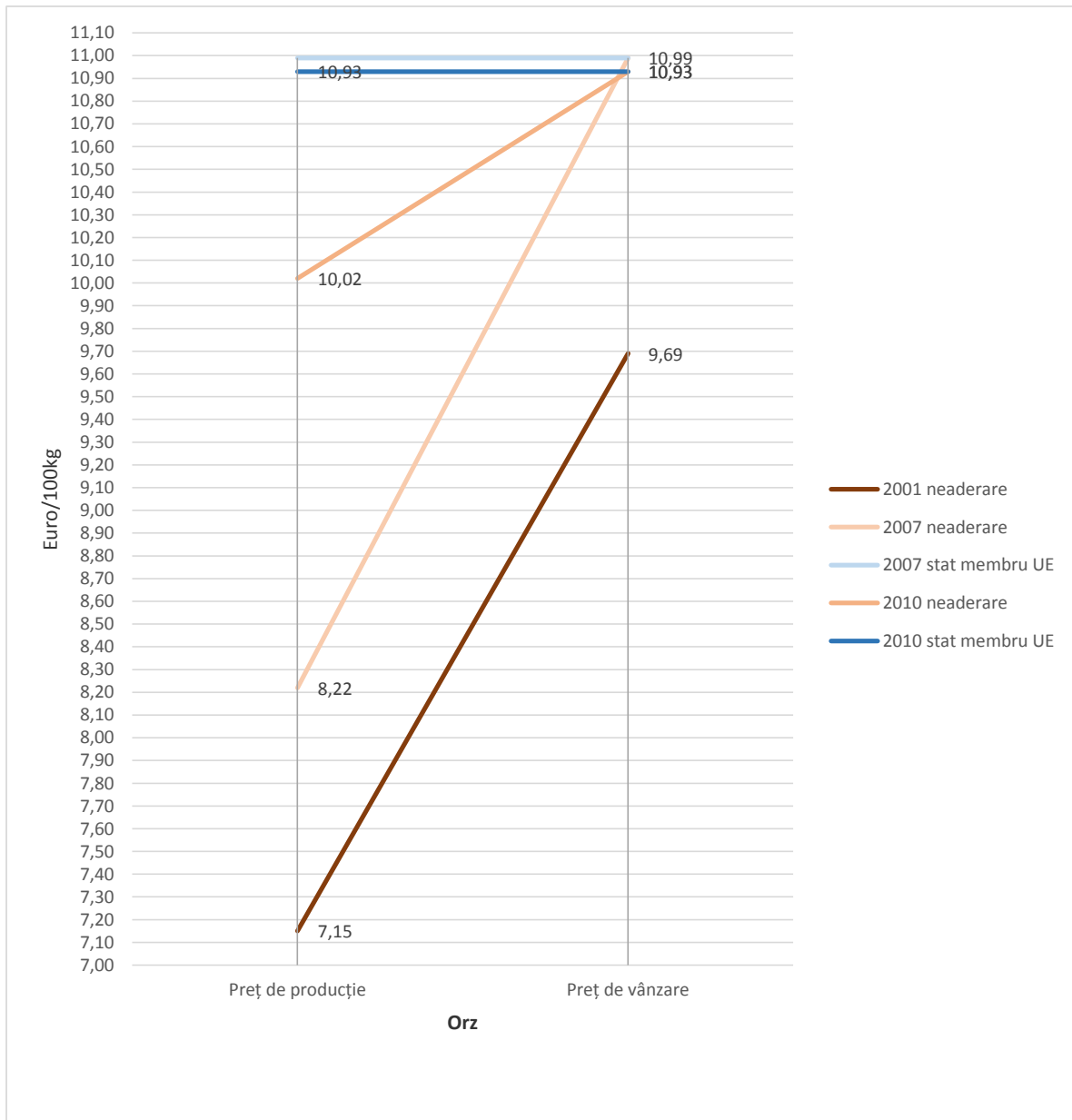
În Figura 3, *Costul de producție și prețul de vânzare al porumbului pentru scenariul neaderării comparativ cu scenariul aderării la Uniunea Europeană*, se poate observa că, costurile de producție cresc în scenariul neaderării și scad în scenariul aderării la Uniunea Europeană. Tendința de după aderare este asemănătoare cu cea a prețurilor orzului.

**Figura 1: Costul de producție și prețul de vânzare al grâului pentru scenariul neaderării comparativ cu scenariul aderării la Uniunea Europeană**



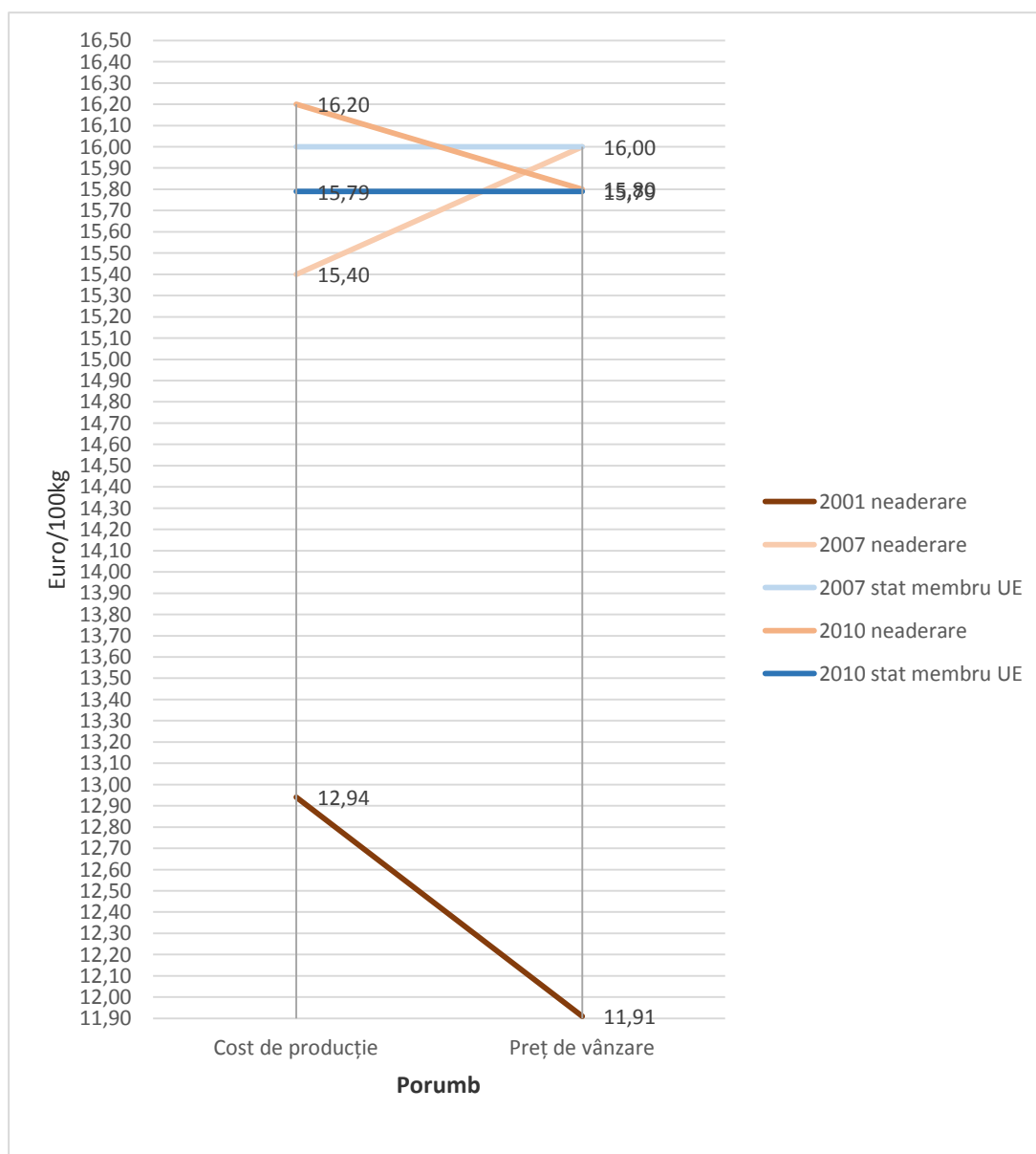
Sursa: Creat de către autor, bazat pe datele statistice disponibile on-line la adresa [https://www.researchgate.net/publication/23511853\\_The\\_Accession\\_of\\_Romania\\_to\\_the\\_European\\_Union\\_A\\_Scenario\\_Analysis\\_for\\_Key\\_Agricultural\\_Crop\\_Markets\\_Using\\_AGMEMOD\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/23511853_The_Accession_of_Romania_to_the_European_Union_A_Scenario_Analysis_for_Key_Agricultural_Crop_Markets_Using_AGMEMOD_Model), pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

**Figura 2: Costul de producție și prețul de vânzare al orzului pentru scenariul neaderării comparativ cu scenariul aderării la Uniunea Europeană**



Sursa: Creat de către autor, bazat pe datele statistice disponibile on-line la adresa [https://www.researchgate.net/publication/23511853\\_The\\_Accession\\_of\\_Romania\\_to\\_the\\_European\\_Union\\_A\\_Scenario\\_Analysis\\_for\\_Key\\_Agricultural\\_Crop\\_Markets\\_Using\\_AGMEMOD\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/23511853_The_Accession_of_Romania_to_the_European_Union_A_Scenario_Analysis_for_Key_Agricultural_Crop_Markets_Using_AGMEMOD_Model), pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

**Figura 3: Costul de producție și prețul de vânzare al porumbului pentru scenariul neaderării comparativ cu scenariul aderării la Uniunea Europeană**



Sursa: Creat de către autor, bazat pe datele statistice disponibile on-line la adresa [https://www.researchgate.net/publication/23511853\\_The\\_Accession\\_of\\_Romania\\_to\\_the\\_European\\_Union\\_A\\_Scenario\\_Analysis\\_for\\_Key\\_Agricultural\\_Crop\\_Markets\\_Using\\_AGMEMOD\\_Model](https://www.researchgate.net/publication/23511853_The_Accession_of_Romania_to_the_European_Union_A_Scenario_Analysis_for_Key_Agricultural_Crop_Markets_Using_AGMEMOD_Model), pagină internet consultată la data de 11.11.2017

Cu siguranță, România este un actor important în Uniunea Europeană, în ceea ce privește exportul de produse agricole, în special cereale. În 2016, România s-a aflat pe prima poziție în Uniunea Europeană după suprafața cultivată cu floarea-soarelui. În ceea ce privește cantitatea cultivată de porumb, România s-a clasat pe locul 2, după Franța. Iar în funcție de cantitatea produsă de grâu, a ocupat locul 5 (<https://www.romania-insider.com/romania-first-eu-sunflower-crops/>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017). După integrarea în Uniunea Europeană, România și-a dezvoltat sectorul agricol și a ajuns competitivă la nivel european, însă încă nu a ajuns la nivelul de modernizare întâlnit în țările dezvoltate din Europa.

#### 4. Concluzii

Această lucrare prezintă o parte din contextul actual al comerțului internațional, concentrat pe Uniunea Europeană, pe România și pe produsele agricole românești. Am demonstrat avantajul competitiv al României în ceea ce privește producția agricolă, dar am identificat și deficiențele sectorului, care au început să se reducă odată cu integrarea în Uniunea Europeană și cu sprijinul financiar oferit. Analizând graficele, realizate cu ajutorul cifrelor obținute prin modelul AGMEMOD, am demonstrat nivelul ridicat al subvențiilor și al investițiilor din industrie (costul de producție fiind mai mare decât cel de vânzare). De asemenea, prețurile de vânzare au tendința de a crește motivate prin creșterea semnificativă a cererii. Pe de altă parte, dacă România nu ar fi aderat la Uniune, modelul prezintă creșteri ale costului de producție, nejustificate de investiții, dar și creșteri ale prețurilor de vânzare, nivelul cererii rămânând constant.

În concluzie, aderarea României la Uniunea Europeană a fost benefică pentru sectorul agricol, în special pentru producția de cereale. Continuând să investească în eficientizare, dar fără a afecta calitatea produselor obținute, România ar reuși să înainteze în clasamentul european în ceea ce privește cantitatea produselor agricole exportate.

#### Referințe bibliografice

Department for Agriculture, Nature and Food Quality Embassy of the Kingdom of the Netherlands, *THE ROMANIAN FOOD SECTOR and the Use of EU Funds for Investments*, disponibil on-line la adresa <http://edepot.wur.nl/6091>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

Gavrilescu Camelia, Gavrilescu Dinu, Kevorchian Cristian, *The Accession of Romania to the European Union- Scenario Analysis for Key Agricultural Crop Markets Using AGMEMOD Model* – August 12-18, 2006, disponibil on-line la adresa <https://www.researchgate.net/publication/23511853> *The Accession of Romania to the European Union - A Scenario Analysis for Key Agricultural Crop Markets Using AGMEMOD Model*, pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

Zanvetor Raffaella, *The importance of agri-food sector in Romania Economy*, SEA- Practical Application of Science, Vol II, issue 3 (5)/2014, disponibil on-line la adresa [http://sea.bxb.ro/Article/SEA\\_5\\_98.pdf](http://sea.bxb.ro/Article/SEA_5_98.pdf), pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

<http://www.madr.ro/docs/dezvoltare-rurala/programare-2014-2020/PNDR-2014-2020-versiunea-aprobata-26-mai-2015.pdf>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

[https://portal.afir.info/informatii\\_generale\\_pndr\\_pndr\\_2007\\_2013\\_schema\\_de\\_ajutor\\_de\\_stat\\_masura\\_123\\_schema\\_de\\_ajutor\\_de\\_stat\\_xs\\_13\\_2008](https://portal.afir.info/informatii_generale_pndr_pndr_2007_2013_schema_de_ajutor_de_stat_masura_123_schema_de_ajutor_de_stat_xs_13_2008), pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

<http://www.fonduri-ue.ro/pndr-2014>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

<https://www.romania-insider.com/romania-first-eu-sunflower-crops/>, pagină internet consultată la data de 11.11.2017.

# BUSINESS-UL INTERNAȚIONAL VORBEȘTE ENGLEZĂ

## INTERNATIONAL BUSINESS SPEAKS ENGLISH

**Margarita CAZACU**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: [cazacu.margo@gmail.com](mailto:cazacu.margo@gmail.com)

**Anamaria-Mirabela POP**

Lect. Univ. Dr, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: [mipop@uoradea.ro](mailto:mipop@uoradea.ro)

**Abstract:** *This paper presents the importance of English language in today's international system of business as well as the role that learning Business English plays in building an international career for those who wish to fulfill their potential and achieve success in their professional life. It is structured in two parts, each of them dealing with a different subject. Firstly, it presents the relevance of English for business and the relationships between stakeholders and secondly it shows several reasons why learning English is critical for those who want to build an outstanding career.*

**Key-words:** Business English; global system; company; career.

**JEL Code:** F6; M1; M2.

### 1. Introduction

"Global Business Speaks English" is a paper that aims to present the relevance and the impact of English language in today's business relationships, its role in building a successful career as well as some of the reasons why this language is considered universal and the most convenient for doing business.

The main idea of this work is that today's reality obliges everyone to develop and grow fast. Communication is the most mandatory action as you have to establish a lot of relations and discover and learn more and more information.

In order to accomplish this task of today's real world, you must speak more than a single language. Of course, knowing a foreign language is an advantage, but there are some languages that are spoken more often and understood by more people, as English.

This paper attempts to demonstrate that English is the most common language in the world and it has become a basic skill required by almost all the international firms and if you wish to have an outstanding career you have to learn it fast.

### 2. Business English for companies

The world we live in is developing very fast. Nowadays we have a lot of opportunities and possibilities our parents could only dream about.

Due to the fact that the needs and preferences of today's population are growing day by day, the global system has developed strong connections between all its components (governments, organizations, companies, customers), too.

Economies are evolving and customers are becoming more selective. They are looking for quality over quantity and are searching the best quality/price ratio for a wide range of services and products.

To be able to succeed in business, companies must implement the latest technologies, adapt to the new trends and innovate everyday.

In order to meet the new requirements of the contemporary customers and to produce enough for keeping their positions on the global market, the companies have to constantly improve their offer, to expand and to employ more people even from other countries.

Cheaper raw materials are also a good reason for companies to send their jobs overseas as well as cheaper labor.

Another game-changing player of current global business is competition that constraints companies to evolve, adapt and innovate very fast if they do not want to be overcome by their opponents.

In this context the most important question that occurs is: What language is the most relevant to be used by the firms in order for them to be able to sign more partnerships and increase their market shares for boosting performance and being able to achieve success?

There are many perspectives regarding this topic. Some argue that it should be Mandarin because the Chinese people are the most numerous in the world and it is logical that they speak the same language.

Also, an important number of global companies have subsidiaries, warehouses or most likely factories located in China and it helps the economy of this country grow very quickly.

However, Mandarin is by far the most common language used in business. Its alphabet, difficult writing, reading and spelling are a few reasons why this language is not practical enough to be used in global business.

Instead, English, being the most spoken language around the world, is moving from "marker of the elite" in the past decades to "basic skill needed for a decent workplace in the same way like literacy was transformed into a basic requirement for informed citizenship" (<https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html>) in present-day reality.

Nowadays there are about 1.75 billion English learners worldwide and this number is expected to grow to 2 billions in the next 10 years.

At the moment, business is more global than ever before. This is notably a result of easier access to information via Internet. Even if only 5 percent of the global population speaks English as a native language, the most web content is written in English or translated into it. This matter speaks about the fact that English is used as a connector for people from different countries and it plays an important role for the international system.

Thanks to the digitalization era in which we live nowadays, this language has gained even more importance, as top 10 programming languages are based in English. For example, Ruby and Python – 2 of these programming languages were created by non-native English speakers, but by programmers from Japan and Germany. It reveals that "non-native English speakers adapt to learn and use English when trying to accomplish broad goals" (<https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html>) [HYPERLINK "https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html"](https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html) [HYPERLINK "https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html"](https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html) [z/english-the-language-of-innovation.html](https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html)).

Trying to adapt to the new tendencies and facing new challenges, many international companies like Airbus, Nokia, Samsung or Microsoft have implemented English-only policy, hoping that by encouraging all their employees to speak the same language no matter from where they come from, will help them to have a better communication between all departments.

Besides, if you want to buy or sell, you need to have good communication skills and be able to express yourself in a language most people can understand and speak it because you will have to interact with a large range of customers, suppliers and other business partners.

Imagine two groups from different countries that want to make a deal but speak different languages. How can they understand each other? How will they ensure that the message they want to transmit will be properly understood? How can they negotiate a contract if they do not simply understand each other?

No matter we accept it or not, today, English is the most common language. It is used by everyone who wants to be successful, no matter if they are a small local firm or an international organization.

Most of the time, success in business is linked with a single word – communication - and the best choice to do that is in English, because the world is flat, the migration of the past century had become actual expats communities and the economic development requires all “global citizens” to be able to speak a “global” language.

Negotiations for a merger or an acquisition are complicated enough when everyone speaks the same language. But when they don't, the nuances are easily lost, and the deal can be not closed because of misunderstanding and poor communication. This is the main reason why in such situations companies choose English over French or German, like Germany's Hoechst and France's Rhone-Poulenc did in 1998 when they merged to create the fifth largest worldwide pharmaceutical company – Aventis (<https://hbr.org/2012/05/global-business-speaks-english>).

As it was proven by the example above, English facilitates the innovation because it allows people and companies to communicate and to collaborate towards a common goal or vision.

Besides the obvious importance of English in business relationships between big companies, it has to play an important role in the individual's career, too.

English has become a must because of the globalization process that have created a global market by removing all borders from the way of commerce and encouraged firms from English-speaking countries to send their jobs overseas, employ migrants or by cutting their production costs.

In order to be sure that the company is adapting to real world tendencies and is innovating every day, Human Resources department has to ensure that all the employees of the company have a good English level. This is the reason for that almost every company makes having an International English Certificate a mandatory criterion of selection process.

### **3. Business English for Career**

The link between economy, companies and people is very simple: economy is based on activities of more companies and works as a result of the interaction of many public or private institutions like governments, financial organizations, firms etc. But every company no matter of the size, needs people who will work to produce goods and services, and in the end, the needs of international companies become the needs of its employees. When the CEO of a firm decides that in order to achieve the objectives set for the company he/she has to adopt a specific strategy, it means that the ultimate people responsible for the implementation of that strategy are the employees. That is why all the needs of the company begin with the needs of its employees.

Thus, there are more reasons why learning Business English is an important step in improving your career.

Firstly, it opens more doors for you. If you speak only your native language your job opportunities are limited, but when you also speak English, you are able to look for job opportunities outside your home country and choose something better than the internal job offer.

Secondly, international companies need English speakers – if you are not happy with the idea of leaving your home and step up from your comfort zone, good English skills increase your



chances to apply for a position in a company that has its headquarters in an English-speaking country.

Thirdly, there are better chances to be hired – by knowing a second or a third language you could have an advantage over another candidate which speaks only one language. Showing that you have made an effort to study a new language demonstrates that you are committed to self-improvement, a very appreciated asset in any employee.

All these being said, you may have more opportunities within your own company – by example if you have good English skills you can be chosen for a business trip in an English-speaking country or you can be asked to collaborate with clients and partners that are more comfortable using English as the language of communication.

Furthermore, English encourages advancement – companies that have adopted English-only policy, like Rakuten, Microsoft or Airbus have seen rapid changes on their corporate culture. The switch to an "universal language" helped them improve the performance of both the employees and of the company's.

On the other hand, it helps enrich your mind – different studies have proven that people who speaks two or more languages think differently. Often they see the situation out of the box and are able to find the best solutions for any problem in limited time. More than that, those who speak more than one language are better at remembering lists or sequences and have a better ability to focus on important information.

Last but not least, English helps you make more money – speaking a foreign language is always an advantage for an employee searching on the global job market. It gives you the opportunity to choose between more options and to be chosen over other candidates who speak only one language.

### **3.1. International English Certificate – a must of contemporary job market**

A proficient English is one of the most important requirements of the contemporary job market. It allows companies to be convinced that all their objectives will be achieved and the job seekers to be confident that they have high chances in finding a job and building an outstanding career. It has been demonstrated above that there is a strong connection between the needs of the company and the needs of its employees.

The HR department of each firm is willing to hire the best candidates for their positions and create professional teams that will be able to fulfill their tasks properly.

On the other hand, job seekers are looking for the best opportunities for them to demonstrate their abilities and to value their competences in the best way possible.

This is the moment when the candidate's skills must be compared with the needs of the company. In order to help people from both sides to understand if they match up together, some international organizations have developed many English language tests like International English Language Testing Systems (IELTS), which measures the language proficiency of people who wish to build an international career. This internationally recognized test is available in two different versions. Academic – for people applying for higher education or professional registration, and General Training – for those migrating to Canada, Australia and UK, or applying for secondary education, training programs and work experience in an English-speaking environment. Both versions provide a valid and accurate assessment of the four language skills: listening, writing, reading and speaking (<https://www.ielts.org/what-is-ielts/ielts-introduction>).

Because of its relevance and precision, many international firms rely on this test when assessing the English level of their future employees. There are even whole industries in English-speaking environment that ask for IELTS: medicine, pharmacy, nursing, for which high English level is crucial, also some sectors such as accounting, law, engineering, energy, construction, aviation, tourism finance or government where efficient communication plays a key-role.



Another highly appreciated English level assessment in the international business system is Cambridge Business English Certificate that is a series of three levels: BEC Preliminary (B1), BEC Vantage (B2) and BEC Higher (C1). All versions assess the same four criteria, but with different levels of difficulty.

If you are willing to pursue a career in the international communication field, you should consider passing the Test of English for International Communication, produced by Educational Testing Service (ETS), as it is based on real-life work situation like meetings, phone-calls, travel or conversation. For this exam you can choose between two separate parts or take both of them: Listening and Reading - a traditional test, or Speaking and Writing – an online test.

All these exams have the same purpose: evaluate every English language skill of candidates and demonstrate their overall performance. The results of these exams can help both the candidate and the employer understand if their needs and offer match up together.

It helps the employers decide if the job applicant suits the needs of the company and if he/she is compatible with the average level of the rest of employees.

For job seekers, such tests can be useful for understanding where they have to work more in order to get a desired position in a company or it can be helpful to provide that their English level comply with the requirements of their possible employers.

However, a Cambridge English report reveals that in every industry, there is a gap of 40% globally between the English level required by companies, and the English level their employees actually have. The same report shows that employers consider reading the most important language skill - 38% of global respondents have picked up this option, 35% think it is speaking, 14% said it is listening and only 12% - writing.

At the same time, across all job-roles, employers are planning to improve the English skills of their employees. The focus of this improvement was mainly seen for top and middle-management roles. ([http://englishatwork.cambridgeenglish.org/#page\\_q\\_skills](http://englishatwork.cambridgeenglish.org/#page_q_skills)).

#### **4. Conclusions**

As the international system has become so interconnected, it forces you to integrate in this new reality, too. In order to do that you have to learn, develop and grow in the same time as the economy does.

In terms of language, the today's global system makes you speak more than your native tongue if you want to develop a successful business. If you want to communicate efficiently with your clients and partners as well as benefit from the latest technologies or discover and understand the latest global news, surveys or researches – English is a must.

Nowadays this language is perceived as the “universal” language. Its practicability, usefulness, spread and accessibility have made it first choice language when talking about business.

After that, business partners from different countries choose English over their native languages for making them equal and not playing any favorites. Secondly, they opt for English to be sure that they understand each other properly and are able to have an efficient communication that will help them save time and money.

Furthermore, there are many international companies like Airbus, Samsung, Microsoft that have implemented English-only policy, hoping that this decision will stimulate a better internal communication between the headquarters and their subsidiaries or factories and will boost their overall performance.

On the other hand, Business English plays a key-role in the careers of contemporary individuals.

As this paper has proven, there are many reasons why we should learn and speak English if we want to have a successful professional life or even our own business. It is important for us to be

able at least to understand and express ourselves in English because it is the most common language in the world and there are big chances that your international clients or partners will speak English rather than other language.

Also it opens many doors and helps you choose what suits you best. Besides other skills, a good English level gives you the opportunity to decide if you want to build a career in an international company in your home country, to work and live abroad or why not, to create your own local firm.

Personally, I think that global business speaks English because it is the most widespread language in the world. English is spoken and understood by every fourth human being alive, it is practical, easy to learn, etc. More than that, English is for sure the most important language in the IT industries that are key-role players in today's development and economic growth due to the digitalization trends.

Furthermore, the first companies that had crossed borders of their countries and geographical regions and established subsidiaries, warehouses or factories abroad were originally from English-speaking countries such as Great Britain or the USA as their economies were the biggest ones in the world when the process of globalization started.

## Bibliography

- <https://www.forbes.com/sites/dorieclark/2012/10/26/english-the-language-of-global-business/#52323f8ab57e>
- <https://hbr.org/2012/05/global-business-speaks-english>
- <https://www.economist.com/blogs/johnson/2012/04/business-english>
- <https://www.inc.com/will-yakowicz/english-the-language-of-innovation.html>
- <http://www.gingersoftware.com/content/blog/importance-of-english-in-the-business-world-today/>
- <http://www.exforsys.com/career-center/english-vocabulary/importance-of-english-in-international-business.html> HYPERLINK "http://www.exforsys.com/career-center/english-vocabulary/importance-of-english-in-international-business.html" HYPERLINK "http://www.exforsys.com/career-center/english-vocabulary/importance-of-english-in-international-business.html"
- [http://graduateinstitute.ch/files/live/sites/iheid/files/sites/international\\_economics/shared/international\\_economics/prof\\_websites/arcand/publications/LIED-7%283%29-1.pdf](http://graduateinstitute.ch/files/live/sites/iheid/files/sites/international_economics/shared/international_economics/prof_websites/arcand/publications/LIED-7%283%29-1.pdf)
- <http://englishatwork.cambridgeenglish.org/> HYPERLINK "http://englishatwork.cambridgeenglish.org/" HYPERLINK "http://englishatwork.cambridgeenglish.org/"
- <https://www.english.com/blog/why-is-learning-english-so-vital-to-your-global-career>
- <https://www.scribd.com/document/131774763/IMPORTANCE-OF-ENGLISH-IN-EMPLOYMENT>
- <https://www.examenglish.com/BEC/index.html>
- <https://www.ielts.org/what-is-ielts/ielts-introduction>
- <https://www.examenglish.com/>

# ANALIZA COMPARATIVĂ A COMPETITIVITĂȚII REGIONALE – STUDIU DE CAZ REGIUNEA SUD-MUNTENIA A ROMÂNIEI COMPARATIV CU MEDIA NAȚIONALĂ

## COMPARATIVE ANALYSIS OF REGIONAL COMPETITIVENESS - CASE STUDY SOUTH MUNTENIA REGION OF ROMANIA COMPARATIVE TO NATIONAL AVERAGE

**Cristian-Marius DUMITRU-VLĂDULESCU**

Masterand, Managementul Proiectelor de Dezvoltare Rurală și Regională, Academia de Studii Economice  
din București  
e-mail: cristi\_0896@yahoo.com

**Ioana MUȘAT**

Masterand, Managementul Proiectelor de Dezvoltare Rurală și Regională, Academia de Studii Economice  
din București  
e-mail: musatioanaa@gmail.com

**Abstract:** *Competitiveness at regional level expresses the capacity of a region to ensure a prosperous environment for its population. The aim of our research is to analyze for the year 2015 the competitiveness at the level of the South - Muntenia region compared to the national average, from the perspective of some economic, social and technological indicators. We built the Hard Matrix that pursues the goals of the Lisbon Agenda. According to the results we have concluded that in the South – Muntenia region the competitiveness index is higher than the national average, which means that this region is more developed than the average results recorded in Romania.*

**Key words:** Competitiveness; region; structural indicators; Hard Matrix.

**JEL Code:** C82, R15

### 1. Introducere

Competitivitatea poate fi privită din mai multe puncte de vedere, aceasta având numeroase modalități de definire. Competitivitatea la nivel regional exprimă capacitatea unei regiuni de a asigura un mediu prosper populației din interiorul acesteia. Scopul cercetării noastre este de a analiza, pentru anul 2015, competitivitatea la nivelul regiunii Sud – Muntenia comparativ cu media națională, din perspectiva unor indicatori economici, sociali și de tehnologie. S-a construit matricea Hard, matrice ce urmărește obiectivele Agendei Lisabona privind creșterea și ocuparea. Conform rezultatelor s-a ajuns la concluzia că în regiunea Sud – Muntenia indicele de competitivitate este mai mic față de media națională, ceea ce înseamnă că această regiune este mai slab dezvoltată față de rezultatele medii înregistrate la nivelul României.

### 2. Abordări teoretice

În literatura de specialitate, competitivitatea poate fi privită din mai multe puncte de vedere, pe de-o parte din cauza unor abordări teoretice deficitare, fiind preluată din mediul de afaceri, iar pe de altă parte din cauza multitudinilor de definiții existente. Astfel, acest aspect a condus la apariția unor confuzii, astfel încât competitivitatea să fie privită din mai multe laturi economice (situație economică, performanța comerțului exterior, eficiență sau avantaj competitiv).

În context general, competitivitatea poate fi caracterizată drept capacitatea unei țări comparativ cu alte state de a crea un mediu politic, social și economic prin care să se diferențieze și să susțină formarea valorii adăugate.

Competitivitatea la nivel regional este măsura unui mediu economic caracterizat de structuri, instituții și politici eficiente care își administrează potențialul resurselor pentru creșterea prosperității populației.

În același timp, competitivitatea regională este un domeniu al cunoștințelor economice, care analizează factorii și politicile ce pot influența capacitatea unei regiuni de a crea și menține un mediu sustenabil pentru crearea noului în cadrul întreprinderilor, asigurând astfel mai multă prosperitate populației. Acest aspect releva faptul că întreprinderile depind în mare măsură de mediul în care funcționează. Unele regiuni susțin competitivitatea mai mult decât altele, creând un mediu care facilitează competitivitatea operatorilor economici și încurajează dezvoltarea durabilă.

### 3. Metodologie

Pornind de la aceste aspecte teoretice, lucrarea prezintă își propune să analizeze competitivitatea la nivelul regiunii Sud-Muntenia comparativ cu media națională, din perspectiva unor indicatori, utilizând date oferite de Institutul Național de Statistică și de Comisia Națională de Prognoză.

S-a construit matricea Hard, matrice ce pornește de la indicatorii structurali ai Agendei Lisabona.

Indicatorii structurali sunt grupați astfel:

- Indicatori economici care se referă la mediul economic general și reforma economică;
- Indicatori sociali care se referă la ocuparea forței de muncă și coeziune socială;
- Indicatori tehnologici referitori la inovare și cercetare.

S-a calculat fiecare indicator în parte, normalizând datele statistice ale regiunii Sud-Muntenia prin raportarea lor la media națională. Astfel media națională va fi practic 1.00, iar indicatorii regionali vor varia în jurul acestei valori (supraunitar înseamnă peste media națională, subunitar înseamnă sub media națională). Următorul pas constă în agregarea fiecărui indicator prin ponderarea sub-indicatorilor, procentele fiind preluate pe baza studiului făcut de către Grupul de Economie Aplicată în anul 2005. Toate datele statistice de la care s-a plecat în calculul indicatorilor se referă la anul 2015.

### 4. Rezultate și discuții

Din grupa **indicatorilor economici** fac parte: PIB-ul/ locuitor, rata de creștere a PIB, productivitatea muncii, exporturile nete, venitul net pe cap de locuitor.

**Tabelul nr. 1. PIB-ul/ locuitor, rata de creștere a PIB, productivitatea muncii în 2015**

	U.M.	Valoare
<b>PIB-ul/ locuitor în România</b>	<b>-lei/ locuitor-</b>	31939,32
<b>PIB-ul/ locuitor în regiunea Sud-Muntenia</b>	<b>-lei/ locuitor-</b>	28976,91
<b>Rata de creștere a PIB în România</b>	<b>- % -</b>	3,60
<b>Rata de creștere a PIB în regiunea Sud- Muntenia</b>	<b>- % -</b>	2,60
<b>Productivitatea muncii în România</b>	<b>- lei/ angajat -</b>	85444,51
<b>Productivitatea muncii în regiunea Sud- Muntenia</b>	<b>- lei/ angajat -</b>	85128,67

Sursa: realizat de autori pe baza datelor din Institutul Național de Statistică, Comisia Națională de Prognoză

Tabelul nr. 2. Exporturile nete în 2015

	- mil euro -	
	Media României	Sud - Muntenia
<b>Export</b>	6931,25	1227,86
<b>Import</b>	7827,50	1133,81
<b>Export net</b>	<b>-896,25</b>	<b>94,04</b>

Sursa: realizat de autori pe baza datelor din Institutul Național de Statistică, Comisia Națională de Prognoză

Tabelul nr. 3. Venitul net pe cap de locuitor în 2015

	- lei -
<b>Venitul net pe cap de locuitor în România</b>	12128,04
<b>Venitul net pe cap de locuitor în regiunea Sud - Muntenia</b>	10935,60

Sursa: realizat de autori pe baza datelor din Institutul Național de Statistică

Tabelul nr. 4. Indicatorul economic, pe componente- raportarea regiunii București- Ilfov la media națională

	PIB/ locuitor	Creșterea PIB	Productivitatea muncii	Exporturile nete	Venitul net pe locuitor
<b>Sud - Muntenia</b>	<b>0,91</b>	<b>0,72</b>	<b>0,99</b>	<b>-0,10</b>	<b>0,90</b>
<b>Media națională</b>	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00

Sursa: realizat de autori pe baza calculelor proprii

În urma analizei datelor din Tabelul nr. 4, se constată următoarele:

- Indicatorul PIB/locuitor raportat la media națională este 0,91 în anul 2015. Acest lucru demonstrează faptul că regiunea Sud-Muntenia este mai slab dezvoltată față de media României.
- Indicatorul Rata de creștere a PIB raportat la media națională este 0,72, evidențiând faptul că regiunea Sud-Muntenia a înregistrat o scădere inferioară mediei naționale.
- Productivitatea muncii înregistrată de către regiunea Sud-Muntenia în anul 2015 a avut o valoare aproximativ egală cu cea întâlnită la nivelul României.
- Exporturile nete este singurul indicator economic cu valoare negativă, acest lucru fiind datorat de valoarea pozitivă a exporturilor nete din regiunea Sud-Muntenia raportată la o valoare negativă înregistrată la nivelul României. Regiunea Sud-Muntenia contribuie cu o valoare pozitivă a indicatorului la crearea rezultatului înregistrat la nivelul României.
- Venitul net pe locuitor în regiunea Sud-Muntenia este inferior celui înregistrat la nivelul României.

Din categoria **indicatorilor sociali** fac parte: dispersia ratelor regionale de ocupare, ocuparea forței de muncă totală cât și femeii și indicele speranței medii de viață.

**Tabelul nr. 5. Indicatori sociali în 2015**

	- % -
<b>Dispersia ratelor regionale de ocupare în România</b>	0,61
<b>Dispersia ratelor regionale de ocupare în regiunea Sud - Muntenia</b>	0,57
<b>Ocuparea forței de muncă în România</b>	66,80
<b>Ocuparea forței de muncă în regiunea Sud – Muntenia</b>	59,60
<b>Ocuparea forței de muncă femei în România</b>	58,60
<b>Ocuparea forței de muncă femei în regiunea Sud – Muntenia</b>	64,70
<b>Indicele speranței medii de viață în România</b>	0,852
<b>Indicele speranței medii de viață în regiunea Sud – Muntenia</b>	0,846

Sursa: realizat de autori pe baza datelor din Institutul Național de Statistică

Durata medie a vieții reprezintă numărul mediu de ani pe care îi are de trăit un nou-născut, dacă ar trăi tot restul vieții în condițiile mortalității pe vârste din perioada de referință. Indicele exprimă performanța relativă a unei regiuni în privința speranței de viață la naștere.

El este raportat la nivelurile maxime și minime înregistrate în mediul internațional de referință. Indicele ia valori de la 0 la 1 și se calculează pe baza formulei:

$$\text{Dimensiunea indicelui} = \frac{\text{valoarea actuală} - \text{valoare minimă}}{\text{valoarea maximă} - \text{valoare minimă}}$$

**Tabelul nr. 6. Indicatorul social, pe componente- raportarea regiunii București Ilfov la media națională**

	<b>Dispersia ratelor regionale de ocupare</b>	<b>Ocuparea forței de muncă - Total</b>	<b>Ocuparea forței de muncă - Femei</b>	<b>Indicele speranței medii de viață</b>
<b>Sud - Muntenia</b>	<b>0,94</b>	<b>0,89</b>	<b>0,91</b>	<b>0,99</b>
<b>Media națională</b>	1,00	1,00	1,00	1,00

Sursa: realizat de autori pe baza calculelor proprii

Din analiza indicatorilor din Tabelul nr. 6, rezultă următoarele aspecte:

- Indicatorul Dispersia ratelor regionale de ocupare este sub-unitar, ceea ce demonstrează faptul că regiunea Sud - Muntenia înregistrează diferențe între medii (urban, rural) mai mici decât cele întâlnite la nivelul României;
- Indicatorul ocuparea forței de muncă este inferior în Regiunea Sud - Muntenia față de media națională, acest lucru fiind cauzat într-o anumită măsură și gradului de dezvoltare mai scăzut al regiunii;
- De asemenea, în ceea ce privește Ocuparea forței de muncă – Femei, regiunea Sud - Muntenia este inferioară mediei naționale;
- Indicatorul Speranța medie de viață în regiunea Sud - Muntenia este de 0,99 aproximativ egal cu media națională.

