

**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 2020**



**Editura Universității din Oradea  
2020**

**ISSN 2601 - 1611 (print)**

**ISSN-L 2601 – 1611**

**ISSN 2601-162X (online)**

### **Președintele Sesiunii:**

- Conf. univ. dr. Mirabela MATEI – Universitatea din Oradea

### **Comitetul științific:**

- Prof. univ. dr. habil. Alina BĂDULESCU – Universitatea din Oradea
- Prof.univ.dr. habil. Daniel BĂDULESCU- Universitatea din Oradea
- Prof. univ. dr. habil. Diana SABĂU-POPA - Universitatea din Oradea
- Prof.univ.dr. habil. Olimpia BAN- 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. habil. 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. Ioan Gheorghe ȚARA- Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. habil. Maria-Madela ABRUDAN - Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. Leonard Călin ABRUDAN - Universitatea din Oradea
- Conf.univ.dr. Dorin-Paul BĂC – Universitatea din Oradea
- Conf.univ.dr. Mirela BUCUREAN – Universitatea din Oradea
- Conf. univ. dr. Nicoleta BUGNAR - Universitatea din Oradea
- 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
- Conf.univ.dr. Sorina MOCJAR-COROIU - Universitatea din Oradea
- Conf.univ.dr. Dorina POPA- Universitatea din Oradea
- Conf.univ.dr. Ramona SIMUȚ- Universitatea din Oradea

### **Comitetul de organizare:**

- Conf.univ.dr.Mirela BUCUREAN
- Conf.univ.dr. Dorina POPA
- Lect.univ.dr. Andreea Florina FORA
- Lect.univ.dr. Mariana SEHLEANU

### **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. 8 - Decembrie 2020**

**Redactor șef: conf.univ.dr. Mirabela MATEI**

**Editura Universității din Oradea**

**ISSN 2601 - 1611 (print)**

**ISSN-L 2601 – 1611**

**ISSN 2601-162X (online)**

*Drepturile autorilor 2020. 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 lucrărilor .*

Volumul Sesiunii de comunicări științifice  
„EMERGING MARKETS ECONOMICS AND BUSINESS”  
Ediția a VIII-a, 20 noiembrie 2020

## Cuprins/Table of Contents

ANALIZA COMPARATIVĂ A BURSELOR DE VALORI DIN ROMÂNIA ȘI UNGARIA/COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STOCK EXCHANGES OF ROMANIA AND HUNGARY.....	14
Iulia Dora Antal.....	14
UTILIZAREA TEHNICILOR DE CREATIVITATE ÎN CADRUL FIRMEI MICI/USING CREATIVITY TECHNIQUES IN SMALL BUSINESSES .....	14
Emese Bökös.....	14
COMUNICAREA MANAGERIALĂ ÎN MANAGEMENTUL CONFLICTELOR/MANAGERIAL COMMUNICATION IN CONFLICT MANAGEMENT.....	26
Bianca-Georgiana Boldiș .....	26
IMPACTUL PANDEMIEI DE COVID ASUPRA SĂNĂTĂȚII FINANCIARE A COMPANIILOR DIN DOMENIUL HORECA/THE IMPACT OF THE COVID PANDEMIC ON THE FINANCIAL HEALTH OF COMPANIES IN THE HORECA DOMAIN.....	34
Larisa-Maria Costolaș și Andreea-Maria Ficuț.....	34
ASPECTE ALE DISCRIMINĂRII ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ/ASPECTS OF DISCRIMINATION IN CRISIS SITUATIONS .....	44
Dorin Crăciun.....	44
ATRAGEREA ISD-LOR ÎN ROMÂNIA ȘI EFECTUL LOR ASUPRA EXPORTURILOR/ATTRACTING FDI IN ROMANIA AND THEIR EFFECTS ON EXPORTS .....	55
Csilla Darabont.....	55
STUDIU PRIVIND IMPORTANȚA ȚINUTEI ȘI A CONDUITEI DE BUSINESS ÎN PERCEPȚIA CLIEȚILOR DE SERVICII BANCARE/STUDY ON THE IMPORTANCE OF BUSINESS ATTITUDE AND CONDUCT IN THE PERCEPTION OF BANKING CLIENTS .....	63
Alexandra Miruna Dragoș.....	63
CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ – FACTOR CARE DETERMINĂ COMPORTAMENTUL ANTREPRENORIAL/ORGANIZATIONAL CULTURE – FACTOR THAT DETERMINES ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR .....	74
Elmira Mammadova.....	74
COMPETITIVITATEA ECONOMICĂ – EVOLUȚII TEORETICE ȘI CONCEPTUALE/THE ECONOMIC COMPETITIVENESS – THEORETICAL AND CONCEPTUAL EVOLUTIONS .....	81
Dana-Teodora Mierluț.....	81
COMPETITIVITATEA ABILITĂȚILOR (SISTEMULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT), A SECTORULUI DE PRODUCȚIE ȘI A INOVAȚIEI STATELOR MEMBRE	

UE CONFORM INDICELUI COMPETITIVITĂȚII GLOBALE/THE COMPETITIVENESS OF SKILLS (EDUCATION SYSTEM), PRODUCTION SECTOR AND INNOVATION OF THE EU MEMBER STATES ACCORDING TO THE GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX .....	89
Dana-Teodora Mierluț.....	89
PIAȚA EMERGENTĂ – POL DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI/EMERGING MARKET - DEVELOPMENT POLE OF ROMANIA.....	96
Mădălina Ioana Moncea și George-Alexandru Mihai.....	96
ANALIZA RISCULUI DE FALIMENT A COMPANIILOR DIN DOMENIUL HOTELIER ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID 19/ANALYSIS OF THE RISK OF BANKRUPTCY OF HOTEL COMPANIES IN THE CONTEXT OF THE COVID 19 PANDEMIC .....	106
Daniela Munteanu .....	106
AUDITUL FINANCIAR. STUDIU DE CAZ PRIVIND AUDITUL STATUTAR ÎN ROMÂNIA/FINANCIAL AUDIT. CASE STUDY ON STATUTORY AUDIT IN ROMANIA .....	114
Diana-Maria Rogia.....	114
EXISTĂ CÂȘTIGĂTORI ÎN PANDEMIE? REALITATEA CIFRELOR DIN PIAȚA FARMACEUTICĂ/ARE THERE WINNERS IN THE PANDEMIC? THE REALITY OF FIGURES IN THE PHARMACEUTICAL MARKET .....	121
Florentina Violeta Anton-Selejan și Mădălina-Georgiana Ștef .....	121
EVOLUȚII ALE CONSUMULUI ÎN ROMÂNIA – TENDINȚE ALE COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI/EVOLUTION OF CONSUMPTION IN ROMANIA – TRENDS IN CONSUMER BEHAVIOUR .	130
Denisa – Nicoleta Fiskușan și Bianca - Alexandra Todinca .....	130
DE CE ROMÂNIA ARE UN DEFICIT DE COMPETITIVITATE?/WHY DOES ROMANIA HAVE A COMPETITIVENESS DEFICIT? .....	139
Nicolae Vavură, Gabriela Veringă și Paula Veringă.....	139
ANALIZA DEFICITULUI BUGETAR DIN ROMÂNIA/ANALYSIS OF THE ROMANIAN BUDGET DEFICIT .....	148
Gabriela Veringă și Paula Veringă.....	148

## ANALIZA COMPARATIVĂ A BURSELOR DE VALORI DIN ROMÂNIA ȘI UNGARIA

### COMPARATIVE ANALYSIS OF THE STOCK EXCHANGES OF ROMANIA AND HUNGARY

**Iulia Dora ANTAL**

Masterand, Universitatea din Oradea-Facultatea de Științe Economice  
[antal.julia.kuli11@gmail.com](mailto:antal.julia.kuli11@gmail.com)

**Abstract:** *The main object of the research is the analysis and comparison of stock exchanges in Romania and Hungary. The main goal is to analyze and identify the factors that influence the two stock exchanges and their development process. The Romanian capital market has reached the status of an emerging market due to the considerable development in the last decade, analyzing the main indicators of the capital markets we can see that the Hungarian capital market remains more developed compared to the Romanian one. The research will include both theoretical elements and comparative analysis of indicators, paying particular attention to the development trends of capital markets.*

**Keywords:** stock exchanges, development trends, stock indices

**JEL Code:**H1, E6, G10

#### 1. Introducere

În zilele noastre suntem martorii unor schimbări extrem de mari, atât în domeniul financiar cât și în viața de zi cu zi, deoarece neașteptata pandemie de Covid-19 își face prezența peste tot în lume.

Acesta nu afectează doar viața noastră, prin aplicarea de restricții dure, ci întreaga economie a tuturor țărilor. Indicatorii macroeconomici prezintă schimbări rapide și oscilează zilnic, de acesta trebuie să acordăm o atenție deosebită pentru a analiza indicatorii economici și financiari. Astfel se va putea vedea ce modificări a indicatorilor s-au realizat și care sunt efectelor lor asupra economiei.

Pentru acesta am să analizez indicatorii burselor de valori din România și Ungaria, foste țări socialiste la care de asemenea economia a fost lovită de pandemie și de criza sanitară. Pe lângă faptul ca cele două țări nu au avut o poziție excelentă

privind indicatorii economici a Uniunii Europene, acest lucru a mai îngropat puțin situația lor.

Având în vedere schimbările întâlnite, consider că este esențială analiza indicatorilor bursieri și mai ales a celor mai importanți indici a celor două burse BET în cazul României, respectiv indicele BUX în cazul Ungariei.

## **2. Prezentare comparativă privind economia României și a Ungariei**

După ce România a trecut de la comunism în 1989, având o bază industrială depășită, nici producția nu era una adecvată pentru a satisface nevoile țării. Iar în ceea ce privește câștigurile macroeconomice, acesta a început să aducă clasele de jos la clase de mijloc, astfel reducând tot mai mult răspândirea sărăciei din România, dar români nu au scăpat de pătrunderea birocrăției și corupției în mediul de afaceri. (Enache, 2015)

Datorită exporturilor industriale puternice, politici fiscale și a recoltelor agricole excelente, creșterea economică a venit și în România între 2013-2017. Principalul motor al creșterii economice a fost cererea internă, datorită reducerilor de impozite și creșterea progresivă din 2017 a salariilor, un alt motor foarte important a rămas exporturile, care bugetar. reprezintă aproximativ 70% din comerțul României.

La fel ca și în orice domeniu și în economie există și anumiți indicatori care defavorizează economia României cum ar fi: îmbătrânirea populației, evaziunea fiscală, emigrarea forței de muncă calificată, îngrijire medicală insuficientă.

În ceea ce privește economia Ungariei, după căderea comunismului din 1990, acesta a avut o scădere destul de mare în ceea ce privesc exporturile și asistența financiară din Uniunea Sovietică. Pentru a trece de la o economie planificată central la o economie de piață și reintroducerea economiei pe piața Orientală, a început o serie de reforme cum ar fi reducerea programelor de cheltuieli sociale și chiar privatizarea întreprinderilor. (László, 2009)

Din cauza naționalizării fondurilor de pensii au scos furnizorii de servicii financiare din sistem, Ungaria reușind cu ajutorul acesteia să reducă datoria publică și deficitul. Ungaria și-a propus o creștere continuă timp de 6 ani a salariilor minime și cele din sectorul public, au scăzut impozitele pentru alimente, venituri și servicii, pentru a spori în continuare consumul gospodăriilor înaintea alegerilor din 2018.

Și aici ca și în cazul României există factori care nu avantajează economia, cum ar fi: lipsa forței de muncă, corupția, migrația, sărăcia crescută în zonele rurale și dependența importurilor de energie din Rusia. ( Indexmundi, 2019).

## **3. Rezultatul cercetării**

### **3.1 Indicii bursieri și capitalizarea bursieră în România și Ungaria**

În ceea ce privește compararea indicilor bursieri și raportul FTSE a Bursei de Valori București și Budapest Stock Exchange putem observa că BSE din Ungaria este mai cotate pe bursă în anul 2020. Dar pentru a putea observa evoluția celor două burse v-am compara valorile din 2007-2009 și 2019-2020, pentru a vedea ce



efecte a avut criza globală asupra indicilor bursieri și ce efect are pandemia asupra acestor indici. (MSCI, 2020)

În anul 2007 a avut loc debutul BVB ca operator bursier în cadrul pieței financiare unice europene, trecând 125 de ani de la formarea primei burse de valori din România și totodată în 2007 a avut loc aderarea României la Uniunea Europeană, astfel având loc multe schimbări favorabile. În ceea ce privește economia României acesta a rămas destul de solidă dar în ceea ce privește indicii bursieri acestea au atins valori maxime din istoria lor. (BVB, 2007)

Până în anul 2014 în România a existat și o piață numită Rasdaq care a fost inițiată pentru firme mici și foarte mici, care nu au îndeplini criteriile BVB, iar la desființarea pieței acționari puteau să aleagă ori se retrag ori intră pe piața AeRO. În ceea ce privește anul 2007, acțiunile pe piața reglementată a crescut cu 5,85% față de anul 2006, iar pe piața Rasdaq a crescut cu 369,04%.

În luna septembrie la BVB a avut loc lansarea pieței la termen, iar ca activ suport ca primele instrumente financiare derivate puse la dispoziția investitorilor a fost indicii BET și BET-FI care sunt și la momentul actual indici importanți ai BVB.

Dacă indicele BET a avut în luna iulie 2007 peste 10.000 de puncte, în 2008 a avut o scădere destul de mare datorită crizei globale, ce nu doar a devalorizat indicele BET la 6.500 puncte, ci și moneda națională față de euro. În ceea ce privește indicele BET-FI și acesta a înregistrat o scădere de 59,54% la sfârșitul anului 2008 față de începutul anului.

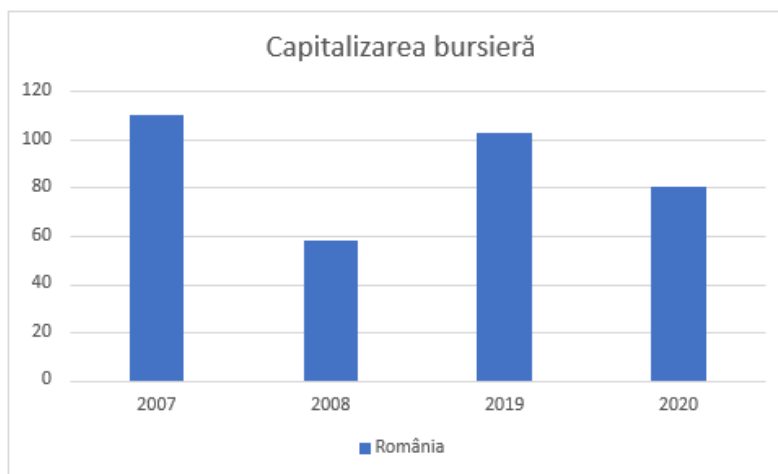
Dacă comparăm cei doi indici în anul 2019 când economia nu a fost afectată încă de pandemia Covid-19 și anul 2020 când acesta a afectat considerabil atât economia cât și viața de zi cu zi, putem observa că indicele BET în primele 5 luni a anului 2020 a scăzut de la 9.997,3 puncte la 8.701,2 puncte, cea mai mare scădere a acestuia a fost înregistrat în martie când pandemia a pus stăpânire și pe România, indicele pierzând 16,4 % din valoarea sa. (ZF, 2020)

BET-FI a înregistrat și el o scădere de 17,0% în trimestrul 1 al anului 2020 față de anul precedent de la 51.253,26 la 42.540,20 iar în ceea ce privește BVB acesta a înregistrat scăderi considerabile de 16%, din 2008 acesta fiind cea mai slabă evoluție lunară a bursei. (BVB, 2020)

Atât indicii bursieri cât și capitalizarea bursieră a fost afectată atât în perioada 2008-2009 datorită crizei globale când capitalizarea bursieră a scăzut în 2008 de la 110,4 mld. Lei la 57,8 mld. Lei . Dacă în 2019 capitalizarea bursieră a ajuns la 102,4 mld lei în semestrul 1 al anului 2020 acesta a înregistrat o scădere de peste 15%, ajungând la 80,6 mld lei.

Pentru a observa negativitatea ce produce un dezechilibru economic am creat un grafic prin care am comparat valoarea capitalizării bursieri în perioada 2007-2008 și 2019-2020, acest lucru poate fi observat în Figura nr 1.

Figura nr1. Evoluția capitalizării bursiere în perioada 2007-2008 și 2019-2020  
-Mld lei-



Sursa: Realizare proprie pe baza indicatorilor de la BVB și BÉT

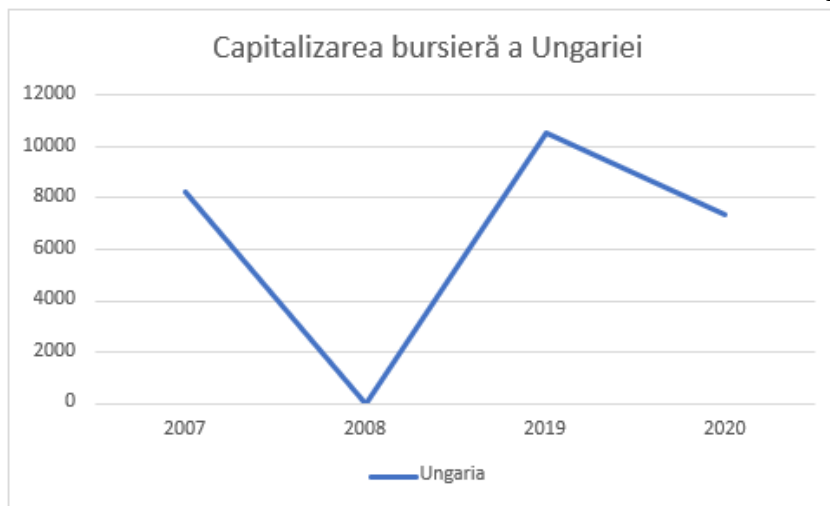
În cazul Ungariei, cei mai importanți 2 indici sunt BUX și BUMIX, aceștia în perioada 2007-2008 având o scădere considerabilă. În cazul indicelui BUX care în 2007 a avut 26.235,65 puncte iar în perioada crizei globale acesta a scăzut la mai mult de jumătate din valoarea sa, mai exact la 12.241,69 de puncte. Iar în ceea ce privește indicele BUMIX acesta în 2007 a înregistrat o valoare de 3243.75 puncte, dar în 2008 și acesta a înregistrat o scădere foarte mare la 1452.65 puncte. În cazul ambilor indicii putem observa o descreștere de peste 50% în perioada crizei globale..

Efectul pandemiei asupra celor doi indici nu a fost unul pozitiv, dar totuși nu fost efecte atât de negative și diferențe de valori atât de mari ca și în cazul crizei globale din 2008. În cazul indicelui BUX în 2019 s-a înregistrat o valoare de 46.082,82 puncte, iar în anul 2020 o scădere cu 1,23% adică 37.414,59 puncte. Indicele BUMIX a înregistrat o scădere mai mică de 1,17%, în 2019 valoarea acestuia a fost de 3.851,45 puncte iar în 2020 valoarea acestuia a fost de 3.268,32 de puncte.

Din punct de vedere al capitalizării în ceea ce privește anul 2007-2008 acesta a înregistrat un declin foarte mare, în anul 2007 acesta a avut o valoare de 8. 239.3 mld HUF, iar în 2008 a avut o valoarea de doar 3 721.5 mld HUF. În anul 2019 acesta a avut o valoare de 10.521,37 mld HUF iar în prezent acesta are valoarea de 7. 376 mld HUF. (BSE, 2019-2020)

Ca și în cazul României și la capitalizarea bursieră din Ungaria am realizat un grafic (figura nr 2), unde putem observa evoluția capitalizării bursiere pe perioada 2007-2008 și 2019-2020.

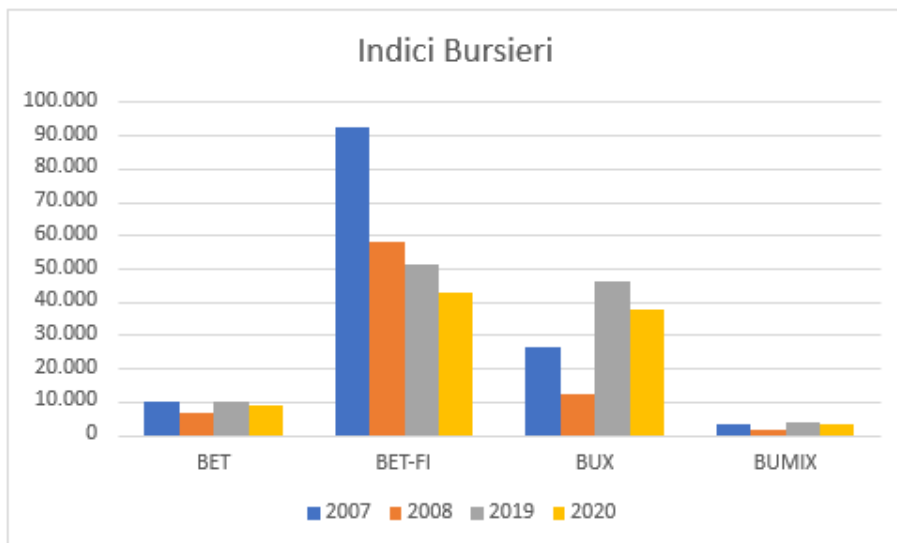
Figura nr 2. Evoluția capitalizării bursiere 2007-2008, 2019-2020  
-Mid HUF-



Sursa: Realizare proprie pe baza indicatorilor de la BVB și BÉT

În figura nr 3. putem vedea evoluția indicilor bursieri în cele două perioade, când economia a fost defavorizată atât de criza globală din 2007-2008, cât și de pandemia Covid-19 în 2020.

Figura nr 3. Evoluția indicilor bursieri în perioada crizei globale și a pandemiei Covid-19  
-puncte-



Sursa: Realizare proprie pe baza datelor de la BVB și BÉT

### 3.2 Instrumente tranzacționate și perspective de evoluție a burselor din România și Ungaria.

Bursa de Valori din București este o piață spot reglementată, prin intermediul căruia sunt tranzacționate mai multe instrumente financiare, care sunt emise atât de entități din România cât și de cele internaționale.

Bursa de Valori din Budapesta este a doua cea mai mare bursă din Europa Centrală și de Est în ceea ce privește capitalizarea de piață și lichiditatea, aceasta a devenit cea mai inovatoare piață din regiune. În prezent are cea mai vastă gamă de produse, totodată piața instrumentelor financiare derivate este cea mai mare din Europa și aici mai există și o piață unică a mărfurilor.

Instrumentele tranzacționate în cadrul bursei din România și Ungaria sunt:

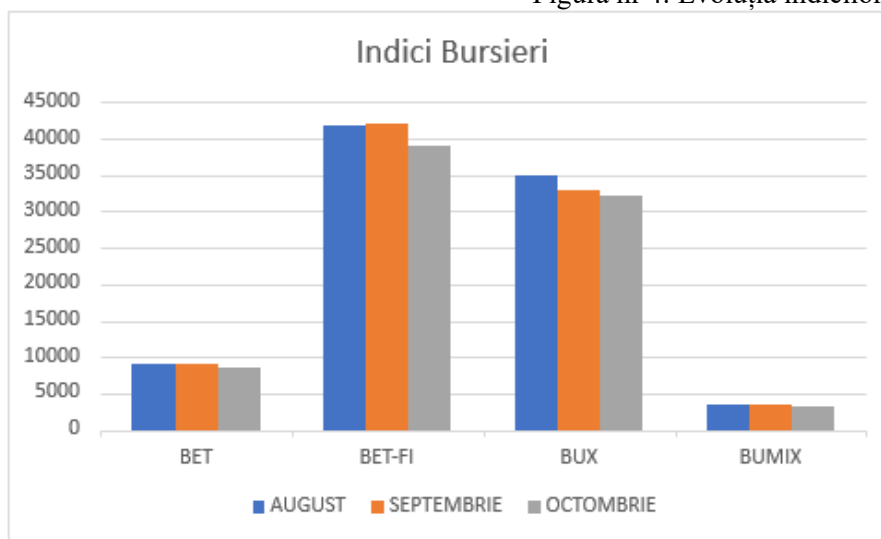
Tabel 1. Instrumentele tranzacționate

România	Ungaria
Acțiuni	Acțiuni
Obligațiuni	Obligațiuni
Unități de fond	Unități de fond
CertIFICATE	ETF
Warrants	CertIFICATE
	Warrants
	Titluri de stat
	Bon de tezaur
	Scrisori ipotecare
	Piața Xtend
	Piața XBond

Sursa: Realizare proprie pe baza rapoartelor lunare a BVB și BÉT

Pentru a vedea perspectivele de evoluție a celor două burse am să compar indicii bursieri de pe cele două burse pe lunile august, septembrie și octombrie, pentru a vedea ce tendințe au în perioada respectivă, acest lucru poate fi observat la figura nr 4.

Figura nr 4. Evoluția indicilor bursieri.



Sursa: Realizare proprie după analizarea rapoartelor lunare de la BVB și BÉT

Putem observa că atât indicii bursieri din România cât și din Ungaria au o tendință de descreștere de la o lună la alta, din punct de vedere a evoluției celor mai lichide firme Ungaria are valori mai mari față de România, dar în ceea ce privește al doilea cel mai important indice a celor două burse, BET-FI are valori mai mari față de BUMIX din Ungaria.

Sloak consideră că aceste descreșteri sunt pentru o perioadă scurtă, datorită apariției al doilea val din pandemia Covid-19, dar după descoperirea unui vaccin pentru acesta și economia va reveni cu totul și va fi din nou în creștere. Dar dacă ne uităm la nivel mondial putem observa o creștere, iar în ceea ce privește capitalizarea burselor acesta în a doua săptămână a lunii noiembrie a atins un maxim istoric de 95.000 mld de dolari. (Bursa, 2020)

Dar în prezent atât pe bursa românească cât și pe cea maghiară putem observa o depreciere a tuturor indicilor, de la o zi la alta.