În ceea ce privește categoria **indicatorilor tehnologici**, aceasta include următorii indicatori: cheltuielile totale de cercetare- dezvoltare, populația ocupată în sectoare de înaltă tehnologie și educația terțiară cu specializare avansată în cercetare.

**Tabelul nr. 7. Indicatori tehnologici în 2015**

	- mii lei -
<b>Cheltuielile medii de cercetare-dezvoltare în România</b>	434616,625
<b>Cheltuielile totale de cercetare- dezvoltare în regiunea Sud - Muntenia</b>	304803
<b>Populația ocupată în sectoare de înaltă tehnologie în România</b>	369200,00
<b>Populația ocupată în sectoare de înaltă tehnologie în regiunea Sud - Muntenia</b>	26300,00
<b>Educația terțiara cu specializare avansată în cercetare - Media României</b>	15565,125
<b>Educația terțiara cu specializare avansată în cercetare în regiunea Sud - Muntenia</b>	5660,00

Sursa: realizat de autori pe baza datelor din Institutul Național de Statistică

**Tabelul nr. 8. Indicatorul de tehnologie, pe componente- raportarea regiunii București Ilfov la media națională**

	Cheltuieli totale de cercetare- dezvoltare	Populația ocupată în sectoare de înaltă tehnologie	Educația terțiara cu specializare avansată în cercetare
<b>Sud - Muntenia</b>	<b>0,70</b>	<b>0,53</b>	<b>0,36</b>
<b>Media națională</b>	1,00	1,00	1,00

Sursa: realizat de autori pe baza calculelor proprii

Analizând datele din Tabel nr. 8, putem afirma următoarele:

- Indicatorul Cheltuieli totale de cercetare- dezvoltare se situează sub media națională, având o valoare în anul 2015 de 0,70;
- În ceea ce privește indicatorul Populația ocupată în sectoare de înaltă tehnologie, și valoarea acestuia este inferioară mediei României. Acesta înregistrează o valoare de 0,53, aproape jumătate din media națională. Din cauza lipsei de informații, ca și sectoare de înaltă tehnologie am considerat sectorul de Informații și comunicații precum și sectorul Activității profesionale, științifice și tehnice;
- Indicatorul Educația terțiară cu specializare avansată în cercetare, în anul 2015, a fost cel mai mic indicator tehnologic. Acesta înregistrând o valoare de 0,36.

Indicele de competitivitate regională reprezintă media ponderată dintre cei 3 indicatori respectiv, economic, social și tehnologic. La rândul lor, fiecare indicator este calculat ca medie ponderată a variabilelor selectate din cadrul fiecărei categorii.

Valorile ponderilor sunt preluate pe baza studiului făcut de către experții GEA în anul 2005. În continuare, sunt prezentate rezultatele obținute pentru cei trei indicatori agregați:

**Indicatorul economic agregat:**  $I_E = 0,633(+ 0,2 \text{ formarea brută de capital fix}) = 0,833$ .

**Indicatorul social agregat:**  $I_S = 0,927$ .

**Indicatorul de tehnologie agregat:**  $I_T = 0,547$ .

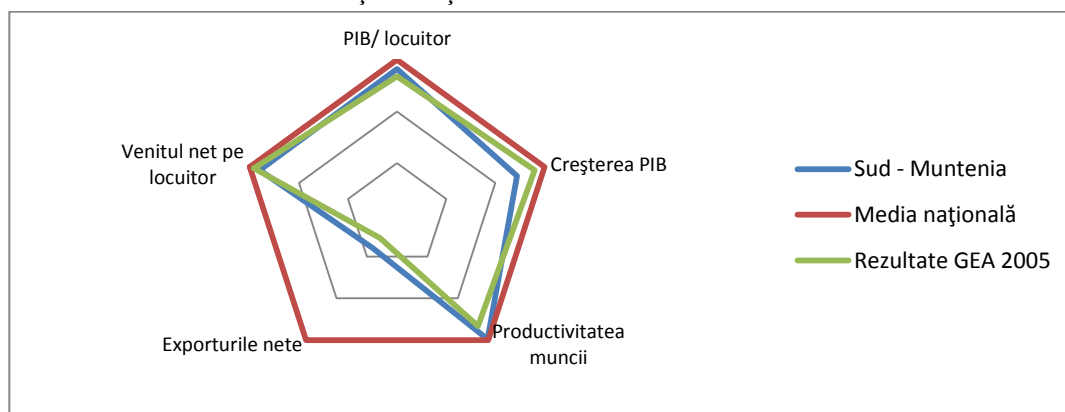
Valoarea ponderilor reflectă aportul fiecăruia dintre cei trei sub-indicatori la indicatorul de competitivitate regională. Ponderile au fost acordate pe baza unui focus grup al experților GEA, astfel: indicatorul economic 40%, social 30% și tehnologic 30%. Valoarea indicelui de competitivitate regională este dată de media ponderată a celor trei indicatori agregați:  $I_C = 0,775$ .

Această valoare evidențiază faptul că la nivelul regiunii Sud - Muntenia, competitivitatea se poziționează sub media națională.

## 5. Concluzii

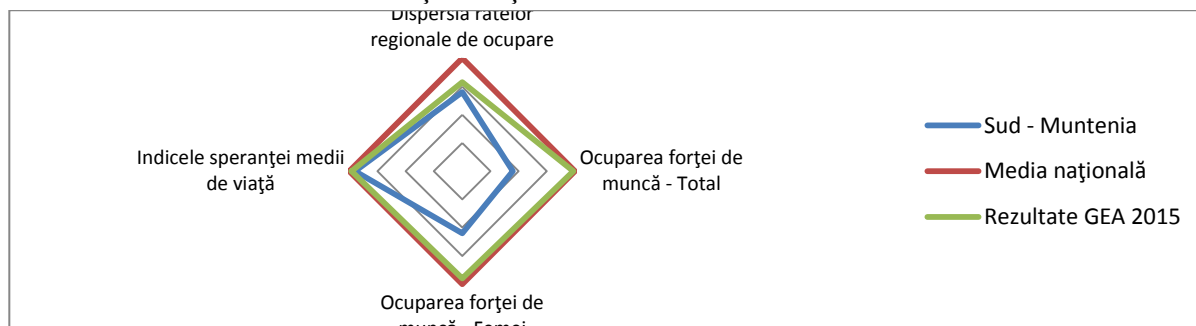
Deși competitivitatea poate fi abordată atât la nivelul unei întreprinderi, cât și la nivelul unei țări, în esență, aceasta se rezumă la o dezvoltare continuă din mai multe puncte de vedere, acestea stabilindu-se în funcție de aria cuprinsă în termenul de competitivitate. Pentru o dezvoltare sustenabilă a unei țări, este nevoie de o analiză detaliată a fiecărei regiuni, evidențiind punctele forte ale acesteia, cât și punctele slabe. Acestea sunt reliefate prin prisma analizei unor indicatori structurali, scopul acesteia fiind de a determina nivelul competitivității regionale.

Figura nr. 1. Indicatorul economic pe componente- Regiunea Sud-Muntenia 2015 în comparație cu media națională și cu rezultatele GEA 2015



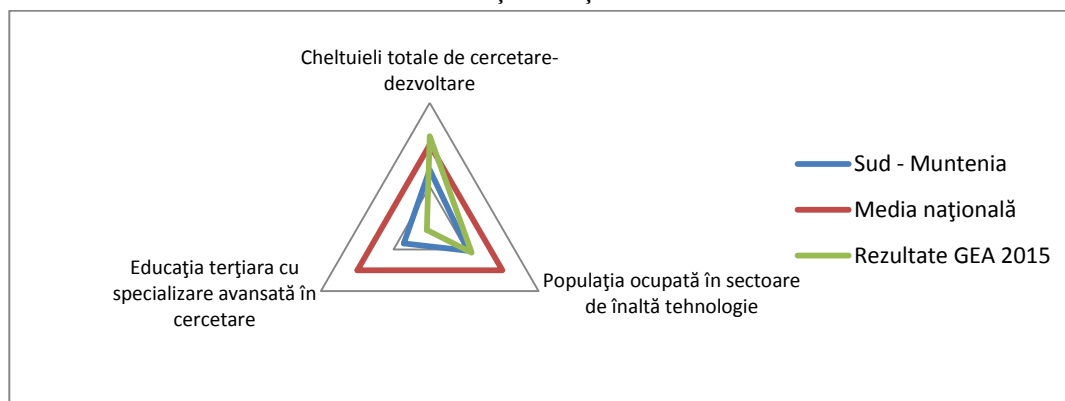
Sursa: prelucrat de autori pe baza datelor analizate

Figura nr. 2. Indicatorul social pe componente- Regiunea Sud-Muntenia 2015 în comparație cu media națională și cu rezultatele GEA 2015



Sursa: prelucrat de autori pe baza datelor analizate

Figura nr. 3. Indicatorul de tehnologie pe componente- Regiunea Sud-Muntenia 2015 în comparație cu media națională și cu rezultatele GEA 2015



Sursa: prelucrat de autori pe baza datelor analizate



În urma efectuării matricei Hard de competitivitate pentru regiunea Sud–Muntenia am tras următoarele concluzii:

- Indicatorul economic agregat este subunitar, acesta clasându-se sub media națională. Acest aspect evidențiază gradul scăzut de dezvoltare economică regăsit în regiunea Sud–Muntenia.
- În ceea ce privește indicatorul social agregat al regiunii Sud–Muntenia, acesta este, de asemenea inferior mediei naționale, însă diferența nu este atât de semnificativă față de ceilalți doi indicatori analizați.
- Valoarea indicatorului de tehnologie agregat al regiunii Sud–Muntenia, este aproximativ jumătate din media națională, acesta fiind și indicatorul cu diferența cea mai însemnată între valoarea proprie și media înregistrată la nivelul României.
- Prin aplicarea ponderilor preluate pe baza studiului realizat de către Grupul de Economie Aplicată, am putut determina Coeficientul de competitivitate regională pentru Sud–Muntenia. Valoarea acestuia a fost de 0,775, o valoare subunitară, ceea ce indică poziționarea acestei regiuni la un nivel inferior mediei naționale în ceea ce privește competitivitatea.

### **Referințe bibliografice**

1. Chilian Mihaela Nona (2011), Competitivitatea economiei românești și integrarea în Uniunea Europeană, Editura Universitară, București, pag 108-120
2. Krugman Paul (1993), Competitiveness: A Dangerous Obsession, pag 70-75
3. Porter, Michael E. (1985), Competitive Advantage, pag 90-93
4. Voinea Liviu (coord.) (2007), Manual de evaluare a competitivității regionale, București, pag 1-55
5. [www.cnp.ro](http://www.cnp.ro), Comisia Națională de Prognoza
6. [www.insse.ro](http://www.insse.ro), Institutul Național de Statistică, 2015

# AMPRENTA ECOLOGICĂ: SITUAȚIA ROMÂNIEI VERSUS SITUAȚIA ITALIEI ȘI A SLOVACIEI

## ECOLOGICAL FOOTPRINT: ROMANIA`S SITUATION VERSUS ITALY AND SLOVAKIA`S SITUATION

**Roxana CHIOCARU**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului

e-mail: [chiocaruroxana@gmail.com](mailto:chiocaruroxana@gmail.com)

**Alexandru GHEORGHE**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului

e-mail: [alexandru.gheorghe.18@gmail.com](mailto:alexandru.gheorghe.18@gmail.com)

**Emma Silvia ILAȘ**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului

e-mail: [ilasemmasilvia@gmail.com](mailto:ilasemmasilvia@gmail.com)

**Abstract:** *In a world with increasing pollution, the application of the ecological footprint is necessary to temperate the effect of the climate change. By monitorizing the range of results of the ecological footprint, specialists have access to a broad perspective of the actual environmental status. The second part of the paper emphasizes the bibliometric part of the subject and the involvement of the academic community. The mix of statistical data provided by three European countries and a worldwide bibliometric analysis highlight the strong impact of using and implementing the concept of ecological footprint in everyday life.*

**Key words:** Ecological footprint; Environment; Natural capital; Carrying capacity

**JEL Code:** Q560, R520

### 1. Introducere

Pentru a dezvolta o metodă de trai care să fie durabilă în ceea ce privește natura, este necesară căutarea unei modalități optime de a relaționa între persoane, dar și cu natura în sine.

Natura oferă resurse primare continue pentru a satisface toate stilurile de viață. Necesarul de energie pentru căldură și mișcare, nevoi personale, hrană și un trai sănătos sunt oferite de natura care, în timp ce pune la dispoziție toate aceste resurse, absoarbe toate deșeurile rezultate, furnizând servicii indispensabile, precum stabilitate climatică și protecție împotriva undelor ultraviolete.

Dezvoltarea durabilă a devenit un obiectiv universal, criteriu care, transpus în valori numerice reale și în examinarea stilului de viață al societății privind capacitatea de resurse ecologice, evidențiază necesitatea de măsurare a capitalului natural și utilizarea acestuia la nivel național și global.

Dacă se urmărește crearea unui stil de viață durabil, este esențial să se ia în considerare utilizarea resurselor și proceselor naturale esențiale, într-un ritm mai lent decât capacitatea acestora de regenerare și de emisie a unei cantități mai mici de deșeuri decât natura poate să absoarbă.

Datorită consumului de produse și servicii ale naturii, oricine are un impact asupra Planetei, atât ca individ unic, cât și ca regiune, oraș sau țară, iar acest impact ecologic corespunde cu suprafața ocupată din natură pentru a crea stilul de viață dorit. În sens larg, acestea sunt cantitățile măsurabile de capital natural necesare unui trai specific.

În acest articol se urmărește realizarea unui calcul privind cantitatea necesară de capital natural de care oamenii au nevoie și conturarea unei comparații între rezultatele a trei țări europene, România, Italia și Slovacia, țări cu un specific economic și stil de viață diferite.

Astfel, conceptul de amprentă ecologică oferă o metodologie simplă și concretă în vederea utilizării eficiente a capitalului natural și de emitere a unei cantități de deșeurii care să fie absorbită, fără repercursiuni.

Cu ajutorul amprentei ecologice este posibilă realizarea analizei tradiționale a nevoilor umane prin asocierea lor cu perspectivele de consum. Acest indicator prezintă baza unei discuții, dar și a unei strategii de dezvoltare privind eficiența procesării resurselor, limitele consumului de resurse, distribuția națională a resurselor naturale și cum să se mențină durabilitatea utilizării resurselor ecologice.

## **2. Abordări conceptuale ale termenului de amprentă ecologică**

Amprenta ecologică este un concept complementar al presiunii exercitate asupra ecosistemului, care exprimă dimensiunea ecosistemelor terestre și acvatice de care populația are nevoie pentru a-și satisface consumul propriu pentru a asimila cantitatea de deșeurii, fără a distruge ecosistemul.

Termenul a fost studiat de către Mathis Wackernagel și William Rees în 1990, care au ajuns la concluzia că amprenta ecologică este un indicator de măsurare a impactului pe care populația îl are asupra ecosistemului, raportând suprafața Planetei la numărul de locuitori, ce va rezulta o suprafață de teren de care este nevoie pentru a se asigura necesarul de resurse și pentru a neutraliza cantitatea de deșeurii generate de consumul populației. Unitatea de măsură primară este suprafața, iar densitatea populației și consumul individual de produse și servicii au un impact major asupra amprentei ecologice a suprafeței respective.

Dacă amprenta ecologică ce reprezintă un anumit nivel al populației depășește biocapacitatea regiunii reprezentative acesteia, regiunea va intra într-un deficit ecologic. Astfel, nivelul cererii de bunuri și servicii pe care îl poate pune la dispoziție suprafața pământului și suprafața apei unei regiuni depășește orizontul de regenerare a ecosistemului regiunii.

Ulterior, granițele conceptului de amprentă ecologică au fost extinse la termenul de amprentă de carbon, termen utilizat frecvent în mediul economic, științific și politic, domenii în care instituțiile doresc monitorizarea nivelului de utilizare a resurselor ecologice pentru a extinde metodele utilizate în dezvoltarea teritorială.

Conform lui Wackernagel (2002), amprenta ecologică este o resursă și o metodă de măsurare a emisiilor (CO<sub>2</sub> este singurul biogaz luat în calcul de metoda amprentei ecologice) prin care se urmărește cererea umană asupra capacității de regenerare a biosferei. Prin urmărirea diverselor activități umane, amprenta ecologică măsoară impactul presiunilor antropologice care sunt evaluate independent (emisiile de CO<sub>2</sub>, consumul de pește, etc.) și poate fi folosită pentru a înțelege consecințele presiunilor exercitate de oameni asupra mediului înconjurător, biosferă și ecosisteme.

Analiza bibliometrică a lucrărilor științifice publicate asupra amprentei ecologice în perioada 1992 și 2017, folosind date extrase din baza de date Scopus în data de 6 noiembrie 2017, conduce la o serie de concluzii prezentate în continuare.

Criteriul ales pentru extragerea datelor din anul 1992 s-a bazat pe definiția cercetătorului William Rees care studiază pentru prima dată termenul de amprentă ecologică, ca fiind o formulă prin care se împarte suprafața Pământului la numărul de locuitori, iar consumul produselor și industrializarea au un impact puternic asupra amprentei ecologice.

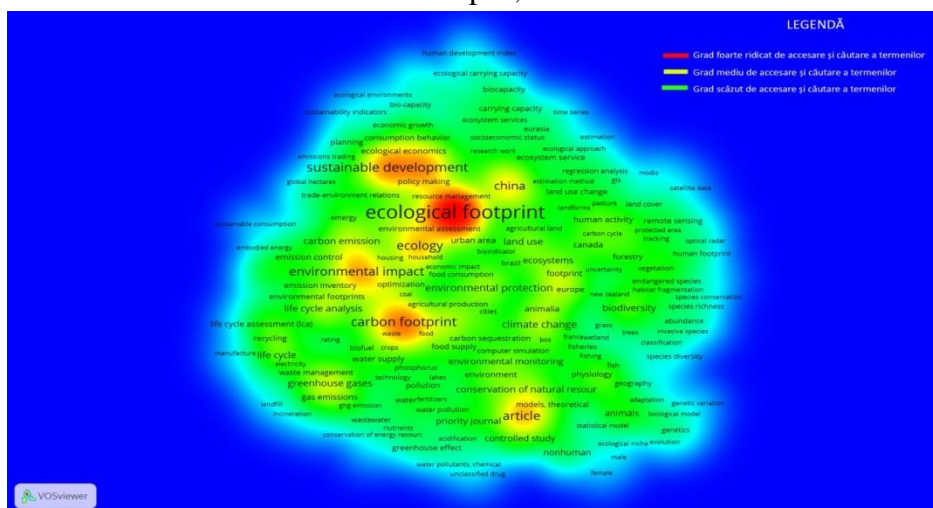
Criteriul pentru crearea hărților în VOSviewer<sup>2</sup> a fost alegerea a minim 5 termeni comuni, iar apoi din cele mai întâlnite cuvinte cheie vor fi selectate doar 500, acestea fiind generate într-o hartă care arată densitatea cuvintelor cheie folosite în articolele sau cărțile publicate în domeniul amprentei ecologice.

În Figura nr. 1 se pot observa cuvintele cheie folosite în 2.617 articole publicate între 1992 și 2017 în baza de date Scopus. Din 14.085 cuvinte cheie, doar 1.339 îndeplinesc criteriul în care trebuie să existe minim 5 termeni comuni, iar din acestea au fost selectate 500. Există mai multe mănunchiuri, cuvintele cheie cu o recurență mai mare a termenilor sunt reprezentați prin culoarea roșie, termeni precum amprentă ecologică, amprentă de carbon sau dezvoltare sustenabilă. Pe plan secund, găsim cuvinte cheie precum biodiversitate, poluare, activitate umană, care au o densitate mai mică și sunt reprezentate prin culoarea verde.

Cele mai multe articole referitoare amprentei ecologice în perioada 1992-2007 au fost publicate în anul 2015, în număr total de 276 articole publicate. Tot în aceeași perioadă se constată că pe primul loc se situează Statele Unite ale Americii cu 603 articole publicate, China având 571 articole, România publicând în perioada specificată 15 articole referitoare amprentei ecologice.

Universitatea care a publicat cele mai multe articole referitoare la amprenta ecologică în perioada specificată este Chinese Academy of Sciences cu 149 de articole, iar limba predominantă este engleză, cu 2.262 articole publicate.

Figura nr.1 Subtemele cuvintelor cheie asupra amprentei ecologice din cele mai citate 2.617 articole în Scopus, 1992-2017

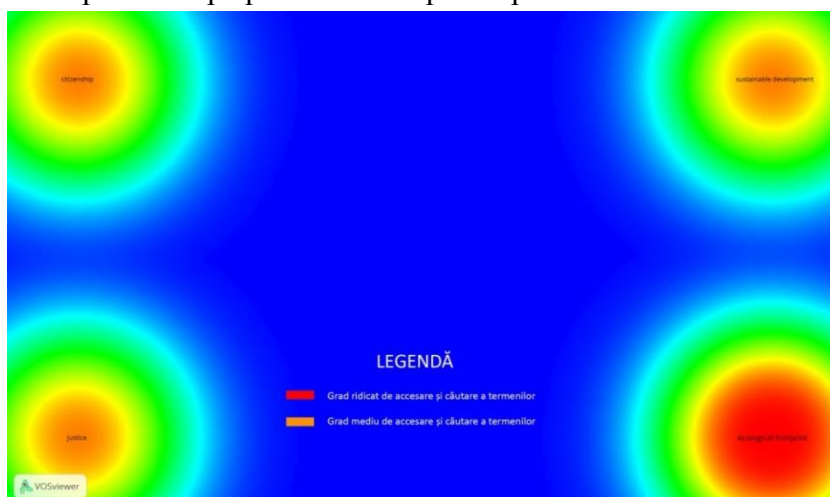


Sursa: date de pe platforma Scopus, prelucrate cu ajutorul soft-ului Scopus, versiunea 1.6.5

În Figura nr. 2 se pot observa cuvintele cheie extrase din 26 de cărți publicate în perioada 1992-2017 în domeniul amprentei ecologice. Din cele 62 de cuvinte cheie, doar 4 îndeplinesc criteriul stabilit, așadar vor exista doar 4 cuvinte cheie, respectiv 4 mănunchiuri cu câte un cuvânt cheie, cele mai întâlnite cuvinte cheie fiind amprenta ecologică.

<sup>2</sup> VOSviewer este un software gratuit, versiunea folosită fiind VOSviewer 1.6.5. Acest software a fost creat de către Nees Jan van Eck și Ludo Waltman în cadrul Centrului pentru știință și studii tehnologice al Universității Leiden

Figura nr. 2 Subtemele cuvintelor cheie asupra amprentei ecologice din cele mai citate 26 cărți publicate pe platforma Scopus în perioada 1992-2017



Sursa: date de pe platforma Scopus, prelucrate cu ajutorul soft-ului Scopus, versiunea 1.6.5

Densitatea este cu mult mai mică comparativ cu prima analiză, numărul de cuvinte cheie fiind redus semnificativ, de aici rezultând și că numărul cărților publicate este net inferior articolelor publicate în perioada 1992-2017.

Cele mai multe cărți publicate sunt din Statele Unite ale Americii cu 6 cărți publicate și Marea Britanie cu 5 cărți publicate. Toate cărțile din domeniul amprentei ecologice de pe platforma Scopus sunt publicate în limba engleză. Anii în care s-au publicat cele mai multe cărți în acest domeniu sunt 2010, 2013 respectiv 2016, cu câte 4 cărți fiecare.

### 3. Analiza nivelului amprentei ecologice

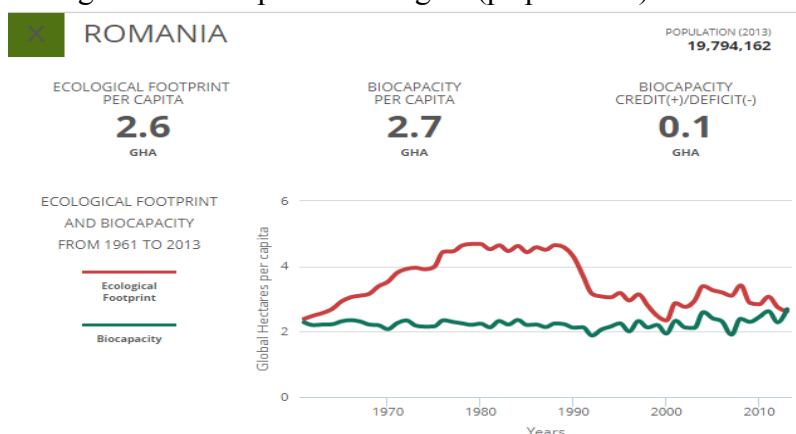
Conform conceptului de amprentă ecologică, pentru a afla capacitatea naturii de absorbție a nivelului de resurse utilizate, este necesară analizarea factorilor care influențează amprenta ecologică, precum alimentele, transportul, energia, nivelul de bunuri și servicii.

Amprenta este exprimată în cantitatea de pământ și apă necesară pentru produce ceea ce consumăm și pentru a absorbi cantitatea de deșeuri pe care o generăm.

Pentru a măsura presiunea pe care o exercităm asupra planetei în vederea stabilirii modalităților de reducere a impactului generat, este necesară realizarea comparației datelor specifice, bazată pe situația României, a Italiei și a Slovaciei.

Această comparație va crea o imagine de ansamblu asupra situației actuale, iar ulterior se pot stabili o serie de factori care vor putea fi utilizați în vederea reducerii nivelului amprentei ecologice.

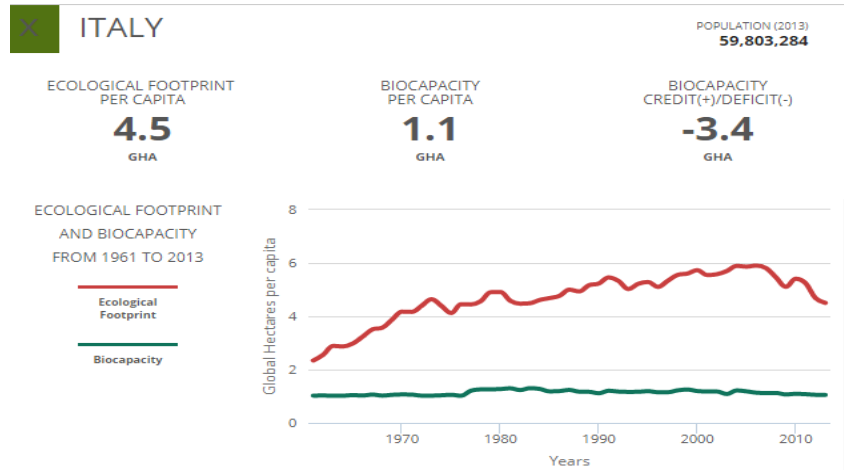
Figura nr. 3 Amprenta ecologică (pe persoană) România



Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

În România (cu o populație de 19.794.162 în 2013), nivelul amprentei ecologice a avut parte de mari oscilații, de la valoarea de 2,4 GHA în anul 1961, ajungând la nivelul maxim de 4,7 GHA în anul 1988, atingând nivelul minim de 2,2 GHA în anul 2000, urmat de o fluctuație, iar în anul 2013 înregistrând valoarea de 2,6 GHA (hectare globale).

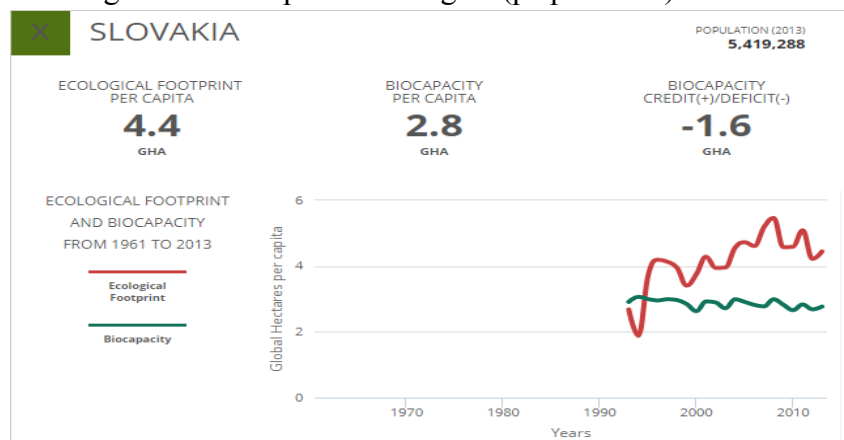
Figura nr. 4 Amprenta ecologică (pe persoană) Italia



Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

Cu o populație de 59.803.284 în 2013, valoarea amprentei ecologice a fost într-o continuă creștere, cu mici fluctuații, până în anul 2006 când a atins nivelul de 6 GHA, de la valoarea de 2,2 GHA înregistrată în anul 1961, iar ulterior, aceasta a ajuns la valoarea de 4,5 GHA în anul 2013.

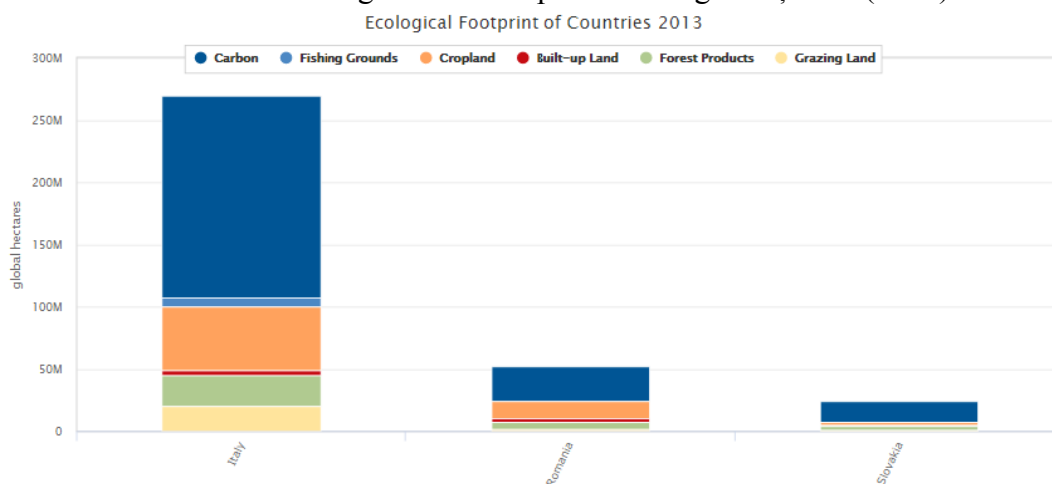
Figura nr. 5 Amprenta ecologică (pe persoană) Slovacia



Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

În Slovacia (cu o populație în anul 2013 de 5.419.288), nivelul amprentei ecologice pe persoană a fost înregistrat în 1993 cu valoarea 2,7 GHA, cu o creștere variabilă continuă până în anul 2008, când a ajuns la nivelul maxim de 5,5 GHA. Ulterior, acesta a scăzut, iar în 2013 a înregistrat valoarea de 4,4 GHA.

Figura nr. 6 Amprenta ecologică a țărilor (2013)



Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

În ceea ce privește amprenta ecologică la nivel de țară, diferența majoră dintre valorile înregistrate în aceste țări oferă posibilitatea de realizare a unei imagini de ansamblu a situației actuale privind impactul realizat de fiecare dintre acestea asupra Planetei.

Nivelul amprentei ecologice în România înregistrează valori mai mari decât cele din Slovacia, dar semnificativ mai mici decât cele din Italia. În 2013, în România, nivelul amprentei de carbon a înregistrat valoarea de 27.773.414, de 1,63 de ori mai mare decât cel al Slovaciei (17.022.003) și de 5,85 ori mai mică decât cel din Italia (162.403.473). Valoarea suprafeței de pescuit din România a fost de 585.599 în 2013, de 2,82 ori mai mare decât cea a Slovaciei (207.441) și de 12,10 mai mică decât cea a Italiei (7.084.087). Suprafața înregistrată a terenurilor agricole din România, în anul 2013, a fost de 13.334.941, de 5,94 de ori mai mare decât cea a Slovaciei (2.243.786) și de 3,84 ori mai mică decât cea din Italia (51.235.225).

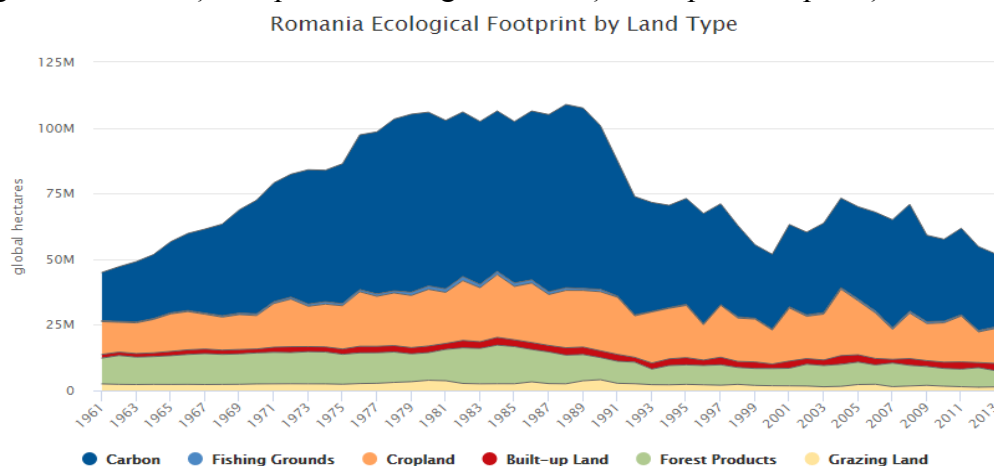
Suprafața construită în România este de 2.776.653 (2013), de 5,15 ori mai mare decât cea a Slovaciei (538.160) și de 1,29 mai mică decât cea a Italiei (3.589.386). Valoarea înregistrată a produselor forestiere a României a fost de 6.156.543, în anul 2013, de 1,79 ori mai mare decât cea din Slovacia (3.432.639) și de 4,11 ori mai mică decât cea din Italia (25.327.865). Suprafața pășunilor înregistrată în România a fost de 1.367.924, de 2,13 mai mare decât cea înregistrată în Slovacia (642.288), și de 14,39 față de cea a Italiei (19.692.664).

Tabelul nr. 1 Amprenta ecologică a țărilor (2013)

Nume țară	Carbon	Suprafață de pescuit	Suprafață terenuri agricole	Suprafața construită	Produse forestiere	Suprafață pășuni
România	27.773.414	585.599	13.334.941	2.776.653	6.156.543	1.367.924
Italia	162.403.473	7.084.087	51.235.225	3.589.386	25.327.865	19.692.664
Slovacia	17.022.003	207.441	2.243.786	538.160	3.432.639	642.288

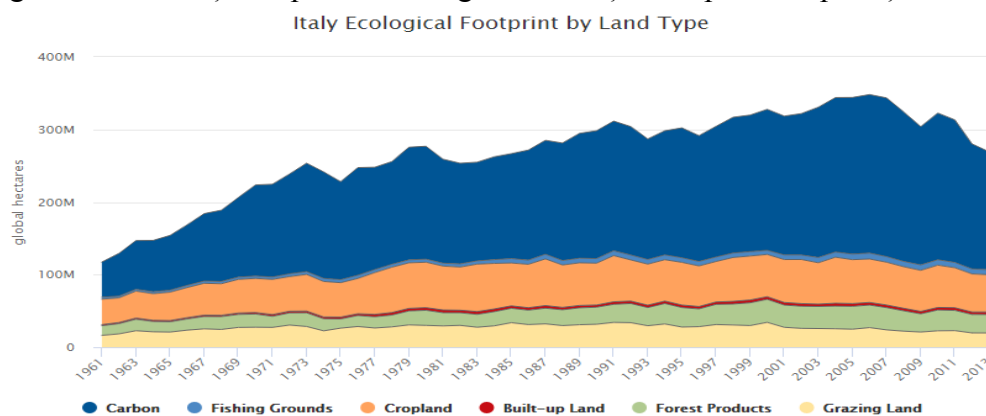
Sursa: Realizat de autori pe baza datelor de pe [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

Figura nr. 7 Variația amprentei ecologice în funcție de tipul de suprafață în România



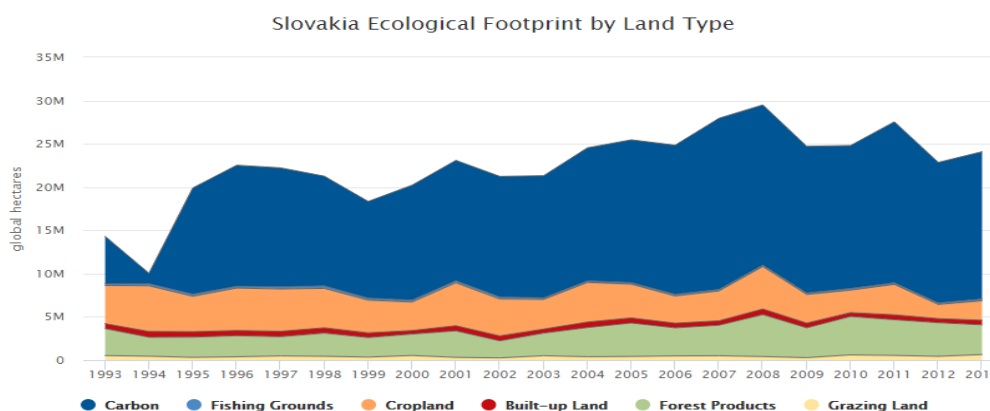
Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

Figura nr. 8 Variația amprentei ecologice în funcție de tipul de suprafață în Italia



Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

Figura nr. 9 Variația amprentei ecologice în funcție de tipul de suprafață în Slovacia



Sursa: [www.footprintnetwork.org](http://www.footprintnetwork.org)

#### 4. Concluzii

Dacă până la momentul actual poluarea a fost privită ca un fenomen provocat într-o mai mare proporție de uzine, fabrici sau alte unități comerciale, trecerea timpului indică o nouă



perspectivă a asumării responsabilității stării actuale a capitalului natural al planetei și anume poluarea provocată de populație.

Atingerea unui optim ecologic în viața personală sau cea de familie reprezintă un concept nou, căruia îi este adiacentă și amprenta ecologică, aceasta reprezentând un pas important în direcția sustenabilității. Prin activități ce reprezintă reciclarea selectivă sau temperarea consumului în vederea reducerii deșeurilor menajere, orice gospodărie poate participa la crearea unui mediu sănătos pentru generațiile viitoare și tolerabile pentru cele actuale.

Efectele schimbărilor climatice și scăderii fondurilor de resurse naturale de pe întreaga planetă încep să se resimtă zilnic, transformând subiecte care până recent puteau fi amânate, însă care acum au devenit un imperativ pentru fiecare entitate care își desfășoară activitatea pe această planetă.

### **Referințe bibliografice**

Jacobs Michael (1993), *The Green Economy: Environment, Sustainable Development and the Politics of the Future*, Vancouver: U.B.C. Press

Wackernagel, M., Schulz, N.B, (2002), *Tracking the ecological overshoot of the human economy. Proceedings of the National Academy of Science* 99

<https://www.footprintnetwork.org/resources/glossary/>

# IMPACTUL STRATEGIEI OCEANULUI ALBASTRU ASUPRA DEZVOLTĂRII NOILOR AFACERI

## THE IMPACT OF THE BLUE OCEAN STRATEGY ON THE DEVELOPMENT OF NEW BUSINESSES

**Beatrix-Monica SPITZER**

Masterand FBA anul I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: beaspitzer@gmail.com

**Abstract:** *The aim of this paper is to analyze the impact of the Blue Ocean Strategy on the development of new businesses. For this process, real case examples from different industries will be presented, in order to better understand the application of this theory. The work will be divided in two major parts: the first part will examine the Blue Ocean technique, while the second part will closely analyse businesses that successfully applied this strategy. Besides, in order to gain the most valuable information, the method of secondary research will be used. This will consist of various books, more precisely, the Blue Ocean Strategy theories written by W. Chan Kim and Renee Mauborgne will be mainly considered. Therefore, the paper will demonstrate the measures that will help an enterprise to efficiently operate by further developing a new strategy that could innovate their whole business idea.*

**Key words:** Blue Ocean Strategy; Customer Value; Profit Maximization; Economic Expansion; Market Competition; New Firm Growth; Strategic Planning; Innovation

**JEL Code:** M1 ; M130 ; O1 ; O31

### 1. Introducere

În prezent, mișcările strategice bine stabilite se presupun a fi elemente-cheie pentru viitorul unei întreprinderi. În zilele de azi, este foarte dificil dezvoltarea unei întreprinderi care să fie atât profitabilă, cât și clienții acestora să fie satisfăcuți. Prin urmare, managerii trebuie să treacă de la idei la acțiuni pentru a stabili o afacere de succes.

Cu toate acestea, problema societății de astăzi este că antreprenorii nu sunt conștienți de toate strategiile posibile pe care le-ar putea adopta; în primul rând pentru a avea o poziție diferită pe piață și în al doilea rând, pentru a evita concurența cu alte industrii sau cu idei de afaceri deja existente.

Pentru acest proces, este nevoie de un instrument semnificativ, acesta fiind inovația. În consecință, scopul acestei lucrări este de a analiza factorii care vor conduce la înființarea unei noi întreprinderi sau dezvoltarea unei firme deja existente, bazat pe o strategie nouă și anume cea a Oceanului Albastru.

Prin urmare, este important ca orice firmă să dețină o strategie bine definită, deoarece aceasta este instrumentul principal pentru realizarea avantajului competitiv al unei companii.

Pe scurt, secretul Strategiei Oceanului Albastru constă în mișcarea strategiilor concurente de piață și a strategiilor de creare a pieței. În acest fel, valorile cumpărătorului sunt îndeplinite, costurile companiilor sunt reduse și concurența este eliminată.

De asemenea, este important analiza alegerilor strategice care sunt folosite de o firmă, deoarece arată modul în care organizația dorește să concureze cu alte întreprinderi, luând în considerare faptul: cu cât o afacere este unică pe piață, cu atât șansele de reușită sunt mai mari.

Pentru aspectele meționate mai sus, această lucrare este un subiect relevant de discuție, deoarece antreprenoriatul și strategiile actuale, sunt metode folosite pentru a crea ceva nou și util pentru societate.

## 2. Strategia Oceanului Albastru

În general, principalele obiective pentru majoritatea firmelor este calitatea unui produs sau serviciu, precum și satisfacția clienților. Prin urmare, Strategia Oceanului Albastru va dezvolta un nou mod de gândire în cadrul unui nou concept strategic de crearea unor noi piețe.

Dintotdeauna, competiția a reprezentat un proces dificil pentru fiecare antreprenor; astfel aceasta lucrare va introduce o nouă modalitate de a percepe concurența. Cu ani în urmă, firmele s-au gândit doar la modul în care ar putea înțelege concurența și au uitat de posibilitatea eventuală de a nu se lupta cu acestea. În consecință, următoarele subcapitole vor descrie îndeaproape Strategia Oceanului Albastru, un nou instrument inovator care ar putea fi benefic pentru multe companii.

Reprezentarea metaforică a Oceanul Albastru, are rolul de a înfățișa multitudinea posibilităților deschise spre inovație. Așa cum îi spune și numele Oceanul Albastru presupune un spațiu vast și neatins, aflat departe de competiția de pe piețele convenționale, manifestând un serviciu sau un bun neexplorat. Așadar, în Oceanul Albastru sunt create noi piețe cu posibilități de dezvoltare rapidă. În aceasta zona, puține firme ajung, dar recompensele sunt pe măsură.

În sfera piețelor financiare există două tipuri de oceane: oceanele albastre unde companiile ar trebui să fie dezvoltate astăzi; și oceanele roșii care ar trebui uitate. Oceanele roșii sunt reprezentanți ai tuturor industriilor disponibile pe piață de astăzi, în timp ce oceanele albastre constituie exact opusul, așadar industriile inexistente pe piața actuală.

Diferențele dintre oceanul roșu și cel albastru pot fi vizibile și din tabelul de mai jos:

**Tabelul nr. 1. Strategia Oceanului Albastru versus Strategia Oceanului Roșu**

<b>Strategia Oceanului Roșu</b>	<b>Strategia Oceanului Albastru</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurează în spațiul de piață existent</li> <li>• Țelul este de a învinge competiția</li> <li>• Piața este supraaglomerată - creșterea preconizată și profiturile sunt scăzute</li> <li>• Aceleași companii sunt disponibile pe piață</li> <li>• Limitele sunt bine determinate</li> <li>• Regulile sunt cunoscute de toată lumea</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crearea spațiului de piață necontestat</li> <li>• Țelul este de a face concurența irelevantă</li> <li>• Oportunitate de creștere accelerată și profituri ridicate</li> <li>• Companiile nu există pe piață</li> <li>• Piața este neexplorată</li> <li>• Regulile așteaptă încă să fie cunoscute</li> </ul>

**Sursa: realizat de autorii Chan Kim și Renee Mauborgne pe baza datelor din cartea Strategia Oceanului Albastru**

Există diferențe semnificative între cele două tipuri de oceane. În oceanul roșu granițele sunt bine determinate și recunoscute de oameni; în plus, regulile jocului sunt bine înțelese de toată lumea. În acest fel, întreprinderile încearcă să funcționeze mai bine decât adversarii lor pentru a obține o cotă de piață mai mare. Astfel, spațiul de pe piață devine supraaglomerat, iar creșterea și profiturile așteptate sunt diminuate și mai greu de realizat.

Cu toate acestea, contrastul este văzut în oceanele albastre, unde piața este neexplorată și în plus, clienții solicită produse sau servicii inovatoare pe care nu le-au avut înainte. Astfel, în această

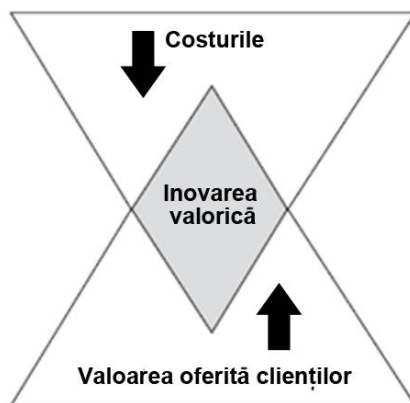
parte, sunt vizibile oportunitățile de creștere accelerată și profit mai ridicat. Este de asemenea, recunoscut faptul că unele oceane albastre s-au stabilit mult dincolo de industriile disponibile, dar cu diferența că oceanele albastre au extins granițele existente ale industriei. Prin urmare, în această parte, concurența este nesemnificativă, datorită faptului că normele încă așteaptă să fie stabilite.

Companiile, care au urmat metoda oceanului albastru, au inclus simultan și tehnica de inovare valorică, care este piatra de temelie a strategiei oceanului albastru. Valoarea inovației este menită să creeze un salt în valoarea clienților, prin crearea unui nou spațiu de piață. De asemenea, s-a demonstrat că inovația apare numai atunci când se aliniază cu utilitatea oamenilor, cu poziția de cost și cu prețul.

În plus, inovația valorică ar putea fi definită în două moduri. Pe de o parte, se consideră că întreprinderile sunt capabile să creeze o valoare mai mare clienților cu costuri mai mari sau pe de altă parte, oamenii ar putea genera o valoare rezonabilă consumatorului dar la prețuri mai mici.

Cu toate acestea, strategia oceanului albastru a ales să combine diferențierea cu instrumentele de cost redus, pentru a atrage mai mulți clienți. Acest lucru ar putea fi mai bine explicat prin analizarea diagramei următoare:

**Figura nr.1. Inovarea valorică**



**Sursa: realizat de autorii Chan Kim și Renee Mauborgne pe baza datelor din cartea Strategia Oceanului Albastru**

Este acceptat faptul că rombii existenți în graficul de mai sus arată valoarea inovației care este dată din regiunea în care operațiunile întreprinderilor influențează în mod favorabil atât costul, cât și valoarea pentru clienți. De asemenea, atunci când se creează oceanele albastre, costurile produsului sau al serviciului sunt scăzute, în timp ce valorile clienților sunt simultan ridicate. În consecință, este o situație avantajoasă deoarece se atinge atât valorile cumpărătorului, cât și cele ale întreprinderii.

### **3. Exemple unde Strategia Oceanului Albastru a fost implementat cu succes**

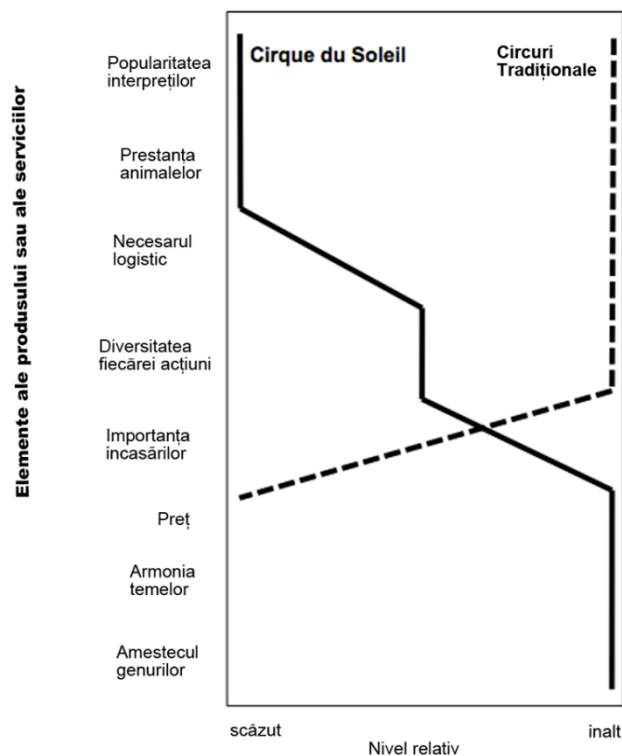
Strategia Oceanului Albastru se poate aplica atât firmelor noi create cât și firmelor deja existente pe piață. Un exemplu de serviciu care a fost deja existent pe piață, dar a fost îmbunătățit cu ajutorul strategiei Oceanului Albastru a fost realizat de ciroul Cirque du Soleil.

Cirque a beneficiat de potențialul de creștere limitat al acestei industrii și a venit cu noi soluții pentru a convinge oamenii să vină să urmărească performanțele lor. Cirque du Soleil a prezentat numeroase avantaje în comparație cu alte circuri, deoarece a promovat inovația prin protejarea drepturilor animalelor, și au făcut cercetări de marketing adecvate pentru a identifica tema preferată a publicului. Cirque a refuzat să folosească animalele în spectacolele lor; în schimb, au combinat elementele de operă, acrobație, artă, spectacol, dans, teatru și circ într-un subiect armonios, fără a arăta interpreți celebri, doar un ansamblu care formau o echipă unită.

Un alt fapt interesant a fost că acest circ si-a adaptat spectacolul conform țării unde aveau spectacol. În acest fel, interesele specifice ale oamenilor au fost îndeplinite, iar Cirque a putut să atingă emoțiile spectatorilor.

În consecință, Guy Laliberté, directorul circului a fost întotdeauna gata să facă schimbări pentru a ține pasul cu nevoile societății, exact ceea ce sugerează și strategia oceanului albastru. Prin urmare, Cirque du Soleil își consacră resursele cu înțelepciune concentrându-se pe menținerea și construirea spațiului său unic de piață, cu un ansamblu de colaborare strălucit, realizând o varietate unică de acte.

**Figura nr. 2. Succesul Cirque du Soleil**



**Sursa : realizat de Cirque du Soleil's Success**

Așadar, diagrama ilustrează cu precizie diferențele majore dintre Cirque du Soleil și alte circuri tradiționale. În timp ce circurile obișnuite se concentrează mai mult pe cerințele logistice, pe performanțele animalelor și pe popularitatea interpretelor, Cirque du Soleil și-a dat seama că succesul stă în atragerea oamenilor la circ prin amestecul de gen și armonie a temei.

În ansamblu, Cirque du Soleil a vizat o industrie nu foarte atrăgătoare, care a fost mai degrabă în scădere decât creștere, dar venind cu idei inovative, au reușit să învingă competiția și să devină o afacere de succes.

Un al doilea exemplu, care a fost dezvoltat pe baza Strategiei Oceanului Albastru și a fost inexistent pe piața automobilă până atunci, a fost creat de către Tesla Motors. Acesta este un exemplu important de analizat deoarece această companie a creat prima mașină electrică care ar putea depăși multe alte mașini existente în industria automobilelor. În momentul apariției a primei mașini electrice pe piață, nu exista nici o concurență pentru Tesla, astfel că firma a beneficiat de un succes enorm.

Tesla, a stabilit o strategie de preț scăzut, combinată cu noi beneficii, inexistente pe piață. Mai mult decât atât, mașina a implementat tehnica de inovare valorică prin intermediul bateriilor Li-ion, astfel eliminând consumul de combustibil pentru a crea zero emisii. În consecință, Strategia Oceanului Albastru este vizibilă în mentalitatea lor; cu toate acestea, următoarea ilustrație va

prezenta punctul principal al gândirii strategice pe care Tesla a folosit-o pentru a triumfa în acest domeniu al industriei.

**Tabelul nr. 2. Inovarea valorică – Tesla Motors**

Eliminarea	Creșterea
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizării combustibilului</li> <li>• Emisiilor de carbon</li> <li>• Filtrelor de ulei de motor și de aer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eficiența energiei în comparație cu vehiculele pe combustibil</li> <li>• Intervalul de condus</li> <li>• Rata de accelerare față de alte mașini sport</li> </ul>
Reducerea	Crearea
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Opțiunile automobilelor</li> <li>• Necesitatea de service</li> <li>• Timpul de încărcare a bateriei</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un vehicul electric sport, inovator, elegant și performant</li> <li>• Preț atractiv și avantajos</li> <li>• Dispozitiv de încărcare a bateriei încorporat, care poate fi conectat la orice priză</li> </ul>

Sursa: realizat de Frontier Strategy

În ansamblu, Tesla a fost unul dintre primii producători de mașini care a creat un vehicul electric, oferind o experiență complet diferită. Astfel, Tesla este un exemplu cuprinzător care a aplicat strategia Oceanului Albastru. În plus, au realizat și alte două misiuni importante: au curățat mediul poluat și au diminuat nevoia de petrol, astfel, în tabelul de mai jos este reprezentată evoluția financiară a companiei Tesla Motors începând cu anul 2012 până în 2016.

**Tabelul nr. 3. Situația financiară 2012-2016 - Tesla Motors**

Annual Financials for Tesla Inc.

[View Ratios](#)

Fiscal year is January-December. All values USD millions.	2012	2013	2014	2015	2016	5-year trend
<b>+</b> Sales/Revenue	413.26M	2.01B	3.2B	4.05B	7B	
<b>+</b> Cost of Goods Sold (COGS) incl. D&A	383.19M	1.56B	2.32B	3.11B	5.43B	
COGS excluding D&A	354.36M	1.45B	2.08B	2.69B	4.48B	
Depreciation & Amortization Expense	28.83M	106.08M	231.93M	422.59M	947.1M	
Depreciation	28.83M	103.28M	228.92M	-	-	
Amortization of Intangibles	-	2.8M	3.02M	-	-	
<b>+</b> Gross Income	30.07M	456.26M	881.67M	933M	1.57B	

Sursa: realizat de Market Watch pe baza situației financiare Tesla Motors

Așadar, cum se poate observa și din tabelul de mai sus, această firmă a prezentat o creștere enormă a veniturilor, obținută ca urmare a creării unei noi industrii, care a generat o nouă cerere, s-a dezvoltat rapid și s-a îmbunătățit în mod constant. Prin urmare, veniturile acestei companii au crescut treptat, depășind în fiecare an veniturile precedente.

#### 4. Avantajele și dezavantajele acestei strategii

Este bine știut că nu există o strategie care să fie fără risc, așadar oportunitățile vor merge mână în mână cu riscurile. Astfel, în orice strategie de afaceri, există avantaje și dezavantaje care vin de-a lungul diferitelor tactici folosite. În cazul Strategiei Oceanului Albastru, avantajele sunt destul de numeroase.

În primul rând, cel mai important element al Strategiei Oceanului Albastru este faptul că problemele competiției sunt nesemnificative. Ba mai mult, regulile pieței nu sunt stabilite, prin urmare antreprenorii sunt provocați să creeze ceva nou, unic și inexistent, astfel oportunitățile de creștere accelerată și profituri ridicate pot fi obținute mult mai ușor.

Cu toate acestea, se știe că orice aspect pozitiv ar putea avea și anumite dezavantaje. Indiferent cât de mult încearcă strategia oceanului albastru să stea departe de competiție, oceanul roșu este destul de greu de oprit, deoarece concurența nu este niciodată cu mult în urmă. De obicei, există mai multe companii care au idei de afaceri similare. Chiar dacă o întreprindere ar putea fi în prezent unică, nu poate fi garantat ca va rămâne lider o perioadă lungă de timp, deoarece imediat ce apar noi invenții de-a lungul pieței, oamenii vor începe să urmeze aceleași tendințe și să copieze unele idei.

Astfel, crearea Strategiei Oceanului Albastru nu este imposibilă, însă necesită idei de afaceri stabile și bine definite care vor fi greu sau poate chiar imposibil de imitat. În consecință, pentru a depăși acest dezavantaj, strategia Blue Ocean ar trebui să se concentreze în principal pe crearea de produse noi, unice și utile pentru clienți.

#### 5. Concluzii

Scopul acestei lucrări a fost definirea importanței mișcărilor strategice explicate cu ajutorul strategiei oceanului albastru, pentru a facilita creșterea și dezvoltarea economiei, a piețelor financiare și a afacerilor. Acesta a fost un subiect important de discutat, deoarece întreprinzătorii trebuie să fie informați cu privire la diferite strategii care ar putea reîmprospăta ideile lor de afaceri și chiar ar putea îmbunătăți imaginea, vânzările și reputația companiei.

Pe scurt, Strategia Oceanului Albastru este o abordare sistematică care ajută companiile să facă concurența nesemnificativă prin utilizarea diferitelor instrumente pentru construirea și capturarea oceanelor albastre personale.

În plus, țelul acestei strategii este concret. Ea dorește să permită oricărei organizații, independentă de faptul că este mică sau mare, nouă sau existentă, să creeze oceane albastre pe baza măsurilor de maximizare a oportunităților și de reducere a riscurilor. Prin această acțiune strategia dorește să conteste creativitatea și unicitatea fiecărui antreprenor. Așadar, această strategie dovedește că economia nu se oprește niciodată, strategiile vor fi îmbunătățite mereu iar piețele se vor extinde în permanență.

Concluzionând, motivele pentru care Strategia Oceanului Albastru ar trebui aplicat sunt prezentate în paragrafele de mai jos.

În primul rând, s-a constatat că această strategie, aplică tehnica creării unei noi piețe în loc să concureze cu celelalte firme; astfel încât această piață este neexplorată și gata să atragă noi grupuri de clienți cum au făcut și cei de la Tesla Motors. Cu toate acestea, există și posibilitatea creării unei noi piețe într-o industrie deja existentă, așa cum a făcut și cei de la Cirque du Soleil. Ei au încălcat regulile învechite ale circurilor introducând în spectacolele lor teatru, opera și balet, astfel încât au putut oferi un serviciu unic, combinat cu costuri mai mici. În consecință, exemplul lor demonstrează modul în care strategia oceanului albastru se aplică unei industrii deja dezvoltate, iar în exemplul autovehiculului Tesla, prețurile produselor au fost stabilite în mod corespunzător și au fost cu adevărat îndeplinite nevoile și așteptările clienților prin crearea unui spațiu de piață neconținut cu vehicule electrice de înaltă performanță care asigură viteză mare, dar în același timp asigură și zero emisii.

În al doilea rând, deoarece oferta de astăzi depășește cererea, iar brandurile devin tot mai asemănătoare, oamenii vor alege în funcție de prețul produsului. În consecință, strategia oceanului albastru sugerează companiilor să stabilească un preț care să atragă mai mulți clienți și în același timp să acopere costurile de producție. Acest lucru se poate face prin tehnica de inovare valorică. Acest instrument este creat din regiune în care operațiunile întreprinderii influențează în mod favorabil atât costul, cât și propunerile sale de valoare pentru clienți. Atunci când se creează oceanele albastre, costurile produsului sau serviciului sunt scăzute, în timp ce valorile clienților sunt simultan ridicate.

Și nu în ultimul rând, motivul pentru care această strategie are o importanță crescândă, se datorează faptului că aceasta dorește să elimine concurența din industriile existente, unde presiunea asupra costurilor și a profiturilor au fost în continuă creștere. De asemenea, în ultimii ani, multe noi tendințe globale au dat naștere cu o viteză pe care doar puțini oameni și-ar fi putut imagina. Prin aceste modificări se crede că Oceanul Albastru va fi o decizie strategică și mai importantă de urmat în viitor.

### **Referințe bibliografice**

Cirque du Soleil's Success (2016), *GMBA Circus Presentation*

Frontier Strategy (n.d.), *Tesla Motors*.

Johnson G., Whittington R., Scholes K., Angwin D., Regnér P. (2014). *Exploring strategy* (10th ed.), Pearson Education Limited, Edinburgh, pag. 37-289

Kim C., Mauborgne R. (2015), *Strategia Oceanului Albastru*, Harvard Business Review Press via Agentia Literara Livia Stoia, pag. 37-321

Luo, K. (2015), *What made Cirque du Soleil so successful*

Marketwatch (2016), *Annual Financials for Tesla Inc.*

Russell R., Taylor B. (2006), *Operations Management* (5th ed.), John Wiley & Sons, United States, pag.



# UNIUNEA BANCARĂ - SUB ASEDIU

## BANKING UNION – UNDER SIEGE

**Lidia VESA**

Masterand CAGA anul I, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: [lidiavesa@gmail.com](mailto:lidiavesa@gmail.com)

**Abstract:** *The Banking Union is a step in European integration ensuring that the banking system is safe and reliable. The necessity of banking union was first noticed in 2009, after the financial crisis, but only in 2012 was on the table in the European Council meetings. All this time, there were many voices that were against more integration, but the economic and political situation in European countries made it clear: the banking union is the single only way to make Euro the strongest currency. In its short life, this construction faces more challenges: Greek Crisis, migration crisis, Brexit, the presidential election in United States of America. In this context, European citizens are pessimistic about the future of European Union and this uncertainty is a real challenge to the Banking Union. These crises have not demolished the new structure as was thought, but consolidated its frames preparing it to face new provocations.*

**Key words:** banking union; banking crisis; bailout; stress testing; government debt.

**Jel code:** G00 General ; G01 Financial Crises; G28 Government Policy and Regulation

### 1. Uniunea bancară – necesitate și realitate

De-a lungul procesului de integrare europeană au tot existat întrebări, unele de abia auzite, altele rostite și discutate în cadrul diferitelor conferințe și dezbateri. Dar coborând de la nivel înalt tot mai mulți cetățeni își pun serios întrebări cu privire la existența Uniunii Europene:

- Va șterge Uniunea datoriile Greciei? Va intra Germania și Franța în recesiune?
- Ce măsuri va lua Uniunea pentru recuperarea împrumuturilor acordate Greciei?
- Va afecta ieșirea Marii Britanii Uniunea Europeană? Va negocia conducerea Uniunii în favoarea Uniunii, sau va compromite viitorul integrării?
- Cum se va gestiona criza imigranților, astfel încât să nu aibă repercursiuni asupra economiilor statelor membre?
- Este Uniunea Europeană cea mai eficientă construcție sau cooperarea din cadrul acesteia nu duce decât la eșec?

Cu toate aceste întrebări, Uniunea nu se lasă copleșită de evenimentele care se petrec chiar în sânul ei, ci pornește în căutarea altor scenarii mult mai optimiste, propunând noi etape de integrare, dintre care una foarte importantă în domeniul financiar: uniunea bancară; etapă care aduce multe îmbunătățiri și care cunoaște, în scurta ei viață seisme menite să îi verifice rezistența.

Este această etapă de intergare capabilă să facă față noilor provocări? Ce reprezintă ea? Și care sunt principiile de funcționare ale acestei noi structuri, măsurile propuse și luate pentru combaterea sau limitarea efectelor produse de seisme din lumea europeană bancară?

Funcționalitatea Uniunii Bancare este confirmată de faptul că precum celălalte construcții europene: Piata Unică, Comunitatea Europeană, Uniunea Europeană, a fost construită și consolidată prin crize și reprezintă „suma soluțiilor adoptate pentru depășirea acestora” ([http://www.ince.ro/Publicatii/Publicatii\\_online/108%20Studii%20-%20Florian%20Libocor%20-%20Uniunea%20bancar%20-%20realit%20-%20C4%83%20-%20C5%A3i%20europene.pdf](http://www.ince.ro/Publicatii/Publicatii_online/108%20Studii%20-%20Florian%20Libocor%20-%20Uniunea%20bancar%20-%20realit%20-%20C4%83%20-%20C5%A3i%20europene.pdf) )

Criza financiară începută în anul 2007 a evidențiat faptul că este necesară o consolidare a Uniunii economice și monetare, care era o construcție funcțională, dar incompletă. După criza imobiliară din anul 2007 și criza financiară din anul 2008, Europa a fost zguduită de o nouă criza și anume criza datoriilor suverane, care a afectat încrederea în moneda de bază a uniunii: Euro.

Criza datoriilor suverane se referă la „influența negativă reciprocă între bănci și state” și se concretizează într-un „cerc vicios al costurilor de finanțare”. Soluția optimă pentru întreruperea acestui cerc era uniunea fiscală, mai greu de realizat, sau uniunea bancară, aceasta fiind soluția cea mai rapidă pentru oprirea „propagării efectelor de contagiune” (Mugur Isărescu, 2014)

Uniunea Bancară începe să prindă contur de abia în anul 2012, fiind „creionată” în Raportul președintelui Consiliului European, Herman Van Rompuy „Către o veritabilă Uniune Economică și Monetară”.

Uniunea bancară este o completare esențială adusă Uniunii economice și monetare (UEM) și pieței interne, care aliniază responsabilitatea de supraveghere, rezoluție și finanțare la nivelul UE și forțează băncile din Zona Euro să respecte aceleași norme ([http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/ro/displayFtu.html?ftuId=FTU\\_4.2.4.html](http://www.europarl.europa.eu/atyourservice/ro/displayFtu.html?ftuId=FTU_4.2.4.html))

Uniunea bancară este un sistem de supraveghere și rezoluție bancară la nivelul Uniunii Europene, care este reglementat de norme valabile în întreaga Uniune, oferind din nou un context important care oglindește modul în care diversitatea afectează integritatea (Eilis Ferran, 2014).

Scopul construirii Uniunii bancare, conform Băncii Centrale Europene, constă în transformarea activității bancare într-o activitate:

- mai transparentă, prin aplicarea unor reguli comune și stabilirea unor standarde administrative comune în domeniul supravegherii bancare;
- mai omogenă, prin separarea sănătății financiare a băncilor de situația financiară a țărilor în care sunt localizate;
- mai sigură, prin prevenirea eventualelor falimente ale unor bănci.

Uniunea bancară are la bază un cadru unic de reglementări, fundament necesar pentru durabilitatea Uniunii; acesta fiind „compus dintr-un set de texte legislative care se aplică tuturor instituțiilor financiare” - „piatra de temelie a uniunii bancare”.

Deasupra acestui fundament s-au adus două „pietre”: Mecanismul Unic de Supraveghere, Mecanismul Unic de Rezoluție și Schema unică de garantare a depozitelor.

Uniunea bancară a început să capete o formă prin Mecanismul Unic de Supraveghere Bancară - „organul de supraveghere bancară supranațional al Uniunii Europene” (<http://www.consilium.europa.eu/ro/policies/banking-union/>). Obiectivul principal al mecanismului este acela de a asigura soliditatea și durabilitatea sistemului bancar prin verificarea periodică a situațiilor financiare ale băncilor.

Mecanismul Unic de Rezoluție are ca și obiectiv: asigurarea și consolidarea încrederii în sectorul bancar, prin gestionarea imparțială și eficientă a crizelor bancare, pentru a minimiza consecințele negative asupra economiei și apelul la fonduri publice” (Mugur Isărescu, 2014)

Sistemul de garantare a depozitelor este construit pe baza sistemelor naționale actuale de garantare a depozitelor. Acest sistem este „singura piesă uitată de la nivelul uniunii bancare” ([http://ec.europa.eu/finance/docs/law/171011-communication-banking-union\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/finance/docs/law/171011-communication-banking-union_en.pdf)).

Uniunea bancară este un proiect în continuă dezvoltare, proiect care a întâmpinat atât dezaprobare cât și încurajare. Totuși realizările identificate până în prezent sunt numeroase:

- foaia de parcurs a uniunii bancare, elaborată în decembrie 2012
- semnarea acordului privind instituirea uniunii bancare, în martie 2013
- semnarea acordului pentru instituirea mecanismului unic de rezoluție, în martie 2014
- instituirea Fondului Unic de rezoluție și a mecanismului unic de supraveghere (noiembrie 2014)
- stabilirea cerințelor minime de capital pentru ca o bancă să poată să își desfășoare activitatea, care au intrat în vigoare în ianuarie 2014
- realizarea unui sistem european de garantare a depozitelor, în anul 2015

Anii 2016 și 2017 aduc pentru Europa noi provocări atât în ce privește continuarea procesului de integrare bancară, cât și în ceea ce privește renunțarea la obiective și deci anularea uniunii bancare. Totuși, se cuvine ca Europa să renunțe la dezideratul ei în favoarea tendințelor existente pe „piață”? Chiar aceste probleme:

- ieșirea Marii Britanii din Uniunea Europeană
- criza Greciei
- rezultatele campaniilor electorale din Statele Unite ale Americii
- criza imigranților”;

pot să ducă la consolidarea Uniunii Economice și Monetare și creșterea încrederii în cetățenia europeană, prin soluționarea corectă a acestora.

## 2. Grexit – oportunitate sau amenințare?

Anul 2009 nu este doar anul în care Europa observă necesitatea demarării unui proces de integrare în ceea ce privește domeniul financiar, ci și anul în care țările europene și nu numai, „răsuflă” după criza începută în 2007. Dintre țările grav afectate, Grecia este o țară care până în prezent se confruntă cu probleme în ce privește sectorul financiar, bancar și în ceea ce privește datoria guvernamentală, care atinge cote alarmate în anul 2016, aproximativ 180% din PIB. (Eurostat)

Din anul 2009, până în anul 2015, s-au realizat o serie de reforme: diminuarea cheltuielilor publice, privatizarea activelor publice, regândirea legii care reglementează munca și reforme în domeniul fiscal. Cele din urmă au fost practicate cu prioritate, dar rezultatele nu au fost cele scontate, întrucât creșterea taxelor și a impozitelor a dus la adâncirea recesiunii. Pe tot parcursul crizei, se conturează cuvântul de „Grexit”, în condițiile în care, cu tot ajutorul acordat de Uniunea Europeană, Grecia nu își revine din criză, ba mai mult solicită „ștergerea tuturor datoriilor” acumulate, idee de neconceput pentru statele Uniunii.

Alegerile electorale din Grecia în anul 2015 aduc la conducere Guvernul Syriza, guvern care e contra austerității impuse de Europa și Fondul Monetar Internațional. Această schimbare a conducerii politice a statului, aduce din nou pe scenă posibilitatea unui Grexit, scenariu care va fi respins la referendumul organizat de Guvern, întrucât renunțarea la facilitățile Zonei Euro este devastatoare pentru economia Greciei. Singurul scenariu acceptat unanim de greci rămâne, după referendum, anularea datoriilor.

În acest context, se accentuează întrebarea: este Uniunea Europeană un proiect fiabil și necesar? Germania care a avut o contribuție importantă în încercarea de a scoate Grecia din criză (22 mld. Euro din 80 mld. Euro oferite de Uniunea Europeană în anul 2010, pentru primul plan de salvare a Greciei din criză), ar putea să uite toate eforturile sale?

Fondul Monetar Internațional, ca un organism extern Uniunii, susține ieșirea Greciei din Uniune, dar chiar și statele membre precum Danemarca, Norvegia, Finlanda susțin Grexitul, în timp ce doar Franța și Italia sunt împotriva Grexit-ului.

### Pro Grexit:

- Fondul Monetar Internațional susținea : „ieșirea Greciei reprezintă calea prin care europenii pot trece la uniunea fiscală, cel mai important pas în acest context” (<https://www.forbes.com/sites/raoulruparel/2015/06/25/would-grexit-strengthen-or-weaken-the-euro/#7b62329c269a>)
- Ministrul finanțelor din Germania, a propus ieșirea temporară a Greciei din Uniune pentru revigorarea economiei Greciei

### Contra Grexit

- Președintele Franței din 2012 susținea: „Grecia nu va părăsi Zona Euro- acesta este scopul nostru” (<http://www.reuters.com/article/us-eurozone-greece-france-insight/for-france-mission-accomplished-as-grexit-averted-idUSKCN0PN18020150713>)
- Ministrul afacerilor externe din Luxemburg susținea că un astfel de eveniment ar putea produce un conflict între Franța și Germania

Efectele ieșirii Greciei pot fi atât pozitive cât și negative:

### Pozitive

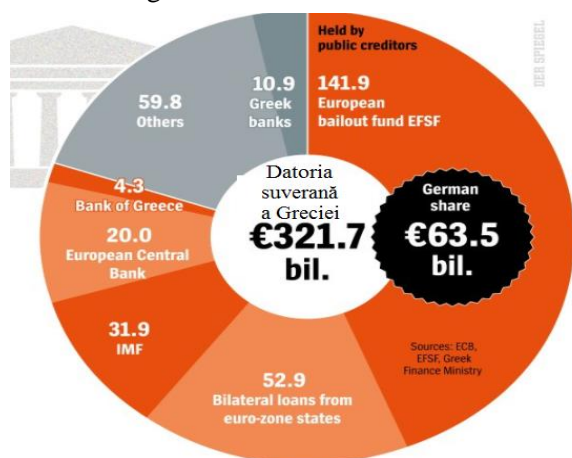
- „Îndepărtarea unui membru mai slab, face ca grupul să devină mai puternic” (<https://www.forbes.com/sites/raoulrupar/el/2015/06/25/would-grexit-strengthen-or-weaken-the-euro/#7b62329c269a>)
- Reducerea mișcărilor populiste, care resping măsurile de austeritate impuse de Uniune, dar care consideră că pot rămâne în cadrul ei fără a se supune

### Negative

- Incertitudine și nesiguranță, având în vedere că Grexit nu poate fi altceva decât o imagine a imposibilității și inflexibilității Uniunii pentru rezolvarea crizelor.
- Instabilitatea monedei Euro și a piețelor financiare
- Surplus de monedă care va duce la creșterea inflației; în cazul Grexit-ului, crearea unei noi monede în Grecia va duce la retragerea de pe piața monetară din Grecia a monedei Euro și utilizarea acesteia în alte țări

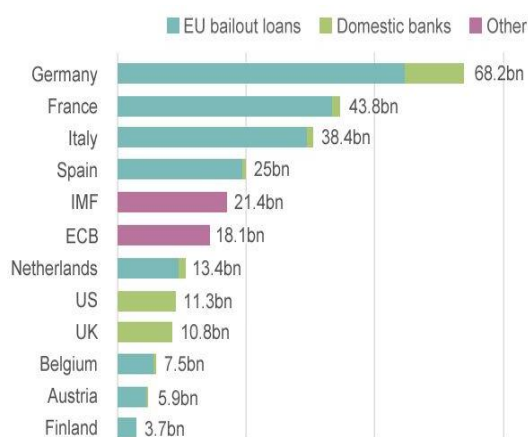
Ce se întâmplă cu datoriile pe care Grecia le-a contractat prin cele 3 planuri de salvare a economiei propuse de Uniunea Europeană și Fondul Monetar Internațional? Ieșirea devine astfel un eveniment mai complex, cu cât există o relație mai strânsă între statele creditore și statul creditat. Grexit-ul poate duce la crearea unei noi monede pentru statul grecesc, sau întoarcerea la drahma, iar posibilitatea de rambursare a datoriilor poate crește sau se poate diminua.

Figura 1: Datoria suverană a Greciei



Sursă: <http://www.spiegel.de/fotostrecke/graphics-gallery-where-greece-stands-fotostrecke-123688-2.html>

Figura 2: Cine deține datoria Greciei?



Sursă: <http://www.bbc.com/news/world-europe-33407742>

Gradul de contagiune este evidențiat în Figurile 1 și 2, din care se observă că cea mai mare contribuție în sprijinirea economiei grecești a avut-o Fondul european de Stabilitate financiară, creat în 2010, cu o capacitate totală de a acorda împrumuturi de 440 miliarde EUR, iar apoi statele membre al Zonei Euro, dintre care Germania a acordat cele mai multe împrumuturi.

Ajutorul financiar obținut de Grecia de la statele membre se datorează în principal deciziei președintelui Băncii Centrale Europene, Mario Draghi, care a anunțat în septembrie 2016, deschiderea unui program prin care se pot achiziționa obligațiunile emise de statele din Zona Euro care se află în dificultăți financiare. Țările membre cu o economie puternică, precum Germania, Franța au cumpărat obligațiunile emise de Guvernul Greciei, acordând astfel sumele de bani de care Grecia avea nevoie. Aceste achiziții au avut loc din banii publici, bani proveniți de la cetățeni, a căror utilizare trebuie să fie eficientă. Astfel, datoria Greciei și nerambursarea acesteia produce o

slăbire a economiilor statelor participante la slavarea Greciei, așa că ștergerea datoriei sau diminuarea acesteia conform FMI este practic imposibilă: „Fondul Monetar Internațional a insistat de-alungul mai multor ani ca datoria Greciei să fie micșorată. Nu doar prelungirea termenului de scadență, nici tăierea ratelor dobânzii, ci suma totală de rambursat trebuie diminuată.” (<https://www.forbes.com/sites/timworstall/2017/05/17/greek-strikes-show-why-eurozone-debt-solution-will-never-work/#35a7e75bc2b7>). Ceea ce Fondul Monetar Internațional nu lua în calcul este că banii acordați ca împrumut sunt banii cetățenilor, din țările care au sprijinit Grecia, ori o utilizare nejustificată a banilor, poate duce la o nesiguranță a populației față de guvernele statelor, ceea ce ar duce la instabilitate politică la nivelul întregii Europe. Iar o criza politică, nu este soluția perfectă. Țările europene, au încercat să ajute Grecia, prin prelungirea termenului de scadență și micșorarea ratelor dobânzii, dar diminuarea sau anularea datoriilor, este o soluție imposibilă pentru statele Uniunii.