#### 4. Concluzii

Putem concluziona prin urma analizelor făcute asupra indicilor bursieri și a evoluțiilor privind capitalizarea bursieră pe anii 2007-2008 și 2019-2020 că o instabilitate economică fie ea datorată din cauza unei crize globale sau a unei pandemii ce interferează cu activitățile ritmice normale și acest lucru are un efect negativ deosebit de mare asupra burselor atât în România cât și în Ungaria.

Prin analizarea indicilor am putut observa că chiar dacă pe piața maghiară s-a înregistrat descreșteri peste 50%, totuși BSE din Ungaria este mai bine cotate decât BSE din România, acesta reiese și din raportul făcut de FTSE. Totuși ambele economii ar avea mai mare succes dacă corupția ar dispărea sau cel puțin s-ar reduce la un nivel mai mic, s-ar crea locuri de muncă iar salariații ar fi mai motivați prin creșterea salariilor, iar prin aceasta s-ar reduce și migrația, care este și ea un factor negativ ce influențează economia.

**Bibliografie.**

Enache Steluța Georgeta,(2015), Situația economică și socială din România,  
[www.eesc.europa.eu](http://www.eesc.europa.eu)

Dr. Gulyás László, Dr. Marianucz László,A magyar gazdaság rövid története a  
rendszerültástól napjainkig (1990-tól 2008-ig), (2009),  
[www.regi.orszaginfo.magyarország.hu](http://www.regi.orszaginfo.magyarország.hu)

Karsai Gabor, A magyar gazdasag folyamatai, 1990-98, (1999) Budapest.

*Raport sintetic de activitate BVB 2007*, [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro)

Dorin Oancea, Ziarul Financiar, 17.07.2020

*Raport anual de activitate BVB 2007*, [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro)

*Raport lunar august, septembrie, octombrie 2020* [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro)

<https://www.indexmundi.com>

[www.msci.com/end-of-day-data-search](http://www.msci.com/end-of-day-data-search)

<https://www.bet.hu/>

<https://www.bursa.ro/capitalizarea-totala-a-burselor-de-actiuni-la-nivel-mondial-a-atins-un-maxim-istoric-de-95000-de-miliarde-de-dolari-6722214>

## UTILIZAREA TEHNICILOR DE CREATIVITATE ÎN CADRUL FIRMELOR MICI

### USING CREATIVITY TECHNIQUES IN SMALL BUSINESSES

**Emese BÖKÖS**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: emese.bokos@gmail.com

**Abstract:** *The present paper aims at showing that creativity techniques can be used successfully in everyday projects even in the case of small businesses. Through observation and case study methods, it was exemplified how Editura Casa Publishing House from Oradea has used metaphorical thinking, mind mapping and mind shift techniques in their Black Friday campaign this year.*

**Keywords:** tehnici de creativitate; gândire metaforică; harta minții; studiu de caz;

**JEL Code:** M310

#### 1. Introducere

Pentru a avea o afacere de succes este nevoie pe lângă multe alte calități și resurse și de o doză mare de creativitate. Chiar dacă ne este greu să credem, creativitatea nu este o calitate cu care te naști, ea se poate deprinde folosind tehnici sau metode de creativitate. Partea teoretică a lucrării de față cuprinde prezentarea a trei astfel de metode: gândirea metaforică, harta minții și tehnica de modificare a minții. Partea empirică a lucrării constă în exemplificarea tehnicilor descrise, mai exact cum anume au fost folosite de către firma Editura Casa din Oradea în campania de Black Friday 2020.

Ideea și importanța folosirii creativității în sarcinile zilnice ale firmelor începe să prindă teren și în sfera businessului românesc. Într-un articol recent din revista Forbes România, Maria Tudor, Chief Media Officer și BizDev Lead Publicis Groupe CEE spunea: „Creativitatea nu mai e doar apanajul departamentului de creație, ci trebuie să fie promovată și să caracterizeze întregul ecosistem. Nu doar comunicarea finală (ce și cum comunicăm) ci și modelul de business și operare, portofoliul de produse și accesul consumatorilor la acestea” (sursa:

<https://www.forbes.ro/articles/forbes-marcomm-eficacitate-roi-prin-creativitate-178491>).

Prima reacție a majorității antreprenorilor sau a angajaților firmelor mici la ideea utilizării frecvente a metodelor de creativitate ar fi cu siguranță una de respingere. Este simplu să lași creativitatea pe seama artiștilor, a celor creativi. Dar situația economică incertă de azi, în special în contextul pandemiei, nu ne permite astfel de reacții dacă dorim ca afacerea să meargă mai departe. Contrar așteptărilor, pentru a ne bucura de roadele creativității în business nu avem nevoie de muze sau de palete de culori, ci doar de câteva strategii și practici simple care, folosite în mod repetat și incluse în modul de operare a companiei pot genera idei novatoare care vor crește considerabil șansele de supraviețuire și de succes ale businessului.

## **2. Ce este creativitatea și cum se poate îmbunătăți?**

### **2.1 Definiții**

Dicționarul explicativ al limbii române (ediția 1986) oferă o definiție destul de abstractă: „Capacitate și activitate specifică omului ca ființă socială, conștientă, de făurire a istoriei și culturii, de producere a bunurilor materiale și valorilor spirituale (științifice, tehnice, artistice-literare, morale, juridice, ș.a.) de perfecționare continuă a vieții, relațiilor și instituțiilor sociale, potrivit nevoilor, aspirațiilor, scopurilor și proiectelor sale.”

Thesaurus.com oferă explicații mai concrete: abilitatea de a transcende idei tradiționale, reguli, modele, legături și de a crea noi idei, forme, metode, interpretări relevante; originalitate, progresivitate sau imaginație.

Să vedem și alte definiții sugestive:

„Creativitatea este actul de a transpune idei noi în realitate. Ea implică două procese: gândire și apoi realizare... Dacă ai idei dar nu le pui în practică, atunci ai imaginație, dar nu ești și creativ” - Linda Naiman (sursa: [www.creativityatwork.com](http://www.creativityatwork.com))

„Creativitatea înseamnă să vezi ceea ce toți ceilalți au văzut și să gândești ceea ce nimeni altcineva nu a gândit.” - Albert Einstein

Vadim Kotelnikov afirma: „creativitatea antreprenorială înseamnă să vii cu idei inovatoare și să le transformi în activități profitabile, aducătoare de valoare”. (sursa: <http://kotelnikov.biz/>)

### **2.2 Cum se poate dezvolta creativitatea?**

Există multe feluri prin care creativitatea poate fi utilă antreprenorilor și afacerilor mici: ea poate crește motivația, poate ajuta în câștigarea și îmbunătățirea expertizei și intensifică gândirea creativă.



Antreprenorii trebuie să dezvolte o gândire creativă pentru a genera noi idei și soluții pentru problemele curente.

Mai multe studii publicate de American Psychological Association începând cu anii 2000 arată oricine își poate dezvolta creativitatea folosind câteva tactici simple (sursa: <https://www.apa.org/gradpsych/2009/01/creativity>):

- **Notează-ți ideile:** - pe un caiet, un șervețel sau înregistrează-te. Cultivând acest obicei, îți stimulezi subconștientul să îți furnizeze noi și noi idei.
- **Îndeplinește sarcini ce reprezintă o provocare:** - asumă-ți proiecte care par imposibil de dus la îndeplinire. Imaginează-ți cum să faci porcii să zboare sau cum să faci ca lucrările de specialitate să se scrie singure. Aceasta îți va contrazice vechile idei și te va ajuta la generarea unor noi.
- **Învață lucruri noi:** - mergi la cursuri care nu intră în mod normal în sfera ta de interes. Astfel îți pregătești mintea pentru interconectivitate.
- **Înconjoară-te de oameni interesanți și de lucruri interesante:** - te va ajuta să gândești în moduri noi și să naști idei noi.
- **Noaptea e un sfetnic bun:** - de multe ori soluțiile ni se arată în vis.
- **Uită de griji, fii fericit:** - depresia și stresul omoară creativitatea, în timp ce buna dispoziție și emoțiile pozitive duc la găsirea de soluții și inovație.

Un alt argument în favoarea ideii conform căreia forța noastră creatoare poate fi antrenată, cultivată este adus de data aceasta de un artist, de marele Picasso: „Inspirația există, dar trebuie să ne găsească lucrând”. Inspirația nu vine când o așteptăm relaxați cu mâinile în sân, trebuie să ne dezvoltăm un obicei din a ne folosi creativitatea. Totul începe prin crearea unui spațiu mental care permite creativității să intre. Este nevoie de multă muncă, dar forțarea limitelor și stresul vor fi cu siguranță contraproductive.

Am văzut mai sus câteva metode simple de îmbunătățire a creativității în general, dar există tehnici consacrate care pot rezolva probleme și oferi soluții punctuale în viața de zi cu zi a firmelor mici. În capitolul următor vom analiza trei dintre acestea.

### 3. Tehnici de creativitate

#### 3.1 Gândirea metaforică

O metaforă înseamnă a compara două lucruri care la prima vedere nu au nimic în comun. După Aristotel, cei care pot percepe similitudinile dintre două concepte diferite sunt inteligenți. (sursa: <http://poetii-nostri.ro/citate-si-maxime-categorie-602/>). Comparând o problemă complexă cu o situație cunoscută, ne putem face mult mai ușor de înțeles, mesajul nostru va fi mai subtil și perceput mai în profunzime.

Gândirea metaforică este o metodă care ne ajută să privim lucrurile dintr-o altă perspectivă și duce implicit la o mai bună înțelegere a situației. Pentru a ne da drumul fanteziei, trebuie să gândim în afara tiparelor obișnuite. Atunci când creăm

o metaforă, comparăm două elemente care la prima vedere nu au nicio conexiune logică între ele. Încălcând regulile logicii, mintea ne va accesa partea creativă permițându-ne să găsim soluții la care nu ne-am mai gândit până atunci.

James Autry a spus: „Să devii un manager are legătură cu învățarea metaforelor, să devii un bun manager are legătură cu folosirea metaforelor, iar să devii un lider are legătură cu schimbarea metaforelor.” (sursa: <https://alanlouis.com/2015/06/06/changing-the-metaphors-in-business/>). Am putea adăuga că într-o firmă mică, pentru a garanta supraviețuirea pe piață e nevoie de crearea continuă de noi metafore.

Partea practică a acestei lucrări constă în punerea în aplicare a tehnicilor de creație prezentate. Compania la care lucrez, Editura Casa din Oradea, este o firmă mică, are 7 angajați. Obiectul de activitate constă în editarea de cărți practice și cărți pentru copii. Pe site-ul editurii găsim următoarea descriere a societății:

„Editura Casa a luat ființă și există pentru ca oamenii întreprinzători și creativi să aibă un punct de pornire în toate proiectele lor. Venind în sprijinul dezvoltării și răspândirii conceptului „do-it-yourself”, editura noastră își propune să completeze și să diversifice oferta de carte practică existentă în prezent pe piața editorială din România.

Pentru ca toți membrii familiei să se bucure de beneficiile lecturii, cei mici au posibilitatea de a alege dintr-o paletă largă de colecții de cărți cartonate, cu ferestre sau povești numai bune pentru citirea cu glas tare.”

Pentru a vedea dacă tehnicile de creativitate se pot folosi și în proiectele de zi cu zi, am încercat aplicarea lor în cadrul campaniei de Black Friday din acest an. Astfel, împreună cu echipa care se ocupă de acest proiect, ne-am pus mintea la contribuție să vedem cum ne poate ajuta gândirea metaforică. Echipa a inclus colegi de la marketing, logistică, redacție.

În fiecare an, editura lansează campania de Black Friday în ziua setată de către Emag, la fel ca majoritatea firmelor din România. Canalele de comunicare pe care le avem la dispoziție sunt: newsletter către abonați, campanie plătită pe Facebook și pe Google Ads. Dar cum să ne diferențiem de noianul de oferte de Black Friday? Ce ne dorim de fapt? Să atragem clienți. Cu ce îi putem atrage? Prin mesajul transmis, prin promoțiile oferite și printr-o experiență vizuală aparte. Prin urmare ne dorim să fim:

- **Luceafărul printre stelele celorlalte oferte**
- **Magnetul suprem pentru ochii căutătorilor de promoții**
- **Sarea și piperul companiilor de Black Friday**

Metaforele la care ne-am gândit ne-au ajutat să privim lucrurile din exterior și să ne definim strategia. Eram conștienți că nu putem concura cu Emag care promite în acest an „o experiență galactică” sau „o experiență de gradul 10”. Noi ne-am propus să atragem clienții care ne cunosc deja să intre pe site și să facă achiziții la

cele mai bune prețuri din an. Astfel mesajul trebuia să fie concis și să conțină numele campaniei și ofertele de nerefuzat. Exercițiul de imaginație ne-a deschis mintea spre joacă, în sensul de a încerca noi și noi elemente vizuale pe care să le folosim în bannerele campaniei.

Iată ce a rezultat:



Fig. 1 Banner Black Friday varianta 1 – design Elena Căpușan



Fig. 2 Banner Black Friday varianta 2 – design Elena Căpușan



Fig. 3 Banner Black Friday varianta 3 – design Elena Căpușan



Fig. 4 Banner Black Friday varianta 4 – design Elena Căpușan



Fig. 5 Banner Black Friday varianta 5 – design Elena Căpușan

Alegerea celui mai potrivit banner nu a fost ușoară, colegii au avut păreri foarte diferite, dar până la urmă s-a ales varianta nr. 5.

### 3.2 Harta minții

O tehnică extrem de valoroasă chiar și pentru businessurile mici care poate ajuta la structurarea unei multitudini de informații și sarcini cu scopul de a mări productivitatea și eficiența este harta minții.

Această metotă de gândire a fost dezvoltată de către Tony Buzan, inspirat din tehnicile folosite de Leonardo da Vinci, Albert Einstein and Joseph D. Novak. Din perspectiva lui Buzan, hărțile minții sunt pentru mintea noastră ca briceagurile elvețiene – iată o altă metaforă puternică – și care pot îmbunătăți și accelera procesul de învățare.

Este vorba de o metodă grafică care are puterea de a stimula atât emisfera stângă, cât și cea dreaptă a creierului. Într-o hartă a minții se pot folosi cuvinte, imagini, numere, simboluri, logică, rithm, culori.

Asemenea unei hărți rutiere, o hartă a minții:

- Oferă o imagine de ansamblu asupra unui subiect amplu
- Te ghidează în planificarea rutelor, în alegerea celei mai bune opțiuni, îți arată unde mergi și unde ai fost
- Comprimă o multitudine de informații
- Ajută la găsierea de soluții prin vizualizarea de noi căi creative de rezolvare

- Te ajută să fii foarte eficient
- Este o delectare să o privești, să o citești să te lași inspirată de ea și este ușor să o îți minte (sursa: <https://www.tonybuzan.edu.sg/about/mind-maps/>)

Harta minții ia o listă de sarcini și îi adaugă mai multe dimensiuni, schițând căi de rezolvare pentru fiecare idee cu indicații clare despre scopul dorit, despre cine, cum și când va fi implementat. Această tehnică poate ajuta managerii firmelor mici sau coordonatorii de proiect să împartă proiectul în sarcini precise sau grupuri de sarcini și să aloce timp pentru fiecare dintre ele.

Să crezi o hartă a minții nu este chiar atât de dificil precum pare la prima vedere. Cel mai important este să îți eliberezi mintea și să notezi tot, ca un fel de brainstorming. Pe scurt, harta minții trebuie să conțină ceea ce ne dorim să obținem de la un proiect, sarcinile de îndeplinit și conexiunile logice dintre ele.

### **3.2.1 Cum se desenează o hartă a minții?**

- ✓ Desenează o imagine centrală a problemei sau sarcini de îndeplinit
- ✓ Vizualizează un copac sau un păianjen și desenează-le ramuri sau picioare pentru a-i mări. Buzan a denumit acest proces „gândire radiantă” care are loc atunci când mintea se concentrează pe o problemă și din ea radiază înspre afară o mulțime de alte lucruri, idei, conexiuni, emoții pe care mintea noastră la asociază cu ea. Acestea din urmă se vor desena cu linii mai subțiri
- ✓ Continuă ramificarea folosind linii și mai subțiri pentru subcategorii
- ✓ Adaugă sau revizuește rezultatul final, se poate crea și o hartă nouă, mai clară.

Harta minții se poate desena manual sau digital. Există pe internet foarte multe softuri sau aplicații, unele dintre ele au și module gratuite. Câteva exemple ar fi: <https://www.mindmeister.com/>, <https://www.lucidchart.com>, <https://coggle.it/>, <https://gitmind.com/>.

Pentru a vedea dacă harta minții poate ajuta în situații concrete, am comparat o listă cu sarcinile de realizat pentru campania de Black Friday a Editurii Casa cu o hartă a minții desenată cu ajutorul unui program digital gratuit și cu una desenată manual.

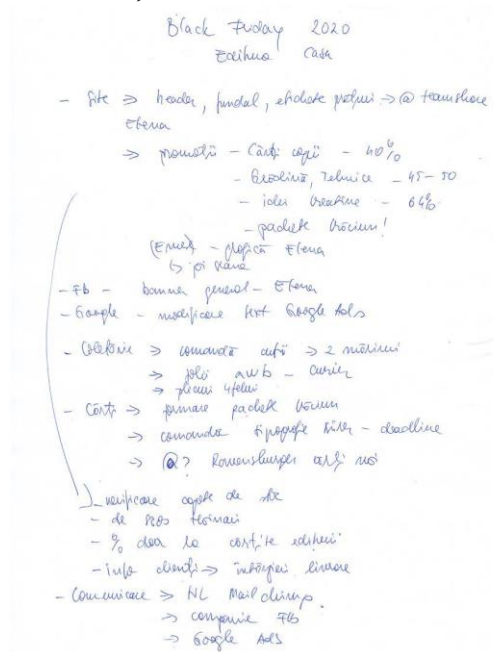


Fig. 6 Listă de sarcini

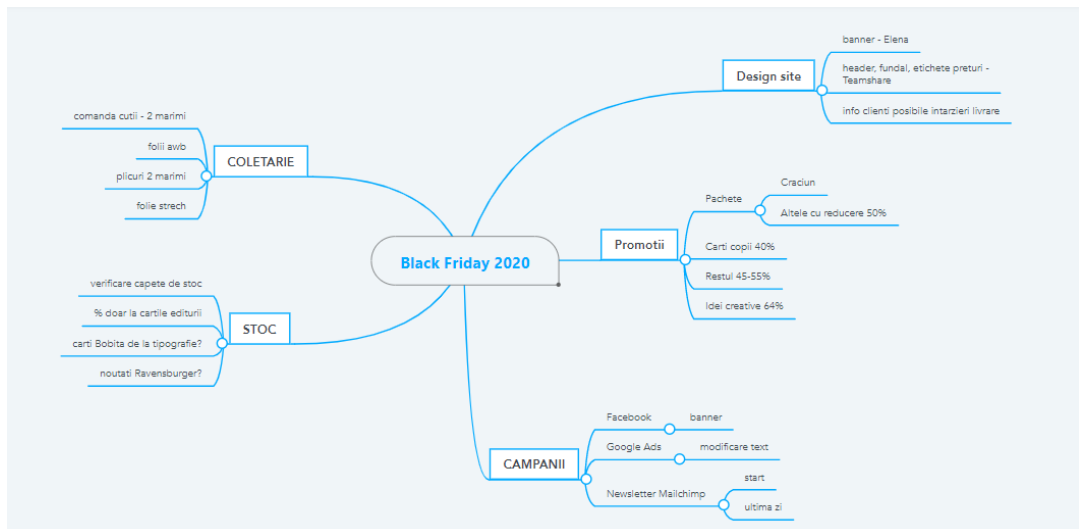


Fig. 7 Hartă digitală a minții

<https://www.mindmeister.com/1686489564>

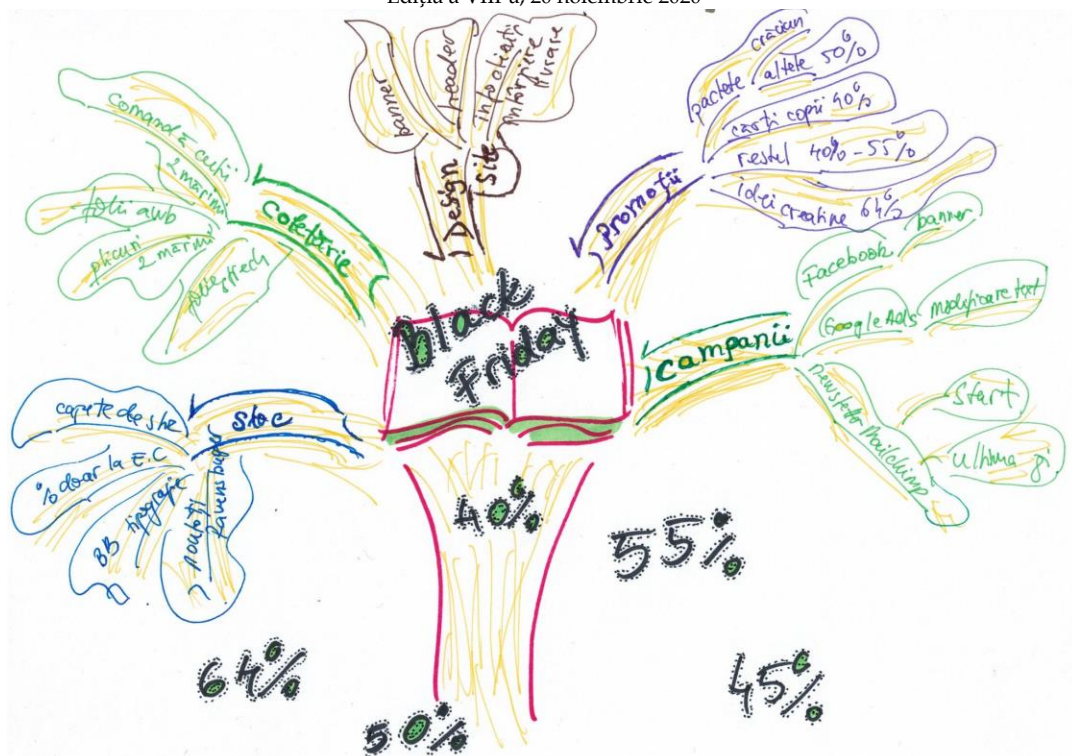


Fig. 8 Hartă a minții desenată manual

Din compararea celor trei figuri reiese în mod evident că o listă cu sarcini este mult mai greu de înțeles și de urmărit. O hartă a minții desenată manual este mai ușor de parcurs, iar realizarea acesteia aduce multe satisfacții, pe lângă vizualizarea mai clară a sarcinilor, ea poate crește motivația celui care o realizează. Avantajul unei hărți digitale este că se poate edita, se corectează ușor, de câte ori se dorește, se poate trimite și celorlalți membrii ai echipei care o pot edita la rândul lor.

### 3.3 Tehnica de modificare a minții

Această metodă de creativitate este asemănătoare cu harta minții, dar trebuie să te transpui în pielea atcuiva și să acționezi ca și cum ai fi această persoană. Scopul este de a genera idei noi la care nu te-ai gândit până acum. Cum funcționează? Imaginează-ți că ești altcineca, un personaj real sau fictiv: un psiholog, un dentist, un copil, Popaye Marinarul, cea mai bună variantă a ta, un antreprenor de succes. Notează ideile ca la brainsormig sau la harta minții. Acesastă tehnică se poate încerca și în grup. La final se selectează ideile care pot fi puse în practică.

Iată ce a scris Steve Chandler în cartea sa *Shift your mind. Shift he World*: „Când mintea îți este deschisă, se modifică. Și când se întâmplă întreaga viață devine pe moment ușoară ca o pană. Ușoară ca o adiere de vânt. Minunată! Treci la un alt

nivel al conștienței și creativitatea, energia, vibrația sau orice dorești, sunt ale tale!”  
(sursa: Chandler Steve, 2011)

O simplă modificare a minții îți poate schimba drastic afacerea sau proiectul pentru că înveți să vezi lucrurile și din alte perspective.

În campania de Black Friday a Editurii casa am încercat următorul exercițiu de modficiare a minții. Cine sunt potențialii noștri clienți? Cum să îi atragem cu oferta noastră? Ce fel de oferte să concepem?

Cărțile editurii se adresează întregii familii, dar cea mai mare parte a clienților noștri sunt mame între 25-45 de ani cu copii în general mici, în general perfecționiste, un fel de supermame.



Fig. 8 Supermama (sursa: <https://www.facebook.com/Tothemommylife>)

Ce își dorește o supermama căreia îi plac cărțile și ține la o educație bună a copilului său? Să găsească de Black Friday prețuri foarte bune la cărțile pe care le-a vazut pe mai multe bloguri și grupuri de mămici perfecționiste dar poate nu și le-a permis până acum. Nu doar simple povești – acelea sunt pentru mamele leneșe, ci cărți care să fie amuzante și să ajute la îmbogățirea vocabularului copilului, la dezvoltarea intelgenței emoționale ca copilului. Să profite de reduceri și să cumpere cadouri de Crăciun pentru restul familiei.

Astfel împreună cu echipa editurii, pe lângă stabilirea de reduceri generoase între 40% – 64% am conceput câteva pachete de Crăciun care se fie potrivite pentru întreaga familie:





Four promotional packages are displayed, each with a 50% discount tag. The packages include: 1. 'Pachet de Crăciun Prietena mea Conni - 28 titluri' (208.60 Lei, 417.20 Lei). 2. 'Pachet de Crăciun pentru copii' (96.35 Lei, 192.70 Lei). 3. 'Pachet pentru el - stilat' (112.55 Lei, 225.10 Lei). 4. 'Pachet de Crăciun pentru întreaga familie' (120.62 Lei, 241.25 Lei).

Pachet	Preț Redus	Preț Original
Pachet de Crăciun Prietena mea Conni - 28 titluri	208,60 Lei	417,20 Lei
Pachet de Crăciun pentru copii	96,35 Lei	192,70 Lei
Pachet pentru el - stilat	112,55 Lei	225,10 Lei
Pachet de Crăciun pentru întreaga familie	120,62 Lei	241,25 Lei

Fig. 9 Pachete promoționale cu 50% reducere  
sursa: <https://www.edituracasa.ro/produse/pachete-promotionale>



Three promotional packages are displayed, each with a 50% discount tag. The packages include: 1. 'Pachet pentru ea - romantică' (58.72 Lei, 117.44 Lei). 2. 'Pachet pentru el - explorator' (84.00 Lei, 168.00 Lei). 3. 'Pachet pentru ea - iscusită' (70.94 Lei, 141.88 Lei).