Noile alegerile din Franța și Germania, prezintă două perspective diferite legate de datoria Greciei. În timp ce Macron susține micșorarea datoriei (<https://www.reuters.com/article/us-france-greek-debt/frances-macron-told-tsipras-france-hopes-to-ease-greek-debtidUSKBN18I0YJ?il%3D0>), ministrul finanțelor din Germania susține că doar implementarea regulilor și a reformelor impuse de Banca Centrală Europeană, este soluția ca Grecia să rămână în Uniune și că micșorarea datoriilor „nu se află în agenda lui. (<http://www.reuters.com/article/us-eurozone-greece-debt-germany/greece-needs-reforms-not-debt-relief-germanys-schaeuble-idUSKBN13S0VY>) Măsurile impuse de statele europene propun un excedent bugetar de 3,5% din produsul intern brut în fiecare an, de-alungul unei decade, măsură care este considerată chiar de Fondul Monetar Internațional nefuncțională.

### 3. Brexit - o nouă provocare

Marea Britanie este cel mai mare centru financiar din Europa, fiind a doua țară, după Germania, cu cel mai mare Produs Intern Brut. Chiar dacă nu se afla în zona Euro, totuși are o influență semnificativă în sectorul financiar din Europa, având în vedere relațiile extinse cu Uniunea (37% din activele financiare ale Uniunii Europene) precum și poziția acesteia în lume astfel: deține cea mai mare piață de schimb valutar din lume și a doua piață pe care se tranzacționează derivate, ca mărime.

Poate fi, Brexit, tratat ca un simplu eveniment, ce decurge din derularea procesului de integrare, când activitatea Marii Britanii în Uniunea Europeană se întrepătrunde, se interconstrucționează de activitatea celorlalte state membre. Bugetul Uniunii Europene, comerțul acesteia, serviciile financiare, investițiile precum și alte sectoare ale economiei Uniunii beneficiază de contribuții consistente din partea Marii Britanii. O influență semnificativă, exercită Anglia în sectorul bancar, sector dominat de aceasta. În Figura 4, conform Băncii Centrale din Anglia, aceasta deține cel mai mare procent din sectorul bancar din Europa, urmată fiind de Germania: în ceea ce privește veniturile obținute din serviciile financiare. Marea Britanie este un pion esențial pentru uniunea bancară, fiind că ea adăpostește cea mai veche Bursă de Valori din întreaga lume și cea mai importantă din Europa, fiind listate 1000 de firme din Europa la această bursă. Firmele europene obțin finanțarea de pe această bursă, datorită fluxului de operațiuni financiare. O dată cu Brexit, investitorii se întreabă dacă nu vor fi afectate și titlurile lor cotate la bursă. Așa că negocierile dintre Uniune și Marea Britanie sunt privite cu interes de toți investitorii.

Figura 5 descrie evoluția Indicatorului Compozit de stres sistemic în Zona Euro. Acesta este utilizat pentru măsurarea stării actuale de instabilitate din sistemul financiar (Agnes Nagy, 2013).

Se observă că în luna iunie valoarea acestui indicator a crescut, ajungând în 24 Iunie la valoarea maximă. Această dată are o conotație deosebită în sensul că, în 23 iunie, a avut loc referendumul legat de ieșirea Marii Britanii din Uniune. Fenomenul Brexit a influențat sectorul financiar, prin creșterea instabilității financiare în perioada iunie-august. Totuși valorile acestui





Moneda Euro, a fost afectată de votul Marii Britanii pentru ieșirea din Uniune. Fiecare eveniment, fiecare negociere dintre Uniune și Marea Britanie aduce o scădere a monedei Euro față de dolar, considerat monedă de referință. Uniunea bancară este lovită astfel în principiul ei obiectiv: acela de a asigura stabilitatea monedei euro și a sistemului bancar. Tranzacțiile bursiere, exporturile și importurile în Uniune, investițiile financiare au fost amenințate de această instabilitate a monedei Euro. Cu toate acestea, Uniunea Bancară își continuă traiectoria spre obiectivele sale, astfel că în anul 2019, această etapă va fi considerată încheiată.

#### 4. Concluzii

Uniunea bancară este o etapă esențială pentru o Europă mai profundă, compensând reformele bancare de la nivel național, realizate în scopul îmbunătățirii capacității instituțiilor bancare de a face față șocurilor ce pot să existe în economie. Ea reprezintă „liftul” care transferă supravegherea bancară, riscurile ce pot exista în sectorul bancar, precum și autoritatea care emite norme sau reguli bancare de la nivel național la nivel supranațional.

Deși „tânără” în construcția ei, a fost asediată de criza financiară, criza datoriilor suverane, tendințele de fragmentare ale pieței financiare, criza imigranților și fenomenul Brexit și totuși de la „o viziune a ajuns o realitate într-un timp relativ scurt” (<http://bruegel.org/2016/10/breaking-the-vicious-circle/>)

În prezent există mai multe scenarii cu privire la viitorul uniunii bancare, scenarii care susțin sau care contravin integrării mai accentuate. E greu, când țările au viziuni diferite în ceea ce privește trecerea la uniunea fiscală pentru consolidarea uniunii bancare: germanii refuză asigurarea comună a depozitelor, francezii nu doresc să renunțe la controlul asupra bugetului național, iar italienii resping plafoanele privind expunerea bancară la datoria suverană (<https://www.ft.com/content/d61da8a2-7b61-11e7-ab01-a13271d1ee9c>).

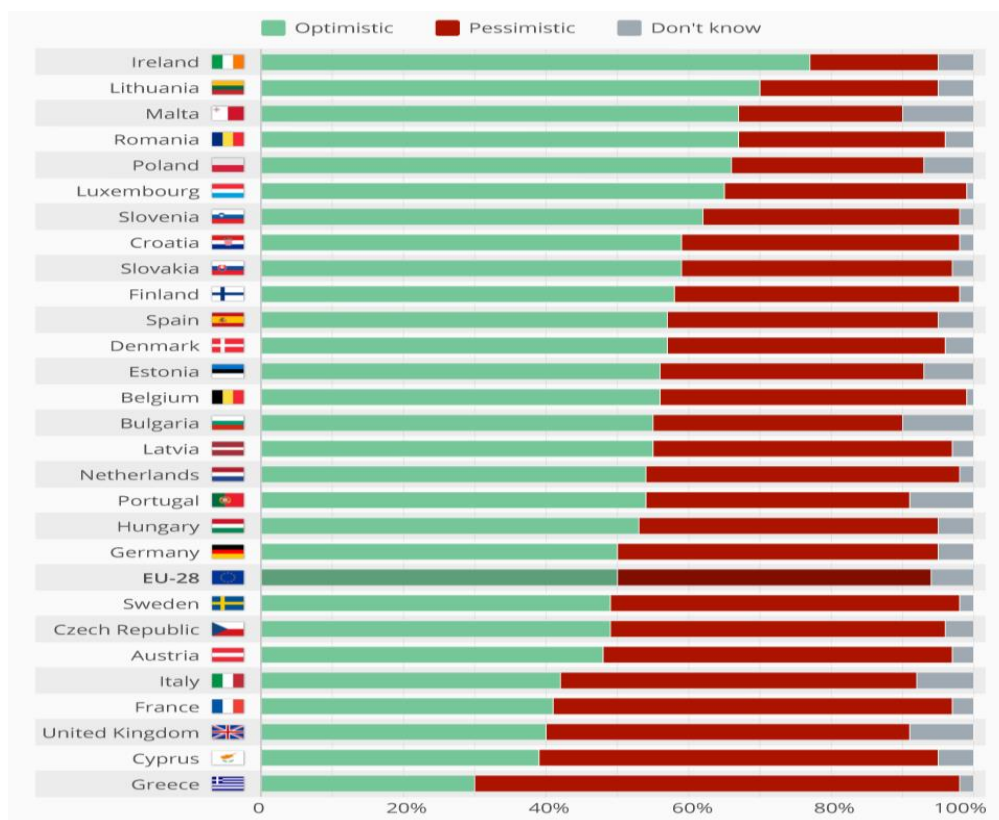
Deși „tânără” în construcția ei, a fost asediată de criza financiară, criza datoriilor suverane, tendințele de fragmentare ale pieței financiare, criza imigranților și fenomenul Brexit și totuși de la „o viziune a ajuns o realitate într-un timp relativ scurt” (<http://bruegel.org/2016/10/breaking-the-vicious-circle/>).

În prezent există mai multe scenarii cu privire la viitorul uniunii bancare, scenarii care susțin sau care contravin integrării mai accentuate. E greu, când țările au viziuni diferite în ceea ce privește trecerea la uniunea fiscală pentru consolidarea uniunii bancare: germanii refuză asigurarea comună a depozitelor, francezii nu doresc să renunțe la controlul asupra bugetului național, iar italienii resping plafoanele privind expunerea bancară la datoria suverană (<https://www.ft.com/content/d61da8a2-7b61-11e7-ab01-a13271d1ee9c>).

Scenariile propuse sunt:

- O Europă conservatoare care să asigure continuitatea integrării, prin luarea unor măsuri în ceea ce privește criza din Grecia, ieșirea Marii Britanii. Aceasta este un scenariu pentru care au optat țările precum Germania, Danemarca, Franța, țări care sunt conșiente de necesitatea consolidării monedei Euro pe plan mondial. Ieșirea Marii Britanii, a trezit interesul Danemaricii pentru a deveni centrul financiar al Europei și implicit pentru a participa la Zona Euro. Aceasta este privită ca o soluție la situația produsă de ieșirea Marii Britanii din Uniune
- „Europa în două viteze”, care să permită o integrare mai accentuată pentru țările dezvoltate
- O Europă mai permisivă, care să reducă nivelul cerințelor pentru aderarea la Zona Euro
- O Europă instabilă de tipul „laissez faire, laissez passer”

Figura 8 Viitorul Uniunii Europene pentru țările membre



Sursă: <https://www.statista.com/chart/7591/britons-are-very-pessimistic-about-the-eus-future/>

În concluzie, Uniunea Bancară este piatra de temelie în procesul de integrare europeană bancară. Ea a reușit să completeze neajunsurile Zonei Euro, după cum afirma președintele Băncii Centrale Europene, Mario Draghi: „Zona Euro nu a reușit să realizeze o integrare sustenabilă a sectorului bancar european și putem observa impotnța stabilității financiare, mult mai mult în absența acesteia”, așa că „o uniune bancară va contribui mai mult la realizarea unei integrări financiare sustenabile, în Zona Euro” (<https://www.ecb.europa.eu/press/key/date/2014/html/sp140212.en.html>)

Chiar și sub asediu, Uniunea bancară a reușit să își fortifice zidurile și să le reconstruiască pe cele dărâmate, pentru a rezista unor posibile atacuri viitoare, iar cetățenii nu par chiar așa de pesimiști în ceea ce privește viitorul Uniunii Europene:



## Referințe Bibliografice

1. Agnes Nagy, *Stabilitatea financiară- provocare la nivel european*, Oradea, 2013
2. Eilis Ferran, *European Banking Union and the EU Single Financial Market: more differentiated integration, or disintegration?*
3. Eilis Ferran, *European Banking Union: Imperfect, But It Can Work*
4. Mugur Isărescu, *Uniunea bancară, de la proiect la realitate*, Constanța, 2014
5. Pia Hüttl and Dirk Schoenmaker, *Should the 'outs' join the Banking Union?*
6. <https://www.ecb.europa.eu/pub/fsr/html/index.en.html>
7. [http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/ro/FTU\\_4.2.3.pdf](http://www.europarl.europa.eu/ftu/pdf/ro/FTU_4.2.3.pdf)
8. <https://www.forbes.com/sites/timworstall/2017/05/17/greek-strikes-show-why-eurozone-debt-solution-will-never-work/#35a7e75bc2b7>
9. <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/financialstabilityreview201605.en.pdf?e1a2bef79ed901d8ceaee004f2fcecdd>
10. <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/3859598/5925693/KS-02-13-269-EN.PDF/44cd9d01-bc64-40e5-bd40-d17df0c69334>
11. <http://fortune.com/2016/06/24/brexit-bank-stocks/>
12. <https://www.dbresearch.com/>
13. <https://www.reuters.com/article/us-eurozone-greece-germany/debt-cut-for-greece-not-on-agenda-for-now-germanys-schaeuble-says-idUSKCN1B82BB>
14. <https://www.statista.com/statistics/383406/leading-europe-banks-by-total-assets/>
15. <https://www.ft.com/content/d61da8a2-7b61-11e7-ab01-a13271d1ee9c>
16. <https://www.bloomberg.com/view/articles/2016-06-29/deutsche-bank-will-weather-brexit>
17. [https://www.global-counsel.co.uk/sites/default/files/special-reports/downloads/Global%20Counsel\\_Impact\\_of\\_Brexit.pdf](https://www.global-counsel.co.uk/sites/default/files/special-reports/downloads/Global%20Counsel_Impact_of_Brexit.pdf)
18. <http://www.ibr-rbi.ro/site/wp-content/uploads/2014/09/BRD.pdf>
19. <http://bruegel.org/2016/10/breaking-the-vicious-circle/>
20. <http://www.bankofengland.co.uk/publications/Documents/speeches/2015/euboe211015.pdf>
21. <http://www.consilium.europa.eu/ro/policies/banking-union/>
22. <https://www.cfr.org/timeline/greeces-debt-crisis-timeline>

# IMPACTUL IFRS ASUPRA DECIZIILOR DE INVESTIRE PE BAZA SUBVENȚIILOR GUVERNAMENTALE

## IMPACT OF IFRS ON INVESTMENT DECISIONS BASED ON GOVERNMENT GRANTS

**Claudia Maria BELME**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: claudia.belme@yahoo.com

**Cătălin Florin BĂRNUT**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: barnut\_cata@yahoo.com

**Abstract:** *The most important standard dealing with government grants is IAS 20 Accounting for government grants and disclosure of government assistance. The purpose of the assistance may be to encourage an entity to embark on a course of action which it would not normally have taken if the assistance was not provided. The purpose of the article is to present the impact of IAS 20 on the entrepreneur's activity, regarding the government grants. The grant is recognised as income over the period necessary to match them with the related costs, for which they are intended to compensate, on a systematic basis.*

**Key words:** Accounting; International Accounting Standards; Accounting Law; Investment, Government Grants

**JEL Code:** M480, M410

### **1. Introducere**

Având în vedere importanța existenței societăților în domeniul economic și social, problema finanțării acestora este mereu prezentă atât la nivel teoretic dar mai mult în practică. Investiția este un act economic prin care se alocă capitaluri importante în speranța obținerii unor avantaje economice viitoare. Sursele de finanțare ale oricărei afaceri pot fi proprii sau externe.

### **2. Fundamentarea deciziei de investiții**

Găsirea celei mai potrivite surse de finanțare constituie principala problemă cu care se confruntă antreprenorii. Aceștia trebuie să analizeze toate posibilitățile disponibile ținând cont de specificul activității desfășurate. Cazul ideal de finanțare, prin resurse proprii în mod integral, este foarte puțin regăsit în practică deoarece aceste resurse sunt de cele mai multe ori limitate comparativ cu

potențialul de dezvoltare al afacerilor. Astfel antreprenorii trebuie să combine sursele proprii de finanțare cu cele externe pentru obținerea celor mai bune rezultate și pentru atingerea țelului deziderat în unanimitate de societățile înființate cu scopul obținerii de profit și anume maximizarea acestuia. Subvențiile guvernamentale vin ca un ajutor pentru afacerile din anumite domenii, considerate vitale pentru dezvoltarea economiei naționale. În România, fondurile europene acționează ca o pârghie importantă pentru reducerea disparităților regionale, creșterea economică la nivel local și regional, creșterea ocupării forței de muncă, obiective de referință ale Uniunii Europene.

Decizia de investiții reprezintă rezultatul actului concret de alegere a unei modalități de acțiune în domeniul investițiilor, privind tipul strategiilor, al politicilor, programelor și proiectelor. Elaborarea deciziei de investiții este o activitate creativă care presupune multă cercetare din mai multe domenii și care utilizează metode specifice pentru a ajunge la rezultatul optim. Înaintea plasării resurselor în realizarea unui obiectiv de investiții trebuie calculați mai mulți indicatori care arată rentabilitatea investiției în cauză iar pe baza acestora, antreprenorul poate să decidă dacă realizarea investiției este oportună sau nu.

În acest context, atragerea unor fonduri nerambursabile pentru inițierea investiției reprezintă cea mai atractivă variantă pentru antreprenor.

### **3. Accesarea fondurilor nerambursabile**

În categoria oportunităților de finanțare intră subvențiile primite de la stat în anumite domenii sau fondurile nerambursabile primite de la Uniunea Europeană. Subvențiile guvernamentale vin ca un ajutor pentru afacerile din anumite domenii, considerate vitale pentru dezvoltarea economiei naționale. În funcție de anumite obiective pe care statul le are în vedere, acesta creează diferite programe de finanțare pentru a dezvolta diverse domenii. Domeniile în care se acordă aceste finanțări sunt diferite, în principal pentru a ajuta afacerile mici să facă față concurenței, cele mai des întâlnite forme de subvenționare guvernamentală sunt acordate în domeniul agriculturii, energetic, artizanal, etc.

În contextul în care România face parte din Uniunea Europeană din anul 2007, antreprenorii pot să beneficieze de sprijin, în afară de cel guvernamental, și de ajutor oferit de instituții specializate din Uniunea Europeană pentru a demara sau a dezvolta afacerea. Pentru a putea beneficia de aceste fonduri, compania care dorește să le acceseze trebuie să se încadreze în anumiți parametri și să îndeplinească anumite criterii pentru a fi eligibilă.

În cazul fondurilor europene nerambursabile, accesarea acestora presupune parcurgerea cu strictețe a anumitor etape cum ar fi: identificarea celei mai bune idei de afaceri și a sursei de finanțare adecvate alături de consultarea unui expert în accesarea fondurilor nerambursabile; pregătirea proiectului pentru accesarea fondurilor și depunerea acestuia; evaluarea proiectului; implementarea acestuia conform planului de finanțare și în cele din urmă etapa de monitorizare din partea entității care a oferit finanțarea nerambursabilă.

De asemenea companiile care beneficiază de astfel de fonduri trebuie să respecte anumite reguli și în ceea ce privește modul de gestionare a bunurilor achiziționate și anume: conform legislației europene, bunurile achiziționate prin proiectele cu finanțare nerambursabilă nu pot fi vândute, închiriate sau înstrăinate pe o perioadă de trei ani de la terminarea implementării proiectului. În același sens, entitățile care beneficiază de fonduri nerambursabile au obligația să păstreze toate documentele originale, inclusiv cele contabile privind activitățile și cheltuielile eligibile pentru a asigura piste de audit adecvate, în conformitate cu legislația comunitară și națională.

Fondurile europene alocate României în perioada 2014-2020 sunt următoarele (Tabel nr. 1):

**Tabelul nr. 1: Fonduri europene alocate României 2014-2020**

<b>Programe</b>	<b>Beneficiari eligibili</b>
Programul Operațional Regional	IMM-uri; Autorități publice; ONG-uri; Unități de cult
Programul Operațional Competitivitate	IMM-uri și întreprinderi mari; Administrații publice; Parteneriate de cooperare
Programul Operațional Capital Uman	Autorități publice locale și centrale; ONG-uri; Universități; Întreprinderi din sectorul privat; Furnizori de formare; Sindicate; Patronate; Academia Română; Camere de Comerț, Industrie și Agricultură
Programul Operațional Infrastructură Mare	Autorități publice locale și centrale; ONG-uri; Administratorul infrastructurii de transport rutier, feroviar, canale navigabile, porturi maritime și fluviale; Metrorex; ANAF
Programul Operațional de Pescuit și Afaceri Maritime	IMM-uri și microîntreprinderi; Autorități locale; Grupuri de acțiune locală pentru pescuit
Programul Național de Dezvoltare Rurală	IMM-uri și microîntreprinderi; Autorități publice; Fermieri; Grupuri de producători și cooperative; Grupuri de acțiune locală
Plăți directe în Agricultură (APIA)	

Sursa: Prelucrare proprie după proiectele derulate de Ministerul pentru Mediul de afaceri, Comerț și Antreprenariat prin AIPPIMM

Finanțările naționale care pot fi accesate în anul 2017 sunt derulate prin programele:

- Programul Comerț 2017

- Programul UNCTAD/EMPRETEC–România pentru sprijinirea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii
- Programul pentru organizarea Târgului Întreprinderilor Mici și Mijlocii - TIMM 2017
- Finanțări pentru Femei Manager 2017
- Programului național multianual pentru susținerea meșteșugurilor și artizanatului -2017
- Programul național multianual de microindustrializare 2017

#### 4. Tratatamentul contabil aplicabil fondurilor nerambursabile conform standardelor internaționale de raportare financiară

Standardul internațional care abordează subvențiile guvernamentale este IAS 20 “Contabilitatea subvențiilor guvernamentale și prezentarea informațiilor legate de asistența guvernamentală”.

Conform IAS 20 “subvențiile guvernamentale reprezintă asistența acordată de guvern sub forma unor transferuri de resurse către o întreprindere în scopul respectării, în trecut sau în viitor, a anumitor condiții referitoare la activitatea de exploatare a acestei întreprinderi”. Subvențiile guvernamentale, inclusiv cele nemonetare, la valoare justă nu se recunosc, până când nu există suficientă siguranță că:

- întreprinderea va respecta condițiile atașate acordării lor;
- subvențiile vor fi primite.

În IAS 20 sunt prezentate două **abordări** pentru subvențiile guvernamentale (Tabelul nr. 1):

→ o abordare privind capitalul (sau *abordarea bilanțieră*), potrivit căreia o subvenție este creditată direct interesului acționarilor;

→ o abordare privind venitul (sau *abordarea pe baza de rezultat*), conform căreia o subvenție este inclusă în venit de-a lungul unuia sau mai multor exerciții contabile;

Norma IAS 20 pledează în favoarea celei de a doua abordare, solicitând contabilizarea subvențiilor în contul de profit și pierdere (121).

**Tabelul nr. 2- Abordările subvențiilor guvernamentale**

Abordarea bilanțieră	Abordarea pe bază de rezultat
Subvențiile guvernamentale reprezintă un mijloc de finanțare, trebuie să fie înregistrate în bilanț la capitaluri proprii, datorită caracterului lor nerambursabil	Subvențiile nu pot fi înscrise la capitaluri deoarece nu reprezintă aport al asociaților
Ele nu reprezintă un câștig care rezultă din activitatea firmei, ci un stimulent acordat de guvern, prin urmare este	Întreprinderile care beneficiază de ele trebuie să îndeplinească anumite cerințe, prin urmare subvențiile pentru

greșit ca acestea să afecteze contul de profit și pierdere.	investiții trebuie să fie înregistrate la venituri pentru a fi corelate costurilor asociate.
	Subvențiile reprezintă o extensie a politicii fiscale și trebuie să fie înregistrate la venituri. În același mod în care impozitele și taxele sunt înregistrate sub formă de cheltuieli.

Sursa: realizat de autor pe baza informațiilor din Standardul Internațional de Contabilitate IAS 20-Contabilitatea subvențiilor guvernamentale și prezentarea informațiilor legate de asistența guvernamentală

IAS 20 clasifică subvențiile guvernamentale sub forma:

- a) subvențiilor nemonetare: pentru achiziții de active; pentru venituri;
- b) subvențiilor monetare;
- c) împrumuturilor nerambursabile.

### Subvenții aferente activelor

Subvențiile aferente activelor sunt subvenții guvernamentale, pentru acordarea cărora, principala condiție este ca entitatea beneficiară să construiască sau să achiziționeze active deținute pe termen lung. Subvențiile aferente activelor se contabilizează ca subvenții pentru investiții și se recunosc în situațiile financiare anuale (bilanț) ca venit amânat. Venitul amânat se evidențiază în contul de profit și pierdere utilizând contul 7584 „Venituri din subvenții pentru investiții”, pe măsura înregistrării cheltuielilor cu amortizarea sau la cedarea ori casarea activelor.

### Exemplu

O societate primește suma nerambursabilă de 500.000 lei pentru cumpărarea unui echipament necesar desfășurării activității. Societatea achiziționează echipamentul la costul de 500.000 lei, TVA 19%. Durata de viață estimată este de 10 ani, iar metoda de amortizare este cea liniară.

a) Recunoașterea dreptului de încasare a subvenției:

500.000	445	=	475	500.000
lei	„Subvenții”		„Subvenții pentru investiții”	lei

b) Încasarea subvenției:

500.000	5121	=	445	500.000
lei	„Conturi la bănci în lei”		„Subvenții”	lei

c) Achiziționarea echipamentului tehnologic:

595.000 lei	% 2131	=	404 „Furnizori de imobilizări”	595.000 lei
500.000 lei	„Echipamente tehnologice (mașini, utilaje și instalații de lucru)” 4426			
95.000 lei	„TVA deductibilă”			

d) Achitarea echipamentului tehnologic:

595.000 lei	404 „Furnizori de imobilizări”	=	5121 „Conturi la bănci în lei”	595.000 lei
----------------	-----------------------------------	---	--------------------------------------	----------------

e) Înregistrarea amortizării lunare (500.000 lei/(10 ani x 12 luni) = 4.167 lei):

4.167 lei	6811 „Cheltuieli de exploatare privind amortizarea imobilizărilor”	=	2813 „Amortizarea instalațiilor și mijloacelor de transport”	4.167 lei
-----------	---	---	--	-----------

f) Recunoașterea venitului aferent subvenției:

4.167 lei	475 „Subvenții pentru investiții”	=	7584 „Venituri din subvenții pentru investiții”	4.167 lei
-----------	--------------------------------------	---	---	-----------

### Subvenții aferente veniturilor

Subvențiile aferente veniturilor cuprind toate acele subvenții care nu intră în categoria celor pentru active, cum sunt cele privind activitatea de exploatare. Subvențiile aferente veniturilor sunt uneori prezentate în creditul contului de profit și pierdere (121), fie separate, fie cu titlu general; într-un mod alternativ, ele sunt deduse în raportarea cheltuielilor aferente. Când *cheltuielile nu au fost încă angajate*, sumele primite pentru finanțarea lor se înregistrează ca *venituri în avans*. Pe măsură ce cheltuielile sunt angajate și înregistrate în conturile de cheltuieli, sumele evidențiate anterior în contul 472 „Venituri înregistrate în avans” se reiau la venituri. În funcție de natura cheltuielilor finanțate sunt utilizate conturile sintetice de gradul II ale contului 741 „Venituri din subvenții de exploatare”.

### Exemplu

a) Înregistrarea subvenției guvernamentale ce urmează să fie primită drept compensație pentru pierderi sau cheltuieli deja suportate în cursul exercițiului, fără să existe costuri viitoare aferente. Aceasta se recunoaște ca venit în perioada în care devine creanță:

445	=	741
„Subvenții”		„Venituri din subvenții de exploatare”

– Încasarea subvenției în contul bancar de disponibil:

5121	=	445
„Conturi la bănci în lei”		„Subvenții”

b) Înregistrarea fondurilor primite în cazul în care nu s-au efectuat cheltuielile ce vor fi finanțate:

445	=	472
„Subvenții”		„Venituri înregistrate în avans”

– Reluarea la venituri a sumelor din contul 472 pe măsura înregistrării cheltuielilor:

472	=	741
„Venituri înregistrate în avans”		„Venituri din subvenții de exploatare”

## 5. Concluzii

Cazul ideal de finanțare, prin resurse proprii în mod integral, este foarte puțin regăsit în practică deoarece aceste resurse sunt de cele mai multe ori limitate comparativ cu potențialul de dezvoltare al afacerilor. Astfel antreprenorii trebuie să recurgă la surse de finanțare externe. Sursele externe care au cel mai mic cost al îndatorării sunt fondurile nerambursabile atât prin subvenții guvernamentale primite de la stat cât și a fondurilor cu caracter nerambursabil primite de la Uniunea Europeană.

În ceea ce privește cadrul legal care reglementează tratamentul contabil al subvențiilor, OMFP 1802/2014 preia abordările prezentate în IAS 20 “Contabilitatea subvențiilor guvernamentale și prezentarea informațiilor legate de asistența guvernamentală” care sugerează înregistrarea subvențiilor ca venituri amânate, pe măsura înregistrării cheltuielilor ocazionate de investiția realizată cu subvenții guvernamentale. Înregistrarea în acest fel a subvenției nu afectează contul de profit și pierdere astfel încât antreprenorul nu trebuie să plătească impozit pe profitul realizat ca urmare a investiției subvenționate. Acesta este un impact pozitiv major asupra fundamentării deciziei de investire.

## Referințe bibliografice

1. Abbas A. Mirza, Graham Holt, Magnus Orrell „Wiley IFRS: Practical Implementation Guide and Workbook”, 3rd Edition, 2011
2. David Alexander, Simon Archer, “*International Accounting/Financial Reporting Standards Guide*” 2009



3. Grigore Claudia (2017), “Tratatamentul contabil și fiscal al subvențiilor”, in CECCAR Business Magazine, nr. 12, București
4. Hennie van Greuning, Marius Koen, “*International Accounting Standards: A Practical Guide*”, 2001
5. Ladar, Călin (2006), *Investiții*, Editura Universității din Oradea, Oradea, pp.5-9;
6. Popa Adriana Florina, Pitulice Ileana Cosmina, Nichita Mirela, Jianu Iulia, 2007, “*Studii Practice privind aplicarea standardelor Internaționale de Raportare Financiară în România*”, Editura Contaplus.
7. Peter Walton, “*An Executive Guide to IFRS: Content, Costs and Benefits to Business*”, 2011
8. Ristea Mihai coord, Dumitru Corina Graziella, Lungu Camelia Iuliana, 2004, “*Ghid pentru înțelegerea și aplicarea IAS 20: Contabilitatea subvențiilor guvernamentale și prezentarea informațiilor legate de asistența guvernamentală*”, CECCAR, București
9. OMFP nr. 1.802/2014 pentru aprobarea Reglementărilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale și situațiile financiare anuale consolidate, publicat în Monitorul Oficial nr. 963/30.12.2014, cu modificările și completările ulterioare.
10. Legea nr. 227/2015 privind Codul fiscal, publicată în Monitorul Oficial nr. 688/10.09.2015, cu modificările și completările ulterioare.
11. <https://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias20>
12. [Standardul Internațional de Contabilitate IAS 20-Contabilitatea subvențiilor guvernamentale și prezentarea informațiilor legate de asistența guvernamentală](#)
13. <http://www.aippimm.ro/categorie/programe/proiecte-proceduri-de-implementare-2017/>

# PORTAL WEB PENTRU FACTURARE ONLINE

## WEB PORTAL FOR ONLINE BILLING

**Bianca-Renate VEREȘ**

Masterand, Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: bianca.veres@ulbsibiu.ro

**Abstract:** *The objective of this paper is to highlight the utility of an online billing platform. Therefore, I have created a billing portal for small and medium businesses that provides free invoicing and receipt services, generating reports on sales statistics over a certain period, due date invoices, unpaid bills, etc. Within this platform, the user benefits from an economic and financial analysis section of their enterprise. The platform offers a lot of benefits, including the fact that it has been designed to be easily accessible by any user, with a user-friendly and easy-to-use interface; the invoices can be issued at any time and anywhere, from work, from customer's place or from your home.*

**Key words:** database; web portal; invoice; user; financial and economic analysis; online.

**JEL Code:** C8, C88

### 1. Introducere

În zilele noastre oamenii au devenit dependenți de orice tehnologie, telefonul mobil, tableta sau laptopul fiind regăsite oriunde în viața de zi cu zi, dar mai ales în activitatea unui agent economic. Astfel pentru aceștia cel mai important lucru a devenit accesibilitatea, încercând prin orice mijloace să-și eficientizeze activitatea fără costuri suplimentare.

Potrivit profesorului Ioan Bogdan *„facturarea este penultimul act managerial al organizației înainte actului final al afacerii, și anume încasarea veniturilor”*. Fiind scopul final al activității, am pornit de la faptul că facturarea ar trebui să reprezinte obiectivul central al managementului organizației și al managementului financiar al acesteia. Pornind de la aceste aspect, am plecat de la premisa de la care se desprinde ideea că viteza cu care se facturează, încasează creanțele este cel puțin jumătate din performanța de vârf a organizației.

Viteza în zilele noastre este parametrul principal al performanței pe toate planurile, deci ar trebui să reprezinte obiectivul principal al managementului

general al organizației și al managementului financiar al acesteia. Facturarea online înscriindu-se în aceste deziderate.

## 2. Aspecte privind facturarea și încasarea creanțelor

Documentele contabile stau la baza înregistrărilor în contabilitatea fiecărui agent economic. Datorită acestui fapt documentele contabile trebuie să cuprindă următoarele elemente din punct de vedere al conținutului: denumirea documentului, denumirea și sediul unității emitente, numărul documentului, data și locul emiterii, părțile care participă la operația economică, descrierea operației economice efectuate, datele cantitative și valorice aferente operației economice, semnatura persoanelor autorizate care raspund de întocmirea documentelor.

Așadar, în ansamblu, documentele contabile joacă un rol esențial în viața agenților economici, deoarece acestea prezintă următoarele caracteristici:

### Stau la baza înregistrărilor în contabilitate

- documentele contabile fiind o sursă de date pentru efectuarea înregistrărilor în conturi a operațiunilor economico-financiare

### Stau la baza efectuării controlului economic și financiar

- documentele contabile constituie mijlocul prin intermediul cărora se pot descoperi anumite nereguli în gestionarea patrimoniului

### Reprezintă o sursă de informare

- documentele contabile reprezintă o sursă de informare a organelor de conducere asupra operațiunilor economico-financiare desfășurate în unitate

### Reprezintă probă în justiție

- documentele contabile au importanță juridică, în cazul litigiilor fiind folosite ca probe pentru stabilirea realității.

Clasificarea documentelor contabile poate fi realizată în funcție de modul de întocmire și rolul pe care îl au în cadrul circuitului economic și al sistemului informațional-decizional în trei categorii:

1. **Documente justificative** (factura, chitanța, aviz de însoțire a mărfurilor)
2. **Documente de evidență contabilă** (registru jurnal, registru jurnal de încasări și plăți, registru inventar, notele contabile, etc)
3. **Documente de sinteză și raportări** (Bilanțul, Contul de profit și pierdere, note explicative, situația fluxurilor de trezorerie, situația modificărilor capitalurilor proprii).

Un alt criteriu de clasificare al documentelor contabile este dat de modul de completare al acestora, împărțindu-le în documente completate manual și documente completate tehnic. Cel de al treilea criteriu este văzut din punctul de vedere al conținutului și al circuitului lor, astfel întâlnim documente tipizate (formalizate) sau documente netipizate (neformalizate).

Documentele tipizate sunt prevăzute în nomenclatorul documentelor financiar contabile care stabilește formatul, conținutul și forma documentelor ce sunt obligatorii pentru toți agenții economici. În timp ce documentele netipizate

nu au un conținut, forma sau format prestabilit, acestea fiind lasate la latitudinea agentului economic.

Din cadrul categoriilor prezentate mai sus voi dezvolta subiectul documentelor justificative, cu privire la modul de întocmire și conținutul acestora, în cazul facturii și a chitanței.

### 3. Analiza economico-financiară a întreprinderii

**Analiza economico-financiară** cuprinde ansamblul conceptelor, metodelor, tehnicilor, procedeele și instrumentelor ce permit tratarea datelor și informațiilor economice și financiare ale entității, în vederea formulării de aprecieri substanțiale și pertinente asupra situației existente, a cauzelor și factorilor care au determinat-o, precum și a posibilităților de îmbunătățire a acesteia.<sup>1</sup>

Astfel putem privi analiza economico-financiară ca un studiu metodic și sistematic a situației actuale și a evoluției unei firme, sub aspectul structurii financiare și al rentabilității, pe baza situațiilor financiare anuale (bilanț, cont de profit și pierdere, etc) precum și a altor informații puse la dispoziția analistului de către sistemul informațional al firmei.

Importanța analizei economico-financiare rezultă și din funcțiile acesteia. astfel, subliniem:<sup>2</sup>

#### funcția informațională

- analiza economico - financiară asigură valorificarea datelor furnizate cu scopul informării centrelor de decizie asupra modului de realizare a performanțelor economico-financiare, precum și a cauzelor care au generat eventuale dezechilibre

#### funcția de evaluare a potențialului tehnico-economic al întreprinderii

- se materializează prin cele două laturi ale sale: diagnostic și respectiv reglare.

#### funcția de fundamentare a deciziei pe criterii de eficiență

- reprezintă o cerință obiectivă a desfășurării activității în oricare domeniu al vieții economico-sociale

#### funcția de identificare și mobilizare a rezervelor interne

- analiza are rolul de a evalua calitatea managementului prin nivelul performanțelor obținute și de a oferi informații certe privind modul de gestionare a patrimoniului

#### funcția de realizare a conexiunii cu mediul exterior economic-financiar

- presupune analiza relațiilor directe sau indirecte ce se stabilesc cu diferiți parteneri

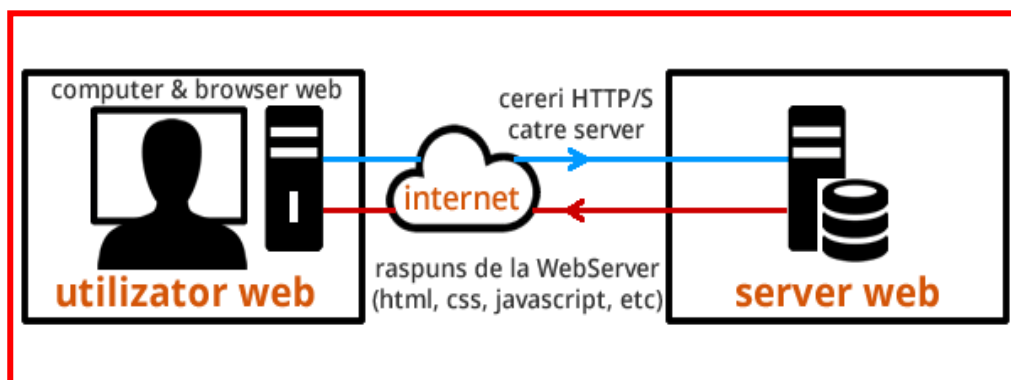
Un aspect important al analizei economico-financiare constă în alegerea tipului de analiză care urmează să fie efectuată pentru a asigura cadrul ce reflectă starea unui fenomen său proces, deoarece informațiile rezultate în urma acesteia sunt utile atât utilizatorilor interni, cât și externi. Astfel distingem următoarele tipuri de analiză economico-financiară.<sup>3</sup>

## 4. Tehnologii utilizate

O **aplicație web** reprezintă un ansamblu de programe web-based, care rulează într-un browser folosind tehnologii precum: HTML, PHP, CSS, JAVASCRIPT, ASP, etc. Aceasta este construită având la bază o arhitectură de tip client-server care cuprinde două părți: clientul sau partea de front-end și partea de server sau back-end .