Pachet	Preț Redus	Preț Original
Pachet pentru ea - romantică	58,72 Lei	117,44 Lei
Pachet pentru el - explorator	84,00 Lei	168,00 Lei
Pachet pentru ea - iscusită	70,94 Lei	141,88 Lei

Fig. 10 Pachete promoționale cu 50% reducere  
sursa: <https://www.edituracasa.ro/produse/pachete-promotionale>

#### 4. Concluzii

Creativitatea nu este darul exclusiv al artiștilor sau al departamentului de marketing. Incluzând tehnicile de creativitate în rutina de zi cu zi a firmelor mici în

cadrul mai multor departamente, se întărește spiritul de echipă, munca va deveni mai eficientă iar atmosfera mult mai plăcută și mai motivantă.

Tehnica gândirii metaforice nu a folosit campaniei de Black Friday a Editurii Casa în definirea mesajului către clienți printr-o metaforă, ci în abordarea mai jucăușă a strategiilor de comunicare și a alegerii bannerului campaniei. Harta minții a ajutat la o mai bună organizare a sarcinilor și a repartizării responsabilităților. Folosind metoda de modificare a minții în echipă s-a creat o atmosferă plăcută, amuzantă mai ales la alegerea numelor pachetelor de Crăciun, motivantă, iar rezultatele sunt promițătoare.

În momentul scrierii acestei lucrări, campania nu a fost încă lansată, dar toate pregătirile și sarcinile au fost îndeplinite cu succes. Așteptările sunt mari, dar previziunile sunt bune. S-a alocat un buget mai mare pentru campaniile plătite decât anul trecut, oferta e atragătoare, mesajul vizual clar, vânzările nu au scăzut în perioada pandemiei. Indiferent de rezultatul final, procesul de concepere a campaniei a avut deja beneficii la nivelul întăririi spiritului de echipă și a creșterii motivației angajaților. Dacă luăm în considerare faptul că cea mai importantă resursă a unei companii este cea umană în special în firmele mici unde o rotație prea frecventă a angajaților ar fi mult prea dăunătoare, putem afirma că tehnicile de creativitate folosite au dat deja roade și și-au depășit scopul inițial.

## Referințe bibliografice

Jeffry A. Timmons, Stephen Spinelli (2011), *New venture creation – Entrepreneurship for the 21st century*, Mc Graw Hill Education, New York.

Dave Gray, Sunni Brown, James Macanuso (2012), *Gamestorming, carte de jocuri pentru nonconformiști, inovatori și vizionari*, Editura Paralela 45, Pitești

<https://www.forbes.com/sites/pragyaagarwaleurope/2018/06/04/heres-how-to-apply-creative-thinking-as-an-entrepreneur/#6f86c54c5d9e>

<https://www.forbes.ro/articles/forbes-marcomm-eficacitate-roi-prin-creativitate-178491>

[https://www.researchgate.net/publication/325763592\\_Entrepreneurship\\_innovation\\_and\\_creativity\\_the\\_creative\\_process\\_of\\_entrepreneurs\\_and\\_innovators](https://www.researchgate.net/publication/325763592_Entrepreneurship_innovation_and_creativity_the_creative_process_of_entrepreneurs_and_innovators)

<https://cambridgempa.files.wordpress.com/2011/01/lecture-4-creative-methods-sep2012.pdf>

<https://spinsucks.com/entrepreneur/entrepreneurs-should-use-mind-mapping/>

<https://www.tonybuzan.edu.sg>

<https://miro.com/blog/creative-techniques/>

[https://www.mindtools.com/pages/article/newCT\\_93.htm](https://www.mindtools.com/pages/article/newCT_93.htm)

<https://www.toolshero.com/creativity/metaphorical-thinking/>

# COMUNICAREA MANAGERIALĂ ÎN MANAGEMENTUL CONFLICTELOR

## MANAGERIAL COMMUNICATION IN CONFLICT MANAGEMENT

**Bianca-Georgiana BOLDIȘ**

Masterand, Universitatea Oradea– Facultatea de Stiințe Economice  
e-mail: boldis.bianca@yahoo.com

***Abstract:** Nowadays, communication is the most important element in our modern society and in all organization around the world. On one hand, the paper presents topics about managerial communication like : explanation of the concept of the managerial communication, the importance, all the communication's elements, the managerial style's communication etc. On the other hand, this paper exposes topics about conflict management. In these days the number of conflicts increases drastically due to in organization does not exist a very suitable managerial communication with employee.*

*I put all these theoretical aspects into practice with the help of a questionnaire. The results show us that the managers have to work hard to gain communication skills which will help them to prevent the conflicts in their organisation.*

**Keywords:** conflict management; manager; managerial communication; organisation; employee .

**JEL Code:** M00; A140.

### **1. Introducere**

În această lucrare am să abordez un subiect destul de larg dezbătut, cu o importanță mare, atât în viața cotidiană cât mai ales în viața oraganizațiilor care sunt active pe piața muncii din zilele noastre. Am ales să mă axez pe comunicarea managerială din organizații ,văzută ca un instrument de manageriere a conflictelor și de prevenire a lor.

În opinia mea, comunicarea din viața cotidiană este fundamentul relațiilor interumane , ea ajutând la buna înțelege a lucrurilor și legarea de relații diverse între indivizii societății. Nici o activitate din viața oamenilor nu poate fi concepută în afara procesului de comunicare. Comunicarea este fundamentală nu doar în viața de zi cu zi ci și în cadrul organizațiilor unde “toate funcțiile manageriale sunt

realizate cu ajutorul comunicării, ca un proces de înțelegere între oameni cu ajutorul transferului de informație” ([https://www.academia.edu/36838228/Comunicare\\_manageriala](https://www.academia.edu/36838228/Comunicare_manageriala) )

Cel de al doilea motiv pentru care am ales să dezbăt acest subiect-pe lângă importanța comunicării în societatea- este cel al existenței conflictelor în organizație. Conflictele există în organizații, numărul acestora este în creștere în ultima vreme iar consecințele negative ale acestora sunt tot mai greu de combătut și atenuat.

Pe de altă parte, în partea de cercetare a prezentei lucrări, am urmărit câteva aspecte din viața organizațională: stilurile de comunicare ale managerilor cu personalul, modul acestora de abordare al conflictelor , gradul de implicare și capacitatea de rezolvare a conflictelor precum și alte elemente specifice conflictelor cum ar fi: intensitatea, tipul, durata și motivele.

## **2. De la comunicare la comunicarea organizațională**

Comunicarea este, din punctul meu de vedere, un proces amplu și complex care presupune existența mai multor elemente interdependente care ajută la transmiterea și receptarea cu o acuratețe cât mai mare a informațiilor. "Aceasta îndeplinește mai multe roluri : de a transmite idei și emoții, de informare, de coordonare a eforturilor, de socializare" ( Roșca, 2012). Ființa umană emite mesaje mereu, fie în momentul în care vorbește sau scrie, fie atunci când îmbracă o anumită vestimentație dar și atunci când zâmbește sau plange.

Comunicare interumană are 3 componente majore:

1. Comunicarea exteriorizată - face referire la toate intervențiile verbale și neverbale care sunt observate de către interlocutor;
2. Metacomunicarea - este ceea ce se înțelege în plus, de către interlocutori, pe lângă cuvintele rostite;
3. Intracomunicarea- se referă la comunicarea din interiorul fiecărui individ, când vorbim cu propia persoană.

Privind din punct de vedere științific comunicarea reprezintă un proces care cuprinde în general 4 elemente fundamentale :

- 1.Emițătorul- cel care transmite mesajul, care inițiază comunicarea ;
- 2.Receptorul- cel care primește informația transmisă ;
3. Mesajul – informația pe care dorește emițătorul să o transmită receptorului ;
- 4.Canalul de comunicare- drumul pe care îl parcurge mesajul până ajunge la destinatar.

La aceste 4 componente fundamentale și obligatorii unui proces de comunicare se adaugă: feedback-ul care este mesajul transmis de destinatar, mediul comunicării care îmbracă două forme: oral sau scris., factorii perturbatori care influențează calitatea transmiterii mesajului și contextul comunicării-este în strânsă legătură cu factorii perturbatori- care presupune luarea în calcul a următoarelor dimensiuni: contextul fizic, cultural, social și temporal .

Individul a trăit mereu în grupuri iar la baza formării legăturilor dintre oamenii care alcătuiau grupurile stă comunicarea. În ziua de azi, organizațiile sunt alcătuite din grupuri de indivizi care comunică între ei. Organizația este un grup de ființe umane, care are un scop bine definit și la care subscriu toți acei membri iar ei comunică pentru a atinge scopul suprem al organizației. Astfel, putem spune că a luat naștere comunicarea organizațională. Prin comunicare organizațională înțelegem un proces desfășurat în interiorul organizației care presupune schimbul de mesaje între toți membrii acesteia astfel încât atât obiectivele individuale cât și cel generale și comune să fie atinse.

### **3. Comunicarea managerială- o formă specifică de comunicare interumană în gestionarea conflictelor din organizație.**

Comunicarea în sensul general este un proces specific ființelor umane ce le ajută să transmită mesaje ; comunicarea organizațională este o formă a comunicării generale care se desfășoară în cadrul unei organizații pentru a ajunge la obținerea scopului general al organizației iar comunicarea managerială este o formă specifică a comunicării organizaționale avându-l în prim plan pe managerul organizației. Raportul dintre comunicarea managerială și comunicarea organizațională este de la parte la întreg la fel cum este raportul dintre comunicarea organizațională și comunicarea generală.

Acum că am stabilit raporturile dintre formele de comunicare putem defini comunicarea managerială ca fiind "un proces fundamental de interacțiune reciprocă bazat pe feedback, în care managerii de la orice nivel transmit idei, sentimente, decizii subordonaților cu posibilitatea verificării manierei de receptare a mesajului de către aceștia. Ea influențează și modifică percepții, atitudini, comportamente, sentimente, opinii ale indivizilor și ale grupurilor și de aceea constituie o cale prin care oamenii își corelează în mod sinergic eforturile." ([https://www.academia.edu/36838228/Comunicare\\_manageriala](https://www.academia.edu/36838228/Comunicare_manageriala) ).

Comunicarea managerială este cel mai important elementul într-o organizație deoarece ea ajută managerii să îndeplinească toate funcțiile de management: previziune, organizare, coordonare, antrenare și control-evaluare. Aceasta , are în cadrul organizațiilor cinci funcțiuni:

- 1.De informare- Managerul este cel mai mare receptor și emitător de informație atât în cadrul organizației cât și în mediul ei extern ;
2. De comandă și instruire- Ideile și comenzile emise de către manager trebuie să fie receptate de către întreg personalul deoarece doar așa vor înțelege misiunea firmei și vor putea conlucra pentru îndeplinirea ei ;
- 3.De influențare și convingere- Managerii inițiază comunicarea cu scopul de a-i determina pe angajați să fie adepții culturii organizaționale, să accepte valorile acesteia și să se implice cu devotament pentru îndeplinirea misiunii organizației ;
4. De îndrumare și sfătuire- angajații au nevoie de îndrumare în realizarea taskurilor și a obiectivelor ;
5. De integrare și menținere- angajații împreună cu managerul trebuie să găsească o soluție pentru a armoniza obiectivele individuale cu cele organizaționale.

Comunicarea managerială are în centru managerul și calitățile acestuia. În acest proces complex există două elemente importante care vizează managerul: stilul de comunicare și tipul de manager.

Stilul de comunicare se referă la modul în care managerul comunică. Acesta trebuie să fie adecvat scopului comunicării, destinatarului, să fie utilizat un mijloc și canal de comunicare adecvat. În literatura de specialitate sunt identificate patru stiluri de comunicare managerială:

1. Stilul blamare- acest stil vizează găsirea vinovatului prin acuzare și a greșelii. Managerul care adoptă acest stil are rolul de judecător, el vorbește fără a accepta și alte puncte de vedere din partea celorlalți angajați. Prin acest stil managerul va ajunge acolo unde și-a dorit ;
2. Stilul informare-dirijare- acest stil presupune oferirea de instrucțiuni din partea managerului care livrează mesajul deja conceput iar angajații au datoria de a executa ;
3. Stilul tip convingere- este acel stil care urmărește determinarea unei schimbări. Managerul cunoaște premisele și soluția iar pentru a-l convinge pe angajat să treacă la fapte îl ascultă cu atenție oferindu-i feedback ;
4. Stilul rezolvare de problemă după cum sugerează și numele vizează rezolvarea de problemelor cu ajutorul comunicării suportive unde ambii interlocutori își exprimă opiniile. Specific acestei abordări este ascultarea activă și managementul participativ.

Tipul de manager, fie el proactiv sau reactiv, are un impact major asupra conflictelor deoarece comunicarea și modul de abordare al acestuia vor reduce consecințele conflictelor sau chiar preîntâmpinarea lor. Un manager proactiv va căuta să anticipeze ceea ce se va întâmpla și ia măsuri astfel încât să diminueze consecințele negative ale unui posibil conflict pe când un manager reactiv se va implica în rezolvarea conflictului doar în momentul în care acesta este prezent în organizație fără a avea inițiativa de a-l preveni. Cele două concepte prezentate mai sus consider că sunt vitale în managementul conflictelor.

Chiar dacă cauzele de declanșare a conflictelor sunt diverse, dintre care amintim: creionarea superficială, a obiectivelor, procesul de realizare a evaluărilor angajaților, competiția în rândul angajaților pentru putere și influență, dobândirea autonomiei sau probleme personale, stilul de comunicare și comportamentul adoptat de manager pot conduce fie către un conflict cu efecte pozitive fie către unul cu efecte negative asupra angajaților și productivității acestora.

În lucrarea de față, noțiunea de conflict înseamnă o stare de presiune psihică care există între două sau mai multe persoane (sau grupuri din organizație) care interacționează între ele cu scopul de a rezolva o sarcină, o problemă, de a lua o decizie sau de a stabili noi obiective și care ia naștere în interiorul organizației. Conflictul din organizație, pe lângă numeroasele motive de declanșare ale lor, au și simptome ale apariției dintre care cele mai frecvente sunt: o comunicare precară între membrii organizației și manager, relațiile rezervate dintre indivizi sau stare emoțională nefavorabilă a personalului. Dacă managerul este tipul proactiv atunci

el va simți imediat aceste simptome ale conflictelor și va lua măsuri, comunicând cu personalul astfel încât conflictul să nu mai existe sau să aibă dimensiuni și consecințe reduse.

Conflictele au cauze diferite și sunt determinate de personaje diferite din interiorul organizației. Astfel protagoniștii unui conflict pot fi: colegii din același departament sau din alt departament, un superior ierarhic, unul sau mai mulți muncitori, managerul, patronul, asociatul sau chiar propria persoană.

Tipurile de conflicte sunt numeroase însă m-am axat pe câteva categorii de conflicte deoarece pe acestea le consider ca fiind cele mai importante și au fost cuprinse inclusiv în chestionarul aplicat. Astfel avem următoarele conflicte :

1. După gradul de relevanță conflictele sunt: minore care vizează probleme mărunte din viața organizațională și se rezolvă rapid și conflicte majore care au la bază probleme de mare interes care vizează mai mulți angajați ;

2. După gradul de dezvoltare în timp există conflicte instantanee- care se uită repede, nu pot fi anticipate, sunt pe termen scurt și conflicte intermitente care sunt pe termen lung, pot fi anticipate și au efecte negative, nu dispar așa ușor ci e nevoie de o abordare puternică din partea managerului pentru ca acestea să fie soluționate;

3. Din punct de vedere al sferei de cuprindere deosebim: conflicte intrapersonale- sunt cele interioare ființei umane și "se produce când există o incompatibilitate , o inconsistență între elementele cognitive corelate, aceasta afectând capacitatea de precizie și autocontrol a individului" (Câdea și Câdea, 1998); conflicte la nivel interpersonal "apar și se amplifică între doi sau mai mulți indivizi din același grup, sau din grupuri diferite, formale sau informale; sunt cauzate de reguli, de diferențe de personalitate, de diferențe cu privire la valori, interese și atitudini, sau de unele stări afective negative (antipatie, invidie, ură);" ([https://www.academia.edu/19191915/Managementul\\_Conflictelor](https://www.academia.edu/19191915/Managementul_Conflictelor) ) și ultima categorie de conflicte este cea a conflictelor între grupuri care apar din cauza intereselor diferite.

4. Ultimul criteriu de clasificare ales de către mine este criteriul efectelor- cel mai important criteriu din punctul meu de vedere. În funcție de acest criteriu se deosebesc două tipuri de conflicte : conflicte benefice și conflicte negative. Conflictele benefice se referă la acele conflicte care apar între indivizi sau grupuri și care se pot soluționa astfel încât să aibă un impact pozitiv asupra angajaților și performanțelor acestora ajutând la eliberarea tensiunilor și evitarea stagnărilor. Conflictele distructive sau cu impact negativ sunt conflictele care atrag atenția personalului de la rezolvarea obiectivelor consumând resursele organizației și ale personalului și generează o stare de ostilitate în rândul angajaților neavând nici un beneficiu nici asupra acestora nici asupra productivității ci, din potrivă pot aduce doar minusuri activității organizaționale.

#### **4. Metodologia cercetării**

Această lucrare, în partea de cercetare științifică urmărește următoarele lucruri:

- cum sunt conflictele din organizațiile moderne, cine le determină și dacă există simptome;

- tipul de manager pe care îl are o organizație astfel încât să ajute în identificarea conflictelor, capacitatea acestuia de a preveni și gestiona conflictele;
- un portret sumar al respondentului și modul de raportare al acestuia la conflicte.

Numărul de conflicte, aflat într-o creștere accelerată, din cadrul organizației și stânsa legătură a acestora cu comunicarea managerilă au fost cei doi factorii determinanți în abordarea acestei teme.

Cercetarea întreprinsă de către mine a constat în aplicarea unui chestionar, realizat online cu ajutorul instrumentelor Google, unui eșantion format din 200 de persoane care în momentul de față sunt active din punct de vedere profesional, considerând că acest număr este unul reprezentativ pentru cercetarea mea. Premisa de la care am pornit în momentul crării chestionarului, a fost următoarea: în orice organizație, fie că aparține mediului privat sau public, conflictele există, sunt într-un număr moderat iar cel mai important factor în săderea numărului de conflicte sau chiar combaterea lor o reprezintă comunicarea managerilă împreună cu abilitățile și caracteristicile de stil ale managerului. Deci în acest chestionar am pus foarte mare accent pe două concepte importante: comunicarea managerială și managementul conflictelor sub influența acesteia.

Chestionarul este alcăuit din 21 de itemi-întrebări, de tipuri diferite după cum urmează: 8 itemi cu alegere multiplă, 9 itemi cu alegere duală și 4 itemi cu scară liniară. Întrebările, gândite de către mine sunt întrebări simple, clare și concise astfel încât să fie neinterpretabile și ușor de răspuns la ele. Chestionarul se poate consulta la adresa: <https://forms.gle/LTfQdqQGvKi7e8dNA>. Acesta este împărțit în trei subsecțiuni: în prima parte, 6 întrebări, am creionat un portret sumar al respondentului, în următoarea parte alcăuită din 9 întrebări m-am axat pe conceptul de conflict-cine îl determină, frecvență, tipuri etc iar ultima parte, 6 întrebări, vizează partea de comunicare managerilă și cum se raportează respondentul la un conflict.

## 5. Rezultatele cercetării

Rezultatele cercetării sunt următoarele :

A. Date generale despre respondent:

- 50,5 % din respondenți au între 18-25 ani ; 23,5 % între 26-35 ani ; 6,5 între 46-55 + ani.
- 63 % dintre respondenți sunt femei și doar 47 % bărbați;
- 74,1 % lucrează în mediul privat, pe când doar 26,9 % lucrează în organizații ale statului
- 67 % din respondenți studii superioare de scurtă și lungă durată, 31% studii medii , doar 2% studii postuniversitare

Profilul respondentului: În cea mai mare parte, persoanele chestionate sunt tinere cu vârste cuprinse între 18-35 ani -74 %, de sex feminin. Majoritatea covârșitoare lucrează în mediul privat iar cei mai mulți dintre ei au fie studii superioare de scurtă durată fie studii de master finalizate. Cei mai mulți dintre



ei 76% se declară motivați și foarte motivați la locul de muncă și doar 24% se consideră slab motivați. Dintre toți respondenții 60% activează în domeniul studiilor absolvite, de aici și motivația într-un procent așa de mare. Cei mai mulți dintre respondenți 61% evită conflictele, 36 % se implică în ele încercând să le rezolve iar doar 2% se implică în ele fără a găsi neapărat o rezolvare.

#### B. Conflictele și managementul acestora

- mai mult de jumătate din respondenți 55,5% din respondenți se confruntă cu conflicte de câte 2-3 orei pe săptămână pe când doar 24,5 % din respondenți au conflicte rar de cel mult o dată pe săptămână iar o proporție și mai mică de 20% au conflicte des și foarte des la locul de muncă;
- 53,8% din respondenți au sfîrmat faptul că o comunicare precară;
- 41,9% din conflicte sunt determinate de colegii de departament pe când 38,4% de colegi din alte departamente și doar 15,7% din conflicte sunt determinate de manageri;
- 67% din conflicte au actori principali femeile pe când bărbații generează doar 33% din conflicte;
- 64,3% consideră o escaladare de intensitate medie a conflictelor și 20% spun că escaladarea acestora este accelerată iar restul sunt de părere că intensitatea conflictelor este redusă;
- 51,3 % spun că nepotrivirile dintre percepțiile individuale asupra rolului fiecăruia la locul de muncă, diferențele de personalitate duc la conflict iar 31% afirmă că un motiv al conflictelor este o definiție neclară a obiectivelor departamentelor;

#### C. Managerul și eficiența acestuia în managementul conflictelor.

- 23,5 % au spus că managerii lor se implică la nivel mediu în prevenirea conflictelor iar 51% din ei spun că managerii se implică intens;
- 68,2% susțin că managerii sunt eficienți în rezolvarea conflictelor;
- 55,1 % manager proactiv vs 44,9 % manager reactive;
- 45,2% din manageri abordează stilul problemă pentru rezolvarea conflictelor și 29,4 % apelează la stilul informare-dirijare ;
- Dpdv al consecințelor jumătate din conflicte sunt pozitive și jumătate negative.

## 6. Concluzii

Fiecare manager, indiferent de nivelul ierarhic la care se află trebuie să comunice eficient cu angajații deoarece doar așa va putea evita conflictele. Comunicarea managerială reprezintă “sângele” organizației.

În cercetarea întreprinsă de către mine s-au validat câteva lucruri importante, pe care doream să mi le confirm prin aceasta: Cele mai multe conflicte sunt generate de o comunicare managerială precară însă managerii încearcă să prevină aceste conflicte. Dacă conflictele au degenerat, modul abordat de rezolvare a acestora este stilul tip problemă unde managerul încurajează exprimarea opiniilor angajaților, îi

ascultă în mod activ și împreună ajung la rezolvarea problemei astfel încât conflictele să aibă un impact negativ minim. Un alt aspect urmărit de către mine a fost cine determină conflictele. Rezultatul a fost cel așteptat de către mine. În aproape jumătate din cazuri conflictele iau naștere în cadrul aceluiași departament și sunt determinate de către persoane de sex feminin.

Percepția oamenilor asupra conflictelor este cea de situație nefavorabilă lucru arătat de către cele 61 de procente de angajați care evită conflictele din organizație. Cei mai mulți angajați sunt absolvenți de studii superioare însă peste jumătate din ei se confruntă cu conflicte de 2-3 ori pe săptămână, conflicte cu o intensitate medie de escaladare.

În concluzie pot afirma că situațiile conflictuale sunt prezente în toate organizațiile fie ele din mediul privat sau din instituțiile publice însă cel mai important e faptul că jumătate din manageri se implică intens în rezolvarea conflictelor.

### **Referințe bibliografice**

Botezat, Elena (2015) , Suport de curs-Comunicare și negociere în afaceri, Editura Universității din Oradea, Oradea

Dan, Cădea, Rodica Cădea, (1998) , Comunicare managerială aplicată, Editura Expert, București

Remus, Roșca, (2012), Comunicare managerială, Universitatea din Oradea, Oradea

<https://www.scribd.com/doc/229251672/Stiluri-Manageriale-1>

<https://www.scribd.com/doc/205209613/Stilul-de-comunicare-managerial%C4%83>

[https://www.academia.edu/36838228/Comunicare\\_manageriala](https://www.academia.edu/36838228/Comunicare_manageriala)

[http://anale.feaa.uaic.ro/anale/resurse/24\\_Manolescu\\_IT\\_Prodan\\_A\\_-](http://anale.feaa.uaic.ro/anale/resurse/24_Manolescu_IT_Prodan_A_-)

[Analiza conflictelor din cadrul proiectelor in institutiile de invatamant.pdf](#)

<https://www.slideshare.net/andreeabiancandanila/comunicarea-organizationala>

[https://www.academia.edu/19191915/Managementul\\_Conflictelor](https://www.academia.edu/19191915/Managementul_Conflictelor)

# IMPACTUL PANDEMIEI DE COVID ASUPRA SĂNĂTĂȚII FINANCIARE A COMPANIILOR DIN DOMENIUL HORECA

## THE IMPACT OF THE COVID PANDEMIC ON THE FINANCIAL HEALTH OF COMPANIES IN THE HORECA DOMAIN

**Larisa-Maria COSTOLAȘ**

Masterand, Universitatea din Oradea– Facultatea de Științe Economice  
e-mail: [larisacostolas@gmail.com](mailto:larisacostolas@gmail.com)

**Andreea-Maria FICUȚ**

Masterand, Universitatea din Oradea– Facultatea de Științe Economice  
e-mail: [andreeamaria.ficut@yahoo.com](mailto:andreeamaria.ficut@yahoo.com)

### **Abstract:**

*In this paper we wanted to highlight the impact of the Covid-19 pandemic over the financial results of the companies registered at Bucharest Stock Exchange and performing in the HORECA (hotels, restaurants, cafes) sector. This sector was affected quite early by the pandemics and its destructive power and registered big difficulties in the early spring and summer of 2020, being forced to adapt quickly and adopt innovative solutions in order to survive. Our work is structured into two chapters containing information on the main indicators to be analyzed in order to observe the financial health of companies. In the first part, theoretical information is provided on the main financial indicators, which are used to diagnose the financial health of the companies, more exactly the overall liquidity ratio, the immediate liquidity ratio, the overall solvency ratio and the financial return rates. The last chapter includes a case study consisting in the analysis of the indicators previously presented at the level of companies registered at the Bucharest Stock Exchange and which are operation in the HORECA sector in Romania.*

### **Keywords:**

liquidity; solvency; return; HORECA; impact; pandemic; indicators

### **JEL Code:**

G34, G11, O16, C58

## 1. Introducere

Impactul pandemiei de Coronavirus - COVID-19 a fost resimțit la nivel economic încă de la începutul apariției acestor probleme epidemiologice. Printre cele mai afectate sectoare din România se numără turismul, transporturile și domeniul ospitalității și al restaurantelor. Închiderea totală a unităților de tip HORECA, începând cu finalul primului trimestru al anului 2020, a dezechilibrat puternic lanțurile de companii care operează preponderent în acest sector, astfel că de la momentul apariției acestor probleme până în momentul de față au fost afectate grav peste 10.000 de restaurante din România.

Prin lucrarea de față ne propunem să observăm care este impactului pandemiei de COVID-19 asupra sănătății financiare a companiilor din domeniul HORECA, prin analiza unor indicatori semnificativi la 12 dintre cele mai reprezentative entități din acest sector listate la Bursa de Valori București.

În continuare lucrarea abordează din punct de vedere teoretic indicatorii pe care îi vom analiza și anume: rata lichidității generale, rata lichidității imediate, rata solvabilității generale și ratele de rentabilitate financiară (ROE și ROA). A doua parte, conține un studiu de caz care prezintă evoluția acestor indicatori în perioada 2018-2020, la principalele entități economice din sectorul HORECA, din România, listate la Bursa de Valori București. Prin analiza acestor indicatori, dorim să arătăm cum a influențat noul context epidemiologic sănătatea financiară a acestor companii.

## 2. Principalii indicatori de sănătate financiară

În vederea analizării situației financiare a unei entități, cei mai semnificativi indicatori care trebuie analizati sunt: rata lichidității generale, rata lichidității imediate, rata solvabilității generale și ratele de rentabilitate financiară (ROE și ROA).

**Rata lichidității generale** este cunoscută în literatura de specialitate ca rata lichidității curente și arată dacă societatea poate să achite drepturile creditorilor pe termen scurt utilizând doar activele circulante pe care le are în patrimoniu, conform relației:

$$R_{Lg} = \frac{\text{Active Circulante}}{\text{Datorii pe termen scurt}}, \quad \text{unde: } R_{Lg} = \text{Rata lichidității generale}$$

Din punct de vedere al rezultatului obținut valoarea acestei rate trebuie să fie peste 1 (cuprins între 1,5-2) astfel încât societatea să fie protejată de apariția insuficienței de trezorerie (Onofrei, 2004). În situația în care nivelul ei este subunitar, apare lipsa de lichiditate care duce la incapacitatea societății de a-și onora plățile.

**Rata lichidității imediate** (rata capacității de plată imediate) evidențiază competența societății de a-și rambursa datoriile care urmează a fi scadente într-un termen scurt din disponibilitățile bănești deținute în conturile bancare și casă. Nivelul minim recomandat este de 0,3. De asemenea, aceasta realizează

corespondența dintre elementele cele mai lichide ale activului cu obligațiile imediat exigibile ale pasivului (Droj, 2019), determinându-se astfel:

$$R_{Li} = \frac{\text{Disponibilități bănești}}{\text{Datorii pe termen scurt}}, \quad \text{unde: } R_{Li} = \text{Rata lichidității imediate}$$

Un nivel crescut al acestei rate evidențiază o lichiditate, respectiv o solvabilitate ridicată, însă acest fapt poate fi consecința unei utilizări mai puțin performante a resurselor disponibile (Robu, 2001).

**Rata solvabilității generale** măsoară gradul în care întreprinderea face față datoriilor sale, indicând în ce măsură datoriile totale sunt acoperite de către activele totale ale întreprinderii. Cu cât rata solvabilității globale este mai mare decât 1, cu atât situația financiară a firmei este mai bună (Isfanescu, 2002) și se obține aplicând formula:

$$R_{sg} = \frac{\text{Active totale}}{\text{Datorii totale}}, \quad \text{unde: } R_{sg} = \text{Rata solvabilității generale}$$

Rata solvabilității generale ilustrează în același timp securitatea de care beneficiază creditorii atât pe termen lung cât și pe termen scurt, precum și marja de creditare a întreprinderii. În situația în care societatea deține o valoare a ratei mai mare decât 1,5 denotă faptul că are capacitatea de a-și achita obligațiile bănești, imediate și îndepărtate, față de terți. În plus, rata situată sub acest interval semnifică riscul de insolvabilitate pe care și l-au asumat furnizorii de fonduri puse la dispoziția întreprinderii (Robu, 2001).

**Rentabilitatea financiară (ROE)** reprezintă relația dintre profitul net și capitalurile în calitate lor de surse de finanțare a activității întreprinderii. Aceasta evidențiază capacitatea realizării profitului în urma utilizării capitalului propriu (Petrescu, 2010). Formula de calcul este:

$$ROE = \frac{\text{Profit net}}{\text{Capital propriu}} \times 100, \quad ROE = \text{Rata rentabilității financiare}$$

**Rata rentabilității activelor (ROA)** reprezintă o măsură a profitului pentru fiecare unitate monetară investită în active, evidențiind eficiența modului de utilizare a activelor, luând în calcul profitul net obținut. Se determină conform formulei:

$$ROA = \frac{\text{Profit net}}{\text{Activ total}} \times 100, \quad \text{unde } ROA = \text{Rata rentabilității economice}$$

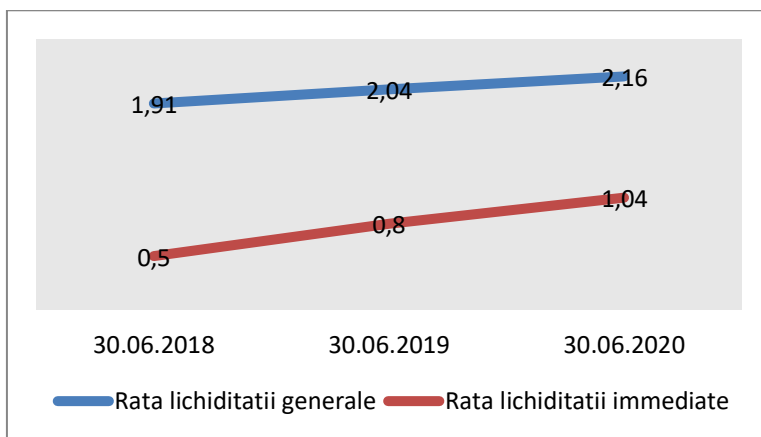
Din punct de vedere financiar, cu cât valoarea ratei rentabilității activelor este mai ridicată, cu atât societatea este mai eficace, demonstrând o bună gestionare a resurselor existente.

### 3. Studiu de caz- Analiza impactului produs de pandemia de COVID, prin intermediul indicatorilor de sănătate financiară

În vederea observării impactului pandemiei actuale asupra societăților din sectorul HORECA din punct de vedere financiar, ne propunem să analizăm indicatorii prezentați din punct de vedere teoretic în capitolul anterior.

Ca bază de studiu am utilizat situațiile financiare semestriale ale celor mai importante firme din domeniul HORECA, listate la Bursa de Valori București, din perioada 30.06.2018-30.06.2020. Astfel studiul nostru se bazează pe analiza a 12 firme din acest sector de activitate și anume: Agro-Palace SA Brașov, Casa de Bucovina-Club de Munte, Balea Estival 2002 SA Neptun, Sif Hoteluri SA, Cicero SA Drobeta Turnu Severin, Turism Hoteluri Restaurante Marea Neagra, Neptun Olimp SA Neptun, Parc SA Caracal, Dorna Turism SA, Palace SA, Turism Covasna SA Covasna, Turism Felix SA, Tusnad SA.

Ca urmare a centralizării rezultatelor obținute la fiecare entitate analizată, am putut să ne facem o imagine de ansamblu asupra modului în care a fost afectat întregul sector HORECA de noul context epidemiologic. Astfel, în graficul nr. 1. putem observa evoluția ratei lichidității generale și a ratei lichidității imediate.



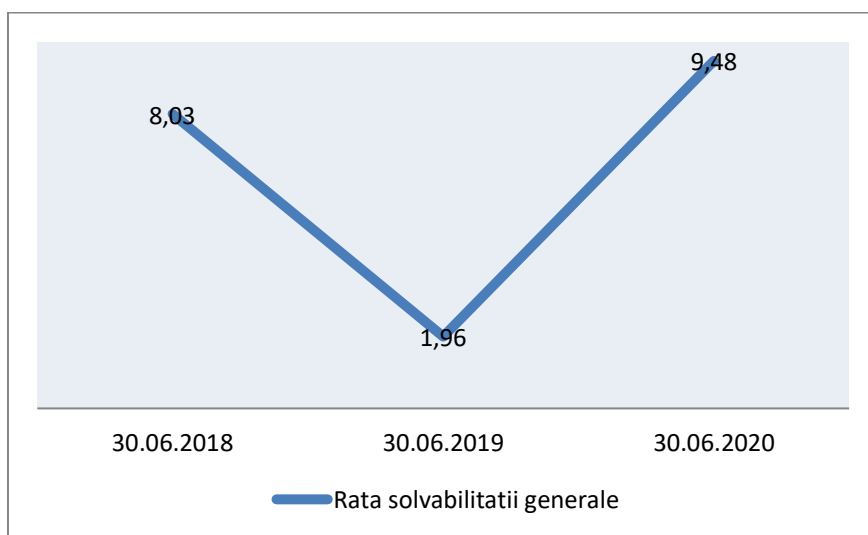
Grafic nr. 1. Evoluția ratelor de lichiditate la societățile din sectorul HORECA în perioada 30.06.2018-30.06.2020

Sursa: realizat de autori

Surprinzător, ratele de lichiditate au o evoluție favorabilă de creștere în perioada analizată. Rata lichidității generale înregistrează valori care se situează în intervalul recomandat (1,5-2), ceea ce arată faptul că societățile analizate au capacitatea de a-și achita datoriile scadente pe termen scurt doar din activele circulante deținute în patrimoniu. Cu cât această rată este mai mare decât 1, cu atât societățile sunt mai protejate de o insuficiență de trezorerie, care ar putea fi cauzată de rambursarea datoriilor pe termen scurt la cererea creditorilor. De asemenea, societățile din sectorul HORECA înregistrează un nivel optim și al ratei lichidității imediate, deoarece în toata perioada de analiza nivelul ratei s-a situat peste valoarea minimă

recomandată de 0,3%. Prin această evoluție reiese faptul că societățile pot să-și ramburseze datoriile scadente pe termen scurt din disponibilitățile bănești existente în conturile bancare și casă. Societățile care nu au prezentat o evoluție favorabilă a ratelor de lichiditate au fost:

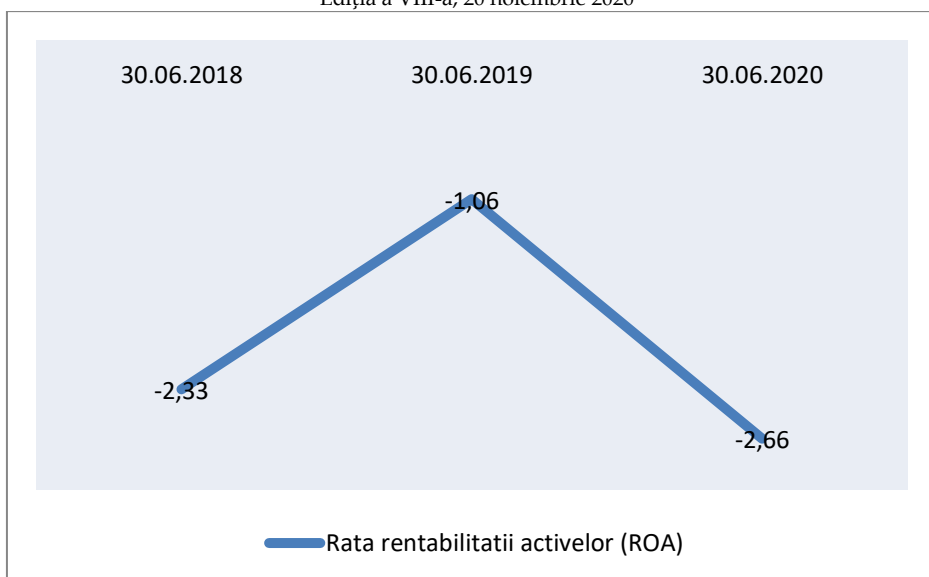
- Balea Estival 2002 SA Neptun cu valori ale ratei lichidității generale de 0.14%, 0.22% și 0.47% și ale ratei lichidității imediate de 0.08%, 0.3% și 0.14%;
- Cicero SA Drobeta Turnu Severin cu valori ale ratei lichidității generale de 0.91%, 0.98% și 0.82% ;
- Dorna Turism SA cu valori ale ratei lichidității generale de 0.14%, 0.23% și 0.12% și ale ratei lichidității imediate de 0.5%, 0.32% și 0.07%;
- Turism Covasna SA Covasna cu valori ale ratei lichidității generale de 0.11%, 0.80% și 0.62% și ale ratei lichidității imediate de 0.03%, 0.30% și 0.42%;



Grafic nr. 2. Evoluția ratei solvabilității generale la societățile din sectorul HORECA în perioada 30.06.2018-30.06.2020

Sursa: realizat de autori

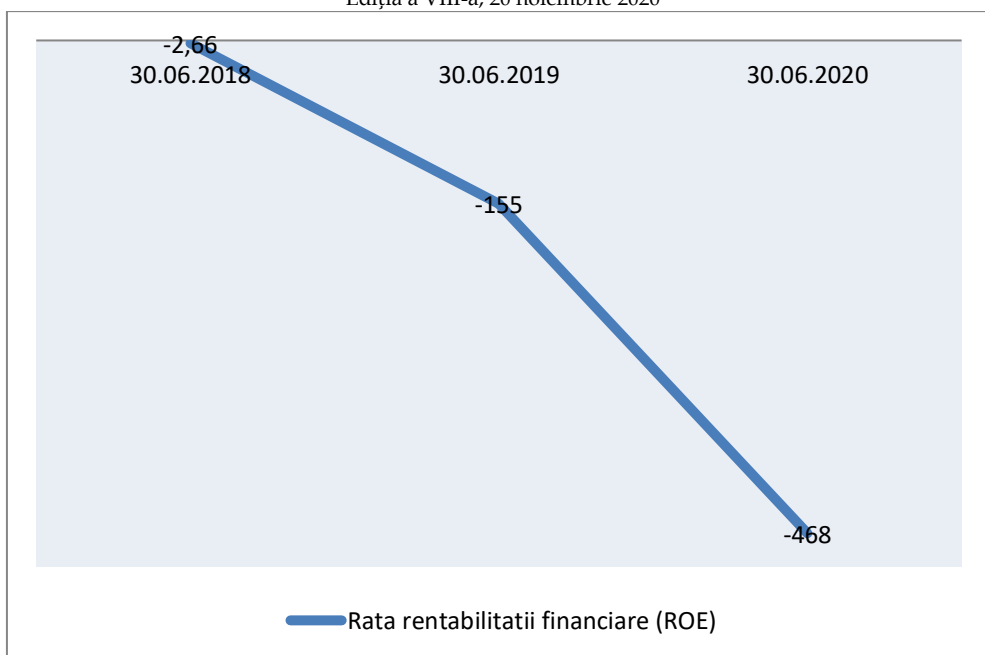
În ceea ce privește solvabilitatea societăților din sectorul HORECA, putem observa în graficul nr. 2. că în întreaga perioadă analizată nivelul indicatorului este supraunitar, aspect favorabil din punct de vedere economic. În anul 2019 a avut loc o scădere de aproximativ 6% pe fondul creșterii substanțiale a datoriilor totale. Creșterea solvabilității entităților la 30.06.2020 este datorată scăderii datoriilor totale, în contextul în care nivelul activului total a rămas aproximativ ca și în anul precedent. Nivelul supraunitar al indicatorului arată că, per ansamblu, entitățile pot să suporte scadențele pe termen mediu și lung. Toate societățile analizate prezintă o evoluție favorabilă a solvabilității.



*Grafic nr. 3. Evoluția ratei rentabilității activelor (ROA) la societățile din sectorul HORECA în perioada 30.06.2018-30.06.2020*  
Sursa: realizat de autori

Din punct de vedere al rentabilității activelor, după cum putem observa în graficul nr. 3., întreg sectorul HORECA prezintă o situație nefavorabilă. Toate societățile analizate în cadrul studiului au înregistrat valori negative și în scădere al acestei rate la jumătatea anului 2020, ceea ce dezvăluie dezechilibrul creat de noul context epidemiologic. Societățile care la 30.06.2018 respectiv 30.06.2019 au înregistrat valori supraunitare ale ratei (Cicero SA, Balea Estival 2002 SA) au decăzut la 30.06.2020 la valori negative. Valorile negative ilustrează o ineficiență a utilizării activelor în vederea obținerii profitului net, fenomen accentuat în 2020.

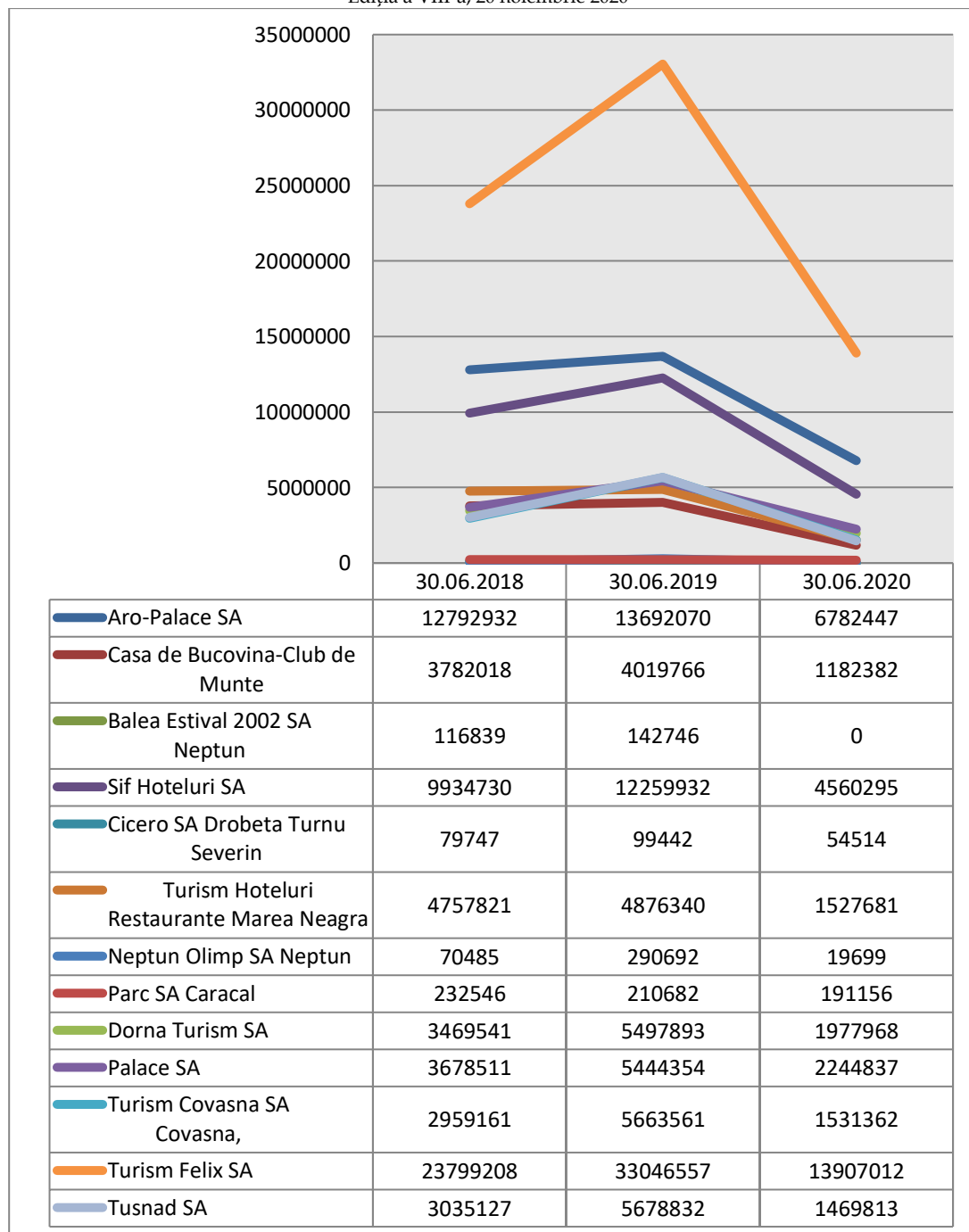




*Grafic nr. 4. Evoluția ratei rentabilității financiare (ROE) la societățile din sectorul HORECA în perioada 30.06.2018-30.06.2020*  
Sursa: realizat de autori

Ultimul indicator analizat și anume rata rentabilității financiare, ne prezintă amplitudinea dezechilibrului creat de pandemia de COVID-19. În graficul nr. 4 se poate vedea scăderea alarmantă a ratei rentabilității financiare pe fondul creșterii pierderii nete cu 15.565.630 lei pe ansamblul societăților analizate și al scăderii capitalurilor proprii.

Impactul negativ al pandemiei actuale se poate observa și prin faptul că cifra de afaceri al acestor entități a scăzut conform graficului nr. 5 cu 55.473.701 lei pe ansamblul entităților analizate



.Grafic nr. 5. Evoluția cifrei de afaceri la societățile analizate în perioada 30.06.2018-30.06.2020

Sursa: realizat de autori

#### 4. Concluzii

Prin intermediul lucrării de față am arătat care a fost evoluția societăților din sectorul HORECA în contextul piedicilor puse de pandemia mondială de COVID-19.

Analizând ratele de lichiditate am putut observa că majoritatea entităților analizate reușesc să își acopere datoriile atât pe termen scurt cât și pe termen lung doar din activele lichide. De asemenea am putut observa că societățile și-au păstrat încă un nivel al solvabilității optim. Cu toate acestea, rentabilitatea societăților a scăzut substanțial în vara anului 2020 atât din punct de vedere al utilizării capitalului propriu, cât și din punct de vedere a utilizării activelor, în vederea obținerii profitului net. Cu toate că per ansamblu datoriile au scăzut, pierderile au fost de 26.077.585. Efectele se văd și la nivelul cheltuielilor cu salarii care au scăzut cu 11.279.119 lei, deoarece din cauza reducerii activității, antreprenorii au fost nevoiți să facă reduceri și la nivel de personal. Rata șomajului în domeniul HORECA a ajuns deja la 60% și este preconizat ca procentul să crească.

Pentru a susține acest sector, Guvernul României a hotărât să plătească șomajul tehnic pentru angajați pe perioada în care activitatea este suspendată. În același timp s-a hotărât să se subvenționeze locurile de muncă menținute la reluarea activității cu 41,5% din salariul de bază corespunzător locului de muncă ocupat. Un alt ajutor acordat de guvern este programul IMM Invest, prin care IMM-urile afectate de pandemia de COVID-19 pot să acceseze credite garantate de stat până la 90%.

În vederea stabilirii unei strategii viitoare, entitățile din domeniul HORECA trebuie să realizeze o analiză financiară minuțioasă pentru a se putea hotărî viitorul societății. În acest context multe societăți au fost nevoite să-și regândească strategiile de promovare, serviciile și produsele oferite pentru a putea să facă față acestui impas. De exemplu unele societăți au început să facă livrări acasă, fapt care le-a permis să-și țină deschise afacerile sau chiar reinventarea afacerilor, astfel încât să continue activitatea.

#### Referințe bibliografice

- Droj Laurențiu (2019) , *Gestiune economică*, note de curs , Oradea;
- Isfanescu Aurel, Robu Vasile (2002), *Analiză economico-financiară*, Biblioteca digitală ASE, București;
- Onofrei Mihaela (2004), *Finanțele întreprinderii*, Editura Economică, București;
- Petrescu Silvia (2010), *Analiză și diagnostic financiar-contabil*, Editura CECCAR, București
- Robu Vasile, Georgescu Nicolae (2001), *Analiză economico-financiară*, Academia de Studii Economice București - Biblioteca digitală, București;
- [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro) -Situații financiare 30.06.2018, 30.06.2019, 30.06.2020 ale societăților: Agro-Palace SA Brașov, Casa de Bucovina-Club de Munte, Balea Estival 2002 SA Neptun, Sif Hoteluri SA, Cicero SA Drobeta Turnu Severin, Turism Hoteluri Restaurante Marea

Volumul Sesiunii de comunicări științifice  
„EMERGING MARKETS ECONOMICS AND BUSINESS”  
Ediția a VIII-a, 20 noiembrie 2020

Neagra, Neptun Olimp SA Neptun, Parc SA Caracal, Dorna Turism SA, Palace SA,  
Turism Covasna SA Covasna, Turism Felix SA, Tusnad SA.