Astfel în figură de mai jos este prezentată schema de principiu a unei aplicații web în care clientul/utilizatorul prin intermediul unui computer și al unui browser transmite cereri unui server web. Serverul interpretează solicitările primite și le trimite înapoi clientului sub formă de pagini web prin intermediul limbajului HTML, CSS, JAVASCRIPT etc. <sup>4</sup>

**Fig. 1. Schema de principiu a unei aplicații web**



### 4.1. HyperText Markup Language (HTML)

HTML nu este un limbaj de programare propriu-zis, ci doar limbaj de marcare ce stă la baza creării paginilor web, fiind ușor de folosit pentru structurarea și formatarea conținutului acestora. Acest limbaj permite utilizatorilor să realizeze pagini care includ texte, grafice, imagini, videoclipuri, precum și adrese cu trimitere la alte pagini web.

Un document HTML, cunoscut sub foma de pagină Web, este un fișier ce cuprinde un text simplu. De aceea, se poate utiliza orice editor de text cum ar fi Notepad, Wordpad pentru a crea/edita un astfel de fișier. În cadrul acestuia regăsim un text literal și diferite tag-uri care îi transmit browser-ului modul de formatare și de aranjare a textului în pagina. <sup>5</sup> De asemenea pentru că aceste fișiere să afișeze pagină web trebuie salvate cu extensia. htm sau. html.

Fișierele HTML mai sunt cunoscute și sub denumirea de fișiere ASCII și sunt independente de platforma de lucru și pot fi vizualizate prin intermediul oricărui browser (Chrome, Opera, Internet Explorer, Mozilla Firefox etc). Limbajul HTML oferă posibilitatea de realiza pagini web cu un conținut creativ având la bază o structură suport. Aceasta trebuie să conțină anumite etichete, denumite tag-uri, care identifică secțiunile majore ale documentului și care transmit browser-ului modul de afișare a conținutului.

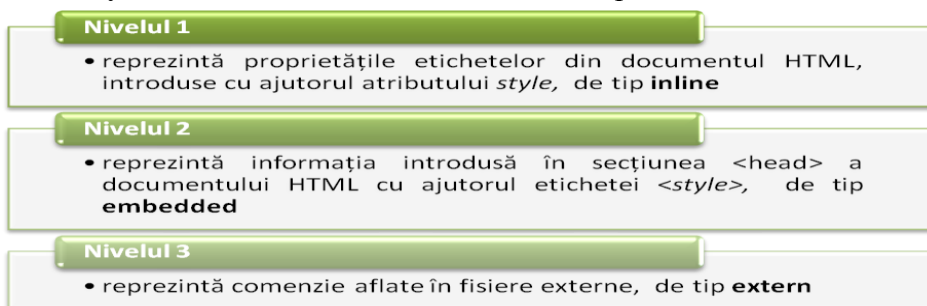
## 4.2. Cascading Style Sheets (CSS)

**Cascading Style Sheets** sau **CSS**, este un standard prin intermediul căruia este posibilă formatarea elementelor conținute de un fișier HTML. Încă de la început CSS s-a prezentat cu numeroase caracteristici speciale, neavând limite în stilizarea paginilor web.<sup>6</sup>

Totodată cu ajutorul CSS, aceeași pagină web poate fi reprezentată corect și complet pe diferite dispozitive având ecrane de dimensiuni și tipuri diferite, cu funcționalități diferite.

Foaia de stil CSS are la bază un fișier de text simplu, dar spre deosebire de fișierele HTML aceasta nu are un conținut propriu, ci elementele din cadrul acesteia fiind aplicate conținutului altui document care la rândul său trebuie să conțină declarațiile CSS.

Stilurile CSS se pot atașa elementelor HTML prin intermediul unor legături externe sau în cadrul fișierului cu ajutorul etichetei `<style>` sau a atributului `style`.<sup>7</sup> Astfel sintaxa CSS este structurată pe trei nivele:<sup>8</sup>



Totodată folosirea unui fișier extern care să conțină comenzile de formatare CSS este mult mai practică deoarece poate fi utilizat în cadrul mai multor fișiere HTML, fiind mult mai eficient din punct de vedere al timpului alocat pentru scrierea codului dar și pentru modificarea acestuia dintr-un singur loc.

## 4.3. Hypertext Preprocesor (PHP)

**Hypertext Preprocesor** sau **PHP** este un limbaj de programare destinat în primul rând Internetului, aducând dinamică unei pagini web. Este unul dintre cele mai importante limbaje de programare web *open-source* și *server-side*. Limbajul

PHP se folosește adesea sub forma de secvențe de cod introduse în cadrul fișierului HTML, de aici vine și termenul de “script” PHP. Fișierele ce conțin aceste scripturi trebuie salvate cu extensia .php. PHP nu este un limbaj de programare de cum ar fi C++, de sine stătător ci se utilizează împreună cu limbajul HTML, iar pentru a rula, are nevoie neapărată de un server de web (http server).

Conform literaturii de specialitate limbajul PHP prezintă numeroase avantaje și anume<sup>8</sup>:

## AVANTAJE



Un alt avantaj al limbajului PHP este dat de faptul că programatorul nu este limitat să scoată rezultat HTML. Posibilitățile PHP-ului includ afișarea de imagine, fișiere PDF și chiar filmulețe Flash, toate generate instant. Se poate de asemenea că rezultatul să fie fișier text, cum ar fi XHTML sau orice alte fișiere XML. PHP poate genera automat aceste fișiere și să le salveze în sistemul de fișiere în loc să le afișeze, formând un cache de partea serverului pentru conținutul dinamic.

### 4.4. Baze de date MySQL

În zilele noastre **bazele de date** au devenit o componentă importantă a vieții de zi cu zi în societate. Pe parcursul oricărei zile, fiecare dintr noi interacționăm cu o bază de date prin acțiunile pe care e desfășurăm, de exemplu efectuarea de plăți sau comenzi online, depunerea sau retragerea unor sume de bani de la bancă, efectuarea unor rezervări etc.

Literatură de specialitate definește termenul de **baza de date** ca fiind *o colecție structurată de date stocate într-un sistem informatic și organizate astfel încât să poată fi căutate și recuperate rapid*.<sup>9</sup> O bază de date trebuie să asigure anumite caracteristici din punctul de vedere al gestionării eficiente a datelor, printre acestea regăsim:

#### abstractizarea datelor

- baza de date reprezintă un model al realității

#### integritatea datelor

- corectitudinea datelor introduse și manipulate astfel încât să se respecte restricțiile de integritate

#### securitatea datelor

- limitarea accesului la baza de date

#### partajarea datelor

- accesarea datelor de către mai mulți utilizatori în același timp

#### independența datelor

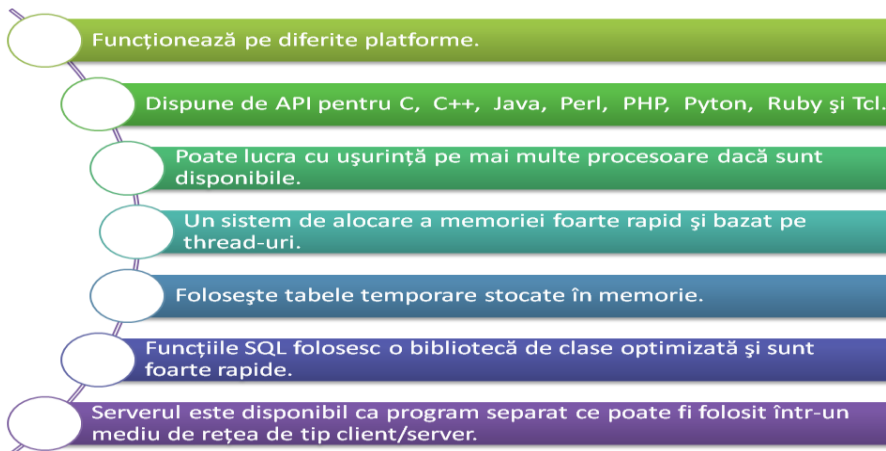
- organizarea datelor să fie transparentă pentru utilizatori

Limbajul SQL (**Structured Query Language**) este împărțit în două categorii limbajul de definire a datelor (*DDL – Data Definition Language*) și limbajul de manipulare a datelor (*DML – Data Manipulation Language*).

**MySQL** este un sistem de gestiune a bazelor de date relaționale (RDBMS – relațional database management system) foarte rapid și robust.

### Caracteristicile de bază ale MySQL:

Serverul de baze de date MySQL este foarte rapid, fiabil și ușor de utilizat. Inițial a fost dezvoltat pentru a manipula baze de date de dimensiuni mari, mult mai rapid decât soluțiile existente.



### 4.5. Securitatea datelor în cadrul bazelor de date

**Securitatea cibernetică** se referă în general la capacitatea de a controla accesul la rețea, la sistemele și informațiile pe care le conțin. În cazul în care controalele de securitate cibernetică sunt eficiente, spațiul virtual este considerat o alternativă fiabilă, rezistentă, și de încredere. În cazul în care controalele de securitate cibernetică sunt absente, incomplete, sau prost concepute, spațiul virtual este considerat un vest sălbatic digital.<sup>10</sup>

În general *securitatea bazelor de date* are în vedere următoarele aspecte secretul și confidențialitatea datelor (accesul la baza de date nu trebuie acordat persoanelor neautorizate), integritatea și autenticitatea datelor (datele nu trebuie să



fie modificate sau corupte accidental), recuperarea și disponibilitatea datelor (datele trebuie să se poată recupera integral fără pierderea autenticității sau a integrității acestora).

## 5. Concluzii

Lumea se schimbă de la o zi la alta, tehnologiile avansează, apar noi și noi aplicații software care ne vor conduce într-o lume computerizată. Eu cred că limbajul PHP ocupă un loc foarte important în această lume și are un rol deosebit în dezvoltarea noilor tehnologii.

Portalul de facturare online este destinat în mod special micilor întreprinzători, aflați la începutul afacerii lor. Fiind conceput în așa fel încât să fie ușor de înțeles și de utilizat, fiind disponibil în mod gratuit. Utilizatorii care vor folosi această aplicație nu necesită cunoștințe tehnice de specialitate în domeniul tehnologiilor web. Aplicația conține doar ferestre, butoane, câmpuri de introducere a datelor și tabele, iar utilizarea acestora este foarte simplă, utilizatorul emițând documente cu doar câteva click-uri.

Accesul la această aplicație poate fi realizat din momentul în care utilizatorul este autentificat cu un user și o parolă. Interfață grafică este structurată în așa fel încât acesta să aibă acces direct asupra acesteia din momentul în care autentificarea este realizată cu succes. Conexiunea la baza de date se face mereu într-un mod criptat, fapt ce blochează atacurile externe oferind siguranța și confidențialitatea datelor.

## Referințe bibliografice

- <sup>1</sup>Niculescu, M. ,2003, *Diagnostic Economic*, Editura Economică, București,pagina 22
- <sup>2</sup>Ghic G. , Grigorescu C. J. , 2012, *Analiza economico –financiara*, Editura Pro Universitaria, București, pagina 12
- <sup>3</sup> Nicolae Balteș, Comanicu C, Herciu M. , Sava R. , Brătian V. , Moroșan A. , Ciuhureanu A. , 2013, *Analiza economico-financiară a întreprinderii*, editia a IIa, Editua ULB Sibiu, pagina 12
- <sup>5</sup> Faithe Wempen, *Start Here ! Learn HTML5*, Editura Microsoft, USA, pagina 3
- <sup>6</sup> Jonathan Lane, Tom Barker, Joe Lewis, Meithar Moscovitz, *Website Creation with HTML5, CSS3, and JavaScript*, Editura Friends of, pagina 91
- <sup>9</sup> Luke Welling, Laura Thomson, 2005, *Dezvoltarea aplicațiilor Web cu PHP și MySQL*, Ediția a II-a, traducere Ioan Bledea, Ed. Teora, pagina 4
- <sup>10</sup> Robin Nixon,2012, *PHP, MySQL, JavaScript & CSS, Editia II*, Editura O REILLY, Pagina 161
- <sup>11</sup> David Montague, 2011, *Essentials of online payment security and fraud prevention*, Editura Wiley
- <sup>4</sup> <http://www.webdesign-galati.ro/blog/ce-este-aplicatia-web>
- <sup>7</sup> [https://ro.wikipedia.org/wiki/Cascading\\_Style\\_Sheets](https://ro.wikipedia.org/wiki/Cascading_Style_Sheets)
- <sup>8</sup> <http://www.drogoreanu.ro/tutorials/css.php>

# INDICELE CIBERSECURITĂȚII GLOBALE: INTERPRETĂRI ȘI PROVOCĂRI

## GLOBAL CYBERSECURITY INDEX: INTERPRETATIONS AND CHALLENGES

**Horia-Rareș CRIȘAN**

Masterand AAIHMM an II, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: crisanhoriarares@yahoo.com

**Abstract:** *This paper is a demonstration of contradictions regarding cybersecurity statistics for countries around the world. Global Cybersecurity Index is an important index to study the safeness of a country but is not enough. For an economist it is very important to look at numbers, but one number (or in this case index) is not enough to make a statement. Because the GCI index is also a picture of a country's intentions regarding cybersecurity and not really the actual statistics, that is why some countries have a high GCI and in reality massive losses caused by cyber attacks.*

**Key words:** global; cybersecurity; index; internet

**JEL Code:** O330, O340, O500

### 1. Introducere

Indicele cibersecurității globale (GCI) este calculat de către Uniunea Internațională a telecomunicațiilor (ITU) și reprezintă un punct de reper pentru stabilirea securității și stabilității unei țări din punct de vedere cibernetic și informatic. Chiar dacă acest indice este un punct de reper în rândul analizelor pertinente, acesta ascunde și date mai puțin pozitive despre situația actuală a unei țări cuprinse în indice. Calculul acestui indice este bazat într-o proporție însemnată și pe intențiile viitoare ale unui stat și pe existența legislației în domeniu, dar o simplă existență a unei legi nu înseamnă și eradicarea criminalității cibernetice în statul respectiv. Indicele calculează securitatea cibernetică la nivel de administrație a unui stat și nu la nivelul economiei sale (lucru de altfel aproape imposibil), astfel chiar dacă instituțiile statului și parcul IT din dotarea poate să fie pregătit pentru breșe, nu înseamnă că situația în mediul privat va fi asemănătoare.

Lucrarea de față pornește de la premisa că un indice este un punct de plecare în studiul oricărui cercetător, dar o privire și mai amănunțită asupra situației în ansamblu poate reliefa anumite aspecte contradictorii, cum

intenționează lucrarea de față. În analiza întreprinsă nu mă poziționez pro sau contra indicelui studiat, acesta în ansamblul său nu se află în contradicție cu celelalte date prezentate în antiteză, ci doar modalitatea sa de calcul favorizează pozitivismul. Indiferent de rezultatele bune sau foarte bune înregistrate de către o țară într-o statistică cibernetică, nu există o securitate cibernetică perfectă.

## 2. Indicele cibersecurității globale – date generale

Indicele cibersecurității globale este realizat printr-un chestionar (online) de către Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor și este trimis majorității țărilor pentru a fi completat de către acestea. Acest indice nu prezintă exclusiv situația actuală a gradului de securitate cibernetică al țărilor analizate ci măsoară și intențiile și importanța pe care țările o acordă acestui domeniu tot mai sensibil.

Indicele este fondat pe baza a 5 piloni importanți și anume: legal, tehnic, organizațional, infrastructură, cooperare. Chestionarul aplicat țărilor cuprinde acești piloni în întrebările cu răspuns binar (da sau nu). Pe baza răspunsurilor acordate de către oficialii statelor, Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor (ITU) verifică răspunsurile acestora printr-o comparație cu diferite statistici internaționale.

Procesul de colectare a datelor este următorul:

1. **O invitație sub forma unei scrisori:** trimisă de către Uniunea Internațională a Telecomunicațiilor (ITU) către statele lumii, prin care le este adusă la cunoștință realizarea acestui indice anual și totodată le este adusă la cunoștință modalitatea de completarea a chestionarului precum și alte aspecte tehnice.
2. **Colectarea datelor:** În primă fază țările au completat chestionarul și-l trimit. ITU verifică toate răspunsurile acordate de țări și în cazul în care acestea nu sunt fondate sau sunt eronate, sunt revizuite de comun acord. După această revizuire, ITU trimite chestionarul, statului în cauză pentru ca aceasta să-și dea acordul final pentru întreg chestionarul. Dacă țara respectivă aprobă varianta finală a chestionarului atunci procesul s-a încheiat și ITU va realiza indicele pentru țara respectivă în baza chestionarului. Altfel, se negociază până se ajunge la un punct comun care să prezinte cât mai eficient realitatea.

Din modalitatea de colectare prezentată mai sus pot formula câteva puncte de vedere. Indicele se axează exclusiv pe studiul cibersecurității statelor în cauză nu și pe mediul economic în ansamblu pe care acestea operează. Dacă în ce privește pilonul legal, studiul pune accent pe legislația unei țări în ce privește existența procedurilor și măsurilor în cazul breșelor, nu este prezentată o statistică a înțelegerii și conștientizării legislației de către utilizatorii casnici.

O altă limitare a acestui studiu o consider modalitatea de răspuns binar și lipsa datelor suplimentare a răspunsurilor acordate de către țările în cauză. Studiul de față induce spre o premisă greșită în opinia mea, dacă există legi și legislație în

ce privește securitatea cibernetică nu înseamnă că în țara respectivă este eradicată criminalitatea cibernetică. O altă manipulare a acestui pilon denumit pilonul legal, chiar dacă o țară prezintă legislație prin care sancționează infractorii ciberneticici, nu înseamnă că populația este în întregime instruită pentru protecția proprie. În ceea ce privește securitatea pe internet, o teză susținută majoritar este aceea că încă trebuie făcute progrese privind instruirea navigării în siguranță pe internet, indiferent de vârsta utilizatorului sau de locația sa. De cele mai multe ori utilizatorii de rând nu pot diferenția un website periculos de un website sigur.

### 3. Indicele Cibersecurității Globale – Top 15 țări

Valoarea maximă a indicelui cibersecurității globale poate să fie 1. Nicio țară

nu a înregistrat încă un punctaj maxim. Prima țară în ierarhie este Singapore, cu un scor de 0.925. Dacă răspunsul la toate întrebările din chestionar este afirmativ, atunci țara respectivă va avea punctaj de 100% respectiv valoarea 1 a indicelui.

**Tabelul nr. 1 Valori ale indicelui GCI și date despre țările din prezentul top**

Locul	Țara	GCI 2017	Populație 2016	Conexiuni internet (%) din pop. 2016	Servere securizate / 1 milion loc. 2016
1	Singapore	0.925	5.607.000	25%	890
2	SUA	0.919	323.128.000	32%	1.623
3	Malaesia	0.893	31.187.000	9%	106
4	Oman	0.871	4.425.000	6%	96
5	Estonia	0.846	1.316.000	31%	1.109
6	Maurițius	0.83	1.263.000	17%	187
7	Australia	0.824	24.127.000	30%	1.436
8	Georgia	0.819	3.719.000	16%	63
9	Franța	0.819	66.896.000	42%	849
10	Canada	0.818	36.286.000	37%	1.253
11	Rusia	0.788	144.342.000	19%	215
12	Japonia	0.786	126.995.000	31%	1.071
13	Norvegia	0.786	5.233.000	40%	2.077
14	Marea Britanie	0.783	65.637.000	39%	1.408
15	Coreea de Sud	0.782	51.246.000	41%	2.202

Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de World Bank

<https://data.worldbank.org/indicator/IT.NET.BBND.P2>

Dacă analizăm primele 15 țări din indicele GCI în funcție de populație, grad de conectare la internet și numărul de servere securizate atunci clasamentul arată total diferit. Aproape toate țările din top 15 GCI cu o populație de sub 10 milioane de locuitori au și un grad redus de conectare la internet precum și un număr redus de servere securizate.

În tabelul precedent am analizat doar numărul de conexiuni broadband fixe, nu și numărul de abonamente de internet pentru mobil, statistici în care țările dezvoltate și cele europene în principal ar fi avut scoruri superioare. (mai ales în contextul în care Uniunea Europeană demarează proiecte pentru a crește accesul la internet al populației până în 2020 - <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/wifi4eu-free-wi-fi-europeans>).

În contextul strategiei de securitatea cibernetică a Uniunii Europene valabilă începând cu anul 2013 (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013JC0001&from=EN>), noi investiții în securitate vor fi demarate pentru accesul unitar și sigur al țărilor membre.

#### 4. Controverse în cadrul țărilor din top 15 GCI

În cadrul indicelui GCI o țară se poate clasa pe un loc fruntaș chiar dacă în alte statistici are o situație nu tocmai la fel de favorabilă. Lucrarea de față nu dă dreptate doar unui singur set de date, ci tuturor datelor prezentate. Datorită faptului că indicele GCI nu măsoară doar securitatea actuală și impactul breșelor, situația unor țări care sunt cunoscute ca furnizori și ținte ale atacurilor cibernetice vor ocupa locuri fruntașe în clasament. Pentru o cât mai bună imagine de ansamblu, voi prezenta situația anumitor țări din top 15 pe care le consider controversate pe baza locului pe care-l ocupă în prezent. Nu este exclus ca datorită unui indice aproape de maxim, rezultatele pozitive să se înregistreze peste o perioadă de timp ci nu în prezent și viitorul apropiat.

**Tabelul nr. 2 Poziționarea țărilor în clasamente privind cibersecuritatea**

Țara	Locul în topul GCI 2017	Clasamentul atacurilor informatice suferite	Clasament al originii atacurilor cibernetice	Clasament al țărilor nesigure informatic	Clasamentul costurilor atacurilor cibernetice
Singapore	Locul 1	Locul 5	Locul 7	Locul 49	indisponibil
SUA	Locul 2	Locul 1	Locul 2	Locul 14	Locul 1
Japonia	Locul 12	Locul 4	Locul 8	Locul 16	Locul 2
M.B.	Locul 14	Locul 2	Locul 3	Locul 23	Locul 4

**Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de Statista**

<https://www.statista.com/statistics/440582/ddos-attack-traffic-by-originating-country/>

În tabelul precedent am ales să studiez cele 4 țări deoarece datele disponibile în alte studii sunt în opoziție cu indicele GCI. Toate informațiile din prezentul tabel sunt preluate de la Statista.com, doar clasamentul celor mai nesigure țări din punct de vedere informatic este realizat de către The Telegraph (<http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/06/10/mapped-the-countries-most-vulnerable-to-cyber-attacks/>). Toate clasamentele sunt valabile anului 2016, înafară de atacurile informatice suferite pentru care datele sunt pentru al doilea trimestru al anului 2017.

Chiar dacă primele țări din clasamentul indicelui GCI sunt și primele în alte clasamente nefavorabile despre situația cibernetică, nu înseamnă că indicele GCI este greșit. Tocmai datorită clasării atât de bune în acest indice, aceste țări reprezintă o reușită personală pentru un atacator care provoacă pagube. Țările din top 15 sunt majoritar țări dezvoltate în care este folosit des cardul bancar și cumpăraturile online face parte din cultura țării, acestea fiind medii dezirabile pentru atacurile cibernetice. Orașele smart pot fi afectate semnificativ de atacurile cibernetice și anume sistemul de management al traficului, sistemele de monitorizare ale orașului. (Cerrudo, 2014). Totodată rețeaua de energie a unui oraș poate fi afectat dacă ne bazăm pe concluziile studiului Impacts of Cyber Attacks in the Competitive Electricity Market al Universității din Illinois.

## **Singapore**

Singapore ocupă locul 5 în topul țărilor cel mai afectate de atacurile cibernetice realizate prin intermediul aplicațiilor web, cu un total de 7,8 milioane atacuri suferite. În ceea ce privește originea atacurilor cibernetice la nivel mondial, 4% dintre atacuri provin din Singapore, locul ocupat în acest clasament este 7. Dacă o situație a costurilor înregistrate în urma atacurilor cibernetice nu există sau nu este o estimare corectă, în ceea ce privește topul 50 al celor mai nesigure țări din punct de vedere cibernetic, Singapore ocupă locul 49, ceea ce înseamnă că este o țară destul de sigură din punctul de vedere al realizatorilor studiului. Singapore ocupă prima poziție în indicele GCI dar asta nu a ferit-o de atacurile cibernetice, ba chiar din potrivă. Chiar dacă am realiza o medie a tuturor statisticilor disponibile, Singapore ar ocupa cel puțin o poziție în partea superioară a clasamentului final.

## **Statele Unite ale Americii**

Statele Unite ale Americii ocupă locul 1 în topul țărilor cel mai afectate de atacurile cibernetice realizate prin intermediul aplicațiilor web cu un total de 200 de milioane de atacuri suferite. În ceea ce privește originea atacurilor cibernetice la nivel mondial, 21% provin din SUA, locul ocupat în clasament este 2. Singura țară care depășește SUA la originea atacurilor cibernetice este China cu 29% din totalul atacurilor cibernetice. În topul celor mai nesigure 50 de țări, SUA ocupă locul 14, o poziție aproape de mijlocul clasamentului. În ceea ce privește costurile suferite în urma atacurilor cibernetice, la nivelul lunii august 2016 pentru care

există cele mai recente date, SUA înregistrează un total de 17 milioane dolari și ocupă prima poziție a acestui clasament. În ceea ce privește destinația și locația atacurilor cibernetice este o țară care ocupă poziții fruntașe la ambele clasamente.

## **Japonia**

Japonia ocupă locul 4 în topul țărilor cel mai afectate de atacurile cibernetice realizate prin intermediul aplicațiilor web cu un total de 10 milioane de atacuri suferite. Doar 3% din atacurile cibernetice la nivel mondial sunt originare din Japonia, iar în topul celor mai nesigure țări din punct de vedere cibernetic, Japonia ocupă locul 16. Dacă analizăm costurile provocate de atacurile cibernetice în Japonia la nivelul lunii august 2016, aceasta ocupă poziția secundă (după SUA) cu daune înregistrate în valoare de 8 milioane de dolari.

Japonia se remarcă de altfel negativ și în statistica privind destinația atacurilor "ransomware" - atac cibernetic în urma căruia calculatorul țintă este blocat și este cerută o răscumpărare pentru deblocare (<http://searchsecurity.techtarget.com/definition/ransomware>). Aproximativ 6% dintre atacurile de acest tip au avut ca țintă Japonia, în perioada analizată 2016-2017. Nicio altă țară din primele 15 poziții ale GCI nu a înregistrat valori care să depășească 3%, putem deduce astfel că în ultimul an japonezii sunt ținte viabile pentru hackeri. Una dintre cauze poate fi venitul mare înregistrat în medie în Japonia precum și structura populației îmbătrânite și mai puțin vigilente pe internet.

## **Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord**

Marea Britanie ocupă locul 2 în topul țărilor cel mai afectate de atacurile cibernetice realizate prin intermediul aplicațiilor web cu un total de 32 de milioane de atacuri suferite. În ceea ce privește originea atacurilor cibernetice la nivel mondial, 16% provin din Marea Britanie (ocupă locul 3 în acest clasament). În top 50 al celor mai nesigure țări cibernetice, ocupă locul 23. Costul atacurilor cibernetice suferite în luna august 2016 a fost pentru Marea Britanie de 7 milioane dolari, și ocupă locul 4 în clasamentul acestor costuri.

## **Australia**

Chiar dacă Australia ocupă locul 7 în indicele GCI, aceasta ocupă și locul 4 în topul celor mai nesigure țări cibernetice. Totodată costurile înregistrate în urma atacurilor cibernetice din luna august 2016 sunt însemnate, peste 4 milioane de dolari iar locul ocupat în acest clasament este locul 6 la nivel mondial. Rezultatele înregistrate în perioada recentă au dus la măsuri sporite împotriva atacurilor cibernetice iar actuala clasare pozitivă în GCI va avea efect în viitorul apropiat.

## **Brazilia**

Brazilia deși ocupă locul 27 în indicele GCI este o țară care are o reputație de țară nesigură cibernetic și își confirmă poziția relativ redusă în acest indice. A

înregistrat peste 27 de milioane de atacuri realizate prin intermediul aplicațiilor web și ocupă locul 3 în acest clasament, aproape 5% din atacurile cibernetice au ca și origine Brazilia. Pe lângă aceste, costul mediu înregistrat în urma atacurilor cibernetice suferite este de peste 5 milioane dolari în luna august 2016, clasându-se pe locul 5 la nivel mondial. Cu toate aceste rezultate în dreptul său, această țară nu a fost inclusă în top 50 cele mai nesigure țări cibernetice (top realizat de The Telegraph). Nu putem decât să presupunem că ar fi fost în top 10.

## **România**

În ce privește indicele GCI, România ocupă locul 46 din cele 195 țări studiate, adică în primele 25%. Un aspect favorabil este faptul că nu găsim România fruntașă la statisticile negative despre atacurile cibernetice precum numărul lor sau pagubele cauzate. Un raport al Carnegie Mellon University însă menționează o precaritate ale sistemelor cibernetice ale fostului bloc comunist din Europa, alături de România menționându-se și despre Belarus, Republica Moldova sau Georgia ori Ungaria.

Locul 2 obținut la European Cybersecurity Challenge (ECC) 2017 (<https://www.agerpres.ro/cybersecurity/2017/11/03/romania-vicecampioana-europeana-la-european-cyber-security-challenge-2017-pentru-al-doilea-an-consecutiv-12-04-08>) este o premisă a îmbunătățirii acestui loc 47 în GCI și al scorului pe viitor.

La nivel european, Germania precum și Franța (care nici nu a participat la ediția curentă a ECC) sunt țări mari și dezvoltate care și ele de asemenea ar trebui să fie mai preocupate de aceste domenii. Un exemplu pozitiv la nivelul Europei este Estonia care este în întregime digitalizată de asemenea.

## **5. Concluzii**

În domeniul atacurilor cibernetice analiza unui singur indicator sau indice nu este niciodată suficientă. Datorită complexității și diversității tipurilor de atacuri cibernetice precum și datorită multitudinii factorilor implicați și afectați, atacurile cibernetice sunt tot mai greu de cuantificat și înregistrat.

Indicele Cibersecurității Globale (GCI) este un indice care indică o situație preponderent viitoare a situației din punct de vedere al securității cibernetice, nu indică o situație a prezentului și trecutului. Dacă în domeniul legislativ majoritatea țărilor au înregistrat progrese semnificative, la nivelul populației încă nu sunt cunoscute pericolele navigării pe internet și ușurința cu care orice dispozitiv conectat la internet poate fi atacat și virusat.

Pentru mediul economic, o protecție a parcului IT propriu reprezintă pe lângă o cheltuială și o necesitate precum sistemul de operare este obligatoriu pentru un calculator, în viitorul apropiat un antivirus va și el imperativ.



Chiar dacă unele țări au înregistrat valori ridicate ale indicelui GCI și astfel se poate afirma despre ele că sunt ”sigure”, nu înseamnă că nu mai trebuie să depună eforturi pentru îmbunătățirea securității cibernetice. În lucrarea de față am prezentat statistici contradictorii pentru a evidenția opoziția prezentă în statistici când vorbim despre acest domeniu. Analiza mai multor surse o consider necesară pentru analiza oricărui observator imparțial care dorește să studieze securitatea cibernetică a unei țări sau grup de țări. În prezent date concludente despre atacurile cibernetice sunt greu de obținut, deoarece majoritatea incidentelor informatice nu sunt raportate din lipsa obligativității legislative. Pe măsură ce legislația va impune raportarea și trimiterea acestor date, cantitatea datelor despre acest fenomen va crește și studiile privind impactul atacurilor cibernetice vor fi mai elocvente și elucidatoare.

## Referințe bibliografice

1. Mezzour, Ghita, Carley, Richard, Carley, Kathleen, *Global Mapping of Cyber Attacks*, School Of Computer Science Carnegie Mellon University, 2014, Pittsburgh, pag. 16
2. International Telecommunication Union (ITU) – *Global Cybersecurity Index (GCI) 2017* [https://www.itu.int/dms\\_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2017-PDF-E.pdf](https://www.itu.int/dms_pub/itu-d/opb/str/D-STR-GCI.01-2017-PDF-E.pdf)
3. Yoshida, Felipe, Gross, George – ”Towards Quantifying the Impacts of Cyber Attacks in the Competitive Electricity Market Environment”, 2009, Univeristy of Illinois
4. *IOActive Labs - An emerging US (and World) Threat: Cities Wide open to Cyber Attacks*  
[https://ioactive.com/pdfs/IOActive\\_HackingCitiesPaper\\_CesarCerrudo.pdf](https://ioactive.com/pdfs/IOActive_HackingCitiesPaper_CesarCerrudo.pdf)
5. *International Journal of Information & Computation Technology Volume 4 Number 9*, , International Research Publications House, 2014, pag 937-940
6. Strategia de securitate cibernetică a UE valabilă începând cu anul 2013, <http://eur-lex.europa.eu/legalcontent/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013JC0001&from=EN>
7. <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/policies/wifi4eu-free-wi-fi-europeans>
8. <http://www.telegraph.co.uk/technology/2016/06/10/mapped-the-countries-most-vulnerable-to-cyber-attacks/>
9. <https://www.statista.com/statistics/440582/ddos-attack-traffic-by-originating-country/>
10. <https://www.agerpres.ro/cybersecurity/2017/11/03/romania-vicecampiona-europeana-la-european-cyber-security-challenge-2017-pentru-al-doilea-an-consecutiv-12-04-08>

**AMPRENTA DE CARBON A COMUNITĂȚII ACADEMICE –  
STUDIU COMPARATIV ÎNTRE COMUNITATEA FEAM ȘI  
ERASMUS +**

**THE CARBON FOOTPRINT OF THE ACADEMIC  
COMMUNITY– COMPARATIVE STUDY BETWEEN THE  
ROMANIAN ACADEMIC COMMUNITY AND ERASMUS +**

**Roxana CHIOCARU**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului  
e-mail: chiocaruroxana@gmail.com

**Marian Cătălin CUCU**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului  
e-mail: catalin.cmc02@gmail.com

**Alexandru Constantin GHEORGHE**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului  
e-mail: alexandru.gheorghe.18@gmail.com

**Ioana PANAIT**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului  
e-mail: panaitioana48@gmail.com

***Abstract:** This article aims to emphasize the importance of the population's contribution to the global pollution in order to establish an optimal relationship between man and environment. The carbon emissions represent a major contributor to pollution and because of the growth of the consumption, the carbon footprint of Earth has reached a very high level. The consequences of this occur on several levels, the easiest to observe is the high frequency of cataclysm production. Awareness of the implications of every person in the world in climate change processes can become the key to appreciating and capitalizing on sustainability.*

**Key words:** carbon footprint; greenhouse gases; climate change; pollution.

**JEL Code:** Q 53, Q54, Q56

## **1. Introducere**

Amprenta de carbon reprezintă un termen din ce în ce mai vehiculat în comunitatea academică și în cea politică, susținându-se astfel necesitatea implicării fiecărei entități în procesul de reducere al gradului actual de poluare. Datorită depășirii pragului optimal de bună relaționare în binomul om-natură, o serie de măsuri trebuie adoptate în vederea menținerii unui bun nivel de trai. Acest fapt a declanșat o serie de cercetări pe marginea subiectului sustenabilității, iar analiza amprentei de carbon inclusă în conduita societăților și populației reprezintă un prim pas în vederea atingerii obiectivului Uniunii Europene, acela de diminuare cu 20% a gazelor cu efect de seră emise în Uniunea Europeană, până în anul 2020.

Astfel, problema care a stat la baza acestei cercetări este nivelul actual considerabil al amprentei de carbon, ce se datorează cantității mult prea ridicate a gazelor cu efect de seră, în special a dioxidului de carbon, emise de către populație în urma desfășurării activităților zilnice.

Obiectivul acestui studiu este de a identifica, analiza și compara amprentele de carbon ale unui grup țintă din care fac parte persoane din mediul academic din România și studenți încadrați în programul de studii Erasmus+. Această cercetare vizează obținerea unei imagini clare cu privire la nivelul amprentei de carbon, precum și la principalele activități prin care sunt emise cele mai ridicate cantități de gaze cu efect de seră.

## **2. Abordări conceptuale ale noțiunii de amprentă de carbon**

Schimbările climatice la care populația este supusă în ultimele decenii evidențiază o serie de vulnerabilități care o provoacă să se adapteze la numeroase evenimente meteorologice cu caracter negativ. Urmărind aceeași perspectivă, sistemul imunitar uman este supus la noi factori de natură nocivă, iar datorită acestora la ora actuală omenirea are de-a face cu un întreg lanț de afecțiuni care dispun un mediu propice pentru dezvoltare. Liverman (1990, pp.27-44) remarcă conexiunile strânse dintre termeni ca fragilitate sau risc și factorul de influență a schimbărilor climatice, poluarea.

Termenul de amprentă de carbon a câștigat capital de imagine de la începutul anilor 2000 în spațiul anglofon, odată cu creșterea importanței mediului înconjurător în zona politică sau în cea de afaceri. (Wiedmann și Minx, 2008, pp. 1-11). Rădăcinile acestui termen se regăsesc în cadrul celui de amprentă ecologică (Wackernagel, 1996), baza comună de legătură constând în seria de gaze de emisie care contribuie la poluarea per ansamblu.

Prin prima parte a sintagmei care denumește conceptul studiat în cadrul acestui articol se reliefează existența implicită a unor măsurători individuale, caracterizate de o frecvență a recurenței scăzută. A doua parte, punctează obiectul de calculat și anume poluarea prin dioxidul de carbon. Acest fapt a născut în lumea științifică arii de conflict și problematică (Grubb și Ellis, 2007; Trucost, 2006) acestea concentrându-se pe aspecte referitoare la includerea în calculele

analizei amprente de carbon a gazelor cu efect de seră nu doar cele ce au în componența sa carbonul ci și spre exemplu oxidul de azot.

Pentru noțiunea de amprentă de carbon frecvent se consideră valabilă definiția care afirmă că aceasta reprezintă un proces de cuantificare în mod exclusiv a tuturor emisiilor de dioxid de carbon, care sunt produse în mod direct sau indirect de un tip de activitate sau prin acumularea treptată de-a lungul vieții unui produs.

Cantitatea totală de dioxid de carbon se exprimă prin intermediul unităților de măsură care exprimă greutatea și se evită conversia când este posibil, pentru a evita generarea de marje de eroare ridicate (Stahmer, 2000). Importanța scăderii cantității de emisii de carbon (în general măsurate în tone) reiese din faptul că acestea cresc temperatura aerului cu 1,5 grade Celsius până la 4,5 grade Celsius provocând în mod direct creșterea în mod direct, prin intermediul fenomenului de domino, a frecvenței apariției anomaliilor de sezon, diminuând puterea de reglaj al temperaturilor apelor iarna. Pentru a evita cele mai grave efecte ale schimbărilor climatice, trebuie să păstrăm încălzirea globală mult sub 2 grade Celsius.

Dezvoltarea unei societăți care adoptă principiile sustenabilității cere o gestiune a resurselor naturale mai sustenabilă și de asemenea, un management sustenabil al resurselor umane. Calculele asupra amprente de carbon individuale conduc spre conștientizarea populației asupra contribuției pe care o are fiecare locuitor al planetei la existența emisiilor de carbon.

În decursul ultimilor 30 de ani comunitatea științifică a încercat prin intermediul modelelor matematice să explicitizeze o reprezentare exactă la nivel geografic a binomului poluare-emisii de carbon. Concluzia care este majoritar acceptată la momentul actual enunță: concentrațiile crescânde ale gazelor cu efect de seră din atmosferă conduc la o încălzire generalizată a planetei (Spânu et al., 2012).

Contribuția fiecărei persoane, fie ea juridică sau fizică, la situația actuală climatică poate genera o schimbare apreciabilă a acesteia, iar sensul acestui proces nu va mai respecta previziunile sumbre ale cercetătorilor, care urmează a se materializa în decursul următorilor ani. În această manieră conștientizarea mărimii amprente de carbon individuale poate conduce spre un consum mai responsabil atât în termeni de servicii de transport, cât și în termeni de dotări ale locuinței, alimentație și alte bunuri de consum. Odată cu acest pas, omenirea va fi mai aproape de atingerea obiectivului sustenabilității.

### **3. Metodologia de cercetare**

Acest articol își propune a evidenția comportamentul de consum reflectat în amprenta de carbon a 60 de respondenți care sunt la momentul actual studenți încadrați în programul Erasmus+ și a 278 de respondenți din mediul academic din România. S-au luat în calcul cei 1000 de studenți ai Facultății de Economie Agroalimentară și a Mediului, la un nivel de încredere de 95% și o eroare de

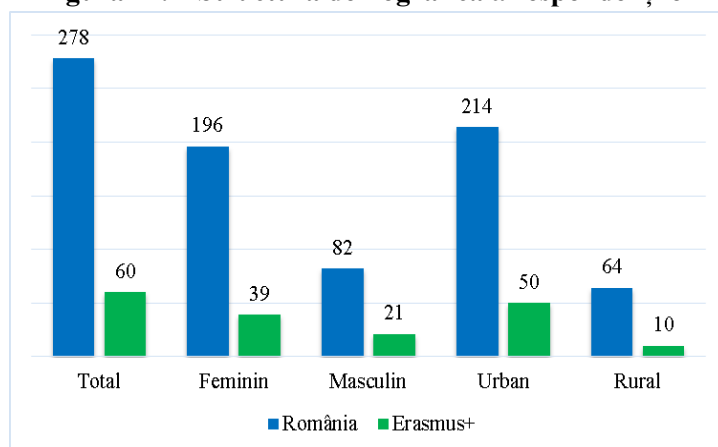
eșantionare de +/- 5%, astfel rezultând dimensiunea eșantionului de 278 de respondenți. Pentru studenții Erasmus+, populația totală a fost de 71 de studenți, mărimea eșantionului calculată în aceleași condiții fiind de 60 de respondenți. Astfel, optica de ansablu asupra poluării prin intermediul emisiilor de carbon oferită de persoane aflate pe parcursul realizării studiilor, va reliefa o situație a poluării produsă de persoane tinere (cu vârste de până în 26 de ani) din diferite zone ale lumii.

În vederea stabilirii amprente de carbon a eșantionului s-a realizat un chestionar (Google Form) ce a fost distribuit către grupul țintă prin intermediul mediului online și care a vizat patru spețe de interes ale analizei menționate. Acestea au inclus întrebări referitoare la dispozitivele utilizate în locuința personală, serviciile de transport consumate, alimentație și alte bunuri de consum. Prin intermediul acestei chestionări s-a aflat incidența cu care se produce reciclarea, producerea deșeurilor alimentare, regimul alimentar individual, utilizarea de energie verde și utilizarea sistemului de transport public.

Acest chestionar este bazat pe calculatorul de determinare al amprente de carbon al World Wildlife Fund for Nature, aceasta fiind una dintre cele mai mari organizații care luptă pentru conservarea naturii la nivel global. Calculatorul de aflare a amprente de carbon este un program software gratuit realizat de către World Wildlife Fund for Nature în parteneriat cu Institutul de Mediu din Stockholm din cadrul Universității din York, și cu Universitatea din Leeds. După completarea acestui calculator, acesta afișează un răspuns procentual, dacă amprenta de carbon depășește pragul de 100%, trebuie redusă cantitatea de dioxid de carbon, iar atunci când amprenta de carbon este mai mică de 100% aceasta trebuie menținută sub acest prag.

În urma centralizării situației respondenților, s-a identificat următoarea structură demografică a acestora:

**Figura nr. 1 Structura demografică a respondenților**



**Sursa: realizat de autori pe baza răspunsurilor chestionarului**

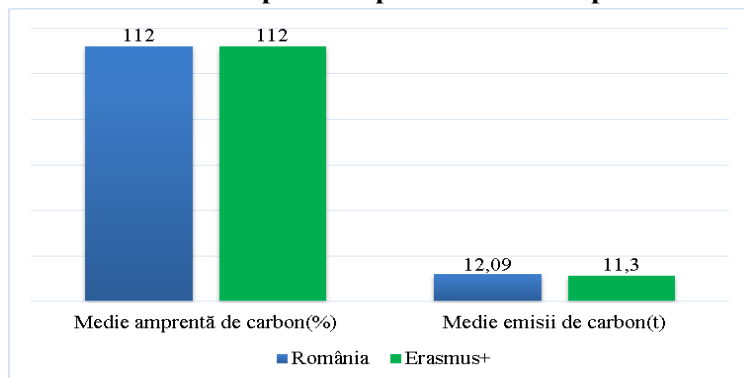
În urma analizei rezultatelor chestionarului se pot observa următoarele detalii referitoare la modul de folosință al bunurilor și serviciilor uzuale precum folosirea transportului în comun, al mersului pe jos sau al bicicletei, mașinii personale sau motocicletei. Dintre acești 60 de respondenți, 47 au răspuns că nu folosesc mașina personală, ci se deplasează cu transportul în comun, cu bicicleta sau merg pe jos, 12 dintre respondenți au precizat că se deplasează cu mașina, iar un respondent cu motocicletă.

Analizând răspunsurile oferite de cei 278 de respondenți din România, am constatat că principalul mijloc de transport folosit este transportul în comun, acesta fiind folosit frecvent de 184 de persoane, iar 62 de respondenți folosesc mașina personală, 28 de chestionați preferă să meargă pe jos, iar doar 4 persoane se deplasează cu bicicleta.

În ceea ce privește cele mai reciclate produse, la nivelul respondenților Erasmus+, pe primul loc este hârtia, 48 dintre respondenți reciclând hârtie, 27 dintre aceștia folosesc mâncarea pentru crearea compostului, 39 dintre aceștia recyclează plasticul, sticla este reciclată de către 33 dintre respondenți, iar dozele de metal de către 21 dintre participanții chestionarului. Concomitent, la nivelul respondenților proveniți din România, hârtia este cel mai reciclat material, 75 dintre respondenți reciclându-l, plasticul este reciclat de 67 de respondenți, 59 de persoane chestionate recyclează sticla, 37 dintre respondenți utilizează mâncarea pentru realizarea compostului, conservele sunt reciclate de 22 de persoane, iar 151 de persoane nu recyclează deșeurile.

Este de notat că fiecare din cei 60 de respondenți recyclează câte ceva din uzul zilnic, în fiecare zi folosindu-se de unul din aceste bunuri, în timp ce peste jumătate dintre respondenții din România nu recyclează vreun deșeu.

**Figura nr. 2 Analiză comparativă privind media amprentei de carbon**



**Sursa: realizat de autori pe baza răspunsurilor chestionarului**

Conform figurii nr. 2, amprenta de carbon medie a celor 60 de persoane din mediul Erasmus+ este de 112%. Procentajul celor care au amprenta de carbon mai mică sau egală cu 100% este de 47%, iar procentajul celor care au amprenta

de carbon mai mare de 100% este de 53%. De asemenea, media emisiilor de carbon este de 11,3 tone de dioxid de carbon echivalent.

Concomitent, amprenta medie de carbon a celor 278 de persoane din mediul academic din România este de 112%, 42,08 % dintre aceștia au valoarea amprentei de carbon mai mică sau egală cu 100%, încadrându-se în media optimă, iar 57,92% au amprenta de carbon peste 100 %. Cu privire la media cantității totale a emisiilor de carbon, aceasta este de 12,09 tone de dioxid de carbon echivalent.

#### **4. Concluzii**

Analizându-se răspunsurile acordate de cei 278 de respondenți din comunitatea academică din România și a celor 60 de respondenți din comunitatea Erasmus+ s-au determinat amprentele medii de carbon ale acestora, care sunt asemănătoare, dar peste media adecvată.

Pentru a reduce amprenta de carbon în rândul întregii populații este necesară implementarea unor acțiuni cu privire la această situație, diminuarea substanțială a amprentei de carbon susținând dezvoltarea durabilă prin intermediul unei utilizări raționale a resurselor folosite în activitățile zilnice. Principalele acțiuni ce determină diminuarea remarcabilă a gazelor cu efect de seră și implicit a amprentei de carbon sunt:

- Dezactivarea funcției stand-by, multe aparate electronice pot consuma curent chiar dacă nu sunt pornite, precum și achiziția de aparatură electrocasnică eficientă din punct de vedere energetic (A+++)
- Izolarea locuinței, reducând astfel consumul de energie cu până la 35 %
- Utilizarea de surse de energie regenerabile
- Optarea pentru o mașină cu un consum redus de combustibil sau pentru o mașină electrică
- Folosirea pe cât posibil a mijloacele de transport în comun, bicicletelor, a car-sharingului, cât și mersul pe jos
- Achiziția de produse cu o lungă perioadă de întrebuințare
- Consumul de fructe, legume și alimente de sezon în detrimentul produselor din carne
- Utilizarea produselor din materiale reciclabile, dar și reciclarea și reutilizarea produselor, precum și reducerea cantității unor produse
- Adaptarea stilului specific conceptului de sharing economy ce se bazează pe bunuri pe care cetățenii le pot împărți și le pot utiliza, reducându-se în acest fel atât costuri, cât și deșeuri și valorificându-se la potențial maxim resursele disponibile

## Referințe bibliografice

1.Grubb& Ellis (2007), Meeting the Carbon Challenge: The Role of Real Estate Owners, Users and Managers

2.Liverman, D. M. (1990), 'Vulnerability to global environmental change', in Kasperson, R. E., Dow, K., Golding, D., and Kasperson, J. X. (eds.), Understanding Global Environmental Change: The Contributions of Risk Analysis and Management (Chapter 26), Clark University, Worcester, MA, pp. 27–44

3. Pertsova Carolyn (2007), Ecological Economics Research, Nova Science Publishers, Inc., New York, pp. 5-11

4. Spânu Simona, Sand Camelia, Udrea Nicușor Marcel, Prică Ion & Blidar Cristian (2012), "Some measures for enviroment for environment preservation by diminishing for carbon footprint" in Papers of the Sibiu Alma Mater University Conference, Sixth Edition

5.Stahmer C. (2000), "The magic triangle of input-output tables" in Pluto Journals

6.Trucost (2006), „Carbon Counts” in The Trucost of Carbon Footprint Ranking of UK Investments Costs, Trucost, London Uk.

7.Wackernagel, M., Schulz, N.B (2002), "Tracking the ecological overshoot of the human economy" in Proceedings of the National Academy of Science 99, pp. 9266–9271

8.WIEDMANN, Thomas; MINX, Jan. (2008), A definition of 'carbon footprint', Ecological economics research trends, Nova Science Publishers, Inc., New York pp.1-11

[http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Europe\\_2020\\_indicators\\_climate\\_change\\_and\\_energy](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Europe_2020_indicators_climate_change_and_energy)

[http://www.umanotera.org/upload/files/Pavel\\_Misiga.pdf](http://www.umanotera.org/upload/files/Pavel_Misiga.pdf)



# ASIGURAREA CALITĂȚII EDUCAȚIEI ȘI FORMĂRII PROFESIONALE PRIN REȚELE PARTENERIALE

## THE ENSURANCE OF EDUCATION QUALITY AND PROFESSIONAL FORMATION THROUGH PARTNERSHIP NETWORKS

**Simona Violeta ARDELEAN**

Profesor, Colegiul Tehnic „Mihai Viteazul”, Oradea  
sjardelean@yahoo.com

**Teodora Monica RUNCANU**

Profesor, Colegiul Tehnic „Mihai Viteazul”, Oradea  
moniru1973@yahoo.com

**Abstract:** *This article presents the importance of starting and developing partnership networks at a national and international level between educational institutions with the same fields of study, economic agents and also organizations that could contribute to the integration of graduates social and professional integration. The experience gathered by the educational institution by being an active member of this professional network will be capitalized in the capability of fast adapting at all the changes, needs and requirements that may appear in the today's society, anticipation of qualification needs and adapting the offer to the market needs and also in developing an integrate approach of professional formation from the perspective of lifelong learning.*

**Key words:** Partnership networks ; Quality ; Social-Professional Integration ; Experience.

**JEL Code:** A. General Economics and teaching

### 1.Introducere

Schimbările din mediul socio-economic al ultimelor decenii au adus schimbări și în educație. În economia actuală, globalizată și în permanentă schimbare, a devenit esențială capacitatea indivizilor de a comunica eficient, de a se adapta ușor la situații noi, de a rezolva rapid și eficient probleme complexe.

Oferta educațională din cadrul învățământului profesional și tehnic trebuie realizează printr-un proces amplu de analiză, evaluare și acțiune corectivă

continuă, scopul final fiind elaborarea, planificarea și aplicarea celor mai potrivite programe de studii.

Unitatea de învățământ poate considera că a oferit servicii educaționale de calitate atunci când, absolventul, prin cunoștințele, competențele, valorile și atitudinile dobândite, reușește să se insereze eficient pe piața muncii și să se realizeze profesional în domeniul pentru care a fost pregătit. Procesul de asigurare a calității educației presupune adaptarea la schimbările, nevoile și cerințele societății, preocuparea față de aptitudinile, interesele, așteptările elevilor, anticiparea nevoilor de calificare și adaptarea ofertei la nevoile pieței muncii, abordarea integrată a formării profesionale din perspectiva învățării pe tot parcursul vieții și încheierea de parteneriate active cu alte instituții de învățământ, cu agenții economici, cu instituțiile și organizațiile care pot contribui la integrarea socio-profesională a absolvenților. Toate aceste aspecte pot fi atinse prin înființarea unor rețele parteneriale la nivel național și internațional sau prin aderarea la cele existente.

## **2.Necesitatea înființării rețelelor parteneriale la nivel național și internațional în domeniul Turism și alimentație**

Proiectele de parteneriat școlar internațional axate pe schimburile interculturale pun la dispoziția elevilor și profesorilor noi experiențe de învățare și comunicare. Sunt îmbunătățite performanțele lingvistice și sunt exersate noi forme și metode de învățare.

Proiectele de parteneriat încheiate în vederea efectuării stagiilor de practică la nivel internațional facilitează accesul pe piața muncii prin realizarea unei instruirii practice de calitate. Elevii au posibilitatea de a se forma în baze de instruire practică dotate corespunzător în vederea dobândirii competențelor necesare pentru a se angaja pe piața națională și internațională, se pot familiariza cu cerințele profesionale și de comportament existente pe piața muncii, își pot exercisa și își pot îmbunătăți abilitățile de comunicare.

Înființarea și înscrierea firmelor de exercițiu din școală în rețeaua organizată și condusă de Centrala Rețelei Firmelor de Exercițiu/ Întreprinderilor Simulate din România, inclusă în rețeaua internațională a firmelor de exercițiu, reprezintă o metodă interactivă de învățare pentru dezvoltarea spiritului antreprenorial. Elevii au posibilitatea de a desfășura activități specifice unei forme reale, de a se implica direct în procesul de învățare, de a valorifica cunoștințele teoretice prin punerea acestora în practică.

Proiectele de parteneriat încheiate între școală și agenții economici locali au ca scop realizarea unor oferte educaționale realiste care să confere absolvenților abilități și competențe conforme cu cerințele pieței, elaborarea și aplicarea CDL-urilor pentru stagiile de practică, acordarea de burse și sponsorizarea unor activități profesionale, culturale sau sportive.

Proiectele de parteneriat încheiate între școală și diferite instituții de învățământ universitar sprijină elevii în alegerea unei cariere profesionale adecvate, în raport cu interesele, aptitudinile și aspirațiile lor, stimulează performanța școlară și creativitatea, asigură recunoașterea performanței școlare prin oferirea unor facilități la admiterea în învățământul superior.

Parteneriatele încheiate cu autoritățile, organizațiile guvernamentale și neguvernamentale, instituțiile de cultură și instituțiile sanitare au ca scop valorificarea resurselor comunitare locale, participarea activă a acestora în procesul educativ și atragerea de fonduri în vederea îmbunătățirii bazei materiale.

### **3. Colegiul Tehnic "Mihai Viteazul" Oradea - membru în rețeaua națională "Turism și alimentație"**

Proiectul strategic „Îmbunătățirea calității educației și formării profesionale prin rețele parteneriale”, finanțat din fonduri nerambursabile în cadrul POS DRU Dezvoltarea Resurselor Umane 2007 – 2013, a avut ca obiectiv general îmbunătățirea sistemului de educație și formare profesională prin dezvoltarea de instrumente și metodologii pentru implementarea Cadrului Comun European de Referință pentru Asigurarea Calității în formare profesională (EQARF), utilizând rețele parteneriale între școli.

Obiectivele specifice ale proiectului au fost: dezvoltarea cadrului operațional pentru implementarea Cadrului Comun European de Referință pentru Asigurarea Calității în formare profesională (EQARF) în IPT, dezvoltarea rețelelor parteneriale între școli și formarea actorilor cheie implicați în asigurarea calității în IPT.

Colegiul Tehnic "Mihai Viteazul" Oradea a făcut parte din "Rețeaua 15 – Turism și alimentație" alături de alte cinci școli din țară în urma unei selecții naționale.

Rezultatele perioadei de implementare au fost:

- o platformă electronică pentru facilitarea consultării publice privind metodologiile elaborate și a comunicării interinstituționale în cadrul rețelelor parteneriale;
- 16 școli selectate ca centre de resurse pentru rețelele parteneriale, 80 de școli selectate ca membre în rețelele parteneriale și 150 persoane participante la 10 întâlniri consultative privind metodologia pentru implementarea EQARF în context național;
- 16 rapoarte de evaluare colegială (peer review) în urma pilotării metodologiei pentru implementarea Cadrului Comun European de Referință pentru Asigurarea Calității în formarea profesională în context național;
- 234 persoane selectate pentru participarea la programul de formare profesională pentru implementarea rețelelor parteneriale și 220 persoane atestate cu competențe profesionale pentru dezvoltarea rețelelor parteneriale;
- 16 planuri anuale de activitate pentru rețelele parteneriale;

- 3 întâlniri ale Comitetului de coordonare a fiecărei rețele parteneriale și 96 de activități de învățare colegială - peer learning în cadrul rețelelor parteneriale;
- un ghid de bune practici în dezvoltarea rețelelor parteneriale;
- 8 seminarii tematice;
- un pliant de promovare a proiectului și o broșură.

Dezvoltarea rețelelor și colaborarea dintre școlile partenere au continuat cu succes și după perioada de implementare.

#### **4. Colegiul Tehnic „Mihai Viteazul”, Oradea**

Este membru în Rețeaua națională 18 licee pilot, constituită în cadrul Programului „Întâlnirile franco-române ale turismului. Învățarea limbilor străine și formarea în meseriile turismului: un sector în plină schimbare”.

Partenerii implicați în proiect sunt: Ambasada Franței din România, Institutul Francez, Ministerul Educației Naționale, Centrul Național pentru Dezvoltarea Învățământului Profesional și Tehnic, Casa Corpului Didactic Sibiu, Federația Industriei Hoteliere din România și Asociația Franceză a Liceelor de Hotelărie și Turism din Franța.

În cadrul proiectului a fost constituită „Rețeaua națională – 18 licee pilot” din domeniul Turism și alimentație, Colegiul Tehnic „Mihai Viteazul”, Oradea fiind membru.

S-au realizat următoarele activități:

I. Reuniunea de la București, din 17 noiembrie 2016, la Romexpo. Evenimentul a constituit cadrul pentru semnarea: Protocolului de colaborare în domeniul turismului între Secretariatul de Stat pentru Turism și Institutul Francez din România; Convenției de parteneriat în domeniul turismului între Centrul Național de Dezvoltare a Învățământului Profesional și Tehnic (CNDIPT) și Institutul Francez din România; Convenției cadru pentru Programul Label L de excelență lingvistică profesională între Institutul Francez din România și Federația Industriei Hoteliere din România (FIHR).

II. Vizita de studiu în Franța. Deplasarea s-a efectuat în baza Ordinului MEN nr. 3467/16.03.2017 privind deplasarea la Lyon, Franța, în perioada 21-25 martie 2017, având în vedere Nota DGRIAE nr.226/AB/27.02.2017 a 18 reprezentanți ai liceelor din rețeaua pilot; obiectivul general / scopul activității: realizarea unei vizite de studiu pentru cunoașterea sistemului francez de formare profesională și tehnică în cadrul filierelor hotelier-turism.

III. Reuniunea partenerilor români, la Sibiu, în perioada 23-24 noiembrie 2017, în cadrul căreia a fost constituită Asociația Liceelor Hoteliere și de Turism (ARLIHT) din România.

La nivelul asociației s-au stabilit următoarele obiective: ameliorarea formării și a predării învățării prin utilizarea unor conținuturi actuale, a unor materiale didactice noi, actuale, moderne și a unor metode interactive; modernizarea bazei materiale a școlilor pilot; perfecționarea cadrelor didactice de specialitate; derularea de proiecte și activități care să contribuie, prin obiectivele vizate,

laformarea și dezvoltarea profesională a elevilor de la specializarea Turism și alimentație, precum și la orientarea școlară a acestora; încheierea de parteneriate cu școli de profil, agenți economici, alte instituții; promovarea asociației, a școlilor pilot și a învățământului din domeniul Turism și alimentație.

## **5. Concluzii**

Înființarea unor rețele parteneriale la nivel național și internațional sau aderarea la cele existente în domeniul Turism și alimentație presupune derularea de activități specifice: schimburi de experiență, vizite de studiu, workshop-uri, simpozioane, târguri și expoziții tematice, stagii de pregătire practică, mentorat, atragerea de fonduri în vederea îmbunătățirii bazei materiale. Unitatea de învățământ are ca parteneri, în cadrul acestor rețele, alte unități de învățământ din țară și de peste hotare, agenți economici interni și externi, instituții și organizații naționale și internaționale.

## **Referințe bibliografice**

\*\*\* (2011), *Ghid de bune practici în dezvoltarea rețelelor parteneriale*

<http://parteneriatpentrucalitate.tvet.ro/>

<http://www.tvet.ro/>

<http://www.roct.ro/>

<http://www.institutfrançais.ro>

# FINALITĂȚILE EDUCAȚIONALE ALE EDUCAȚIEI ECONOMICE

## EDUCATIONAL FINALITIES OF ECONOMIC EDUCATION

**Mugurel CODREAN**

profesor, Colegiul Economic "Gheorghe Dragoș" Satu Mare

e-mail: mugurel\_codrean@yahoo.com

**Abstract:** *Final behavior is what the participant in the training process would be able to do if the training succeeds. It has to be formulated in terms of observable and measurable behavior, so you can see if the student has mastered it. When formulating the final behavior, it is necessary to avoid the use of words that can give rise to interpretations, ambiguities. The verbs to be used are those describing the actions that the student performs and not verbs describing what occurs in the mind of the participant in teaching-learning.*

**Key words:** educational end; general competence; specific competence; derived competence; operationalization algorithm.

**JEL Code:** A2, I2

### 1. Introducere

A oferi educație presupune a conduce formabilul spre stadiul de persoană educată. Educația constă într-un sistem de acțiuni întreprinse în mod conștient și sistematic asupra unor persoane în vederea transformării acestora, potrivit finalităților care, la rândul lor, exprimă orientările asumate la nivel de politică educațională în vederea dezvoltării personalității educabilului conform valorilor instituite în societate. În acest mod se justifică aspectul tehnologic și axiologic al educației.

Urmărind gradul de generalitate, „finalitățile educației se exprimă în idealuri, scopuri și obiective educaționale” Albulescu (2000).

### 2. Generalități și delimitări conceptuale

Învățământul secundar superior reprezintă un serviciu public de o mai mare importanță decât învățământul general, având rolul de a răspunde cerințelor sociale formulate în termeni de achiziții finale directe, cunaticabile. Centrarea instruirii pe educabil se realizează mult mai eficient, corelându-se conținuturile învățării cu competențele și, în același timp, urmărindu-se și instrumentele

educative de prelucrare și accesare a datelor, așa încât să se asigure integrarea elevului în societate și viața profesională.

Prin centrarea procesului didactic pe competențe se nuanțează și latura pragmatică a aplicării curriculum-ului, formatorul având sarcina de a lega direct și evident ce se învață și de ce se învață, de a facilita direct și a lega imediat evaluarea, care devine astfel mai clară și oferă un rezultat scontat superior la efortul depus.

În general, competențele – formulate la nivel de modul, ca urmare a introducerii rezultatelor din cercetarea psihologică cognitivă, a conținuturilor învățământului liceal și profesional – se definesc ca fiind un ansamblu de cunoștințe, deprinderi și atitudini dobândite, care permit utilizarea cu eficiență maximă în sarcinile care îi revin. Acest modelul curricular centrat pe competențe ușurează structurarea curriculum-ului și asigură o mai mare eficacitate a proceselor de predare – învățare - evaluare.

Aceasta duce la utilizarea în toate nivelurile a unei unități: **competența**, în măsură să orienteze demersurile tuturor celor implicați în procesul de educație: specialiști în curriculum, profesori, elevi, părinți, etc.

Astfel demersul didactic se centrează pe achizițiile concrete ale școlarului, având la bază curriculum centrat pe competențe, care răspunde mult mai bine nevoilor de formare ale elevului, precum și cerințelor actuale ale pieței muncii, integrând viața socială cu cea profesională, viață pentru care se pregătește elevul.

### 3. Avantajele demersului didactic centrat pe competențe

Avantajele unui proces de proiectare urmând curriculum-ul centrat pe competențe, ținând cont de valorile și atitudinile specifice sunt, în general, următoarele:

- **Social** - putem preciza o creștere a transparenței procesului didactic și oferă posibilitatea ca aceste competențe să fie determinate, să răspundă nevoilor concrete ale comunității. Competențele sunt legate de anumite practici sociale care doresc să pregătească tinerii în a rezolva singuri, cu success, problemele vieții.

- **Psihologic** - progresele înregistrate de științele cognitive se integrează în acest demers, potrivit acestora demonstrarea competenței înseamnă utilizarea informațiilor corespunzătoare și a unor abilități exersate și a unor atitudini formate anterior. Acțiunea așteptată a individului într-o situație dată înseamnă capacitatea de a mobiliza resursele cognitive adecvate, de a realiza transferuri de la alte acțiuni similare sau relevante anterioare și de a le aplica în noua sarcină de lucru.

- **Politicile educaționale** - se stimulează implicarea pentru selectarea acelor valori și practici sociale scontate pe care ar trebui să le promoveze școala pentru a asigura succesul absolvenților săi. Interdisciplinaritatea permite pătrunderea barierelor rigide ale disciplinelor, aici se poate începe prin identificarea și formularea unor competențe transversale sau cross-curriculare.

- **Predarea** - se poate vedea o flexibilizare a procesului. Atâta timp cât prin competențe nu se mai stabilește ce trebuie predat, ci care competențe trebuie formate la acești elevi profesorul poate utiliza un larg spectru de instrumente și resurse didactice, acesta devine planificator al experiențelor de învățare relevante pentru elevi.

- **Învățarea** câștigă în semnificație prin raportarea la practicile sociale și la contextele concrete de exersare a competențelor formate. Rezultatele învățării unei unități, angajează achizițiile anterioare ale elevului, îi oferă posibilitatea concretă de a realiza anumite sarcini, ca urmare a acestora crește motivația pentru învățare. Centrarea pe competențe oferă libertate în manifestarea și valorificarea diferitelor stiluri de învățare.

- **Evaluarea** - formativă se poate face în contexte reale. Nivelul competenței este ușor de cuantificat prin stabilirea unor seturi de criterii/standarde/ indicatori de performanță.

Competențele generale și competențele specifice ce se doresc a fi formate la elevi pe parcursul unui modul / an de studiu, trebuie să se stabilească pornind de la ”următoarele etape care vizează structurarea mentală a operațiilor: percepție, interiorizare, construire de structuri mentale, transpunere în limbaj, acomodare internă, adaptare externă” Cucuș (2002).

Urmărirea formării competențelor generale și specifice pe care le fixăm, ca elevii, la finalizarea unității de învățare. să și le fi format, presupune o atenție a noastră și pe seturile de valori, pe atitudinile care trebuie însușite/ asumate, care deși sunt greu cuantificabile, sunt indispensabile formării profesionale a acestora, a personalității lor din perspectiva fiecărei discipline.

Modulele economice urmăresc formarea unui mod de gândire economic, a unui comportament economic adecvat unui mediu concurențial, într-o continuă schimbare. Atitudinile, deși greu de urmărit, au importanță egală în desfășurarea sarcinilor cu eficiență maximă.

Atitudinile, seturile de valori, incluse în competențe sunt precizate în programa școlară, fiecare profesor are posibilitatea să se ghideze în momentul în care realizează proiectarea propriei strategii didactice.

Citirea programei școlare duce la fixarea corelării dintre competențe și conținuri, la înțelegerea cantității și calității acestora și la adecvarea acestora nivelului clasei.

#### **4. Comportamentul final**

Ca participant la procesul de instruire este necesar ca elevul să fie capabil să realizeze sarcinile solicitate, astfel el reușind să-și însușească cunoștințele, deprinderile și valorile cerute. Acest comportament trebuie formulat în termeni observabili și măsurabili.

Când formulăm comportamentul final trebuie evitate cuvintele care pot da naștere la generalități, abstractizări, ambiguități. Se vor folosi verbe care descriu



acțiunile pe care să le facă elevul, acelea care pot fi văzute, auzite, percepute, și nu verbe ce descriu ceea ce se produce în mintea participantului la predare-învățare.

În literatura de specialitate, Gagné R., Briggs L. (1977), sugerează că este bine să fie utilizate ghiduri operaționale cum ar fi cuvintele-acțiuni sau listele de termeni admiși/interziși. Se exprimă chiar părerea că alegerea verbului în stabilirea țintei de acțiune este o problemă importată. Este necesar ca fiecare profesor, la propria disciplină, să realizeze un ghid de verbe și o listă de termeni acceptați.

Necesitatea de a formula condițiile în care se evaluează nivelul competenței, trebuie asumată de fiecare cadru didactic, în sensul că trebuie să stabilească ce materiale, sau ce scenariu îi poate sugera elevului, ce se instruieste, pentru a putea demonstra un anumit comportament.

Trebuie transmise informațiile referitoare la ceea ce are voie să facă / folosească și asupra ce nu este permis.

Pentru exemplificarea dezvoltării experienței economice, utilizez următorul model pentru a descrie acțiunile pe care să le facă elevul:

Tabel nr. 1. Corelarea competențelor cu conținuturile și activitățile de învățare

URÎ 4.			Conținuturile învățării	Activități de învățare
Cunoștințe	Abilități	Atitudini		
<p>“4.1.1. Prezentarea conceptului de calitate și a ipostazelor calității.</p> <p>4.1.2. Descrierea factorilor care determină și influențează calitatea produselor și serviciilor.</p> <p>4.1.3. Clasificarea caracteristicilor</p>	<p>“4.2.1. Interpretarea corectă a conceptului de calitate și ipostazele calității.</p> <p>4.2.2. Identificarea factorilor care determină și influențează calitatea produselor și serviciilor.</p> <p>4.2.3. Diferențierea caracteristicilor</p>	<p>“4.3.1. Asumarea responsabilității în utilizarea conceptului de calitate și a ipostazelor calității.</p> <p>4.3.2. Asumarea responsabilității în prevenirea modificărilor calității produselor și serviciilor.</p> <p>4.3.3. Implicarea activă și responsabilă în identificarea caracteristicilor de calitate a produselor și serviciilor.”(Standard</p>	<p>Calitatea produselor și a serviciilor în alimentație.</p> <p>Norme de păstrare, pregătire și servire a produselor alimentare</p> <p>Calculul valorii</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• discuții de grup despre importanța respectării normelor de calitate;</li> <li>• exerciții de aplicare a simbolurilor de avertizare;</li> <li>• exerciții de recunoaștere a echipamentului de lucru;</li> <li>• chestionarea nivelului de cunoștințe privind factorii care determină calitatea;</li> <li>• jocuri și</li> </ul>

de calitate a produselor și serviciilor.” (Standard de pregătire profesională, Anexa 4 la OMENCS 4121 13.06.2016)	de calitate a produselor și serviciilor.” (Standard de pregătire profesională, Anexa 4 la OMENCS 4121 13.06.2016)	de pregătire profesională, Anexa 4 la OMENCS 4121 13.06.2016)	calorice pentru preparatele culinare specifice unității de practică Caracteristici de calitate.	activități de exersare a identificării caracteristicilor de calitate;
---	---	---	--	---

Calitatea evaluării reprezintă unul dintre factorii esențiali care susțin încrederea publică în aceste calificări. Din acest motiv, se impune atât asigurarea coerenței, caracterului realist și motivant, rigorii, corectitudinii și eficienței procesului evaluării rezultatelor învățării, precum și deplina aliniere a sarcinilor cerute la standardele existente fiecărei calificări. Caracteristicile unui sistem de evaluare eficient sunt: validitatea, fidelitatea, aplicabilitatea practică și rentabilitatea, credibilitatea, compatibilitatea cu învățarea eficientă și flexibilitatea. Evaluarea este și trebuie să rămână un proces continuu și sumativ. O abilitate se evaluează o singură dată, iar elevii trebuie evaluați numai în ceea ce privește dobândirea abilităților menționate în tabelele de corelare a rezultatelor învățării cu criteriile de evaluare. În cazul evaluării, este deosebit de importantă transmiterea unui feedback clar și constructiv elevului. Acest feed-back trebuie să includă discuții cu elevul în legătură cu motivele care au dus la insucces, precum și la identificarea unei noi ocazii pentru reevaluare, dar și oferirea de sprijinul suplimentar de care elevul are nevoie. Reevaluarea abilităților, cunoștințelor trebuie realizeze având la bază utilizarea aceluiași instrument (fișa de observație), chiar dacă locul de desfășurare a evaluării se poate modifica. Planificarea evaluării competențelor trebuie să aibă în vedere și evitarea suprapunerii acesteia cu perioadele de evaluare de la celelalte module.

Crearea, realizarea unui instrument de evaluare, presupune, identificarea și analiza elementelor care vor fi acceptate ca probe și modul în care vor fi măsurate sau estimate acestea. În mod ideal, schema de evaluare, care include modele de întrebări și de soluții la probleme, ar trebui pregătită în același timp cu instrumentul de evaluare, asigurându-se astfel complementaritatea lor, precum și certificarea capacității elevilor de a completa întrebările și a realiza sarcinile impuse în timpul alocat.

Instrumentele de evaluare ce pot fi folosite la această unitate de învățare sunt: probe orale (de tip interviu sau discuție liberă) prin care elevul demonstrează că este capabil să obțină informațiile necesare pentru definirea problemei, să descrie caracteristicile problemei și să formuleze problema în funcție de caracteristicile determinate; probe orale (de tip interviu sau discuție liberă) prin care elevul le demonstrează ca este capabil să identifice o alternativă de rezolvare a problemei și să aleagă soluția optimă de rezolvare; probe scrise (de tip elaborare

schematică) prin care elevul demonstrează că este capabil să întocmească un plan de rezolvare a problemei ; probe practice (de tip demonstrație) prin care elevul demonstrează că este capabil să aplice planul de rezolvare a problemei în contextul determinat; probe orale (de tip interviu sau discuție liberă) prin care elevul demonstrează că este capabil să compare rezultatul obținut cu rezultatul planificat și să-l aprecieze ; probe practice (de tip exercitiu) prin care elevul demonstrează că este capabil să aplice rezultatul obținut în situații similare.

## **5. Concluzii**

Europa trebuie să stimuleze spiritul antreprenorial în rândul tinerilor, să încurajeze demararea de afaceri inovatoare și să promoveze o cultură favorabilă antreprenoriatului și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii.

Conform Strategiei de la Lisabona care are obiectiv de creștere a numărului de locuri de muncă și de scădere a ratei șomajului Europa trebuie să stimuleze spiritul antreprenorial în rândul tinerilor, să încurajeze demararea de afaceri inovatoare și să promoveze o cultură favorabilă antreprenoriatului și dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii. Învățământul economic are un rol aparte în promovarea atitudinilor și comportamentelor proprii spiritului antreprenorial. Educația și formarea profesională au un rol important în atingerea obiectivului Strategiei Europa 2020, respectiv acela de creștere economică inteligentă, durabilă și de incluzivitate, deoarece formează absolvenților acele competențe necesare de care are nevoie societatea și economia europeană pentru a rămâne inovatoare și competitivă, și pentru a promova coeziunea și incluziunea socială.

Educația economică cuprinde toate activitățile menite să formeze un mod de gândire economic, o atitudine economică, dar și abilități personale pentru identificarea oportunităților de afaceri, înființarea, dezvoltarea și inovarea unei afaceri. Plecând de la scopul lucrării aceea de a evidenția finalitățile educației economice, putem evidenția în primul rând că educația economică este esențială pentru economia națională și europeană, iar în al doilea rând individului, ca membru al societății, îi formează un mod de gândire și un comportament planificat. Astfel, pentru a declanșa, în mod ideal, un comportament rațional în rândul tinerilor este necesar să se dezvolte experiența economică având la bază o atitudine pozitivă față de domeniul economic.

Aceste finalități formate în general la modulele prevăzute în planul cadru, cu concentrare pe componenta cognitivă a procesului educațional, se completează prin ore în cadrul curriculumului în dezvoltare locală, care desfășurate în condiții reale, urmăresc formarea și dezvoltarea componentei atitudinale. În acest mod de organizare a formării educaționale putem spune că tinerii absolvenți ai învățământului economic vor duce la reducerea șomajului, atât prin angajarea facilă

pe piața muncii, cât și prin intenția acestora de a crea la rândul lor noi locuri de muncă, devenind antreprenori.