## ASPECTE ALE DISCRIMINĂRII ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ

## ASPECTS OF DISCRIMINATION IN CRISIS SITUATIONS

**Dorin CRĂCIUN**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: [craciundorin@yahoo.com](mailto:craciundorin@yahoo.com)

„Există o singură datorie, un singur curs sigur, și acesta e să încerci să fii corect și să nu te temi să faci sau să spui ceea ce consideri a fi corect ”**Winston Churchill**

***Abstract:** Crisis situations can occur quickly and unexpectedly, causing serious social, psychological and economic damage. Imagine an invisible avalanche whose global burden we all feel through the gradual loss of identity and health. Beyond the protective mask that hides our features when leaving our houses we can not appreciate the long-term effects of this state of uncertainty. The inertia of such an attack on humanity is impossible to calculate. Sometimes the struggle for survival leads to irrational situations and, in addition to social distancing, we end up facing human distancing as victims of discrimination in the workplace. Affected by the continuous degradation of the level of training of human resources, the lucrative environment is witnessing the departure of specialists without finding the necessary interest in the young people who come after. This paper examines this outbreak of discrimination in the face of generational change, studying a recent case from a public institution, sounding the alarm, presenting aggravating factors and how decisions made without respecting the law can lead to discrimination.*

**Keywords:** crisis; Covid 19; organizations; human resources management; equity; discrimination; age; the experience; sanctions, economic effects.

**JEL Code:** J 710 Labor discrimination

### **1. Introducere**

Într-o lume perfectă oamenii nu ar fi supuși discriminării deoarece regulile ideale nu ar permite acest lucru. Însă fiecare suntem diferiți din clipa în care ne naștem,

acesta fiind probabil cauza inexistenței perfecțiunii. Unde există mai multe persoane apare diversitatea sub forma caracteristicilor privind vârsta, etnia, genul, aspectul fizic, naționalitatea, orientarea sexuală, educația, starea civilă, religia precum și experiențele de viață care ne-au influențat. Aceste deosebiri prezintă specificități, fiecare din noi având o perspectivă distinctă asupra vieții. Modul în care înțelegem mediul înconjurător creează relația cu cei din jur și ne condiționează acțiunile.

*Aristotel*<sup>1</sup> vorbea despre om ca animal social (în lucrarea de filozofie *Politica*) afirmând „limba servește a exprima ce este folositor și ce este vătămător, precum și ce este drept și nedrept. Și această însușire este caracteristică omului, spre deosebire de toate vietățile, așa că singur el are simțirea binelui și a răului, a dreptului și a nedreptului și a tuturor celorlalte stări morale.”

Pe baza caracteristicilor umane s-a format societatea pe care o cunoaștem și din care facem parte. Așa cum arată anumiți autori<sup>2</sup> omul trăiește în comunitate cu semenii săi iar explicația stării de socialitate se bazează atât pe o motivație instinctuală cât și pe una rațională (societatea ca produs al rațiunii, al calculului). Sociologul R. Merton<sup>3</sup> susținea că societatea își păstrează echilibrul în virtutea „valorilor fundamentale, însușite de către majoritatea indivizilor, valori ce orientează fiecare individ spre reflectarea normelor conviețuirii în comun”.

Un studiu<sup>4</sup> referitor la diversitate arată că „societatea umană s-a dezvoltat pe baza acestor schimbări ale ființelor umane și a nevoilor lor (Dobrotă 1999)”, pentru că, după cum spune o lege de bază a economiei – nevoile umane<sup>5</sup> sunt nelimitate și astfel suferă transformări continue.

Diversitatea a venit însă la pachet cu discriminarea, cele doua noțiuni fiind strâns legate. Termenul discriminare<sup>6</sup> a apărut la începutul secolului al XVII-lea în limba engleză. Provine din termenul latinesc „discriminat”- care înseamnă „se distinge între”. Conform Wikipedia<sup>7</sup> „de la războiul civil american (1861- 1865), termenul „discriminare” a evoluat în general în utilizarea limbii engleze americane ca înțelegere a tratamentului prejudiciabil al unei persoane bazat exclusiv pe rasa sa, generalizat ulterior ca apartenență la un anumit grup social sau categorie socială nedorită”.

Discriminarea există din cele mai vechi timpuri și nu doar la nivel individual. Conform unui articol publicat în 2020 de Dobre A.<sup>8</sup> „majoritatea popoarelor au trecut prin discriminarea etnică sau rasială, cu sau fără substrat religios, cel puțin într-o perioadă istorică a existenței lor. Globalizarea este o realitate și un proces

<sup>1</sup> Jonathan Barnes, *Aristotel*, Ed. Humanitas, 2006

<sup>2</sup> Bocancea, Cristian, Neamțu, George. *Elemente de asistență socială*. Iași: Polirom, 1999 p. 16

<sup>3</sup> R.Merton, *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Plon, Paris, 1965, p.140-142)

<sup>4</sup> <https://www.britishcouncil.ro/sites/default/files/ghid-respecting-diversity.pdf>

<sup>5</sup> Niță Dobrotă – coordonator – *Dicționar de Economie*, Editura Economică București, 1999, pag. 324 -325.

<sup>6</sup> "Definition of discrimination; Origin". Oxford Dictionaries. Oxford University. Retrieved January 14, 2013.

<sup>7</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/Discrimination>

<sup>8</sup> <https://www.contributors.ro/cateva-consideratii-asupra-discriminarii/>

practic aproape ireversibil, iar migrația, discriminarea etnică și rasială, ca părți importante ale globalizării, se cer a fi clarificate, rezolvate printr-o educație în ambele sensuri, în ambele tabere, în condiții de egalitate de tratament, egalitate de drepturi, libertăți și obligații (oamenii uită mereu că au și obligații nu doar drepturi și libertăți)”.

În manualul „Educație pentru democrație”<sup>9</sup> se arată că „la fel ca drepturile naturale, drepturile omului se axează pe persoană. Toate ființele sunt înzestrate cu demnitate umană și cu dreptul de a trăi în libertate și de a se bucura de drepturile lor fără discriminare. Statul servește individul, nu invers. Libertatea personală le oferă indivizilor dreptul de a-și dezvolta personalitatea în mod liber, incluzând alegerile importante ale vieții precum valori, parteneri, profesii, etc.”

Organizațiile care urmăresc succesul sau doresc să atingă integral scopurile pentru care funcționează (cum este cazul instituțiilor publice) trebuie să recunoască, să accepte și să exploateze avantajele diversității angajaților.

Oamenii reprezintă una dintre cele mai importante investiții ale unei organizații, un atú ale cărui rezultate devin evidente în timp. Organizațiile alocă resurse importante pentru a forma angajați corespunzători iar datorită costurilor antrenate nu numai remunerarea personalului, ci și angajarea, menținerea și dezvoltarea personalului devin aspecte esențiale în resursele umane. „Creșterea” oamenilor s-a dovedit a fi calea sigură ce poate garanta competitivitatea, viitorul dar și supraviețuirea unei organizații în situații critice.

Angajații conștiincioși, bine pregătiți, „oamenii de bază” cum mai sunt denumiți - fac diferența „prin creativitatea de care dau dovadă, prin experiența acumulată și prin atașamentul lor față de organizație și valorile acesteia. Ei constituie piesele principale ale unui angrenaj viu deoarece vizibilitatea unei instituții poate depinde de calitatea muncii și de nivelul de implicare a acestor oameni.”<sup>10</sup>

Desigur acest angrenaj funcționează în anumite condiții considerate normale. În situația schimbării dramatice a acestora, datorită unor crize puternice, relațiile sociale la nivelul locului de muncă pot cunoaște modificări imprevizibile.

În studiul<sup>11</sup> realizat în luna aprilie 2020 de Institutul de Cercetare a Calității Vieții (ICCV)<sup>12</sup> cu titlul „Calitatea vieții în timpul pandemiei: probleme și politici de răspuns” se afirmă că „la apariția crizei sanitare COVID 19, omenirea s-a trezit într-un context nou, cu totul neobișnuit, total atipic pentru civilizația existentă. În ciuda forței inimaginabile a noilor tehnologii inteligente, sofisticate, avansate pe care le deține, omenirea s-a văzut brusc neputincioasă în fața noii provocări, fără precedent în istorie.”

<sup>9</sup> <https://www.living-democracy.com/ro/textbooks/volume-1/part-1/unit-3/chapter-6/lesson-2/>

<sup>10</sup> <http://www.managerexpress.ro/companie/hr/talentele-unde-gasim-talentele-si-cum-le-atragem.html>

<sup>11</sup> <https://acad.ro/SARS-CoV-2/doc/d01-CalitateaVietii.pdf>

<sup>12</sup> cea mai importantă instituție de cercetare științifică dedicată calității vieții și politicilor sociale din România. ICCV face parte din rețeaua de cercetare a Academiei Române și este membru al Institutului Național de Cercetări Economice „Costin C. Kirișescu”.

Studierea discriminării din punct de vedere istoric și conceptual ar necesita foarte mult timp, motiv pentru care lucrarea de față se referă doar la discriminarea la locul de muncă prin tratament inegal al persoanelor aflate în situații similare, în situații de criză.

## **2. Rolul crizelor în creșterea discriminării**

Chiar dacă omenirea a mai trecut prin dezastre naturale (furtuni, inundații, uragane, cutremure), biologice (epidemii și pandemii) sau generate de oameni (scurgeri toxice, radiații, atacuri cu bombă, evenimente legate de război, proteste etc.) nici una nu a avut întinderea și rapiditatea manifestate de actuala pandemie.

Referindu-se la tulburările sociale și la modul în care acestea pot afecta psihic importante colectivități umane (organizații, regiuni, state etc.), cercetătorii Allen H. Center și Patrick Jackson, în lucrarea lor *Practica relațiilor publice*<sup>13</sup>, susțin că situațiile de criză sunt „o luptă sau un conflict extrem de stresante cu un mediu adversativ, marcată de un potențial periculos (...) care poate duce la dezastre financiare sau pierderi de vieți omenești, după care lucrurile nu vor mai fi niciodată ca înainte”.

Profesorul Dinga E. arată<sup>14</sup> că „riscurile acestei pandemii au generat măsuri de reacție instituțională (răspuns public) și personală (răspuns privat) care au introdus, în toate țările, restricții de comportament și inter-acțiune socială care afectează șase aspecte ale existenței umane: a) relația de echilibru libertate – securitate la nivel individual; b) relația inter-personală a cooperării sociale; c) diviziunea socială a muncii; d) relația individ – stat; e) formele de acțiune culturală (educație/învățământ, cercetare/știință, cultură) și f) formele de acțiune religioasă.” Thierry Pauchant și Ian Mitroff consideră<sup>15</sup> că într-o situație de criză: „întregul sistem este atât de afectat încât existența sa fizică este amenințată; în plus, valorile de bază ale membrilor sistemului sunt amenințate într-o asemenea măsură încât indivizii sunt obligați fie să realizeze caracterul eronat al acestor valori, fie să dezvolte mecanisme de apărare împotriva acestor valori.” Într-o altă opinie, Coman C.<sup>16</sup> susține că efectele devastatoare ale unei crize sunt asemenea unei rupturi, „afectează fizic sistemul, ca un tot unitar, și îi amenință principiile de bază, conștiința de sine și nucleul existenței”.

Ceea ce trebuie subliniat este faptul că această criză globală se suprapune peste problemele de sistem cu care țara noastră se confruntă de foarte mult timp.

---

<sup>13</sup> Allen H. Center, Patrick Jackson – *Practica relațiilor publice*, 1995, Prentice Hall, Englewood Cliffs, p. 434, apud *Comunicarea de criză. Tehnici și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2009, p. 16

<sup>14</sup> O schiță a societății umane post-pandemia COVID-19, <https://institutlevant.ro/programe-si-proiecte/cum-va-arata-lumea-dupa-pandemie/o-schita-a-societatii-umane-post-pandemia-covid-19/>

<sup>15</sup> Thierry Pauchant, Ian Mitroff – *Transforming the Crisis-Prone Organization...*, Jossey-Bass Publ., San Francisco, 1992, p. 12, apud Cristina Coman – Op. cit., p. 17

<sup>16</sup> Coman Cristina–*Relațiile publice. Principii și strategii*, Iași, Editura Polirom, 2006, p.121



Statul român nu și-a asumat responsabilitatea pentru dezvoltarea social-economică a țării și actualmente nu există un proiect național de dezvoltare. În 2018 problemele prioritare semnalate de Coaliția pentru Dezvoltarea României<sup>17</sup> erau :

- „Lipsa forței de muncă, în special a celei calificate, atât din punct de vedere numeric (ca urmare a evoluției demografice dublate de emigrare), cât și din punct de vedere calitativ (sistem educațional neadaptat nevoilor actuale) și al atitudinii față de muncă;
- Lipsa predictibilității legislative, a transparenței și a dialogului real dintre decidenții de la nivel local și central și mediul de afaceri, lucru care generează, pe termen lung, politici economice neadaptate ritmului de dezvoltare a inițiativei private;
- Birocrația sufocantă care rezidă în bună parte din lipsa digitalizării serviciilor publice furnizate de autoritățile statului (în special de ANAF);
- Imaginea generală proastă a României în exterior, în discordanță cu potențialul real al țării, ceea ce duce la probleme mari în zona exporturilor, a investițiilor straine și a turismului;
- Creșterea nesustenabilă (deși necesară și dorită) a salariilor, în special în zona bugetară, care atrage automat creșterea salariilor în zona privată, fără o cuplare însă la productivitate.”

Aceste aspecte<sup>18</sup> nu erau o noutate și așa cum se întâmplă în orice boală cronică, suferința se adâncește și se agravează.

Într-o societate democratică funcțională, statul ar dispune de inteligența personalului din instituțiile publice pentru a eficientiza sistemul și ar avea parghiile necesare pentru a răspunde provocărilor de orice natură. Chiar dacă puterea<sup>19</sup> este împărțită pe baza principiului separării și echilibrului puterilor în stat, cum afirmă Arun G.<sup>20</sup> „clasa politică nu poate fi ordonată doctrinar decât de capilarele societății. Numai că societatea e încorsetată într-o tranziție oarbă, în care valorile sînt confundate cu directorii de opinie pe care i-a creat și îi promovează deșănțat cea mai mare parte a mass-media”.

Un raport<sup>21</sup> al Comisiei Europene din martie 2018 evidențiază într-o analiză economică modul în care reușesc guvernele țărilor din blocul european să pună în aplicare recomandările făcute de Bruxelles. Raportul privitor la România a fost unul foarte critic deoarece guvernarea din acel moment nu a respectat aproape nicio recomandare făcută de Comisie în anul anterior.

---

<sup>17</sup> Coaliția pentru Dezvoltarea României (CDR) este o inițiativă privată, apolitică, alcătuită din cele mai reprezentative organizații ale mediului de afaceri din România. CDR este construită ca un acord de colaborare prin participarea colectivă a membrilor săi, fiecare dintre aceștia remarcându-se printr-o poziționare solidă ca organizații

<sup>18</sup> [https://economie.hotnews.ro/stiri-finante\\_banci-22344225-5-probleme-puse-agenda-guvernului-catre-oamenii-afaceri-lipsa-forței-munca-lipsa-predictibilității-legislative-birocrația-sufocantă-imaginea-proastă-româniei-exterior-creșterea-economica-nesustenabila.htm](https://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-22344225-5-probleme-puse-agenda-guvernului-catre-oamenii-afaceri-lipsa-forței-munca-lipsa-predictibilității-legislative-birocrația-sufocantă-imaginea-proastă-româniei-exterior-creșterea-economica-nesustenabila.htm)

<sup>19</sup> <http://info.gov.ro/arhitectura-puterii/>

<sup>20</sup> <https://www.dw.com/ro/o-nou%C4%83-pesedizare-a-psd/a-55515723>

<sup>21</sup> <https://adevarul.ro/economie/stiri-economice/comisia-europeana-arata-rezultatele-guvernării-psd-alde-saracie-acces-limitat-educatie-sanatate-mare-parte-populatie-coruptie-infrastructura-precară-1>

În ultimii patru ani funcționarea tuturor instituțiilor create în procesul de aderare al României la UE, în primul rând a celor care asigură independența Justiției și lupta împotriva corupției a fost amenințată. În cazul <sup>22</sup> în care conducerile lor au rezistat presiunilor politice, clasa politică interesată a schimbat legile de funcționare. Pe hârtie există Consiliul Național al Audiovizualului, Agenția Națională Anticorupție, Avocatul Poporului, Consiliul de Combatere a Discriminării și multe altele, la fel ca în oricare altă capitală occidentală. În realitate, nici una dintre acestea nu au funcționat normal, fiind mai mult simple forme fără fond, integral controlate politic. Până și Curtea Constituțională a fost arondată politic, într-un fel fără precedent în istoria recentă a României. Implicarea politicului a mers mult mai departe și într-un mod mult mai subtil decât se cunoaște. Când fiecare regim politic numește în fruntea instituțiilor publice persoane a căror competență constă doar într-un anumit grad de rudenie, prietenie ori simpatie iar aceștia la rândul lor fac același lucru pe scara ierarhică inferioară, este nefiresc să ai așteptări ignorând meritocrația și acceptând nerespectarea legislației în vigoare. Dacă s-ar fi respectat principiile de bază ale statului de drept, un eveniment<sup>23</sup> ca 10 august 2018 nu ar fi existat în România. Clientelismul politic a născut monștri ai căror interese personale au fost prioritare iar efectele negative se vor vedea în viitor dacă nimeni nu va avea curajul și capacitatea de a așeza lucrurile pe un curs firesc.

### 3. Exemple de discriminare.

Exemplul studiat este Jandarmeria Română, o instituție militară care, atât în teorie cât și în practică, ar trebui să fie intangibilă la toate provocările mediului politic. Am identificat trei aspecte în care discriminarea este prezentă în această instituție :

#### A. Discrepanța salarială între angajații din aceeași instituție, conform unei așa numite clasificări în structuri operative și structuri suport

Aceste sintagme deși sunt frecvent uzitate în mediul profesional din jandarmerie, nu au fost definite în cuprinsul vreunui act normativ. Delimitarea se face însă în raport cu exercitarea atribuțiilor concrete de către jandarmii din cadrul structurilor operative, spre deosebire de structurile așa-zis „neoperative” – aici includem structurile suport (logistică, financiar, resurse umane, etc.) Cu toate că fără aportul personalului din așa zisele structuri neoperative, cei din categoria operativă nu și-ar putea desfășura activitatea, diferențele salariale sunt așa mari încât prea puține cadre militare doresc să lucreze în aceste domenii unde este o foarte mare nevoie de specialiști, de seriozitate și de numeroase cunoștințe tehnice, financiare, juridice. O evaluare obiectivă arată faptul că fiecare funcție este importantă în felul ei, specializările relații cu publicul, relații publice, juridic, resurse umane, formare profesională și structura de securitate fiind poate mult mai stresante prin răspundere și volumul de muncă mare, cu termene mai strânse decât activitățile din operativ.

---

<sup>22</sup> <https://www.dw.com/ro/liviu-dragnea-si-deraiera-romaniei-de-pe-ecartamentul-european>

<sup>23</sup> [https://ro.wikipedia.org/wiki/Protestele\\_anticoruptie\\_din\\_România\\_din\\_2017-2019](https://ro.wikipedia.org/wiki/Protestele_anticoruptie_din_România_din_2017-2019)

Datorită plecărilor din sistem și a tracasărilor la care este supus acest personal, blocarea funcționalității unor unități este iminentă. Cauza preponderentă este una de imagine publică politică, fiecare ministru de interne, la numirea în funcție declarând cu emfază că va scoate personalul de la birouri în stradă, ca și cum cei de la birouri ar fi inutili. Acest lucru denotă o necunoaștere a rolului și al răspunderii pe care o au oamenii din birourile respective.

12 ianuarie 2020<sup>24</sup>: „Ministrul de Interne, Marcel Vela a anunțat că luna aceasta va prezenta o propunere de eficientizare și restructurare a M.A.I, astfel încât acest minister să crească în percepția românilor privind încrederea. Vela a spus că a constatat că sunt prea mulți polițiști în birouri și prea puțini în stradă, iar cei din stradă nu sunt bine dotați.”

### **B. Acordarea majorărilor salariale pentru lucrări de excepție sau misiuni speciale<sup>25</sup>.**

Recompensarea personalului prin salarii, stimulente și ajutoare ar trebui făcută în corelație cu îndeplinirea sarcinilor de muncă în organizație. Fiecare instituție ar trebuie să își elaboreze, dezvolte și perfecționeze sistemele de salarizare și de recompensare pentru munca depusă, conform rezultatelor obținute de fiecare angajat.

Dacă pentru polițiștii de penitenciare care fac parte din aceeași familie ocupațională, condițiile de acordare sunt stabilite printr-un act normativ care este public, pentru personalul Ministerului Afacerilor Interne acestea sunt secretizate pentru a nu avea acces la ele oricine ar putea sesiza faptul că anumite persoane primesc repetat acest bonus salarial fără să îndeplinească condițiile specificate. Aceste condiții sunt similare pentru ambele categorii și așa cum reiese din actul normativ public al sistemului penitenciar, trebuie îndeplinite următoarele criterii: cunoștințe profesionale și abilități, calitatea, operativitatea și eficiența activităților desfășurate, perfecționarea pregătirii profesionale, capacitatea de a lucra în echipă, comunicare, disciplină, rezistența la stres și adaptabilitate.

Salariile de excelență sunt acordate cu preponderență șefilor, procentele cele mai mari, de 40-50% sunt acordate celor cu salariile cele mai mari, notele de fundamentare sunt formale și de multe ori sunt întocmite după nominalizarea beneficiarilor, iar lista beneficiarilor salariilor de lucrări de excepție este „secretă”. Ministerul Afacerilor Interne a dispus ca majorările să fie acordate în proporție de maxim 30% pentru structurile suport (din care maxim 40% funcții de conducere și 60% funcții de execuție) și minim 70% pentru structurile operative (din care maxim 40% pentru funcții de conducere și minim 60% pentru funcții de execuție).

### **C. Folosirea „împuternicirii” de către șefii instituțiilor pentru a numi în diverse funcții cheie persoane apropiate lor, cu încălcarea normelor de drept.**

---

<sup>24</sup> <https://adevarul.ro/news/eveniment/ministrul-interne-marcel-vela-scoate-politistii-birouri-trimite-strada-/index.html>

<sup>25</sup> <https://sindicatueuropol.ro/cum-se-vor-imparti-salariile-de-excelenta/>

În raportul<sup>26</sup> din luna septembrie 2019 realizat în conformitate cu Acordul privind Serviciile de Asistență Tehnică pentru Consolidarea Capacității de Planificare și Bugetare și Sprijinirea Bugetării pe Criterii de Performanță, încheiat între Secretariatul General al Guvernului și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare, se arată că: „În ceea ce privește încadrarea cu personal a posturilor deficitare, care nu au putut fi ocupate prin repartitia promoțiilor, în anul 2018, ca urmare a intrării în vigoare a a OUG nr. 90/2017 privind unele măsuri fiscal-bugetare, modificarea și completarea unor acte normative și prorogarea unor termene, până la data de 31 decembrie 2018, a fost suspendată ocuparea prin concurs sau examen a posturilor vacante sau temporar vacante la nivelul instituției. (art. 14) ”

Prin memorandumuri Guvernul României a aprobat deblocarea a 3.491 posturi vacante în anul 2019 dar conform Notei Raport comune a Direcției Generale Management Resurse Umane, Direcției Generale Financiare și Direcției Generale Juridice din cadrul Ministerului Afacerilor Interne nr. 268778/371335/147702 din 21.11.2019, în data de 26 noiembrie 2019 au fost suspendate toate concursurile de ocupare a funcțiilor de conducere vacante.

Astfel singura modalitate de ocupare pentru o perioadă limitată a unei funcții de conducere o reprezintă împuternicirea. Conform Ordinului M.A.I. nr. 177/2016 privind activitatea de management resurse umane în unitățile militare ale M.A.I. „Împuternicirea reprezintă exercitarea cu caracter temporar a atribuțiilor unei funcții prevăzute cu soldă de comandă, pe un post vacant.”

Raționamentul legiuitorului a fost acela de a asigura parcurgerea succesivă a stagiilor în grade și funcții conferind, în principiu, tuturor, în timp, posibilitatea atingerii celor mai înalte trepte ale ierarhiei militare deoarece profesiei militare îi este asociată o pregătire profesională temeinică precum și dobândirea competențelor și experienței asociate posturilor ierarhice specifice carierei militare. Cu toate că împuternicirea este cu caracter temporar, selectarea personalului pentru o astfel de funcție trebuie să se supună regulilor prevăzute expres în statut și nu ar trebui să fi aleatorii, după bunul plac al conducătorului instituției publice.

Potrivit Ordonanței Guvernului nr. 137 din 31 august 2000 privind prevenirea și sancționarea tuturor formelor de discriminare, se consideră situații de discriminare „orice deosebire, excludere, restricție sau preferință pe bază de rasă, naționalitate, etnie, limbă, religie, categorie socială, ș.a.m.d. precum și orice alt criteriu care are ca scop sau efect restrângerea, înlăturarea recunoașterii, folosinței sau exercitării, în condiții de egalitate, a drepturilor omului și a libertăților fundamentale sau a drepturilor recunoscute de lege.”

Regulamentul de ordine interioară în unitate<sup>27</sup> precizează: „comandantul unității militare este persoana cu autoritate investită legal care exercită actul de comandă asupra personalului structurilor subordonate... El reprezintă unitatea militară și

<sup>26</sup> [https://sgg.gov.ro/new/wp-content/uploads/2019/11/MAI\\_RO.pdf](https://sgg.gov.ro/new/wp-content/uploads/2019/11/MAI_RO.pdf)

<sup>27</sup> aprobat prin ordinul Ministerului Apărării Naționale nr. 38 din 15.03.2016

trebuie să fie un model de exigență, moralitate, pregătire profesională, fermitate, inițiativă și principialitate”

Ce se întâmplă într-o situație de criză în care conducătorul instituției consideră din motive subiective că nu va răspunde legal, indiferent ce decizie ia, fără să aibă la bază o analiză și o evaluare corectă? Cu siguranță suntem în fața unui caz de discriminare.

Egalitatea de șanse este unul din principiile care ar trebui să caracterizeze orice societate democratică ce se bazează pe respectarea drepturilor și libertăților cetățenești. Acest principiu este indispensabil dezvoltării holistice și durabile a societății și punerii în practică a drepturilor omului. În sens larg, egalitatea de șanse se referă la oferirea aceluiași tratament și garantarea acelorași condiții de succes pentru orice persoană, indiferent de caracteristicile sociale pe care le are

Orice abatere sau intenție de abatere de la acest principiu dă naștere unei situații de discriminare. Aceasta se poate manifesta în mod direct – atunci când o persoană beneficiază de un tratament mai puțin favorabil decât ceilalți care sunt în situații comparabile, sau în mod indirect – atunci când o prevedere, un criteriu sau o practică aparent neutră dezavantajează anumite persoane excepție făcând situațiile în care acestea sunt justificate obiectiv de un scop legitim.

#### **4. Efectele discriminării**

Un prim efect este deteriorarea relațiilor inter-umane din cadrul instituției. Nu putem să nu ne întrebăm dacă poate fi vorba de efectele Sindromul Hybris<sup>28</sup> respectiv la faptul că există „persoane care manifestă o schimbare semnificativă de personalitate, în sens negativ, odată cu dobândirea unei funcții de conducere sau când acced la o poziție în societate care le conferă putere. Se poate întâmpla acest lucru în politică, în afaceri sau în orice alt domeniu. Persoane care, brusc, par a pierde contactul cu lumea în care trăiesc, își supraestimează competențele și capacitățile, devin intoleranți și disprețuitori față de ceilalți, nu ezită să facă abuz de putere, ignorând, cu bună știință, regulile, legile, bunul simț, fără a fi interesați de “costuri” și consecințe”.

Situația se deteriorează atunci când respectivul șef al instituției începe să submineze autoritatea instituției, pentru a exercita un control mai direct și mai extins. O astfel de atitudine distorsionată, arogantă conduce la demoralizarea celor din jur, adesea generând și stări conflictuale între cei apropiați. Sau cum se spune, acolo unde se sfârșește legea, începe tirania.

Dacă favorizarea cercului de apropiați devine foarte vizibil, cei care se simt discriminați vor pleca chiar dacă sunt foarte buni specialiști în domeniile lor. Pentru că aceștia vor fi marginalizați, vor fi încărcăți cu sarcini suplimentare și nu vor fi recompensați. Practic găsi nici cea mai mică motivație în ceea ce privește continuarea muncii.

---

<sup>28</sup> <https://destepti.ro/sindromul-hybris-de-ce-si-cum-se-schimba-unii-oameni-cand-li-se-ofera-functii-si-putere-excesul-de-putere-principala-cauza-a-coruptiei?>

Un alt efect constă în scăderea randamentului personalului și implicit, a ratării obiectivelor instituționale. Dacă se adoptă principiul „lasă că merge și așa” fără să se pună accentul pe experiență și cunoștințe, rezultatul va fi deprofesionalizarea continuă și perpetuarea greșelilor.

Un alt efect se materializează în pagube financiare. Persoanele care se consideră nedreptățite pe bună dreptate vor acționa instituția în judecată solicitând despăgubiri pentru prejudicii morale cuantificabile în sume bănești care sunt de regulă semnificative.

## 5. Concluzii

Discriminarea este instrumentul supraviețuirii omului involuat, dar nu va fi niciodată un instrument al evoluției umanității. Grav este faptul că discriminarea în timp de criză are un risc de contagiare mai mare decât discriminarea în condiții normale. Discriminatorul se bazează pe faptul că nimeni nu își va risca sănătatea pentru a verifica în teren modul în care vinovatul a respectat sau nu legislația când a luat decizii pârținitoare sau cu rea-credință. Ceea ce este un lucru grav. Discriminarea (sub orice formă) este reacție la o stare de conștientizare sau acceptare a fricii, că altul decât tine poate fi mai bun, poate avea mai mult decât ai tu. O comunitate bazată pe drepturile omului se bazează pe bunăvoința și abilitatea noastră de a ne asuma responsabilitatea pentru comportamentul nostru și pentru nevoile celorlalți.

Responsabilitatea este strâns legată de libertate, egalitate, identitate, reguli și lege și conflict.

Egalitatea de șanse are la bază asigurarea participării depline a fiecărei persoane la viața economică și socială, fără deosebire de origine etnică, sex, religie, vârstă, dizabilități sau orientare sexuală. Egalitatea de șanse are la bază standardele stabilite prin numeroase directive adoptate de către Uniunea Europeană

Diferențele de opinie, nevoile și interesele concurente și conflictele fac parte din viața omului și în mod special din societățile pluraliste. Scopul legilor este acela de a reflecta și proteja drepturile omului și de a stabili reguli procedurale pentru soluționarea conflictului și pentru procesele de luare a deciziilor politice. Regulile servesc aceluiași scopuri. A trata două persoane în mod egal nu înseamnă a le trata la fel! Dimpotrivă! A asigura egalitatea de șanse înseamnă să iei în considerare contextul specific care influențează persoana în cauză și să permiți fiecărui individ să își folosească întregul potențial, fără a-i impune limitări care nu sunt întotdeauna specifice persoanei sale, ci genului sau categoriei din care face parte.

Din păcate, anul 2020 a însemnat o înghețare a a relațiilor sociale. Este probabil ca această stare de fapt să se agraveze odată cu agravarea pandemiei de COVID-19, deoarece încetinirea creșterii economice are tendința de a exacerba inegalitățile. Și să provoace apariția situațiilor de discriminare.

Ceea ce trebuie să reținem este faptul că pentru îndeplinirea scopului de înțelegere și rezolvare a problematicei discriminărilor de orice fel, este nevoie de lideri cu viziune în sprijinul organizației din care fac parte, nu împotriva acesteia.

## Referințe bibliografice

- Allen H. Center, Patrick Jackson – Practica relațiilor publice, 1995, Prentice Hall, Englewood Clifs, p. 434, apud Comunicarea de criză. Tehnici și strategii, Iași, Editura Polirom, 2009, p. 16
- Bocancea, Cristian, Neamțu, George. Elemente de asistență socială. Iași: Polirom, 1999.
- Coman Cristina–Relațiile publice. Principii și strategii, Iași, Editura Polirom, 2006  
<http://info.gov.ro/arhitectura-puterii/>  
<http://www.managerexpress.ro/companie/hr/talentele-unde-gasim-talentele-si-cum-le-atragem.html>  
<https://acad.ro/SARS-CoV-2/doc/d01-CalitateaVietii.pdf>  
<https://adevarul.ro/economie/stiri-economice/comisia-europeana-arata-rezultatele-guvernarii-psd-alde-saracie-acces-limitat-educatie-sanatate-mare-parte-populatie-coruptie-infrastructura-precara-1>  
<https://adevarul.ro/news/eveniment/ministrul-interne-marcel-vela-scoate-politistii-birouri-trimite-strada-/index.html>  
<https://destepti.ro/sindromul-hybris-de-ce-si-cum-se-schimba-unii-oameni-cand-li-se-ofera-functii-si-putere-excesul-de-putere-principala-cauza-a-coruptiei?>  
[https://economie.hotnews.ro/stiri-finante\\_banci-22344225-5-probleme-puse-agenda-guvernului-catre-oamenii-afaceri-lipsa-fortei-munca-lipsa-predictibilitatii-legislative-birocratia-sufocanta-imaginea-proasta-romaniei-exterior-cresterea-economica-nesustenabila.htm](https://economie.hotnews.ro/stiri-finante_banci-22344225-5-probleme-puse-agenda-guvernului-catre-oamenii-afaceri-lipsa-fortei-munca-lipsa-predictibilitatii-legislative-birocratia-sufocanta-imaginea-proasta-romaniei-exterior-cresterea-economica-nesustenabila.htm)  
<https://en.wikipedia.org/wiki/Discrimination>  
[https://ro.wikipedia.org/wiki/Protestele\\_anticoruptie\\_din\\_Romsnia\\_din\\_2017-2019](https://ro.wikipedia.org/wiki/Protestele_anticoruptie_din_Romsnia_din_2017-2019)  
[https://sgg.gov.ro/new/wp-content/uploads/2019/11/MAI\\_RO.pdf](https://sgg.gov.ro/new/wp-content/uploads/2019/11/MAI_RO.pdf)  
<https://sindicatueuropol.ro/cum-se-vor-imparti-salariile-de-excelenta/>  
<https://www.britishcouncil.ro/sites/default/files/ghid-respecting-diversity.pdf>  
<https://www.contributors.ro/cateva-consideratii-asupra-discriminarii/>  
<https://www.dw.com/ro/liviu-dragnea-si-deraierea-romaniei-de-pe-ecartamentul-european>  
<https://www.dw.com/ro/o-nou%C4%83-pesedizare-a-psd/a-55515723>  
<https://www.living-democracy.com/ro/textbooks/volume-1/part-1/unit-3/chapter-6/lesson-2/>  
<https://institutlevant.ro/programe-si-proiecte/cum-va-arata-lumea-dupa-pandemie/o-schita-a-societatii-umane-post-pandemia-covid-19/>
- Jonathan Barnes, *Aristotel*, Ed. Humanitas, 2006
- Niță Dobrotă – coordonator – Dicționar de Economie, Editura Economică București, 1999
- R.Merton, *Éléments de théorie et de méthode sociologique*, Plon, Paris, 1965
- Thierry Pauchant, Ian Mitroff – *Transforming the Crisis-Prone Organization...*, Jossey-Bass Publ., San Francisco, 1992

# ATRAGEREA ISD-LOR ÎN ROMÂNIA ȘI EFECTUL LOR ASUPRA EXPORTURILOR

## ATTRACTING FDI IN ROMANIA AND THEIR EFFECTS ON EXPORTS

**Csilla DARABONT**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: darabont.csilla@yahoo.com

***Abstract:** Foreign direct investments represent an important source of economic growth in Romania. The accession in the European Union has made the industrial and technological developing possible in the country by investors of the greatest economies. Due to FDI, the country's products are largely present on the international market. A representative part of the exports is made through the FDI subsidiaries, increasing the rate of the country's international trade. The most affected domain by the FDI in Romania is the manufacturing industry, the biggest investments in the country being made there and this accounts for the bulk of export goods.*

**Keywords:** Foreign Direct Investments; foreign capital; export; transnational corporation, international trade.

**JEL Code:** F1 ; F4

### 1. Introducere

Investițiile străine directe sunt o sursă de creștere economică durabilă în România, din acest motiv legislația română nu mai limitează nivelul maxim al capitalului străin în cadrul unei societăți românești. Prin procesul de aderare al României în Uniunea Europeană în 01.01.2007, România a început o activitate dinamică spre economia de piață și o dezvoltare macroeconomică. În procesul de dezvoltare și de modernizare, crearea unei mediu favorabil pentru investițiile străine directe a reprezentat un factor esențial pentru România. Prin intermediul ISD-lor economia țării este mult mai dezvoltată, dinamică și domeniul de cercetare-dezvoltare în cadrul firmelor este mult mai avansată.



## 2. Investițiile străine directe în România

Prin intermediul ISD-lor, România a primit acces pentru strategii manageriale moderne, pentru dezvoltare tehnologică mult mai amplă, întreprinderile mici și mijlocii au primit exemple de bune practici pentru strategii de export, infrastructura țării a constatat anumite îmbunătățiri și țara a dobândit acces la piața occidentală. Aderarea României în Uniunea Europeană a făcut posibil ca investitorii din țările dezvoltate să fie atrași în țară.

Prin prezența ISD-lor pe teritoriul României, a crescut numărul locurilor de muncă, PIB-ul țării, nivelul exporturilor țării etc. Astfel, România crează continuu un cadru avantajos pentru investitori străini.

Înainte de aderarea României la Uniunea Europeană mediul de afaceri din țară nu a fost atrăgător pentru investitorii străini, nivelul privatizării marilor întreprinderi a fost foarte redus, investițiile publice au fost limitate, precum și accesul la legături aeriene și la băncile comerciale. Din acest motiv intrările de ISD și capitalurile străine au fost relativ reduse față de alte state din Estul Europei.

Pe lângă aceste frâne în calea atragerilor de ISD pe teritoriul României au apărut probleme mari privind instabilitatea legislativă, fiscalitatea, birocrăția și în cel mai mare nivel lipsa de predictibilitate.<sup>1</sup>

După aderarea României la UE, aceste probleme au fost diminuate în mare parte sau au fost corijate și România a devenit o oportunitate de piață pentru investitori străini.

Procesul de aderare a României în Uniunea Europeană a început chiar din anul 1993<sup>2</sup>, când situația țării încă a fost perturbată din cauza perioadei tranziției de la comunism. După statisticile realizate de Banca Națională a României<sup>3</sup>, după 11 ani de la depunerea dosarului de aderare la UE, nivelul fluxurilor ISD în anul 2006 a fost de 9 miliarde de euro.

Această intrare de capital străin în economia românească a favorizat dezvoltare și crearea unui mediu prielnic în țară atât pentru aderarea la UE, cât și pentru acceptarea altor investiții străine directe pe teritoriul țării.

---

<sup>1</sup> După: Anghel E. Ion, *Investițiile străine directe în România*, Ed. Expert, București, 2002, pp. 91-101

<sup>2</sup> După: Comisia Europeană, link: [https://ec.europa.eu/romania/about-us/eu\\_romania\\_ro](https://ec.europa.eu/romania/about-us/eu_romania_ro), accesat la data de: 07.05.2020

<sup>3</sup> După: Banca Națională Română, link: <https://www.bnr.ro/PublicationDocuments.aspx?icid=9403>, accesat la data de: 07.05.2020

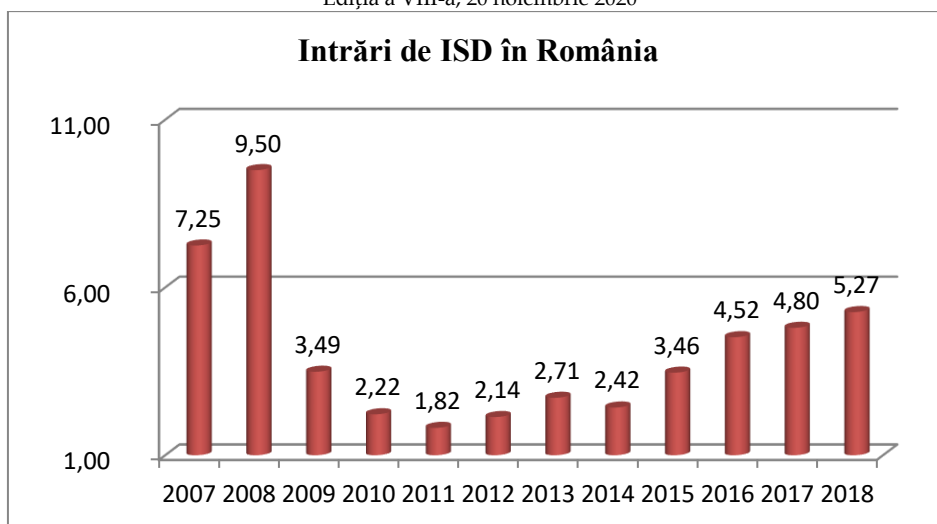


Figura nr. 1. Evoluția fluxurilor de ISD în România, exprimat în miliarde de euro

Sursa: Banca Națională a României, link:

<https://www.bnr.ro/PublicationDocuments.aspx?icid=9403>, accesat la data de:

07.05.2020

Pe baza datelor statistice ale Băncii Naționale a României, în Figura nr. 1 putem vedea cum s-a dezvoltat **fluxul ISD-ilor în România** după aderarea la Uniunea Europeană. În anul aderării, **valoarea ISD-ilor intrate** a fost peste 7 miliarde de euro, iar în anul următor această valoare a crescut cu aproximativ 2,2 miliarde de euro. În anul 2008 s-a fost înregistrat, în România, cel mai considerabil flux de ISD până în prezent, 9,46 miliarde de euro. În anul 2009 efectele crizei mondiale din 2008 deja pot fi văzute și în capitalurile străine intrate în România, fluxul net de ISD a scăzut cu 6 miliarde de euro, și această descreștere a continuat până în anul 2011, când a fost consemnat cel mai mic nivel al ISD-ilor intrate în România după aderare și anume 1,82 miliarde de euro.

Căderea piețelor de capital a atras după sine constrângerea lichidității corporațiilor transnaționale, astfel a scăzut și nivelul ISD-ilor atât pe plan mondial cât și regional. Societățile-mamă au început să retragă profiturile filialelor și sucursalelor din țările gazdă și post-vanzările acestora pentru fie menținerea și consolidarea lor, fie pur și simplu pentru supraviețuirea lor. Astfel, a scăzut foarte mult nivelul investițiilor străine în toate țările-gazdă, precum și în România. În loc să atragă ISD-uri noi, prioritatea ar trebui să fie reprezentată de dezvoltarea capitalurilor străine deja existente în țara lor sau transferarea profitului generat de ISD de la societățile mamă în statele unde s-au realizat investițiile.<sup>4</sup>

Din anul 2012, situația ISD-ilor a început să se restabilească și a debutat o nouă creștere a capitalurilor străine. În anul 2018 nivelul fluxurilor investiții străine

<sup>4</sup> Idee preluată din: Simionescu Mihaela, *Investițiile străine directe și criza economică recentă*, Academia Română, secția a 4-a, 2016, link:

<http://www.ipe.ro/RePEc/WorkingPapers/wpconf161106.pdf>, p. 4

directe în România au atins valoarea de 5,27 miliarde de euro, care este aproape jumătatea nivelului fluxurilor de ISD de anul 2008.

*Tabelul nr. 1. Evoluția PIB-ului României și rata intrărilor de ISD din PIB*

Anul	PIB-ul țării în miliarde de euro	Intrări de ISD în miliarde de euro	Procent ISD din PIB
2008	146,59	9,50	6,48%
2009	125,21	3,49	2,79%
2010	125,41	2,22	1,77%
2011	131,93	1,82	1,38%
2012	133,15	2,14	1,61%
2013	143,80	2,71	1,89%
2014	150,46	2,42	1,61%
2015	160,30	3,46	2,16%
2016	170,39	4,52	2,65%
2017	187,77	4,80	2,55%
2018	204,64	5,27	2,57%

Sursa: Eurostat database, link: <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00001/default/table?lang=en>, accesat la data de: 08.05.2020

În intervalul prezentat de Tabelul nr. 1, produsul intern brut al țării a prezentat o fluctuație minimă. În timp de 10 ani, între anul 2008 și 2018, s-a manifestat o creștere de aproximativ 58 de miliarde de euro. În anul 2008 a fost cel mai mare rata intrărilor de ISD din PIB-ul total, în aceeași an când s-a întâmplat criza mondială. În anul 2009 a fost înregistrată o descreștere atât în valoarea PIB-ului țării cât și în valoarea intrărilor de ISD, iar proporția ISD-urilor din PIB a scăzut mai mult decât valoarea PIB-ului față de anul precedent. Cel mai mic nivel al ratei ISD intrate din PIB a fost înregistrat în anul 2011, când intrările de ISD au reprezentat doar 1,38% din totalul PIB. După scăderea drastică a ISD-urilor intrate în România din anul 2011, următoarea cea mai mare rata de 2,65% din PIB se prezintă în anul 2016, când PIB-ul țării a înregistrat 170,39 miliarde de euro.

Tabelul nr. 1 ne dezvăluie proporția efectului crizei globale din anul 2008 asupra ISD-urilor atrase în România, în sens negativ. Oricât de puternic a crescut PIB-ul țării, participarea ISD-urilor în PIB nu a putut încă să revină la nivelul de dinainte de criză.

### **3. Rolul ISD în influențarea exporturilor în România**

Investițiile străine directe au un impact semnificativ asupra exporturilor efectuate de România, deoarece majoritatea schimburilor de bunuri și servicii sunt efectuate de societăți transnaționale (STN). Cele mai multe schimburi internaționale sunt

realizate în cadrul STN-lor, fiind cei mai importanți actori în economia românească. Pe lângă acest fapt, contul curent al balanței de plăți externe a României a înregistrat în anul 2018 un deficit de 8,96 miliarde de euro, deci valoarea totală a importurilor a depășit valoarea exporturilor. Din acest deficit cea mai mare parte este reprezentată de comerțul cu bunuri în valoare de 2,55 miliarde de euro, iar în domeniul comerțului cu servicii a fost înregistrat un excedent de aproximativ 194 milioane de euro.<sup>5</sup> În acest an contribuția întreprinderilor ISD la totalul exporturilor de bunuri efectuate de România a reprezentat 75%, sumă care este egală cu 48,51 miliarde de euro, iar exportul de servicii efectuate de întreprinderile ISD din totalul exporturilor de servicii al țării au contribuit într-o proporție de 52,7%, adică 12,22 miliarde de euro din punct de vedere valoric. După statisticile efectuate de Banca Națională a României domeniile în care s-au înregistrat cele mai mari niveluri ale exporturilor de bunuri în anul 2018 au fost:

- domeniul industriei cu 44,43 miliarde de euro, în care cel mai mare aport l-a adus industria prelucrătoare (în valoare de 43,4 miliarde de euro) în care cel mai mare aport îl aduce domeniul mijloacelor de transport, mai mult ca 17,8 miliarde de euro.
- comerț cu 3,58 miliarde de euro și
- domeniul agriculturii, silviculturii și de pescuit în valoare mai diminuată, 195 milioane de euro.<sup>6</sup>

Această analiză ne ajută să observăm că ISD-le sunt cele mai valoroase stimulatoare ale exporturilor României, și societățile transnaționale ajută foarte mult IMM-le existente în țară atât în mod direct, ca și principali parteneri, cât și în mod indirect. Practicile investitorilor străini reprezintă modele pentru investitorii autohtoni. Un lucru benefic pentru cei autohtoni ar fi să își îndrepte investițiile în aceleași domenii în care regăsim investițiile străine. Astfel, putem afirma că ISD reprezintă stimulatori ai investitorilor autohtoni.

După statisticile realizate de BNR<sup>7</sup>, am aflat că în domeniul serviciilor, în anul 2018 ISD-le au efectuat cele mai semnificative exporturi în domeniul serviciilor de afaceri, care includ activitățile de cercetare-dezvoltare, consultanță profesională și managerială etc. în valoare de 3,55 miliarde de euro. Aceste servicii reprezintă cele mai semnificative semne de progres al țării. Prin intermediul acestora au fost realizate cele mai semnificative creșteri economice în anul 2018. În acest domeniu, valoarea serviciilor importate este de 2,73 miliarde de euro, creând un excedent de 904 milioane de euro. Acest excedent demonstrează faptul că România dezvoltă într-un ritm alert în domeniul de cercetare-dezvoltare, știința managerială,

---

<sup>5</sup> apud: Bădilă Leonard, *Balanța de plăți are un deficit de 10478 miliarde de euro datorile externe continuau să crească*, *Capital*, data publicării: 13.02.2020, link: <https://www.capital.ro/balanta-de-plati-are-un-deficit-de-10478-miliarde-de-euro-datoriile-externe-continua-sa-creasca.html>, accesat la data de: 10.05.2020

<sup>6</sup> După: Banca Națională a României Raportul anual 2018, link: <https://www.bnr.ro/PublicationDocuments.aspx?icid=9403>, p. 17

<sup>7</sup> Idem, p. 18

marketing etc, astfel încât ISD-le situate în țara au reușit să crească nivelul exporturilor în acest domeniu și nu doar valoarea importurilor.

Această dezvoltare afectează și afacerile autohtone și în acest fel și activitatea lor a ajuns la un nivel mult mai dezvoltat decât în anii anteriori. Exportul serviciilor în domeniul telecomunicațiilor și tehnologia informației a avut cel de-al doilea cea mai mare succes, o valoare de 3,55 miliarde de euro, iar ISD-le în domeniul serviciilor de prelucrare a bunurilor au creat exporturi în valoare de 2 miliarde de euro.

Cum putem vedea din analiza exporturilor ISD-lor din România, este evident cât de mult ajută activitatea ISD în structura exporturilor țării și că activitatea acestora ajută substanțial la dezvoltarea strategiei schimburilor economice și a tranzacțiilor internaționale realizate de România. Majoritatea tranzacțiilor se efectuează cu firme-mamă din țările de origine sau cu alte firme-soră din alte țări.

Aceste schimbări economice externe sunt foarte avantajoase pentru România, ca și țara gazdă, din mai multe motive:

1. țara primește facilități de export și de import, dacă aceste schimbări sunt efectuate în cadrul Uniunii Europene datorită uniunii vamală și alte facilități din motivul schimbărilor între firma mamă și filiala din țara gazdă;
2. reprezintă o contribuție la balanța de plăți externă al țării gazdă;
3. îmbunătățirea soldului balanței comerciale al țării gazdă.

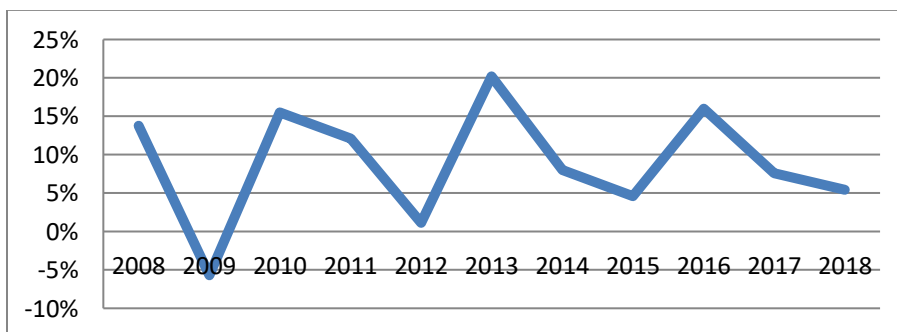


Figura nr. 2. Rata de creștere al exporturilor în România

Sursa: World Bank data, link: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>, accesat la data de: 12.05.2020

În Figura nr. 2 putem vedea rata creșterii exporturilor totale din România între anul 2008 și 2018. În anul 2009 a fost înregistrată cea mai semnificativă descreștere a nivelul exporturilor, când rata exporturilor a scăzut cu 8,1% față de anul precedent și a înregistrat o valoare negativă, -5,7% ce semnifică și scăderea bruscă a capitalului străin în teritoriul țării, respectiv diminuarea nivelul exporturilor realizate de întreprinderile ISD din totalul exporturilor. Această scădere s-a datorat crizei mondiale din anul 2008, nivelul ISD-lor a scăzut semnificativ, cum am observat și în Figura nr. 1. În anul 2010, rata de creștere a exporturilor a început să își revină, înregistrând o creștere de 15,5% față de anul 2009, chiar dacă nivelul intrărilor de ISD a rămas scăzută. Cel mai mare nivel de creștere a exporturilor a

fost în anul 2013, când această rată a ajuns la nivelul 20,2%, când nivelul ISD-lor a fost foarte scăzut, adică 2,71 miliarde de euro.