### **Referințe bibliografice**

Albulescu, I. (2000), *Predarea și învățarea disciplinelor*, Editura Polirom, Iași, pag. 79-85

Druță, M.E. (2003), *Didactica disciplinelor economice* - Grumberg, E. portofoliul seminariilor, Editura ASE, București, pag 25-32

Istrate, E. (2001), *Metodica predării specialității*, Editura Academiei,  
[http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/smes/vocational/entr\\_voca\\_ro.pdf](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/smes/vocational/entr_voca_ro.pdf),  
accesat la data de 19.11.2017

# STAGIUL DE PREGĂTIRE PRACTICĂ – PUNTE DE LEGĂTURĂ ÎNTRE ȘCOALĂ ȘI OPERATORII ECONOMICI

## THE PRACTICAL TRAINING SESSION - LINKS BETWEEN SCHOOL AND ECONOMIC OPERATORS

**Silvia MATEAȘ**

Profesor, Colegiul Tehnic "Traian Vuia" Oradea

e-mail: silvia\_mateas@yahoo.com

**Abstract:** *The practical training sessions included in the curriculum of technological high schools aim to reduce the discrepancies between the quality of the students' professional training and the requirements of the economic operators, resulting in the formation of the necessary skillset for the easy insertion of future graduates into the labor market. The present study was designed to identify the benefits and the challenges faced by the young people during their internship program. The analysis of the questionnaires completed by 30 students studying at Technical College "Traian Vuia" Oradea, technical profile and services resulted in the identification of proposals for remedial measures meant to improve the experience during the internship period.*

**Key words:** Practical training sessions; technical college, interpersonal skills; benefits, challenges

**JEL Code:** I210, I250

### 1. Introducere

Stagiul de practică reprezintă formarea la locul de muncă pentru numeroase meserii profesionale, asemănătoare unei ucenicii, realizată de către elevii instituțiilor de învățământ tehnologic pentru a-și completa educația formală. Stagiile de practică le oferă elevilor practicanți posibilitatea de a se familiariza cu activitățile derulate în domeniul pe care îl studiază, de a afla ce prezintă importanță într-o activitate exigentă specifică, de a dezvolta relații în domeniul profesional respectiv și de a-și crea abilități personale.

Fletcher (1990) a declarat că "experiențele dobândite în stagiul de practică sporesc încrederea în sine, valorile și atitudinile și conduc la o creștere a independenței elevilor, a maturității sociale și a aptitudinilor interpersonale".

Formarea competențelor elevilor pe baza curriculum-ului de practică realizat în conformitate cu standardele de pregătire profesională, conceput de profesorii coordonatori de instruire practică din cadrul instituției de învățământ în colaborare cu specialiști ai societății comerciale oferă modalități precise de

adaptare atât la cerințele personale de învățare cât și la particularitățile pieței muncii.

Operatorii economici beneficiază prin acceptarea elevilor stagiați de executarea unor sarcini relevante de către aceștia în urma dobândirii abilităților necesare. Angajatorii beneficiază de cea mai bună selecție de viitori angajați, care au o experiență calificată, cu fracțiune de normă, care aduc idei noi la locul de muncă și îndeplinesc responsabilități sociale Weible (2010)

Pregătirea practică în cadrul firmei specializate implică mentoratul asigurat de către un expert specializat. Experiențele de lucru dobândite completează noțiunile teoretice învățate în clasă, concretizându-se în abilități și deprinderi necesare exercitării profesiei care vor fi apreciate la încheierea stagiului printr-un proces de evaluare.

Rezultatele foarte bune la evaluarea finală sunt obținute atunci când stagiarii, colegiul și operatorul economic împărtășesc conștiința realizării unui stagiul de practică valoros, axat pe pe dobândirea cunoștințelor, formarea abilităților și dezvoltarea personală a elevilor Stretch și Harp (1991). Mulți elevi practicanți pot obține un loc de muncă după finalizarea studiilor la operatorul economic la care au urmat stagiile de practică, valoarea lor pentru organizație poate fi mare deoarece ei necesită o pregătire modestă după angajare.

## **2. Beneficiile stagiului de practică pentru elevi - analiza datelor și metoda utilizată**

Studiul realizat își propune să evalueze percepția elevilor din clasa a XI-a despre stagiul de pregătire practică pe care l-au efectuat la operatorii economici parteneri ai Colegiului Tehnic "Traian Vuia" din Oradea. Scopul studiului îl reprezintă identificarea beneficiilor pe care le au elevii în urma efectuării stagiului de pregătire practică, dificultățile cu care s-au confruntat și modalitățile de eficientizare a modului de derulare a pregătirii practice la agenții economice.

Colectarea informațiilor s-a realizat prin aplicarea de chestionare unui eșantion de 30 de elevi care studiază la specializările Tehnician în turism, Tehnician mecatronist, Tehnician în instalații electrice. Stagiul de pregătire cu durata de 3 săptămâni s-a desfășurat pe parcursul anului școlar 2016-2017, fiind organizat în urma semnării contractului de practică între colegiu și operatori economici din domeniul hotelier pentru elevii de la profilul servicii, respectiv companii din Eurobusiness Park pentru elevii de la profilul tehnic Ordinul nr. 3539 (2012). Din fiecare clasă au fost selectați 10 elevi în mod aleator.

Din analiza răspunsurilor oferite de elevi reiese că 83% au acumulat experiență practică reală în urma participării la stagiul de formare. În ceea ce privește implicarea în activitățile relevante s-a constatat că elevii de la profilul tehnic au apreciat gradul de implicare ca fiind ridicat, în timp ce stagiarii în domeniul serviciilor au considerat ca personalul specializat al hotelului nu i-a implicat suficient de mult sau deloc în activitățile desfășurate în cadrul recepției.

**Tabelul nr. 1. Opiniile elevilor din clasa a XI-a despre beneficiile stagiului de practică**

Beneficiile stagiului de practică pentru elevi	Specializarea					
	Tehnician în turism		Tehnician mecatronist		Tehnician în instalații electrice	
	Nr.	%	Nr.	%	Nr.	%
Oferă experiență practică și implicare în activități relevante	7	23%	9	30%	9	30%
Realizarea conexiunilor între teorie și practică	8	27%	9	30%	8	27%
Orientează în carieră	6	20%	8	27%	7	23%
Crește nivelul motivațional	7	23%	7	23%	8	27%
Crește nivelul de cunoștințe și de înțelegere din domeniul studiat	5	17%	9	30%	9	30%
Sporește șansele de angajare în viitor	6	20%	8	27%	9	30%
Dobândirea de abilități interpersonale	8	27%	8	27%	7	23%
Nu a oferit nici un beneficiu	0	0	0	0	0	0

Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de chestionarele aplicate elevilor

Respondenții au apreciat într-un procent majoritar de 84% că intrarea în contact cu profesioniștii din domeniul de activitate al operatorului economic îi ajută să găsească oportunități și să facă noi conexiuni între teorie și practică. Cunoștințele și experiența acumulată prin expunerea la activități practice pe lângă cele de învățare formală sunt apreciate de 70% dintre elevi ca fiind importante în rezolvarea unor dileme timpurii referitoare la alegerea viitoarei cariere, facilitând luarea unei decizii adecvate. Stagiul de practică le-a oferit o perspectivă asupra potențialului loc de muncă iar specialiștii cu care au intrat în contact le-au acordat sfaturi legate de activitatea profesională.

Participarea la activitățile practice din organizațiile de primire alături de profesioniști a determinat pentru 73% dintre elevii de la toate specializările creșterea motivației pentru atingerea obiectivelor și a aspirației spre succes, amplificându-le atitudinea pozitivă.

Majoritatea respondenților (77%) au considerat că în urma pregătirii practice și-au îmbunătățit nivelul de cunoștințe și de înțelegere a conceptelor pe care le-au învățat în sălile de clasă, procentul mai scăzut fiind reprezentat de elevii de la specializarea Tehnician în turism care au apreciat că au dobândit un nivel ridicat de pricepere a noțiunile teoretice de specialitate în școală.

Acest proces de formare a fost considerat de 77% din elevi ca fiind esențial pentru dobândirea unor abilități și competențe la un loc de muncă. Ei

apreciază că experiența practică îi ajută să își dezvolte performanțele viitoare iar dacă se implică cu seriozitate în activitățile derulate pe parcursul stagiului și demonstrează că au perseverat în dobândirea cunoștințelor necesare exercitării profesiei își creează oportunitatea de a fi remarcați și își sporesc șansele de a fi angajați după finalizarea studiilor. Stagiul de practică este perceput ca fiind cea mai eficientă strategie pentru oportunitatea de angajare Callanan și Benzing (2004)

Din numărul total al elevilor participanți la studiu, 77% au afirmat că activitățile derulate la agentul economic partener au contribuit la perfecționarea abilităților interpersonale necesare atingerii obiectivelor individuale și organizaționale Bigelow (2015). Elevii care studiază la profilul servicii și-au dezvoltat într-o mai mare măsură abilitățile de comunicare verbală și adaptabilitatea, care le-a permis să facă față mai bine stresului și presiunilor situaționale legate de contactul cu personalul și clienții hotelului. Aceștia au apreciat o evoluție a flexibilității la nivel emoțional și comportamental.

O parte dintre respondenți au menționat o îmbunătățire a abilităților organizatorice și de muncă în echipă, reușind până la finalizarea stagiului să gestioneze mai eficient timpul de lucru prin utilizarea unor strategii de stabilire a priorităților și de administrare a obiectivelor (<https://www.strath.ac.uk>).

Elevii de la profilul tehnic au indicat, pe lângă abilitățile menționate anterior, dezvoltarea capacității de analiză a informațiilor, de desfășurare a activității practice cu precizie și corectitudine și îmbunătățirea gândirii critice. Toți elevii implicați în realizarea acestui studiu au consimțit că stagiul de pregătire practică le oferă anumite avantaje utile în formarea profesională.

### **3. Provocările și măsurile remediale propuse de elevi pentru eficientizarea stagiului de practică**

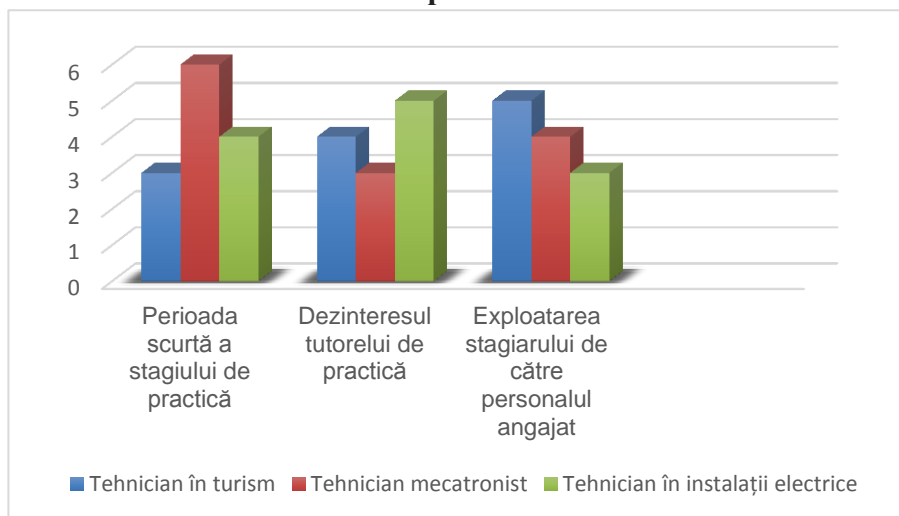
Elevii au menționat care sunt nemulțumirile provocate de modul de derulare a stagiului de practică la operatorii economici. Treisprezece (43%) dintre respondenții de la cele trei specializări au considerat că perioada alocată anual stagiului de practică este prea scurtă pentru a deprinde toate abilitățile necesare executării sarcinilor solicitate la un viitor loc de muncă. De asemenea și-au exprimat preferința pentru comasarea stagiului de pregătire practică la finalul semestrelor sau după vacanța intersemestrială.

Dezinteresul tutorelui de practică a fost considerat de 37% dintre elevi un impediment în acumularea experienței practice, 17% dintre elevii de la profilul electric și 13% dintre cei care au desfășurat stagiul în domeniul servicii împărtășesc ideea că tutorele desemnat s-a implicat insuficient în formarea lor practică.

Jumătate dintre elevii de la specializarea Tehnician în turism care au participat la studiu au afirmat că li s-au atribuit preponderent sarcini rutiniere, de igienizare a spațiilor din diverse compartimente ale hotelului, timpul alocat exersării unor noi activități fiind redus considerabil. Acest aspect a afectat și elevii de la profil tehnic, într-un procent mai redus.



**Figura nr. 1. Provocările cu care s-au confruntat elevii în timpul stagiului de practică**



**Sursa: realizat de autor pe baza datelor furnizate de chestionarele aplicate elevilor**

Ca măsuri remediale a aspectelor care au creat nemulțumiri în modul de derulare a stagiului de pregătire practică, elevii au propus suplimentarea numărului de săptămâni alocate formării practice și comasarea lor în săptămâni succesive în perioadele în care activitatea la clasă este mai puțin solicitantă.

Elevii au făcut referire și la revizuirea modului de desemnare a tutorelui de practică din cadrul societății comerciale Legea nr. 258 (2007), sugerând selectarea persoanelor dornice să împărtășească experiența lor profesională, care să îi ajute să înțeleagă sarcinile și să îi sprijine în îndeplinirea lor. Aceștia consideră că tutorele trebuie să fie un model atât din punct de vedere profesional cât și comportamental interesat să îi implice în activități variate și să le insuflă pasiunea pentru profesie. (<http://www.practing.ro>)

#### **4. Concluzii**

Stagiile de pregătire practică sunt organizate prin semnarea contractului de practică sau a protocolului de colaborare între unitatea de învățământ și agentul economic având ca scop formarea competențelor practice ale stagiilor într-un mediu de muncă real.

În urma participării la stagiile de formare elevii au identificat o serie de beneficii: dobândirea de abilități și deprinderi practice prin experiență reală, implicarea în activități relevante pentru domeniul de pregătire profesională studiat, creșterea nivelului de cunoștințe și înțelegerea mai profundă a noțiunilor teoretice învățate la școală și realizarea unor conexiuni între acestea și activitatea concretă. Experiența practică dobândită este considerată o oportunitate de

dezvoltare a performanțelor profesionale viitoare și un avantaj în obținerea unui loc de muncă în domeniu după finalizarea studiilor.

Elevii de la toate specializările au observat o creștere a motivației pentru atingerea obiectivelor și perfecționarea abilităților interpersonale care i-a ajutat să se facă remarcați, anumiți elevi fiind solicitați de operatorul economic să presteze o muncă remunerată pe perioada vacanței de vară.

Recomandările elevilor pentru eficientizarea stagiului de pregătire practică se referă la creșterea perioadei alocate instruirii la societățile comerciale, aceasta fiind considerată prea scurtă pentru a deprinde toate competențele necesare și la revizuirea modului de desemnare a tutorelui de practică din cadrul organizației de primire.

### Referințe bibliografice

Bigelow, John (2015), "Interpersonal Skills" în *Wiley Encyclopedia of Management* vol 11, pag. 1–4

Callanan, Gerard; Benzing, Cynthia (2004), "Assessing the role of internship in career-oriented employment of graduating college students" în *Education + Training*, pag. 46, 82-89

Fletcher, Joyce (1990), "Self Esteem and Cooperative Education: A Theoretical Framework" în *Journal of Cooperative Education*, 26 (3), pag.41-55

Stretch, Shirley și Harp, Shelley (1991), "Retail internships: an experiential learning challenge", în *Marketing Education Review* vol. 1, pag. 66-75

**Weible, Rick (2010), "Are Universities Reaping the Available Benefits Internship Programs Offer?", în *Journal of Education for Business* vol. 85 (2), pag. 59-63**

\*\*\* (2007) Legea nr. 258 privind practica elevilor și studenților, publicată în *Monitorul Oficial al României*, intrată în vigoare de la 27.07.2007

\*\*\* (2012) Ordinul nr. 3539 privind aprobarea contractului de pregătire practică a elevilor din învățământul profesional și tehnic în vigoare de la 23.03.2012

[www.strath.ac.uk](http://www.strath.ac.uk)

<http://www.practing.ro>

# EDUCAȚIA ECONOMICĂ ȘI ORIENTAREA PROFESIONALĂ

## ECONOMIC EDUCATION AND PROFESSIONAL ORIENTATION

**Angela CRIȘAN**

Colegiul Economic "Gheorghe Dragoș" Satu Mare  
e-mail: angicrisan@gmail.com

**Claudia TOTH**

Colegiul Economic "Gheorghe Dragoș" Satu Mare  
e-mail: gertrude\_gerhard@yahoo.com

**Abstract:** *In the last decades, the problem of economic education has risen in numerous areas of activity. The post-december society has discovered that the education of economy in high-school had been outrun. That was the reason why this subject has been introduced in primary and secondary education. However, it's effects weren't as excellent as expected, so they tried introducing this subject in elementary school's program. With all these measures taken, the issue is acute in our society. What could be the cause of this? The fact that post-communist society does not have an economic culture at the cellular level of society, that it can not be passed on from generation to generation, and that its practical-formative character is less attainable of our forms of education emphasizing its scientific character, bring us to the conclusion that these alone are not enough help to form a real economy.*

**Key words:** economic education; elementary school's program; secondary education; post-communist

**JEL Code:** I22; H52.

### 1. Introducere

Procesul de învățământ are implicații psihopedagogice ceea ce înseamnă că elevul nu trebuie doar "învățat" ci, prin activitatea sa, cadrul didactic transmite cunoștințe teoretice și în același timp, sau mai degrabă, orientează și ajută dezvoltarea la elev a viziunii despre viață, a spiritului de colaborare, responsabilitate față de sine și societate, pentru integrarea elevului în societate. Elevul de azi trebuie sprijinit să devină omul de mâine. S-a făcut o greșală mare prin desființarea învățământului profesional care își cere acum tributul. Copiii și tinerii noștri au nevoie să fie educați și orientați în ceea ce privește viitorul lor

profesional în mod obiectiv, luând în calcul cererea de pe piața muncii, cunoștințele teoretice de specialitate, deprinderile, aptitudinile și atitudinea lor față de nevoile personale ca element al unui întreg care se vrea armonios: economia națională.

Apare ca o necesitate nevoia de a învăța să fim realiști, de a privi nivelul calității muncii prestate de către ultimele generații de elevi și studenți care au absolvit școala la învățământul de zi forțați de situația creată de desființarea învățământului profesional - astfel s-a rămas fără meseriași adevărați fără de care o economie nu este completă. În altă ordine de idei trebuie lucrat la diminuarea emigrării masive a tineretului nostru în străinătate la muncă (și prin aceasta sprijinirea economiei altor țări) atâta timp cât aceleași activități pot fi prestate aici în țară, motivați fiind atât de o remunerare corespunzătoare cât și de o atitudine adecvată dată de o educație economică de actualitate.

## **2. Educația economică – factor indispensabil în formarea personalității**

După cum găsim și explicația în DEX (1996) - educația înseamnă „fenomen social fundamental de transmitere a experienței de viață a generațiilor adulte și a culturii către generațiile de copii și tineri, abilitării pentru integrarea lor în societate; ansamblu de măsuri aplicate în mod sistematic în vederea formării și dezvoltării însușirilor intelectuale, morale sau fizice ale copiilor și ale tineretului”. Putem spune deci că educația economică este, conform autorului Coteanu (1996), acel fenomen fundamental prin care generațiile adulte cu experiență de viață în ”ansamblul activităților umane desfășurate în sfera producției, distribuției și consumului bunurilor materiale și serviciilor” o transmit generațiilor de copii și tineri în vederea integrării lor în societate, inclusiv pentru orientarea lor în carieră.

Din cele prezentate mai sus reiese că educația economică devine un factor indispensabil culturii generale, care ajută la formarea personalității tuturor oamenilor. În acest sens, activitățile din toate domeniile sociale, fără excepție, cuprind într-o mai mare sau mai mică măsură probleme de natură economică, probleme care necesită soluții ce trebuie cunoscute de către toți indivizii pentru dezvoltarea lor profesională corespunzătoare.

Cultura economică la nivel de celulă a societății trebuie transmisă din generație în generație, iar caracterul ei practic-formativ trebuie extins și aprofundat în formele actuale de învățământ. Să nu uităm că una dintre funcțiile educației economice este aceea de pregătire a copiilor și tinerilor pentru integrare, socializare și profesionalizare pe toată durata vieții. Dacă privim dintr-un spectru mai larg obiectivele educației economice putem observa finalitățile ei pentru beneficiarii din învățământul preuniversitar. Acestea trebuie popularizate în rândul părinților-familiei, agenților economici de practică și chiar publicului prin mijloacele media.

De cele mai multe ori educația economică este redusă la caracterul ei acțional-practic și privită ca instrumentul prin care se formează priceperi și

deprinderi economice în vederea desfășurării unor activități cu rezultat financiar pozitiv, rezolvarea problemelor de ordin economic, fie la nivel micro-economic, fie la nivel individual, fără pierderi. Dar credem că latura afectiv-formativă și cea etică sunt mult mai de actualitate pentru formarea copiilor și tinerilor din țara noastră în momentul de față. Atât ei, cât și părinții, au nevoie să fie ajutați în a-și forma o atitudine - față de profesie sau chiar carieră - bazată pe obiectivitate în simțiri, spirit deontologic care să-i conducă la alegeri și activități economice demne, corecte nu neapărat pentru câștigul personal și imediat ci pentru realizarea unui "profit moral-etic" de durată pentru generațiile viitoare din viața cărora să fie înlăturată, pe cât mai mult posibil, corupția, lupta neloyală pentru câștig "cu orice preț" și eliminarea concurenței având ca dicton "scopul scuză mijloacele".

Ei trebuie să cunoască aspectul cognitiv-formativ al educației economice și anume formarea unei gândiri economice care să fie în concordanță cu cerințele pieței muncii dar și cu potențialul tineresc și creativ; să aibă la bază interacțiunea activității individuale cu cea de grup pe baza convingerilor și principiilor economice care să asigure climatul atitudinal al lucrătorului motivat și prosperitatea națională.

În pregătirea elevilor pentru viață trebuie orientați spre adevăratele valori, dat răspuns la întrebări pe care și le pun de la cea mai fragedă vârstă: "ce voi fi când voi fi mare?", "de ce vreau să fiu ce voi fi?", "ce imagine voi arăta celor din jur?", "care îmi sunt posibilitățile/limitele?", "ce meserie/activitate este respectată/desconsiderată?", "ce valoare are munca cinstită?", "cât voi câștiga?", "cât am nevoie să câștig?" etc.

Orientarea în carieră este o preocupare permanentă a învățământului românesc alături de părinții educabililor și împreună cu aceștia din urmă. În acest sens școala urmărește, observă și orientează capitalul uman pe făgașul unde acesta dovedește înclinații, aptitudini și talente. Aceasta în cazul în care fiecare profil și-a primit "materia primă" corespunzătoare, adică dacă tineri talentați sau măcar cu înclinații spre un anumit profil au ocupat locurile disponibile prin cifra de școlarizare de la acel profil. Dar realitatea ne pune în fața unor situații (nenumărate) în care mulți elevi ajunși în învățământul preuniversitar la un anumit profil doresc să se transfere sau să se specializeze în altul.

Explicațiile acestei stări de fapt sunt multiple: număr de locuri limitate la un profil în contrast cu oferta bogată de la altul; nivelul mediei de intrare în învățământul liceal; tradiția în familie; înclinațiile și aptitudinile elevului; lipsa unei educații economice pe parcursul învățământului secundar inferior sau chiar superior. Nu puține sunt cazurile, în ultimii ani, când elevii absolvenți de clasa a XII-a, profilul Servicii, cu cele două mari domenii: Comerț/Economic și Alimentație se orientează pentru învățământul universitar spre alte profile (vezi statistica inserției absolvenților – *tabelul nr. 1*).

**Tabelul nr.1 Indicatorii inserției socio-profesionale, a absolvenților Colegiului Economic "Gheorghe Dragoș" Satu Mare, promoția 2015-2016**

CALIFICARE	NR. ABSOLVENȚI	CONTINUĂ STUDIILE		S-AU ANGAJAT		ȘOMERI	NU EXISTĂ DATE
		În domeniu	În alt domeniu	În domeniu	În alt domeniu		
Tehnician în activități economice	148	36	30	38	23	12	9
Tehnician în activități comerciale	33	1	8	8	1	2	13
Tehnician în gastronomie	77	4	9	43	13	8	-

Sursa: Evidențele din procedura de monitorizare aplicată de școală - rezultatele din ancheta realizată de diriginți, Anexa nr. 8 la Planul de Acțiune al Școlii 2016-2017

O altă situație concretă cu care se confruntă liceele tehnologice este realizarea claselor aprobate prin planul de școlarizare și ne referim aici mai ales la clasele din cadrul învățământului dual și profesional. În fiecare an, liceele tehnologice fac propuneri privind cifra de școlarizare, în urma consultării cu agenții economici de practică, având ca dovadă scrisă ”Solicitățile din partea agenților economici” – parteneri de practică pentru anul școlar următor în calificarea profesională cerută pe piață. Pentru realizarea propunerilor privind locurile din învățământul dual și învățământul profesional se parcurg mai mulți pași cum ar fi:

**Tabelul nr.2 Stabilirea cifrei de școlarizare**

<i>Învățământ dual</i>	<i>Învățământ profesional</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>-transmiterea de către operatorii economici la CNDIPT a solicitărilor de școlarizare;</li> <li>-CNDIPT centralizează solicitările operatorilor economici și transmite către inspectoratele școlare situația solicitărilor;</li> <li>- Inspectoratele Școlare Județene analizează solicitările și verifică conformitatea cu Metodologia de organizare și funcționare a învățământului dual aprobată de OMEN nr.3554/2017, iar apoi transmit la CNDIPT situația cu locurile propuse;</li> <li>- CNDIPT analizează nivelul de satisfacere a nevoilor operatorilor economici la nivel județean și caută</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-operatorii economici înaintează unităților de învățământ profesional și tehnic sau inspectoratelor școlare solicitările de școlarizare;</li> <li>-unitățile de învățământ încheie contracte cadru cu aceștia și înaintează la ISJ propunerea privind numărul de locuri;</li> <li>-ISJ realizează propunerea privind numărul de locuri;</li> <li>-ISJ organizează ședință CLDPS cu participarea operatorilor economici pentru analiza și avizarea numărului de locuri pentru învățământul profesional;</li> <li>-ISJ informează unitățile de învățământ cu privire la numărul de locuri</li> </ul>

soluții de satisfacere la nivel regional dacă este cazul;	repartizat cu avizul CLDPS și CNDIPT.
---	---------------------------------------

**Sursa: Realizat de autor pe baza OMENCS nr. 5033/2016 și OMEN nr.3554/2017**

Abia după parcurgerea tuturor acestor pași, Inspectoratele Școlare Județene elaborează varianta finală privind proiectul cifrei de școlarizare pe care îl transmite la CNDIPT, conform OMENCS nr. 5033/2016 pentru învățământul profesional respectiv OMEN nr.3554/2017 pentru învățământul dual. Ceea ce urmează, și nu este deloc de neglijat, sunt campaniile de popularizare a numărului de locuri pentru fiecare calificare profesională în corelare cu cerințele reale de pe piața muncii, prin care sunt informați părinții viitorilor absolvenți de clasa a VIII-a.

Totuși, ceea ce ridică semne de întrebare este situația întâlnită la mai multe licee tehnologice când, în urma parcurgerii tuturor etapelor de mai sus, nu se realizează clasele la calificările profesionale cerute pe piața muncii (de exemplu: lucrător hotelier, operatori industriali etc. (vezi *tabelul nr. 3*). Unul dintre motivele care explică situația este din nou lipsa educației economice.

**Tabelul nr. 3. Locuri rămase în județul Satu Mare după Evaluarea Națională**

PROFIL	SPECIALIZARE	NUMĂR LOCURI LIBERE
Tehnic	Industrie textilă și pielărie	29
Tehnic	Electric	28
Tehnic	Mecanică	33

**Sursa: realizat de autor pe baza datelor publicate pe site-ul <http://admitere.edu.ro/>, accesat la data de 20.11.2017**

### **3. Rolul educației economice în alegerea carierei**

Indecizia în luarea unei hotărâri pentru a urma o anumită carieră este deseori persistentă în rândul tinerilor. Presiunile exercitate de familie, școală, prieteni în momentele de indecizie pot să conducă la adoptări de decizii mai puțin potrivite. Stimularea interesului față de aspectele economice ale societății, trebuie să constituie o acțiune educațională permanentă de orientare în procesul de formare a personalității fiecărui individ cu scopul de a armoniza interesele, preferințele, aptitudinile și deprinderile însușite de tânăr cu cerințele societății.

Educarea intereselor cognitive, îndrumarea tinerilor în direcția cererii de forță de muncă și cultivarea unei motivații superioare țin de consilierea și orientarea în carieră și reprezintă fundamentul pentru alegerea carierei. Educația economică a tinerilor are o pondere importantă în rezolvarea acestui aspect, deoarece alături de pregătirea psihologică a lor, acestea nu determină grăbirea sau forțarea luării unei decizii ci o mai bună cunoaștere și adoptarea unei hotărâri în cunoștință de cauză.

Autorul Ion Drăgan (1996) explică în ”*Dicționarul de orientare școlară și profesională*” că - “Orientarea școlară și profesională reprezintă un sistem de măsuri și acțiuni educaționale întreprinse de factori responsabili în vederea sprijinirii elevului (orientatului) în alegerea unei școli/profesii care se potrivește în cea mai mare măsură cu structura personalității sale și care este solicitată de societate (cerințele vieții)”.

Alături de factorii externi amintiți anterior (familie, grup de prieteni) care stau la baza alegerii carierei putem aminti și modelele de carieră și structura oportunităților. Oportunitățile se referă la aspectele informaționale, posibilitățile materiale sau financiare, formarea tinerilor, situațiile de învățare care creează mediul de dezvoltare și creștere al tinerilor. Printre oportunități se numără statutul socio-economic, dizabilitatea fizică sau psihică, ceea ce presupune anumite mijloace speciale pentru a facilita accesul la oportunitățile existente, precum și genul copiilor, deoarece băieții sunt încurajați spre anumite meserii ”tipic masculine” (constructor, șofer electrician etc) în timp ce fetele spre meserii ”tipic feminine” (asistentă, coafeză etc). După cum se poate observa, această structură a oportunităților prezentată de Gabriela Lemeni și Mircea Miclea (coord.) (2010) în lucrarea ”Consiliere și orientare – ghid de educație pentru carieră” poate să constituie un atu sau din contră, să îngreudească accesul tinerilor la anumite locuri de muncă.

Pentru a se ajunge la efectuarea unor opțiuni corecte și realiste este absolut necesară informarea subiecților cu privire la tipurile și profilurile de studii pe care le pot urma, la posibilitățile și formele de calificare profesională, la lumea profesiunilor și dinamica ei specifică, la perspectivele dezvoltării social – economice și oferta socială de muncă în diferite sectoare de activitate.

Practic, orientarea în profesie a tinerilor se realizează urmând o succesiune de acțiuni, după cum ar fi: la început o informare generală a tinerilor urmată de o informare relativ diferențiată a acestora, după care se trece la cea de-a treia etapă ce constă în informarea în detaliu asupra domeniilor de activitate și se încheie cu informarea specializată. Printre altele, unul dintre obiectivele educației economice este să formeze indivizi cu abilități de a analiza probleme, de a reflecta la informațiile auzite și de a lua decizii proprii, chiar și decizii legate de propria carieră ținând cont de avantajele diferitelor filiere școlare, de posibilitățile de continuare a studiilor sau de posibilitățile de inserție profesională. Alte obiective urmărite de educația economică din școală vizează înțelegerea economiei de piață, rolul concurenței de piață, modul în care un individ poate fi afectat de schimbările economice de pe piață, rolul lichidităților, modul cum se poate demara o afacere.

Toate aceste cunoștințe îi va ajuta pe elevi în a lua decizii mai bune legate de viitoarea lor profesie, dar îi va face totodată mai conștienți de eforturile financiare personale necesare continuării studiilor. Ideal ar fi ca, în funcție de nivelul atins de fiecare tânăr, precum și de interesele, valorile, trăsăturile, aptitudinile și deprinderile personale, persoanele specializate în educație economică să contribuie alături de profesorii diriginți și de consilierii școlari la luarea deciziei de carieră a elevului.



Deoarece educația economică este atât o pregătire indirectă pentru muncă, cât și o adaptare la muncă, personalul didactic trebuie să îi învețe pe elevi, viitori absolvenți, cum să-și promoveze propria imagine. Prin proprie imagine înțelegându-se modalitățile prin care o persoană își sistematizează și prezintă informațiile, experiențele în vederea atingerii unor scopuri de carieră. Toate aceste abilități, care au în esență un substrat economic, trebuie să se învețe și în familie, nu doar în școală, prin exemplul real al părinților, devenind în timp deprinderi de viață care se pot transmite și îmbogăți din generație în generație.

Sintetizând cele prezentate anterior, orientarea profesională înseamnă a ajuta tânărul să se cunoască pe sine, dar să cunoască și cerințele mediului social în care trăiește, cerințele legate de producție și cultură pentru a ajunge să își exprime în cunoștință de cauză convingerile și opțiunile pentru o profesie sau alta.

#### **4. Concluzii**

Comunicarea dintre școală și familie trebuie intensificată atât ca teme de discuție cât și ca frecvență. De la cele mai mici vârste copiii trebuie educați în spirit economic dezvoltând la ei deprinderi de gândire economică, abilități fundamentale de judecată și acțiune eficientă în vederea formării lor ca cetățeni raționali vizând integrarea lor în comunitate.

Orientarea în carieră trebuie să pornească de la formarea și dezvoltarea personalității individului. Nivelul de implicare și relația profesori-părinți-elevi determină calitatea și dinamica structurală a acțiunii educaționale.

Putem concluziona faptul că orientarea profesională nu mai este o simplă acțiune de îndrumare a unui individ într-un moment de indecizie în carieră, ci este o activitate hotărâtoare, complexă, care se realizează în timp și care este influențată de educație, cerințele mediului social și de propriile aptitudini. Totodată, activitatea de consiliere și orientare școlară și profesională coroborată cu acțiunile de educație economică și cu exemplul parental vor contribui la dezvoltarea personală și înzestrarea tânărului cu acele cunoștințe și abilități necesare pentru realizarea unui management eficient al propriei cariere.

#### **Referințe bibliografice**

Drăgan, Ion; Ozunu, Dumitru; Tomșa, Gheorghe (1996), – Dicționar de orientare școlară și profesională, Ed. Afelin, București, p.81-82

Gabriela Lemeni și Mircea Miclea (2010), - ”Consiliere și orientare – ghid de educație pentru carieră”, Ed. Asociația de științe cognitive din România, p.30

\*\*\*(1998) – Dicționarul Explicativ al Limbii Române, Ediția a II-a, Editura Academică, București, p.329-331

<http://www.biblioteca-digitala.ase.ro/biblioteca>

<http://admitere.edu.ro>

# FIRMA DE EXERCİTIU-O EXPERIENȚĂ VIRTUALĂ PENTRU VIAȚA REALĂ

## EXERCISE FIRM-A VIRTUAL EXPERIENCE FOR REAL LIFE

**Otilia CADAR**

Profesor, Colegiul Tehnic Mihai Viteazul, Oradea

[otiliacadar@yahoo.ro](mailto:otiliacadar@yahoo.ro)

**Camelia POP**

Profesor, Colegiul Tehnic Mihai Viteazul, Oradea

[camelia\\_pop@hotmail.com](mailto:camelia_pop@hotmail.com)

**Abstract:** *In this article we are presenting the importance of the laboratory class “the exercise firm” in training the students for the economic reality. The objective of “the exercise firm” is to undertake interdisciplinary activities focused on action, according to practice, during which the students have the possibility of exercising their economic knowledge and develop entrepreneurship through simulation. Likewise, the activities undertaken by the students during these classes represent an answer to the demands of the economic agents related to the orientation towards the practice in the school education.*

**Key words:** exercise firm; interdisciplinary; simulation; practice;

**JEL Code:** A1; A2;

### 1. Introducere

În economia reală, piața are rolul ei de necontestat. Piața tranzacțiilor este un indicator important în aprecierea gradului de dezvoltare al unei țări. În lumea afacerilor se impune existența unei piețe cât mai dezvoltate în care tranzacțiile se desfășoară rapid.

Firma de exercițiu reprezintă o formă inovatoare pentru procesul de predare-învățare care are ca obiectiv apropierea cât se poate de mare de practică și dezvoltarea unei gândiri antreprenoriale. Se exersează tranzacțiile economice pe baza proceselor dintr-o întreprindere reală. Lucrul în firma de exercițiu

promovează capacitatea de a lucra în echipă și de a lucra independent, dorința de realizare și de a lua decizii, flexibilitate și sensibilitate.

## 2. Firma de exercițiu

Firma de exercițiu este modelul unei întreprinderi, având scop didactic, model ce permite simularea activităților dintr-o întreprindere economică reală. Firma de exercițiu este copia fidelă a unei firme reale, în cadrul căreia elevii, îndrumați de profesorul coordonator, desfășoară și exersează activități executate de o unitate economică, comercializând produse și servicii virtuale. Tranzacțiile se efectuează cu bani de asemenea virtuali, furnizați de banca centrală, reprezentată de ROCT, care coordonează întreaga activitate la nivel național.

Firma ”mamă”, este o firmă reală, firmă de la care se ”inspiră” elevii când stabilesc obiectul de activitate al firmei. Această firmă sprijină material și informațional firma de exercițiu.

Totul porneste de la înregistrarea firmei la ROCT, de la care se primește, pe baza CAEN, un CUI (Codul Unic de Inregistrare) în baza căruia firma de exercițiu își desfășoară activitatea.

ROCT este Centrala Firmelor de Exercițiu și reprezintă, în România, centrala de coordonare a firmelor de exercițiu din învățământul preuniversitar. ROCT simulează serviciile necesare pe care firmele de exercițiu nu le pot oferi, cum ar fi o bancă care să asigure circulația plăților și instituții cum ar fi Finanțele, Asigurările Sociale, Registrul Comerțului. Totodată ROCT asigură ”arbitrajul” firmelor de exercițiu, monitorizează anumite activități cum ar fi târgurile firmelor de exercițiu sau competiții regionale și naționale.

Firmele înregistrate la Centrala Firmelor de Exercițiu (ROCT), formează rețeaua firmelor de exercițiu, rețea ce reprezintă piața virtuală a firmelor. Firmele de exercițiu corespund cu alte firme de exercițiu prin intermediul email-ului, astfel că rețeaua firmelor de exercițiu este un sistem deschis în care firmele corespund unele cu altele și cu centrala ROCT. Firmele de exercițiu colaborează pe piața națională a firmelor de exercițiu cu alte firme din țară și cu centrala firmelor, iar pe piața internațională cu firme de exercițiu internaționale. Elevii stabilesc, pe baza contactelorlor de afaceri, parteneriate școlare cu firme de exercițiu din țară și din străinătate.

Activitatea elevilor în firma de exercițiu se desfășoară într-un spațiu special amenajat denumit ”Cabinetul firma de exercițiu”. Acest cabinet se mai poate numi laborator, ”Centrul antreprenorial” sau ”Centrul de Economia Întreprinderii”. Spațiul alocat pentru acest cabinet trebuie să fie suficient de mare pentru a permite separarea pe departamente, iar mobilierul să fie modular. Cabinetul trebuie să permită desfășurarea activității unei grupe de 15-16 elevi și să fie dotat modern cu mobilier de birou și toate mijloacele de comunicare și informare necesare. Grupele de elevi desfășoară activități specifice în funcție de departamentul din care fac parte (de ex: marketing-vânzări, contabilitate, resurse umane, secretariat, etc.). Elevii se grupează în cabinet în funcție de departamentul

din care fac parte, nu în bănci pe rânduri, ca în cadrul orei de clasă tradiționale (Boe et al., 2005).

Activitățile specifice desfășurate de elevi în cadrul orelor din cabinetul firmei de exercițiu cuprind întocmirea ofertei, realizarea de materiale promoționale, evidența contabilă, calculul salarii, etc.