Fluctuația ratei de creștere a nivelului exporturilor în România este foarte intensă. După o creștere de 16% înregistrată în 2016, a avut loc o scădere continuă, iar în anul 2018 rata creșterii exporturilor s-a situat la un nivel foarte scăzut, 5,4%, soldul ISD-lor fiind cel mai mare după criza mondială. Acest lucru semnifică faptul că, fluxul intrărilor de ISD în România influențează creșterea exporturilor al țării într-un nivel semnificativ.

#### 4. Concluzii

În lucrare se poate observa importanța investițiilor străine directe în România. Am analizat importanța acestora asupra economiei naționale, și mai mult aspectele pozitive ale acestora. Prin intermediul ISD-lor economia națională este mult mai dinamică, productivă și eficientă decât fără intrări de capitaluri străine. Prin intermediul ISD-lor țara are un acces mai ușor pentru tehnologia modernă folosită în cele mai puternice economii și sunt asigurate mai multe locuri de muncă pe teritoriul țării, stimulând concurența pe piața autohtonă. Este analizat și situația ISD-lor și efectul crizei mondiale din anul 2008 asupra acestora. Rezultatul este negativ privind consecințele crizei: au scăzut fluxurile de capital străin în țară, respectiv exporturile. Privind faptul că ISD-le sunt stimulative al producției naționale și al exporturilor, criza mondială a afectat și balanța de plăți externă al țării.

Sunt analizate cele mai afectate domenii unde se regăsesc majoritatea ISD-lor în țară și impactul activității acestor domenii asupra economiei naționale. Putem să observăm că, domeniul industriei prelucrătoare este cel mai susținut domeniu de către investitorii străini în România. Rezultatele în acest domeniu sunt foarte eficiente, aici s-a înregistrat cea mai mare rată a exporturilor.

Fluctuația ratei de export al țării este în echilibru cu nivelul ISD-lor, deoarece majoritatea exporturilor sunt realizate de către filialele ISD al companiilor transnaționale. Destinația acestor schimburi comerciale internaționale în mare parte sunt alte filiale-soră a ISD-lor respective, sau chiar firma mamă a companiei. Mulțumit ISD-lor, produsele autohtone sunt mult mai regăsite pe piața externă. Pe de altă parte, efectul negativ al ISD-lor privind exporturile este că, se exportează prin intermediul ISD-lor și materiile prime, ceea ce ar fi posibil prelucrată și pe plan intern.

#### Referințe bibliografice

- Anghel E. Ion (2002), *Investițiile străine directe în România*, Ed. Expert, București  
Bădilă Leonard (2020), *Balanța de plăți are un deficit de 10478 miliarde de euro datorile externe continuau să crească*, Capital, data publicării: 13.02.2020  
Simionescu Mihaela (2016), *Investițiile străine directe și criza economică recentă*, Academia Română, secția a 4-a  
Banca Națională Română, link: <https://www.bnr.ro/PublicationDocuments.aspx?icid=9403>

Comisia Europeană, link: [https://ec.europa.eu/romania/about-us/eu\\_romania\\_ro](https://ec.europa.eu/romania/about-us/eu_romania_ro)

Eurostat

database,

link:

<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00001/default/table?lang=en>

World Bank data, link: <https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators>

# STUDIU PRIVIND IMPORTANȚA ȚINUTEI ȘI A CONDUITEI DE BUSINESS ÎN PERCEPȚIA CLIENȚILOR DE SERVICII BANCARE

## STUDY ON THE IMPORTANCE OF BUSINESS ATTITUDE AND CONDUCT IN THE PERCEPTION OF BANKING CLIENTS

**Alexandra Miruna DRAGOȘ**

Masterand, Universitatea Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: dragosalexandra52@gmail.com

***Abstract:** I chose to study this topic because in Romania there is a declining trend in the way in which certain rules regarding the conduct and conduct of business in the field of sales are not observed. I wanted to find out how important the behavior and conduct of an employee in the banking field are in terms of customers and what are the possibilities for their improvement. I studied this topic with the help of a questionnaire and I noticed that the interest given to the outfit is low.*

**Keywords:** questionnaire; attire; business; ability

**JEL Code:** I0

### **1. Introducere**

Scopul acestei cercetări fost de a afla care este importanța, din punctul de vedere al clienților, ținutei și a conduitei de business a persoanelor care oferă servicii bancare în România. Metoda de cercetare aleasă pentru atingerea scopului a fost chestionarea.

### **2. Eșantionarea**

Eșantionarea aleasă a fost cea aleatorie deoarece chestionarul a fost aplicat în mediul online. Prin această procedură s-a dorit excluderea subiectivității umane și în același timp acordarea fiecărei persoane interesate, șansa de a fi sau nu inclusă în eșantion.

### **3. Aplicarea chestionarului**

Chestionarul a fost aplicat în perioada 28 martie 2019 – 27 aprilie 2019 cu ajutorul platformei Google Forms. Am ales aplicarea chestionarului doar în mediul online deoarece aici oamenii sunt mai deschiși și își alocă din timpul lor liber 5 minute pentru a-l completa.



#### 4. Structura chestionarului

Chestionarul, care se regăsește în anexa 1, cuprinde o serie de 14 întrebări grupate în trei părți astfel: prima parte – 3 întrebări, partea a doua – 5 întrebări, partea a treia – 6 întrebări.

Acest chestionar are o introducere prin care persoanele chestionate sunt informate despre următoarele:

- tema abordată;
- chestionarul este anonim și voluntar;
- datele obținute sunt confidențiale și vor fi utilizate doar în scopul cercetării academice.

Chestionarul este secționat în trei părți după cum urmează:

- Prima parte – Frecvența serviciilor bancare și mijloacele utilizate
- A doua parte – Impactul pe care îl are persoana care vă oferă serviciile bancare
- A treia parte – Date personale

#### 5. Interpretarea rezultatelor

În această secțiune urmează să fie interpretate rezultatele obținute în urma aplicării chestionarului.

În urma aplicării chestionarului am primit 173 de răspunsuri valide.

Conform figurii 1 răspunsurile în funcție de gen au fost grupate astfel 56,6% femei și 43,4% bărbați.

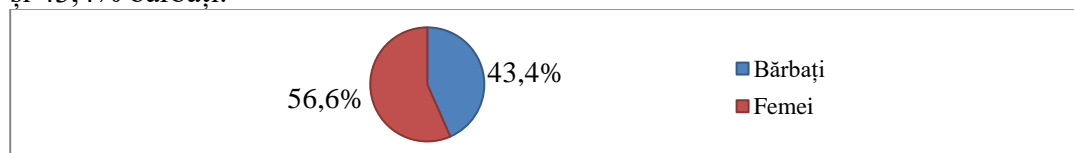


Figura 1. Genul persoanelor chestionate

Sursa: cercetare proprie

Vârsta persoanelor chestionate a fost grupată în patru categorii după cum arată figura 2, unde cea mai mare pondere este deținută de categoria 18 - 24 ani, iar cea mai mică de categoria peste 40 de ani.

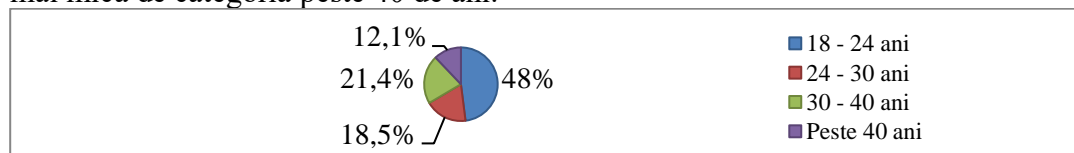


Figura 2. Vârsta persoanelor chestionate

Sursa: cercetare proprie

Mediul preponderent din care provin persoanele chestionate este cel urban cu un procent de 85,5%, dar sunt și persoane din mediul rural cu un procent de 14,5% conform figurii 3.

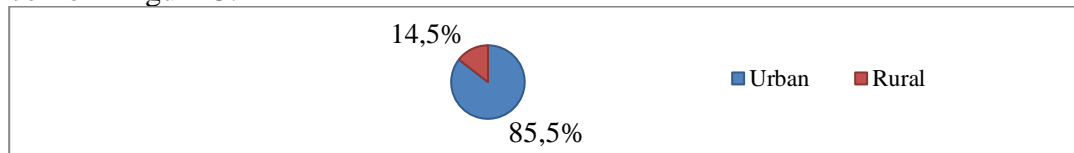


Figura 3. Mediul de proveniență al persoanelor chestionate  
Sursa: cercetare proprie

Nivelul de studii absolvite ale persoanelor chestionate cu cel mai mare procent sunt studiile universitare 44,5%, fiind urmate de studiile liceale 32,9%, după care urmează studiile post-universitare cu un procent de 19,1%, iar ultimul nivel este cel al școlii profesionale cu un procent de doar 3,5% după cum putem observa în figura 4.

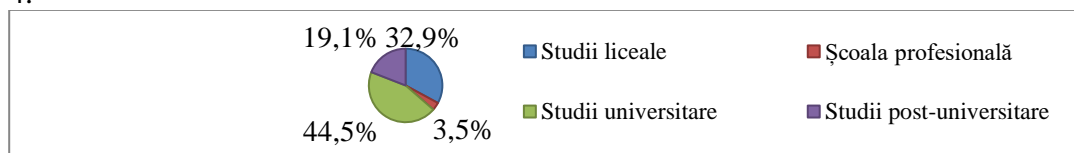


Figura 4. Nivelul studiilor absolvite al persoanelor chestionate  
Sursa: cercetare proprie

Profesia persoanelor chestionate cu ponderea cea mai mare este cea de angajat, cu un procent de 50,3%, fiind urmată de profesia de student, cu un procent de 31,8% conform figurii 5.

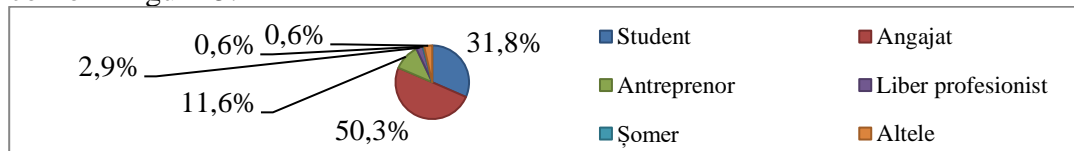


Figura 5. Profesia persoanelor chestionate  
Sursa: cercetare proprie

Datorită gradului de dezvoltare economică din România se aștepta ca procentul să fie mai mare de 90% - persoane care să utilizeze serviciile bancare în activitatea curentă/profesională. Procentul obținut a fost de 85,5% după cum se poate vedea în figura 6.

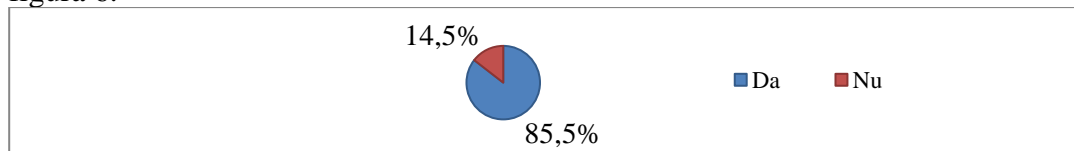


Figura 6. Utilizarea serviciilor bancare în activitatea curentă/profesională în România

Sursa: cercetare proprie

Următoarea curiozitate a fost despre frecvența utilizării serviciilor bancare. La această curiozitate le-au fost oferite, persoanelor chestionate, trei variante de răspuns: zilnic, săptămânal sau o dată pe lună. Răspunsurile primite au fost conform așteptărilor cercetării.

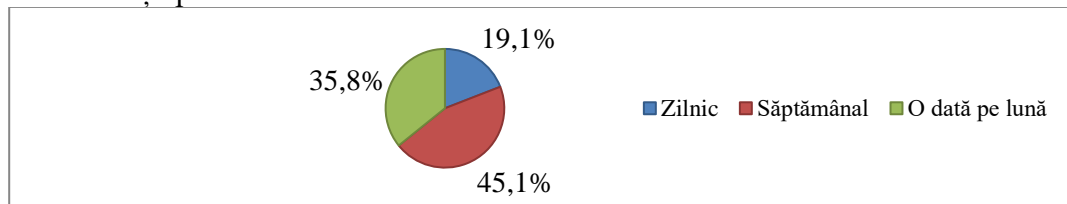


Figura 7. Frecvența utilizării serviciilor bancare în România

Sursa: cercetare proprie

O altă curiozitate a fost despre ce mijloace accesează oamenii pentru serviciile bancare. La această întrebare s-a optat pentru răspunsuri multiple deoarece o persoană poate utiliza toate cele trei variante propuse: prezența fizică la bancă, Internet banking și Mobile banking. Din cele 173 de persoane chestionate 49,7% au răspuns că utilizează Mobile banking, dar surprinzător este faptul că exact același procent este și pentru prezența fizică la bancă ceea ce arată că oamenii nu au așa mare încredere în aplicațiile de pe telefoane și preferă un contact direct cu angajații unei bănci.

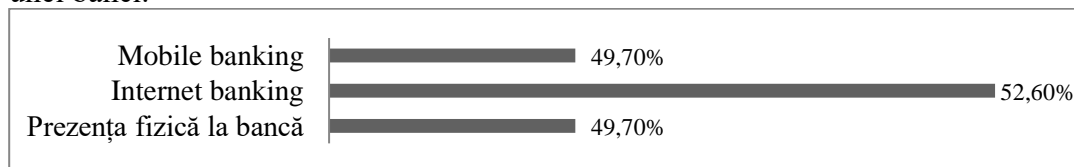


Figura 8. Mijloacele de accesare a serviciilor bancare din România

Sursa: cercetare proprie

Prima întrebare referitoare la impactul pe care îl are persoana care oferă servicii bancare a fost: „Cât de important este, pentru dumneavoastră, aspectul fizic pe care îl are persoana care vă oferă serviciile bancare?”. Cele mai multe persoane, într-un procent de 31,8%, au răspuns că este important aspectul fizic, 29,5% au spus că este destul de important, 27,2% sunt de părere că aspectul fizic este foarte important, 8,1% au răspuns că este neimportant și 3,5% că este total neimportant după cum se poate vedea în figura 9. Apreciem pozitiv faptul că cele mai multe persoane au răspuns că este important aspectul fizic deoarece reflectă respectul pe care așteaptă să îl primească într-o bancă.

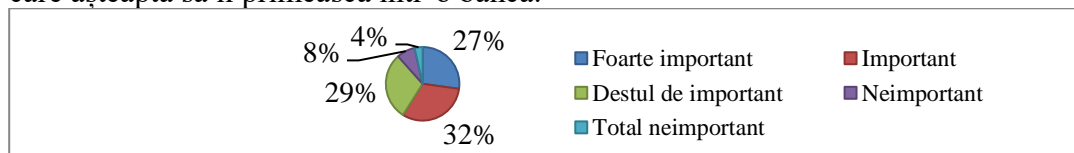


Figura 9. Importanța aspectului fizic a persoanelor care oferă serviciile bancare în România

Sursa: cercetare proprie

A doua întrebare referitoare la impactul pe care îl are persoana care oferă serviciile bancare a fost: „Ținuta vestimentară a persoanei care vă oferă serviciile bancare vă influențează alegerile?”; iar răspunsurile posibile au fost: da, nu, îmi este indiferent. După cum se poate vedea în figura 10 un procent 41%, dintre persoanele chestionate sunt influențate de ținuta vestimentară a persoanei care oferă serviciile bancare, 34,7% nu sunt influențați de ținuta vestimentară, iar 24,3% sunt indiferenți când vine vorba despre aceasta.

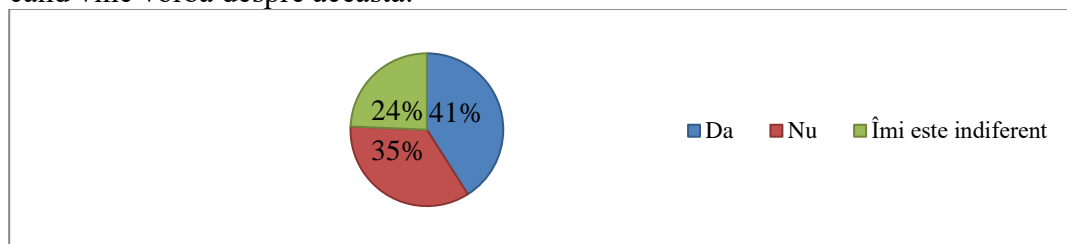


Figura 10. Influența ținutei vestimentare a persoanelor care oferă serviciile bancare în România

Sursa: cercetare proprie

La a treia întrebare respondenții au fost rugați să selecteze nivelul de importanță a unor caracteristici ale persoanelor care oferă servicii bancare în România. Răspunsurile posibile au fost: total neimportant, neimportant, destul de important, important, foarte important. Caracteristicile enumerate au fost următoarele:

a. Aptitudinea de comunicare

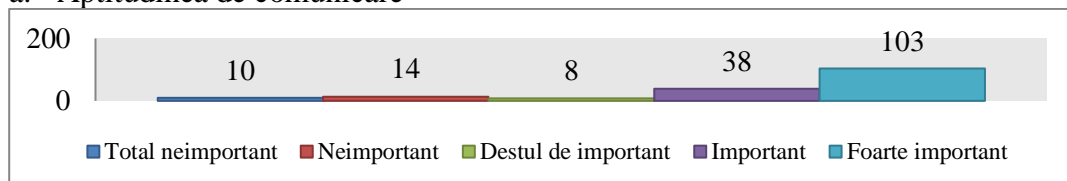


Figura 11. Importanța aptitudinii de comunicare

Sursa: cercetare proprie

b. Aptitudinea de convingere

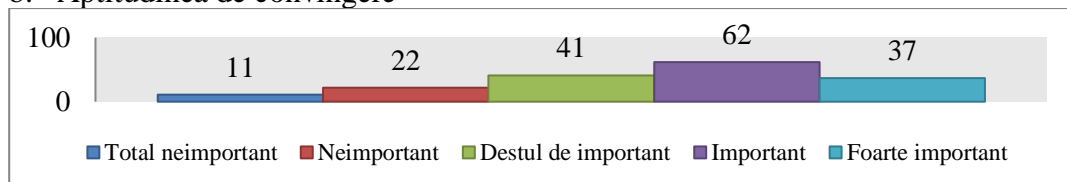


Figura 12. Importanța aptitudinii de convingere

Sursa: cercetare proprie

c. Tonul vocii

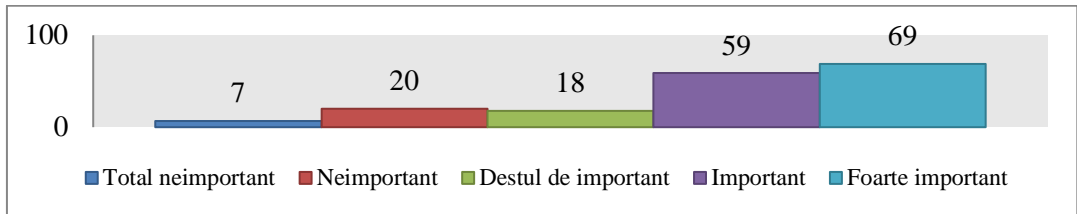


Fig. 13. Importanța tonului vocii

Sursa: cercetare proprie

d. Volumul vocii

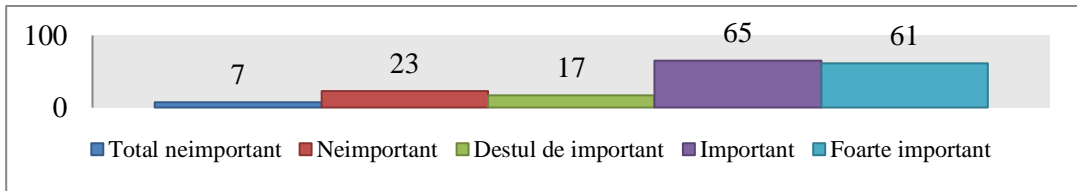


Figura 14. Importanța tonului vocii

Sursa: cercetare proprie

e. Claritatea vorbirii

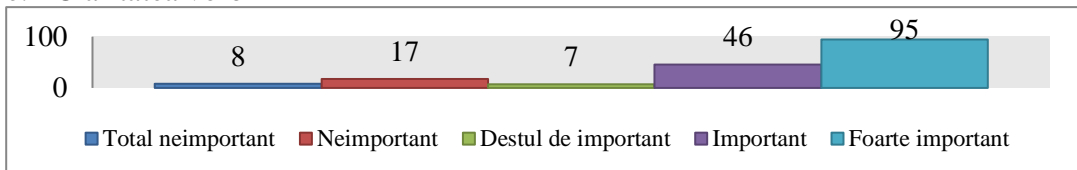


Figura 15. Importanța clarității vocii

Sursa: cercetare proprie

f. Ritmul vorbirii

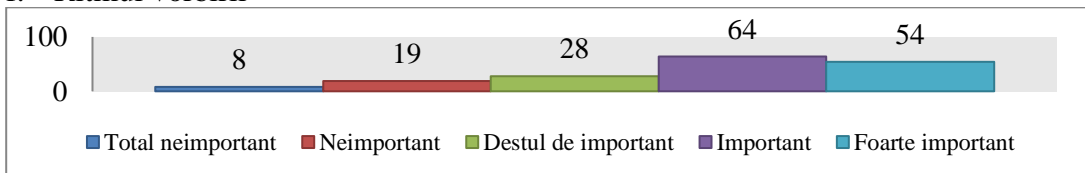


Figura 16. Importanța ritmului vorbirii

Sursa: cercetare proprie

g. Vocabularul specific domeniului bancar

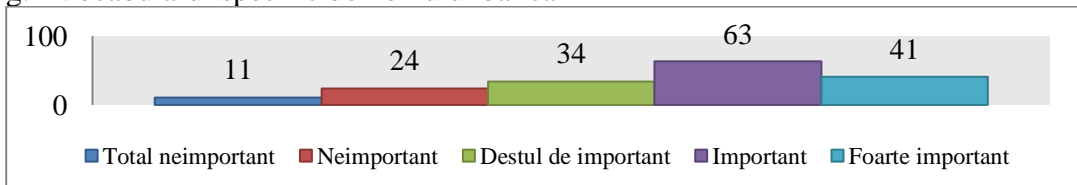


Figura 17. Importanța vocabularul specific domeniului bancar

Sursa: cercetare proprie

#### h. Ținuta vestimentară

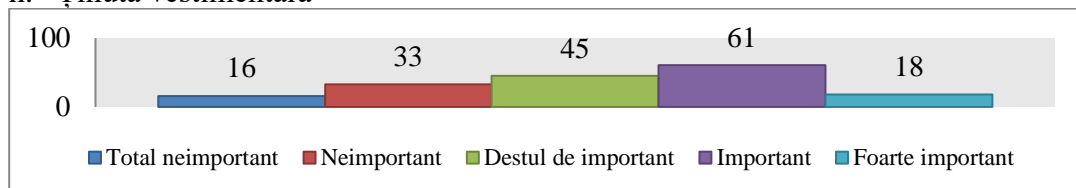


Figura 18. Importanța ținutei vestimentare

Sursa: cercetare proprie

#### i. Machiajul

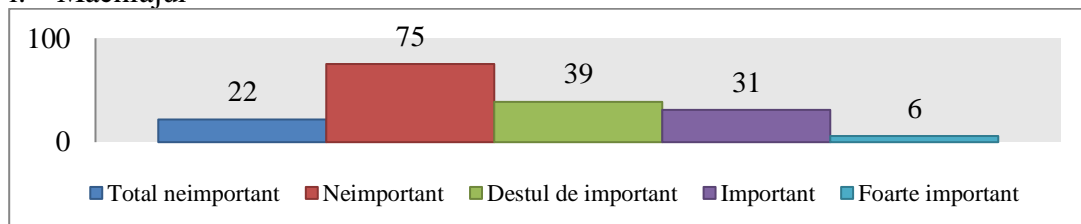


Figura 19. Importanța machiajului

Sursa: cercetare proprie

#### j. Accesoriiile

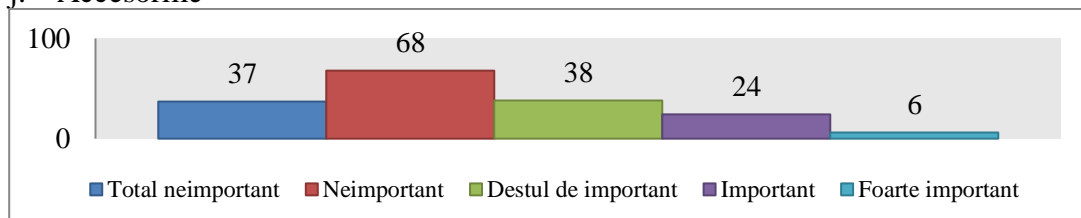


Figura 20. Importanța accesoriilor

Sursa: cercetare proprie

În cadrul acestei cercetari le-a fost cerut persoanelor chestionate să acorde o notă, de la 1 la 10, angajaților care oferă servicii bancare în România.

Răspunsurile privind notele pentru angajații care oferă servicii bancare în România se află în intervalul 3 – 10 după cum putem observa în figura 21.

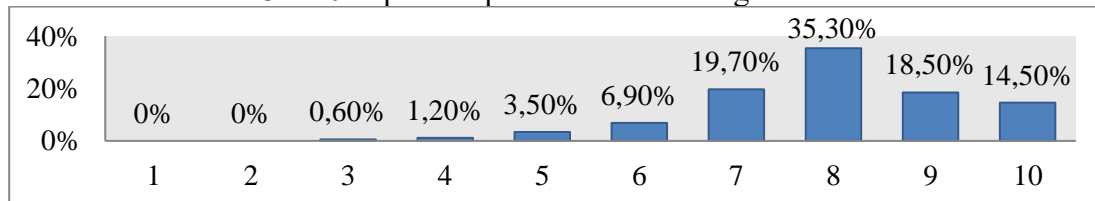


Figura 21. Notele pentru angajații care oferă servicii bancare în România

Sursa: cercetare proprie

La sfârșitul chestionarului, persoanelor chestionate, le-a fost adresată următoarea întrebare deschisă: „Ce sugerați că ar trebui îmbunătățit la comportamentul persoanei care oferă serviciile bancare?” În general sugestiile primite din partea respondenților au fost orientate către:

- oferirea încrederii („Empatia față de potențialul client, relaționarea cu potențialul client, inserarea în limbajul specific și a unor elemente comune, o glumă, identificarea de puncte comune ajută la creșterea nivelului de încredere.”);
- explicarea termenilor bancari necunoscuți („Să explice termenii bancari utilizați pe care o persoană fără experiență nu îi cunoaște.”);
- adaptarea față de client („Adaptarea angajatului la nivelul clientului. În funcție de vârstă, studii, stil de viață, experiențele trăite.”).