Deși prin firmele de exercițiu se dorește construirea unei întreprinderi pe cât posibil mai apropiate de realitate, totuși între firma de exercițiu și firma reală există câteva deosebiri prezentate în tabelul următor (Tabelul 1).

**Tabelul 1:** Deosebiri între firma de exercițiu și firma reală

<b>Criterii de diferențiere</b>	<b>Firma de exercitiu</b>	<b>Firma "reală"</b>
<b>Realizări</b>	Se iau decizii întreprinzătoare ca în realitate dar cu simularea mărfurilor și serviciilor.	Mărfuri și servicii reale.
<b>Fluxul banilor</b>	Fluxul banilor este virtual.	Flux real.
<b>Riscul întreprinderii</b>	Nu există un risc real.	Risc asumat.
<b>Contacte externe</b>	Economie închisă-cu alte F.E.	Economia națională
<b>Îndeplinirea sarcinilor și a activităților</b>	Sarcinile reprezintă un proces de învățare	Îndeplinirea sarcinilor și a activităților reprezintă o necesitate.
<b>Învățare și reflexive</b>	Învățarea și reflexia sunt elementele centrale.	Activitatea cotidiană se află în centrul activității întreprinderilor.
<b>Organizarea structurii</b>	<i>Rotația pe posturi</i> reprezintă elementul central al învățării.	<i>Rotația pe posturi</i> , reprezintă un element de dezvoltare personală în întreprinderile moderne, de succes.
<b>Alegerea branșei și a produsului</b>	Profesor-elev-piața firmelor de exercițiu.	Piață-întreprinzător.
<b>Program de deschidere</b>	3-5 ore pe săptămână.	Ore de deschidere normale.
<b>Criterii de obținere a succesului</b>	Numărul șanselor de învățare: - dinamica în propria F.E. - corespondența primită și numărul activităților.	Profit, poziție de durată pe piață, menținerea întreprinderii și a locurilor de muncă.

**Sursa:** Boe et al. (2005), *Din școală în viață prin firma de exercițiu*, Editura didactică și pedagogică, R.A., București.

Scopul firmei de exercițiu este de a încheia cât mai multe tranzacții pe piață. La fel ca și pe piața reală și pe piața virtuală a firmelor de exercițiu este foarte important numărul tranzacțiilor pe care le elevii le încheie cu celelalte firme

din țară și din străinătate. Încheierea tranzacțiilor impune, efectuarea de studii de piață, stabilirea unei cifre de afaceri și înregistrarea în contabilitate la fel ca în firma reală.

Pentru a încheia cât mai multe tranzacții, este absolut necesar ca elevii să cunoască cât mai bine piața firmelor de exercițiu. Piața firmelor de exercițiu este reprezentată de totalitatea firmelor de exercițiu înregistrate la ROCT. Din datele statistice puse la dispoziție pe pagina web a ROCT (<http://www.roct.ro>) se poate observa evoluția numărului de firme înființate în perioada 2001-2017 (Anexa 1). Se poate observa că de la an la an, firmele de exercițiu au cunoscut o dezvoltare continuă, de la 34 de firme înființate în anul 2001 la 1180 în anul 2017. De asemenea, profilul de activitate al firmelor de exercițiu este foarte diversificat, de la comerț, producție, servicii până la bănci locale (Anexa 2), numărul cel mai mare de firme fiind înregistrate în domeniul serviciilor și comerțului (<http://www.roct.ro>).

După înregistrarea firmelor de exercițiu în baza ROCT, elevii trebuie să se facă cât mai cunoscuți pe această piață a firmelor de exercițiu. În centrul activității firmelor nu se află succesul economic ci ocaziile de învățare oferite elevilor, ocazii ce au ca obiective exersarea completă și repetarea diverselor operațiuni economice.

### **3. Alte modele de simulare a întreprinderilor**

Pe lângă firma de exercițiu, există și alte metode de pregătire economică practică bazate pe simularea întreprinderilor precum: biroul de învățare, miniîntreprinderile și firma de elevi.

Biroul de învățare simulează activitățile desfășurate de o întreprindere prin intermediul unui model închis bazat pe jocul planificat. Toate activitățile sunt fictive, atât marfa cât și banii sunt fictivi și nu există relații cu exteriorul.

Ideea miniîntreprinderilor provine de la Organization Junior Achievement America, care a dezvoltat în perioada interbelică, primele miniîntreprinderi. Miniîntreprinderile sunt firme "reale" care durează de obicei un an școlar după care se desființează, iar elevii care înființează miniîntreprinderea sunt angajații acesteia. Participanții din miniîntreprindere sunt purtători de risc antreprenorial. Din această cauză, în domeniul școlar trebuie înființate miniîntreprinderi numai atunci când riscul poate fi preluat de o firmă "mamă" sau atunci când administrarea presupune un risc scăzut.

Conceptul firmelor de elevi a fost dezvoltat în anii 1990 de către fundațiile pentru copii și tineret. Firma de elevi este condusă de elevi ca o firmă reală, într-o instituție de învățământ. Elevii își asumă și în acest caz un risc antreprenorial, risc care ar trebui preluat de firma mamă. În cadrul firmelor de elevi, profitul este un lucru auxiliar, cea mai importantă experiență fiind sentimentul răspunderii și al încrederii în forțele proprii (Boe et al., 2005).

**Tabelul 2:** Modelul de simulare a întreprinderii

	<b>Birou de învățare</b> -bazat pe un joc planificat;	<b>Firma de exercițiu</b> - conducerea și organizarea unei întreprinderi;	<b>Mini întreprinderi</b> - cei care învață, înființează întreprinderii;	<b>Firma de elevi</b> - tinerii conduc o întreprindere;
<b>Circulația mărfurilor și a banilor</b>	- fictiv;	- fictiv;	- real;	-real;
<b>Contacte externe</b>	- nu există.	-rețea reală a firmelor de exercițiu.	- participarea la piața reală.	- participarea la piața reală.

**Sursa:** Boe et al. (2005), *Din școală în viață prin firma de exercițiu*, Editura didactică și pedagogică, R.A., București.

Modelele de simulare a întreprinderilor reprezintă un răspuns la solicitările agenților economici legate de orientarea spre practică în pregătirea școlară. Astfel prin intermediul acestor modele se solicită din partea elevilor spiritul antreprenorial atât în gândire cât și în acțiune.

#### 4. Concluzii

Conceptul firmei de exercițiu reprezintă o metodă complexă de predare orientată spre elevi ca răspuns la necesitatea îmbinării cunoștințelor teoretice cu cele din practica economică. Prin firma de exercițiu elevilor li se oferă posibilitatea de a aplica cunoștințele economice în practică și în acest fel de a-i apropia de realitatea economică. În același timp firma de exercițiu este un loc de intersecție a școlii cu mediul economic, întrucât firmele de exercițiu au de regulă o întreprindere parteneră.

De asemenea, firmele de exercițiu prin legăturile pe care le stabilesc cu alte firme din țară și din străinătate, precum și prin participarea la diferite competiții și târguri au o contribuție însemnată la promovarea imaginii școlii. Firma de exercițiu precum și alte modele de simulare a întreprinderilor reprezintă o modalitate de manifestare și promovare a spiritului antreprenorial.

Pe de altă parte, legătura cu alte firme din țară și din străinătate le dezvoltă elevilor competențele de comunicare și lingvistice, acestea reprezentând pe lângă cunoștințele economice și dezvoltarea spiritului antreprenorial o bază valoroasă pentru activitatea profesională viitoare.

#### Referințe bibliografice:

Boe, Geta, Cacaliceanu, Cristina, Ciobanu, Gabriela, Kemenski, Florica, Mittrache, Filofteia, Răbonțu, Carmen, (2005), *Din școală în viață prin firma de exercițiu*, Editura didactică și pedagogică, R.A., București.

<http://www.roct.ro>

**Anexa 1: Piața firmelor de exercițiu din România în perioada 2001-2017**

Indicatori An școlar	200 1/ 200 2	200 2/ 200 3	200 3/ 200 4	200 4/ 200 5	200 5/ 200 6	200 6/ 200 7	200 7/ 200 8	200 8/ 200 9	200 9/ 201 0	2010 / 2011	2011/ 2012	2012/ 2013	2013/ 2014	2014/ 2015	2015/ 2016	2016/ 2017
<b>Număr firme nou înființate</b>	34	99	249	230	122	402	488	403	447	378	495	505	554	546	236	157
<b>Număr firme reînregistr ate</b>	-	18	78	76	233	249	402	438	523	639	527	655	751	831	957	1023
<b>Număr firme existente</b>	<b>34</b>	<b>117</b>	<b>327</b>	<b>306</b>	<b>355</b>	<b>651</b>	<b>890</b>	<b>841</b>	<b>970</b>	<b>1017</b>	<b>1022</b>	<b>1160</b>	<b>1305</b>	<b>1376</b>	<b>1193</b>	<b>1180</b>

Sursa: <http://www.roct.ro>

**Anexa 2: Clasificarea firmelor de exercițiu după obiectul de activitate**

<b>Comerț</b>	23	66	185	156	177	290	350	315	379	394	385	444	494	436	370	343
<b>Servicii</b>	8	44	139	150	178	360	540	526	591	623	603	648	702	787	683	718
<b>Producție</b>	-	4	3	-	-	-	-	-	-	-	36	68	92	153	137	117
<b>Bănci locale</b>	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Just-art</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
<b>Număr școli</b>	3	32	58	66	63	128	146	154	197	203	217	240	270	291	265	238
<b>Număr localități</b>	3	28	46	47	45	81	98	104	126	128	140	150	166	183	151	142

Sursa: <http://www.roct.ro>

# EDUCAȚIA ECONOMICĂ - FUNDAMENT TEORETIC AL DEPRINDERILOR FINANCIARE ALE EDUCABILILOR

## ECONOMIC EDUCATION - THEORETICAL FRAMEWORK OF THE FINANCIAL SKILLS OF TRAINEES

Csaba CSINTALAN

Doctorand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

e-mail: [c\\_csintalan@yahoo.com](mailto:c_csintalan@yahoo.com)

**Abstract:** *The economic education – foundation for providing the trainees' informational, financial and economic skills. The theoretical skills of « Economic training » subject provide people with their own economic thinking in order to become rational and active individuals. The objective of our research can be summarized to describing the « economic training education » subject as being one to be provided inside the common syllabus, of 0 ISCED training level of Romania. The research method is based on the theoretical and empirical unity principle.*

**Key words:** Economic Education; Educational Finance; Educable; Professor; Discipline Compusory; KeyCoNet.

**JEL Code:** A2, I22.

### 1. Introducere

Pornind de la ideea că disciplina *Educație economică* contribuie la formarea și dezvoltarea competențelor-cheie economice pe parcursul vieții unui individ competențele dobândite de la o vârstă fragedă asigură individului o gândire asupra percepției aspectelor financiare-economice mult mai benefică atât pe plan personal cât și economic. Chiar de aceea considerăm că obiectivul principal de studiu al abordării respectivei teme cu privire la discipline economice la nivelurile ISCED 0-4 bineînțeles cu unele soluții posibile viitoare, ar putea fi baza de pornire a unui demers mai amplu de elaborare a unei documentații care să-i asigure locul bine meritat de studiu la toate nivelurile amintite.

Ca un prim obiectiv, pe lângă posibilitatea de identificare a introducerii disciplinei *Educație economică* la toate nivelurile posibile cu precădere la nivel preuniversitar, un alt obiectiv al cercetării noastre se rezumă la o viitoare posibilă abordare a disciplinei „educație economică”.

Bineînțeles că aceste competențe viitoare economice trebuie să țină cont de vârsta educabilului - experiența proprie pe plan economic, conjunctura în care a fost formată clasa (cu referire la potențialul de inteligență al educabililor) și nu în ultimul rând de experiența educatului de a disemina informațiile economice în prim plan practico-exemplificabil.

### 2. Educația economică - în perspectiva preocupării europene

Educația, educația economică reprezintă stagiul de formare - pregătire a indivizilor pentru a se regăsi, acționa în mediul socio-economic conform cerințelor vieții economice. Conform autorului Duvall (2008) „*cunoștințele economice îi ajută de oameni să acționeze eficient în calitate de consumatori, producători, deponenți, investitori, angajați sau chiar alegători*”. Studiile OECD (2007) pe lângă aspectul de educație economică sa aplecat și asupra educației financiare realizate la nivelurile ISCED 0-4. Concluzionând aspectul prin care cunoștințele financiare ale educabililor contribuie la încrederea personală de gestionare a banilor determinată un comportament de economisire mult mai eficient. Precum afirma Hackman (2006) „ *un cetățean*

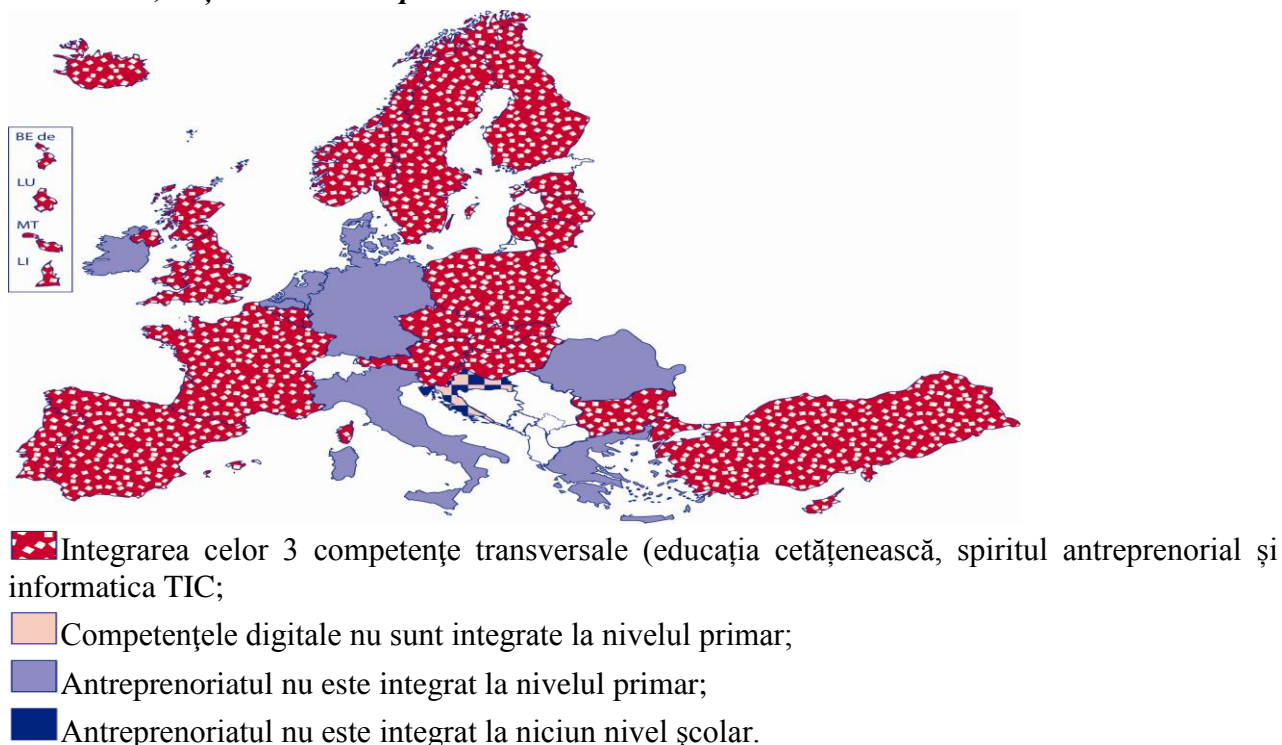


*educat poate nu doar să contribuie la o funcționare mai bună a economiei, ci la o conducere mai bună a societății".*

Educația economică, declarată de UNESCO ca una dintre noile educații, îl face pe elev să înțeleagă problemele cotidiene, să identifice soluții și să evalueze consecințele deciziilor personale ale părinților și autorităților. Educația economică și antreprenorială se constituie în dimensiuni moderne ale educației, prezente cu finalitățile ei asupra viitorului antreprenor. Ea vizează formarea timpurie a unor cunoștințe antreprenoriale care se vor recunoaște la un moment dat în creșterea și dezvoltarea economică.

Chiar de aceea considerăm că cele două aspecte de disciplină economică și financiară pe lângă aspectul de fundament teoretic al deprinderilor financiare ale educabililor se pot transforma în practică mult mai eficient doar dacă vor fi studiate de la cel mai mic nivel de educație preuniversitară. Importanța educației economice dă posibilitatea individului de a înțelege - percepe modul precum funcționează o economie de piață - antreprenorială. Totodată economia urmărește modul de adădare a unor decizii de către actorii ei. Cele două aspecte de studiu disciplinar (economice și financiare) trebuie pe viitor să facă parte integrantă a trunchiului comun. Aceste două discipline în paralel cu studiul antreprenorial vor forma orizontul de gândire economică a viitorilor actori - antreprenoriali ai mediului socio economic. Educarea oamenilor în general, a tinerilor în special, în spiritul economiei de piață are efecte benefice și pentru viața cotidiană, dar și pentru evoluția profesională a lor, fiind practic o pregătire indirectă pentru muncă și pentru inițiativă privată, participând activ la dezvoltarea personală și socială. Nevoia de educație economică și antreprenorială este o realitate a zilelor noastre, de la o nevoie actuală până la satisfacerea nevoii trebuie o implicare a tuturor celor îndreptățiți una bazată pe aplicabilitatea nevoi actuale în practica de zi cu zi în cadrul unor noi discipline educaționale.

**Figura nr.1 Integrarea competențelor transversale în curricula națională pentru nivelurile ISCED 1-3, în țările din Europa**



**Sursa: Comisia Europeană, Eurydice (2012) Dezvoltarea competențelor cheie din țările din Europa, p. 21**

Precum se poate observa și din cadrul figurii de mai sus, antreprenoriatul educațional la nivelul primar nu face parte din cadrul competențelor transversale. Considerăm ca o oportunitate prioritară în cadrul sistemului educațional din România poate fi introducerea în prim plan al

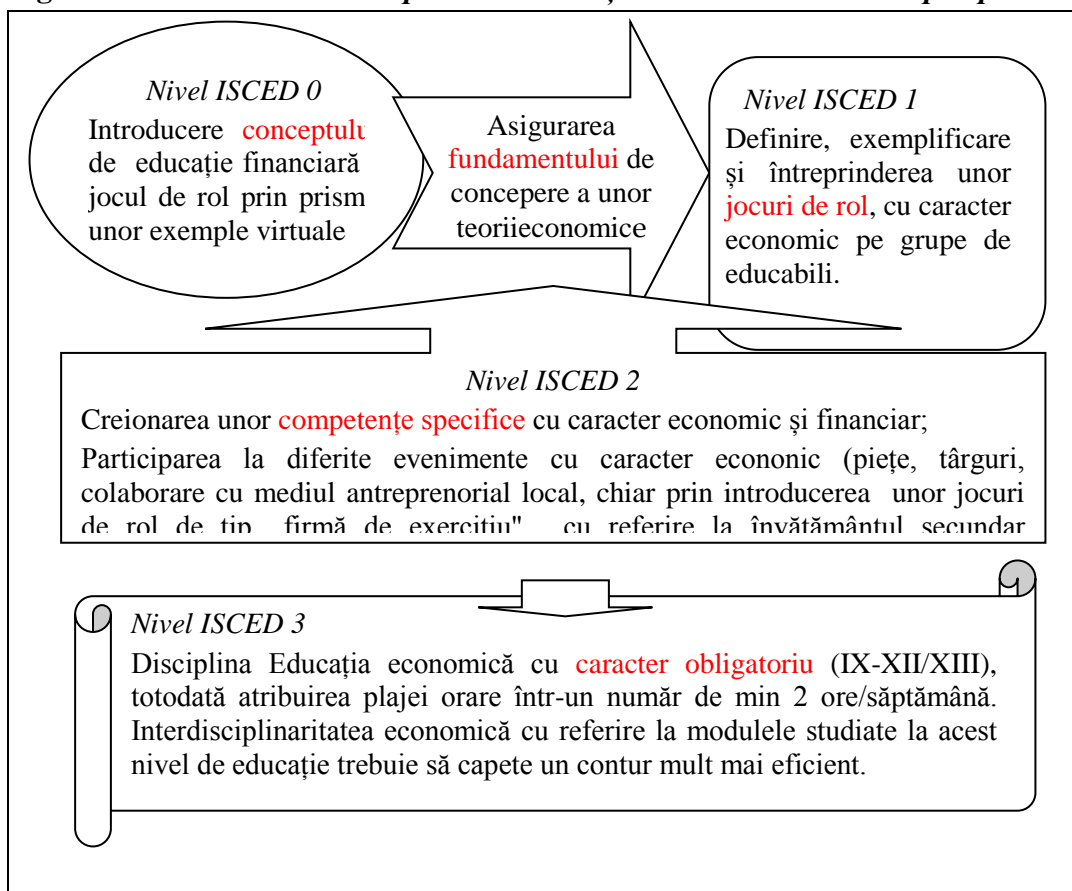
disciplinelor educație economică, financiară chiar și a unui modul transdisciplinar, având ca finalitate la nivel gimnazial continuarea cu studierea antreprenoriatului.

### 3. Nevoile de formare în domeniul economic a educabililor din România

Conjunctura socio - economică din România la nivel microeconomic și antreprenorial determină nevoia unor schimbări radicale și pe plan educațional. Asigurarea formării profesionale a educabililor cu privire la deprinderile lor economice și financiare ulterioare actului de educație, cât și de regândire a unor discipline, a plăjei numărului de ore alocate, presupune introducerea timpurie a unor noi discipline, cu prioritate la cele economico financiare.

În cele ce urmează vom creiona o viitoare abordare a conceptului de educație economică prin creionarea unor posibile demersuri de susținere a acestei nevoi educaționale.

**Figura nr.2 Abordarea conceptului de educație economică - viitoare perspectivă educațională**



**Sursa: realizat de autor**

În cadrul figurii de mai sus am încercat pe scurt să relatăm unele aspecte viitoare în privința oportunităților demersului de a susține educația economică. Acea educație economică care să pregătească actuali educabili - viitorii antreprenori pentru viața de familie, pentru înțelegerea mecanismelor financiare antreprenoriale, și nu în ultimul rând să devină un eficient contribuabil la visteria statului prin dările cuvenite în urma prestațiilor economico-antreprenoriale. Parafrazând-ul pe Cucuș (2006), „important este nu numai să câștigi bine, ci și să știi să te folosești de rezultatul muncii și efortului”, acest demers trebuie să se transforme în bunăstarea individuală și socio economică a fiecărui contribuabil.

Privită din perspectiva vieții trăite în societate, în concepția autorului Garbraith (1999) „educația face ca democrația să devină posibilă și, împreună cu dezvoltarea economică, să devină necesară, inevitabilă, chiar.”

#### 4. Concluzii

Pornind de la ideea profesorului Păun (1974), care sublinia faptul că „*învățământul stă la baza dezvoltării economice*“, cu atât mai mult în cadrul democratic actual educația economică trebuie să devină parte componentă a individului prin curriculum. Pe latura economică, individul devine parte contribuabilă prin dările către stat, contribuind la dezvoltarea și creșterea economică. Totuși, pentru a face față nevoilor antreprenoriale, a cerințelor pieței de bunuri și servicii, nevoilor personale - familiale de susținere și gestionare la capitalului financiar, e nevoie de o nouă abordare în context educațional asupra eficienței educației economice din România.

Chiar de aceea, prin prisma abordării temei de cercetare am identificat o posibilă viitoare abordare printr-un demers de introducere a disciplinei educației economice ca o oportunitate atât individuală, cât și socio economică, beneficiarul indirect fiind statul. Educația economică dobândită de la fragedă vîrstă dă posibilitatea indivizilor de a se regăsi mult mai rapid - eficient în mediul antreprenorial. Acel antreprenoriat care ca mod de studiu disciplinar la nivel primar de educație din România nu se regăsește în cele trei competențe transversale.

Totuși tindem să credem că viitoarele soluții posibile aplicabile descrise în numeroasele studii și cercetări vom constitui baza solidă - preocupabilă de către cei îndreptățiți a decide oportunitatea introducerii educației economice la toate nivelurile ISCED. În încheiere l-am parafrazat pe Rousseau (1979): „*tot ceea ce n-avem de la naștere și de care avem nevoie când suntem mari, ne este dat prin educație. Această educație ne vine de la natură, de la oameni sau de la lucruri*”. Adevărat că prin educație devenim mai mari, mai performanți, dar la fel de adevărat este și faptul că putem deveni și mai buni contribuabili. Educația economică într-adevăr poate să se manifeste și prin prisma educației non-formale, dar educația informală pe linie economică asigură posibilitatea regăsirii individului pe plan socio economic mult mai activ participativ.

#### Referințe bibliografice

1. Cucuș Constantin (2006), *Pedagogie*, Editura Polirom, Iași, p.56;
2. Eurydice (2012), *Dezvoltarea competențelor cheie din țările din Europa*, p. 21, disponibil la, [http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic\\_reports/145RO.pdf](http://eacea.ec.europa.eu/education/eurydice/documents/thematic_reports/145RO.pdf), accesat la data de 19.11.2017 ;
3. Galbraith John (1999), *Societatea perfectă*, Editura Polirom, Iași, p.69;4. Păun Emil (1974), *Educația și rolul ei în dezvoltarea social-economică*, Editura didactică și pedagogică, București p.56;
5. Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele – cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții , ce a fost publicată în The Official Journal of the European Union la 30 decembrie 2006/ L394, <http://eur-lex.europa.eu/legal content/EN/TXT/?uri=celex%3A32006H0962>, The Key Competences for Lifelong Learning- *A European Framework*, este o anexă a Recomandării accesat la data de 19.11.2017;
6. Rousseau Jean-Jacques (1979), traducere și note de Allan Bloom ,*Emile*, New York: Cărți de bază p.139.

# ECONOMIA COLABORATIVĂ

## SHARING ECONOMY

**Mihaela POCIUMBANU**

Masterand, Academia de Studii Economice din București – Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului

e-mail: [pociumbanu.mihaela94@gmail.com](mailto:pociumbanu.mihaela94@gmail.com)

**Abstract:** *This article aims to show the evolution of technology, as consumers are looking for alternative services and traditional businesses, the effect of the sharing economy, and also its impact on the population. We will explore how ethics are being exchanged across a broad market, and you will understand what operators and manufacturers need to do to capitalize on new sources of income. Companies can turn the threat of today into the opportunity of tomorrow.*

**Key words:** consumer, producer, transaction, market, economic relationship, collaboration.

**JEL Code:** R3, D2

### 1. Introducere

De ce să achiziționezi un produs când există posibilitatea închirierii acestuia? Într-o astfel de întrebare se poate descrie economia colaborativă care pe parcursul ultimilor ani s-a schimbat, fiind completată de diferite trăsături cu caracter funcțional și de oportunități.

Apreciabili sunt pașii parcurși până la acest moment în vederea atingerii obiectivului care vizează atingerea unui optim ecologic. Un exemplu relevant care să susțină această optică este dat de posibilitatea de închiriere în spațiul online a unor bunuri sau/și servicii în viața reală, cum ar fi diverse echipamente, spații etc pentru perioade limitate (adesea scurte) de timp. Această abordare este accesibilă publicului larg o dată cu aportul crescut al tehnologiei în viața de zi cu zi a indivizilor.

Scăderea costurilor suportate de consumator prin intermediul utilizării internetului a făcut această perspectivă viabilă pentru client, astfel punându-se bazele popularității conceptului de economie colaborativă.

Apetența pentru un raport calitate-preț semnificativ în favoarea clientului reprezintă o constantă a societății consumatoriste cotidiene. O dată cu asimilarea impactului tehnologic în viața de zi cu zi, oamenii înclină în spre a se folosi de serviciile de închiriere ale unui bun în detrimentul achiziției acestuia, dorind a fructifica doar utilizarea acestuia și nu dreptul de proprietate asupra bunului, per ansamblu. Riscul pe care consumatorul și-l asumă în momentul în care alege să fie proprietar al unui bun este diminuat în perspectiva închirierii, deoarece acesta nu este responsabil de transformarea acestuia în lichiditate în cazul lipsei sale de necesitate.

### 2. Abordări conceptuale ale conceptului economie colaborativă

În literatura de specialitate, conceptul de economie colaborativă este observat din mai multe perspective, una dintre acestea aplicându-se asupra ariei sustenabilității. Această nouă abordare este de natură transdisciplinară monitorizând parcursul către obținerea unui optim economic.

Este depășit să oferim o definiție pentru „economia colaborativă”, deoarece ea păstrează cu claritate în timp, aspectele ce cuprinde varietatea modurilor în care termenul este utilizat în practică (Schor, 2014). Există posibilitatea ca centrul acestor declanșări definitorii este semnificația contestată în cuvântul partajat (Belk, 2014).

Conceptul și practică a unei economii colaborative sugerează utilizarea informațiilor pe piață pentru a promova o societate mai cooperantă și durabilă.

După o perioadă de 40 de ani de practică în domeniul dezvoltării durabile și cel al ecologizării moderne, rezultatul este un melanj între nivelele naționale, internaționale și locale. De-al lungul timpul s-au construit povești de succes ce nu ar trebui neglijate, cum ar fi: instituționalizarea procesului de mediu, creșterea gradului de conștientizare a importanței mediului înconjurător al cetățenilor, propagarea managementului de mediu în sectorul privat sau apariția științelor interdisciplinare în domeniul mediului și a educației (Jänicke et al., 2003; McNeill 2003).

Rezultatul activităților locale, naționale și internaționale de mediu în sfera sustenabilității, până în prezent, este limitat. Perspectivele globale sunt esențiale atât pentru indicatorii de mediu, cât și pentru cei socio-economici (ONU 2013).

S-au identificat actori în piață care să susțină economia colaborativă ca fiind o oportunitate economică, o formă durabilă de consum, dar și o cale către o economie descentralizată, corectă și cu perspective de dezvoltare pe termen lung. Totodată, s-au identificat și niște trăsături cum ar fi: crearea pieței nereglementate, întărirea modelelor neoliberale și un domeniu incoerent al inovației.

Într-o economie colaborativă, oamenii creează, colaborează, produc și distribuie de la persoană la persoană (peer-to-peer). În cadrul afacerii, co-proprietari, angajații și clienții sunt apreciați, cu ideile și opiniile lor respectate și integrate în afaceri la toate nivelurile lanțului de aprovizionare, organizare și dezvoltare.

Acest sistem curpinde atât recompense materiale cât și nemateriale, sociale și încurajează utilizarea cea mai eficientă a resurselor. Aceasta le permite și îi motivează pe oameni să se angajeze în activități productive.

Etichetarea funcționează ca o oportunitate în promisiunea economiei colaborative ca o soluție. Efectuează un plan de colaborare și pune bazele unei comunități pentru a respinge variantele economiei conform cărora ar reprezenta o izolare și separare. Ea deschide un spațiu pentru critică, ceea ce înseamnă că poate fi contingentă și complexă.

### **3. Slovacia și România**

Slovacia este o țară cu una dintre economiile cu cea mai rapidă creștere din Uniunea Europeană. A înregistrat o creștere economică ridicată datorită reformelor sale economice, pe lângă exporturile și importurile ridicate. Reformele economice orientate spre piață au stimulat creșterea economică în Slovacia în ultimul deceniu. Creșterea cererii externe a întărit sectorul comercial și a stimulat creșterea economică.

Dezvoltarea durabilă a Slovaciei și a societății globale necesită un acces inovator la management, în care, în afară de performanța economică a companiilor și organizațiilor, există și dezvoltarea aspectelor sociale, de mediu și etice ale afacerilor.

Instalarea principiilor de responsabilitate socială în afaceri la activitatea companiilor nu prezintă un eveniment simplu. Înseamnă includerea lor în valorile firmei, strategia de afaceri și procesele la toate niveluri.

În schimb, România adoptă o economie bazată pe piață. Relațiile industriale din România s-au apropiat de un nou model de tranziție. Instituțiile de muncă ce sunt în proces de schimbare, au o eficacitate limitată. Relațiile cu instituțiile de relații industriale din România sunt mai puțin de jumătate între o economie planificată central și o economie de piață avansată.

Criza a fost un stimulent pentru inovare și au fost încurajate modele noi de afaceri ambalate cu tehnologia informației. Aceasta explică sincronizarea rapidă cu fluxurile și tendințele europene, în special cu un sector IT foarte dinamic. Actorii majori din economia colaborativă au investit recent pe piața românească.

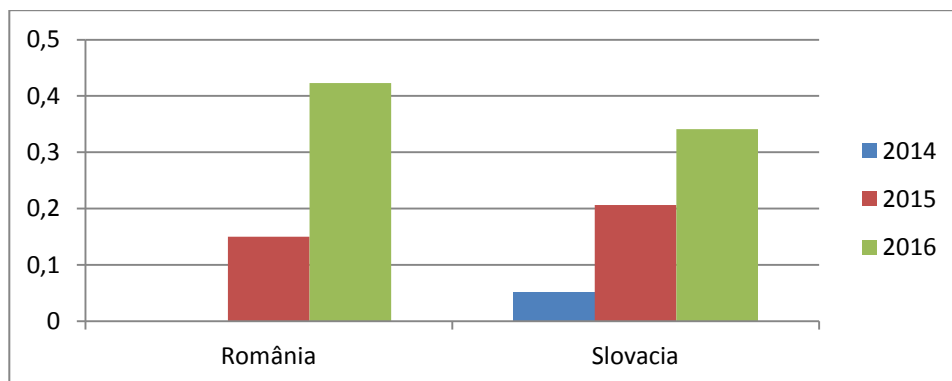
Doi pioneri din economia colaborativă care s-au confruntat cu o reacție foarte controversată, sunt Uber și Airbnb. Piața locală s-a adaptat nu numai spontan, dar a și creat reacții

similare. Aceleași litigiu între noile servicii ale economiei colaborative de renume mondial și industriile concurente tradiționale a fost observat și în România.

Gradul de adoptare a caracteristicilor economiei colaborative depind de răspunsurile pragmatice ale actorilor puternici la presiunile interne și externe. Per total, evoluția slabă a societății civile și a mecanismului de piață a dat statului rolul dominant în procesul de tranziție.

**Tabelul nr.1 Evoluția Uber**

	2014	2015	2016
România	-	15%	42,3%
Slovacia	5,17 %	20,6 %	34,1%

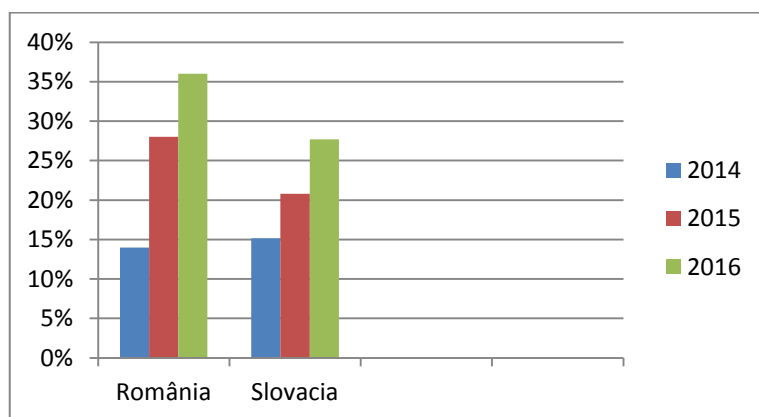


Sursa: [www.uber.com](http://www.uber.com)

Putem observa o creștere în ambele țări, ceea ce înseamnă că cetățenii acordă mai multă atenție și încredere acestei companii, una din motive ar fi că toți soferii de la Uber dețin o licență de transport și pentru că plătesc dările la stat.

**Tabelul nr.2 Evoluția Airbnb**

	2014	2015	2016
România	14%	28%	36%
Slovacia	15,17 %	20,81 %	27,68%



Sursa: [www.airbnb.com](http://www.airbnb.com)

Mai mult de 307.000 de persoane închiriază sau își doresc să închirieze un spațiu. Prețurile sunt acceptabile, de aceea oamenii din întreaga lume își pot închiria parțial sau total proprietățile pentru anumite perioade de timp. Închirierea unei camere prin Airbnb ar putea ajuta gospodăriile să-și îmbunătățească veniturile.

#### 4. Concluzii

Din punctul meu de vedere economia colaborativă face legătura între cercetarea privind rețelele de socializare, de exemplu cercetarea asupra inteligenței colective, cu domeniul comerțului social online. Deși economia colaborativă nu se axează pe transferul de proprietăți al produselor și serviciilor, ea necesită mecanisme pentru tranzacții, cum ar fi rezervările și plățile.

Ea conduce la forme hibride de schimb de valori economice, extinzând astfel modelele existente din perspectiva micro și macroeconomică. Tehnologiile de rețea, sociale și de colaborare software-ul sunt în creștere. Însă trecerea la moduri de consum mai durabile reprezintă o amenințare majoră pentru un număr de modele de afaceri stabilite și fluxurile de venituri, oferă mai multe căi potențial profitabile de care pot beneficia companiile.

Companiile pot participa la colaborarea consumului de energie în termeni de capacități peste măsură, inclusiv spații de birouri, personal, dar și cunoștințe de specialitate. Așa dar, economia colaborativă oferă companiilor numeroase oportunități pentru a valorifica tendința de consum colaborativ. Prin conectare, oamenii contribuie la creșterea eficienței partajării, iar companiile au potențialul de a profita de pe urma economiei colaborative.

#### Referințe bibliografice

1. J Schor, Debating the sharing economy, 2014 (<http://greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy>)
2. R. Belk - You are what you can access (2014), pp. 1595-1600
3. McNeill JR(2003) - Istoria mediului în secolul XX. Campus, Frankfurt a. M.
3. Jänicke et al., 2003- Politica de mediu: învățarea și munca
4. <http://oz.stern.nyu.edu/SharingEconomy2013HBR.pdf>
5. <https://spectator.sme.sk/c/20571070/fight-for-money-from-airbnb-has-started-in-slovakia-too.html>
6. <https://www.similarweb.com/website/uber.com>
7. <https://www.wall-street.ro/articol/Marketing-PR/197850/manuela-necula-ogilvy-companiile-precum-uber-si-airbnb-zguduie-lumea-comunicarii.html>
8. <https://www.romania-insider.com/uber-vs-taxis-controversies-continue-romanian-authorities-work-change-taxi-transport-law/>
9. <http://journals.ama.org/doi/abs/10.1509/jmr.15.0204?code=amma-site>
10. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296313003366>
11. [https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?Abstract\\_id=2574337](https://papers.ssrn.com/sol3/Papers.cfm?Abstract_id=2574337)
12. <http://magpie73.livejournal.com/1808310.html>
13. [https://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g274924-i1156-k10493483-Uber\\_in\\_Bratislava-Bratislava\\_Bratislava\\_Region.html](https://www.tripadvisor.com/ShowTopic-g274924-i1156-k10493483-Uber_in_Bratislava-Bratislava_Bratislava_Region.html)
14. <https://www.profit.ro/stiri/afacerile-uber-in-romania-s-au-triplat-in-2016-la-fel-si-profitul-net-17156793>
15. <https://spectator.sme.sk/c/20059659/uber-comes-to-slovakia.html>
16. <https://www.bloomberg.com/news/articles/2015-06-15/these-charts-show-how-the-sharing-economy-is-different>