Printre respondenți se află și persoane care consideră că nu trebuie îmbunătățit nimic la comportamentul persoanei care oferă serviciile bancare. („Nimic. Comportamentul este ca un boomerang, dacă noi ne comportăm frumos cu angajații așa se vor comporta și ei cu noi. Totul ține de caracterul nostru.”)

În concluzie în urma acestui chestionar putem contura, cu ajutorul respondenților, profilul unui angajat din sistemul bancar din România.

Un angajat din sistemul bancar din România trebuie să aibă cele mai importante, două, aptitudini prezentate în chestionar și anume: aptitudinea de a comunica și aptitudinea de a convinge.

- aptitudinea de a comunica este foarte importantă deoarece cu ajutorul ei se pot dezvolta subiecte de interes între angajat și client;
- aptitudinea de a convinge este importantă deoarece implică empatizarea cu clienții.

În comunicarea verbală un angajat din sistemul bancar din România are următoarele caracteristici:

- tonul vocii trebuie să fie calm și să nu agite clientul;
- volumul vocii trebuie să fie mediu. Această caracteristică este importantă;
- claritatea vorbirii este foarte importantă și necesară în acest domeniu;
- ritmul vorbirii trebuie să fie lent pentru a se asigura înțelegerea conversației de către client;
- vocabularul specific domeniului este important în domeniul bancar.

Comunicarea nonverbală a unui angajat din sistemul bancar din România are următoarele caracteristici:

- distanța dintre interlocutori trebuie să fie între 1,2 m și 3,6 m – distanța socială;
- vestimentația în acest domeniu trebuie să fie business, însă în România nu se pune un accent foarte mare pe aceasta;
- accesoriile nu sunt importante din punctul de vedere al clienților;

- machiajul simplu este de apreciat dar nu este considerată o caracteristică importantă;
- culorile utilizate la vestimentație sunt următoarele: alb, albastru, negru și gri. Acestea sunt culorile întâlnite în business.

În urma analizelor și cercetării efectuate am putea afirma că oamenii nu consideră ca fiind foarte importante aceste caracteristici din două posibile motive: dezinteresul pentru aspectul fizic și lipsa educației. În România și nu numai, nu se mai pune accentul pe vestimentație în domeniul vânzătorilor. Oamenii sunt mai „comozi” când vine vorba de vestimentație și se bazează pe cunoștințele lor. Cele zece caracteristici sunt foarte importante pentru un vânzător deoarece cu ajutorul lor le poate oferi încredere și respect potențialilor clienți.

## 6. Concluzii și propuneri

Scopul acestei lucrări a fost de a afla cum este percepută ca importanță în alegerea serviciilor bancare, ținuta și conduita unui angajat în domeniul bancar. Propunerea mea în urma acestei lucrări este că oamenii ar trebui să pună mai mult accent pe ținuta și conduita unui vânzător deoarece acestea reflectă respect și educație, două lucruri foarte importante într-o relație vânzător – client.

### ANEXA 1

#### Chestionar

##### Importanța ținutei și a conduitei de business în domeniul bancar

Completând acest chestionar participați la un studiu de caz despre importanța ținutei și a conduitei de business pentru succesul în vânzări. Aș dori să aflu răspunsul dumneavoastră personal. Vă rog să răspundeți cu sinceritate și încredere. Chestionarul este anonim și voluntar. Datele obținute sunt confidențiale și vor fi utilizate doar în scopul cercetării academice.

#### I. Frecvența serviciilor bancare și mijloacele utilizate

1. Obișnuiți să utilizați serviciile bancare în activitatea dumneavoastră curentă/profesională?
  - Da
  - Nu
2. Cât de des utilizați serviciile bancare?
  - O dată pe lună
  - Săptămânal
  - Zilnic
3. Prin ce mijloace utilizați serviciile bancare? (Răspuns multiplu)
  - Prezența fizică la bancă
  - Internet banking
  - Mobile banking

#### II. Impactul pe care îl are persoana care vă oferă serviciile bancare

4. Cât de important este, pentru dumneavoastră, aspectul fizic (îngrijit/neîngrijit) pe care îl are persoana care vă oferă serviciile bancare?
  - Total neimportant



- Neimportant
- Destul de important
- Important
- Foarte important

5. Ținuta vestimentară a persoanei care vă oferă serviciile bancare vă influențează alegerile?

- Da
- Nu
- Îmi este indiferent

6. Selectați nivelul de importanță al următoarelor caracteristici ale persoanei care vă oferă serviciile bancare.

	Total neimportant	Neimportant	Destul de important	Important	Foarte important
Aptitudinea de comunicare	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aptitudinea de convingere	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tonul vocii	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Volumul vocii	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Claritatea vorbirii	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ritmul vorbirii	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vocabularul specific domeniului bancar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ținuta vestimentară	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Machiajul	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Accesoriile	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Ce notă acordați, în medie, persoanelor care vă oferă servicii bancare în România?

- 1-10 \_\_\_\_\_

8. Ce sugerați că ar trebui îmbunătățit la comportamentul persoanei care oferă serviciile bancare?

---

### III. Date personale

9. Genul dumneavoastră

- Feminin
- Masculin

10. Vârsta dumneavoastră este cuprinsă între:

- 18 – 24 ani
- 24 – 30 ani
- 30 – 40 ani
- Peste 40 ani

11. Care este mediul din care proveniți?
- Urban
  - Rural
12. Vă rog să menționați care este ultimul nivel de studii absolvite
- Studii liceale
  - Școala profesională
  - Studii universitare
  - Studii post-universitare
13. Care este nivelul veniturilor nete lunare/persoană?
- Sub 500 RON
  - 500 – 1000 RON
  - 1000 – 3000 RON
  - Peste 3000 RON
14. Care este profesia dumneavoastră?
- Student
  - Angajat
  - Antreprenor
  - Liber profesionist
  - Șomer
  - Altele \_\_\_\_\_

Vă mulțumesc pentru timpul acordat și pentru răspunsuri! O zi frumoasă!

# CULTURA ORGANIZAȚIONALĂ – FACTOR CARE DETERMINĂ COMPORTAMENTUL ANTREPRENORIAL

## ORGANIZATIONAL CULTURE – FACTOR THAT DETERMINES ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR

**Elmira MAMMADOVA**

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

E-mail: [elmira.ma97@gmail.com](mailto:elmira.ma97@gmail.com)

**Abstract:** *Developing a sustainable working environment starts with a healthy organizational culture. Companies are living entities with needs and legal obligations. Therefore, this research paper is looking forward to explaining the connection between the organizational culture and the human resources which are involved. The main focus is on culture and its structure, as a factor of labor-management, while entrepreneurial behavior is portrayed as the result of countless efforts in pursuit of a sustainable micro-society within the company.*

**Keywords:** cultură organizațională; antreprenoriat; dimensiuni culturale; diversitate; sustenabilitate

**JEL Code:** A13, M14, M40, Z13

### **Introducere**

Factorul cultural contribuie în mod semnificativ la procesul de consolidare a profilului nostru uman, atât individual, cât și colectiv. În funcție de aria geografică, istorie, eroi, valori moștenite, ritualuri practicate și credințe, omul, în calitate de membru al unei societăți, este influențat în mod constant de evoluția variabilelor culturale. Această moștenire culturală este prezentă în fiecare individ, și deseori acceptată în mod involuntar, fiind stocată genetic.

Cercetarea de față debutează prin descrierea și prezentarea conceptului de cultură națională, și ulterior cea organizațională, ca fiind esența și personalitatea unei companii. În continuare, se va face tranziția de la cultura națională la membri săi, și implicit, de la cultura organizațională la antreprenor. Pentru a înțelege mai bine conceptul dezbătut și factorii care pun bazele unei filozofii antreprenoriale de succes, ultima parte a cercetării va urmări exclusiv influența culturii organizaționale asupra antreprenorului, oferind exemple concise.

Așadar, lucrarea de față va concentra o cantitate semnificativă de informații atent selecționate, și așezate într-o manieră care să faciliteze parcurgerea cât mai simplă a noțiunilor relevante privind subiectul central.

## 1. Incursiune în conceptul de cultură

Cultura este recunoscută ca fiind una dintre cele mai complexe și bogate concepte, atât în sfera științifică, dar și în realitatea de zi cu zi. Înainte de a pătrunde în amănunte, este important să înțelegem originile conceptului dezbătut. În acest sens, etimologic vorbind, „*cultura*” provine din cuvântul latin „*colere*”, care se traduce ca „*a cultiva*” și face referință la agricultură, ca activitate primordială a ființei umane și factor care a asigurat supraviețuirea sa în cursul și în momente critice ale istoriei. Potrivit studiilor efectuate de Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede și Michael Minkov, autori ai lucrării „*Cultures and Organizations, Software of the Mind*”, cultura înseamnă civilizație sau rafinament al minții, făcând apel la aspecte precum educația, arta și literatura. În continuare, aceiași autori susțin asocierea culturii cu un fenomen colectiv. Acest lucru se datorează conviețuirii pe termen lung și a definirii unei identități naționale specifice, diferite de alte comunități. Geert Hofstede constată, în cele din urmă, esența culturii, prin asocierea conceptului respectiv cu ideea de „programare mentală colectivă”, lucru pentru care ocupă un loc deosebit în sfera științifică. (Hofstede, Hofstede&Minkov, 2010)

Antropologul american, Edward T. Hall, menționează în cercetările sale faptul că există două laturi ale culturii, una materială și una non-materială. Totodată, Hall observă că latura materială se naște din aspectele intangibile ale culturii, respectiv din latura non-materială, ca urmare a valorilor transmise din generație în generație. Analogia de „Iceberg cultural” este adusă la viață de același autor, Hall explicând faptul că există o concentrare semnificativă de aspecte invizibile ale culturii, în comparație cu variabilele vizibile, asemeni iceberg-urilor, renumite pentru suprafețele mici expuse de asupra apei, și a porțiunilor mari scufundate.

Înțelegerea culturii naționale este la fel de important precum cunoașterea culturii organizaționale. Deși cele două concepte sunt relativ diferite, cercetarea de față pune accentul pe aceste concepte în egală măsură. În ambele cazuri se vorbește despre nașterea și dezvoltarea unei societăți. Bineînțeles, diferența o face dimensiunea acestei societăți, și disponibilitatea membrilor de a se adapta. Business Dictionary asociază cultura organizațională cu o serie de așteptări, experiențe, filozofie, comportament specific și alte aspecte rezultate din interacțiunea membrilor implicați, fără a uita de regulile nescrise care apar în diferite momente din viața micro-societății.

Richard Perrin, din partea Harvard Business Review, susține ideea potrivit căreia, cultura organizațională reprezintă un lipici destinat conectării membrilor cu valorile, ritualurile, simbolurile și alte aspecte cheie ale companiei. Într-o manieră metaforică, Michael Watkins, cofondator al Genesis Advisers, prezintă cultura ca fiind sistemul imunitar al oricărei organizații, susținând că funcțiile culturii

organizaționale, asemeni sistemului imunitar, sunt destinate protejării organismului de viruși și alte lucruri de natură să dăuneze corpului.

Nu în ultimul rând, datele publicate pe [www.achievers.com](http://www.achievers.com), susțin faptul că 77% din numărul angajaților implicați iau în considerare cultura unei companii, înainte de a aplica, iar 50% dintre aceștia ar fi dispuși să-și schimbe locul de muncă pentru un altul, cu recompense financiare mai reduse, dar cu un mediu de lucru mai plăcut. Cultura organizațională este considerată ca fiind unul dintre indicatorii ai satisfacției angajaților și unul dintre principalele motive pentru care aproape 65% dintre angajați decid să rămână la locul de muncă. Mai mult, aceeași sursă susține că acele companii care prezintă o cultură organizațională bine definită și care promovează un mediu de lucru plăcut și sănătos, au mai mari șanse în a-și crește productivitatea și implicit veniturile.

## 2. Construirea filozofiei antreprenoriale de succes

Antreprenorii de succes se construiesc în timp, pornind de la un set de valori bazate pe devotament, curaj, ambiție, și dorința de a fi în pas cu trendurile. Luarea deciziilor potrivite sub incidența incertitudinii este, probabil, cea mai dificilă sarcină pentru orice om, fie că vorbim de viața personală, sau cea profesională. În acest context, antreprenorul are nevoie de o filozofie clară și o viziune construită pe obiective ambițioase, dar tangibile.

În ceea ce privește originile noțiunii de antreprenor, literatura franceză menționează cuvântul "*entrepreneur*", făcând referință la "*acel cineva care are grijă de ceva sau gestionează un anumit lucru sau o sarcină.*" Potrivit Wikipedia, această noțiune a apărut oficial în "*Dictionnaire Universel de Commerce*", cu ajutorul lui Jacques des Bruslons, fiind publicat în 1723. Studiul asupra antreprenoriatului a prins contur începând cu sfârșitul secolului al XVII-lea și începutul secolului al XVIII-lea, fiind propulsat de către economistul franco-irlandez, Richard Cantillon.

Peter Drucker, un nume deosebit de important în sfera economică, observă și subliniază diferența dintre un antreprenor și un simplu proprietar de companie. Potrivit acestuia, antreprenorul este deseori încurcat cu proprietarul companiei, iar acest lucru se datorează viziunii construite pe argumente culturale. În realitate, gradul de devotament și de risc asumat față de deciziile privind gestionarea corectă a resurselor sunt aspectele care fac diferența. Tenacitatea și adaptabilitatea sunt caracteristici cheie pentru a construi o filozofie de succes. (Drucker, 1985)

„În timp ce englezii identifică antreprenoriatul ca fiind o afacere mică, germanii îl identifică cu puterea și proprietatea. *Unternehmer* - traducerea literală în germană a antreprenorului - este persoana care deține și conduce o afacere (termenul englezesc ar fi „owner-manager”). Cuvântul este folosit în primul rând pentru a distinge termenul „boss”, șeful sau cel care deține o afacere.” (Drucker, 1985)

Potrivit unui studiu efectuat asupra antreprenoriatului din România, în anul 2019, majoritatea antreprenorilor (28,8%) se încadrează în categoria de vârstă de 40-49 de ani. La polul opus, există o concentrare mai redusă în rândul tinerilor (8,72%). Pentru a înțelege mai bine acest grafic, am apelat la Dimensiunile Culturale ale lui Hofstede. Acestea confirmă că România prezintă o societate cu o distanță mare față

de putere, colectivism pronunțat, masculinitate redusă, evitare majoră a incertitudinii, orientare pe termen mediu și indulgență redusă, lucruri care definesc societăți care au nevoie și acceptă un sistem ierarhic bine definit, pentru o coordonare mai eficientă.

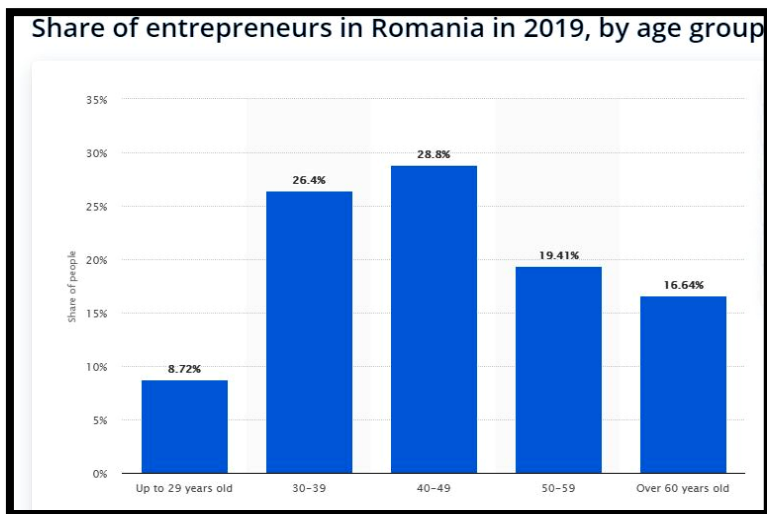


Figura nr. 1. Share of entrepreneurs in Romania in 2019, by age group

Sursa: <https://www.statista.com/statistics/1106414/businessmen-by-age-group-romania/>

### 3. Influența culturii naționale și organizaționale asupra comportamentului antreprenorial

Cultura organizațională este un factor de influență incontestabil. O companie poate dobândi o imagine puternică pe piață în numeroase feluri, printre care se numără și o cultură organizațională omogenă, chiar dacă această latură este mai puțin accesibilă sau vizibilă lumii exterioare. Într-o realitate atât de dinamică, expusă constant globalizării, pe de-o parte și influențelor de natură protecționistă, pe de altă parte, este esențial ca membrii unei micro-societăți să-și înțeleagă rolul și să contribuie prin abilitățile și cunoștințele lor la supraviețuirea entității economice de care aparțin.

Asemeni culturilor de apartenență, antreprenorii prezintă o colecție diferită de valori, simboluri, credințe și obiceiuri, alături de alte aspecte corelate. În timp ce unii antreprenori sunt dispuși să se adapteze trendurilor și să riște mai mult pentru a asigura bunăstarea companiei pe termen lung, alți antreprenori tind să manifeste o atitudine conservatoare, fiind reticenți la ideea de schimbare. Astfel de tendințe sunt promovate în cultura organizațională, în funcție de gradul de maturitate a companiei și a situației mai mult sau mai puțin complicate pe care o traversează, în raport cu o potențială analiză S.W.O.T.

O serie de specialiști susțin în prezent că majoritatea valorilor umane sunt dobândite de la o vârstă fragedă: „În comparație cu alte viețări, omul, la naștere este cel mai puțin înzestrat pentru supraviețuire. Din fericire, fiziologia noastră

umană ne oferă o perioadă receptivă de aproximativ zece până la doisprezece ani, un interval în care putem absorbi rapid și în mare măsură inconștient informațiile necesare din mediul nostru. Aceasta include simboluri (cum ar fi limbajul), eroi (cum ar fi părinții noștri) și ritualuri și, cel mai important, include valorile noastre de bază ". De aici, constatăm faptul că, odată cu trecerea timpului, ființa umană este capabilă să dezvolte abilități sociale mai mature și mai complexe, prin trecerea treptată la un mod diferit, conștient de învățare și prin adaptarea la noi practici. (Hofstede, Hofstede&Minkov, 2010)

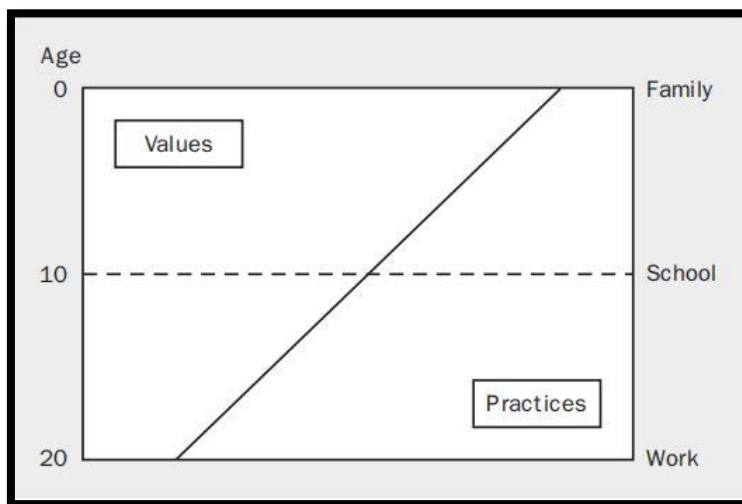


Figura nr. 2. The evolution of cultural senses in human's life  
Sursa: Hofstede, Hofstede&Minkov, 2010

Un exemplu privind influența culturală asupra membrilor săi, poate fi cercetarea efectuată de Peter H. Waxer. În 1985, Waxer pune bazele studiului intitulat “*Television as a database for cross-cultural studies in nonverbal displays*” comparând comportamentul non-verbal al participanților americani și canadieni. Rezultatele au indicat faptul că femeile de origine americană tind să-și folosească mai frecvent mâinile atunci când explică anumite lucruri, în comparație cu femeile originare din Canada. De asemenea, bărbații americani au zâmbit mai des decât vecinii canadieni, în același context. Prin urmare, deși cele două națiuni sunt vecine din punct de vedere geografic, membri celor două națiuni și-au expus în mod diferit emoțiile și trăirile.

Succesul unei companii se remarcă deseori prin tendințele sale expansioniste. Deseori, companiile depășesc granițele naționale în vederea îmbunătățirii performanțelor economice și financiare, căutând, totodată, o forță de muncă mai accesibilă. Trecând la cultura organizațională, este esențial ca antreprenorul să conștientizeze importanța cercetării culturale. Transferul de know-how apare ca o provocare atunci când investitorii nu înțeleg diferențele culturale, iar pe termen lung, există posibilitatea de a atrage probleme în lanț, care să rupă legăturile sociale dintre națiunile implicate.

În acest sens, îl amintim pe Henry Ford, cunoscut drept unul dintre cei mai faimoși antreprenori și fondatorul companiei de renume global, Ford Motor Co. Viața profesională a lui Ford nu a fost întotdeauna una strălucitoare. Eforturile sale în crearea unei entități economice masive și asigurarea supraviețuirii sale în vremuri tumultuoase, au dus la decizii radicale și uneori grăbite.

Începând cu anul 1928, Henry Ford a urmărit să creeze cea mai mare plantație de cauciuc din lume. Astfel, pe malul râului Tapajós, în apropierea orașului Santarém, Brazilia, se naște orașul-fabrică, intitulat Fordlandia. Ridicându-se în inima junglei Amazon, Fordlandia apare ca o speranță pentru viitorul companiei, dar și ca o promisiune a lui Ford în vederea emancipării de specialiștii pe care nu-i simpatiza deloc. În scurt timp, activitatea de pe noua plantație a fost subordonată gradual culturii americane, oferind angajaților brazilieni exclusiv mâncare americană, motivându-i să participe la festivități americane și chiar să lucreze cu mai puține pauze, contrar programului mai lejer specific culturii braziliene.

Diminuarea importanței culturii braziliene a condus la numeroase neînțelegeri între cele două națiuni. Cultura organizațională a Ford Motors nu a fost înțeleasă pe deplin de brazilienii care, în cele din urmă organizează o revoltă și determină închiderea definitivă a plantației. O parte a eșecului se datorează în mod special atitudinii pasive a lui Henry Ford, care nu a vizitat niciodată orașul-fabrică din Brazilia și nu a încercat să se adapteze culturii native. O altă morală a poveștii reprezintă în sine faptul că nici un arbore de cauciuc nu a ajuns pe linia de producție vreodată, Fordlandia devenind o relicvă a junglei amazoniene.

## Concluzii

În privința transmiterii adecvate a relevanței studiului cultural, se poate spune că există o provocare consistentă. Cultura, prin oameni, a găsit mereu o cale de supraviețuire în fața conjuncturilor timpului, conservând o varietate de simboluri, ritualuri, practici și credințe, în special valorile transmise genetic, simbolizând o automatizare a amprentei culturale. Fără îndoială, oamenii au un rol semnificativ în formarea comunităților de apartenență, iar odată cu dezvoltarea lor, societățile vor fi cele care își vor modela membri, după configurația prestabilită de strămoși.

Cultura națională și cea organizațională trebuie să coexiste în armonie. Cele două sunt diferite, dar paradoxal similare. În timp ce ambele înregistrează un portofoliu de aspecte împărtășite de către o societate, cultura națională se transmite inconștient și preponderent involuntar, pe când cultura organizațională se acceptă gradual și voluntar, sau uneori chiar deloc.

Antreprenoriatul în lumina exemplului oferit de Henry Ford, confirmă importanța respectului față de latura culturală. Cunoștințele și abilitățile profesionale trebuie să fie asociate de carismă și toleranță. Diferențele culturale vor exista mereu, iar conștientizarea acestora și ameliorarea conflictelor cu instrumentele și resursele potrivite, constituie provocarea excelentă care face diferența dintre un antreprenor simplu, și unul cu o viziune și o filozofie holistică.

În concluzia acestei cercetări, este important să se înțeleagă faptul că antreprenorul și organizația gazdă trebuie să coexiste în armonie, oferind amândurora



posibilitatea de a se dezvolta și de a-i ajuta pe ceilalți membri să-și identifice rolul în societate. Odată atinse aceste premise, succesul trebuie alimentat cu o filozofie bazată pe respect, inovație și toleranță, cultura fiind ceea ce ne diferențiază, și totodată, cea care ne poate apropia.

## Referințe bibliografice

- Bucurean, Mirela (2009), *„Antreprenoriatul și managementul micilor afaceri”*, Editura Universității din Oradea, Oradea, p.26-35
- Drucker, Peter F.(1985), *„Innovation and Entrepreneurship”*, Editura Harper, p.25
- Hofstede, Geert; Hofstede, Gert Jan; Minkov, Michael (2010), *„Cultures and Organizations, Software of the Mind”*, Editura McGraw-Hill, p.10-20
- [https://www.etymonline.com/word/culture#:~:text=culture%20\(n.\),cultivate%22%20\(see%20colony\)](https://www.etymonline.com/word/culture#:~:text=culture%20(n.),cultivate%22%20(see%20colony).). accesat la data de 31.10.20
- <https://www.thoughtco.com/culture-definition-4135409> accesat la data de 31.10.20
- [https://adeaconsmusng.ca/wp-content/uploads/2015/10/151015.ucc\\_.culture.iceberg.pdf](https://adeaconsmusng.ca/wp-content/uploads/2015/10/151015.ucc_.culture.iceberg.pdf) accesat la data de 31.10.20
- <https://gothamculture.com/what-is-organizational-culture-definition/> accesat la data de 31.10.20
- <https://hbr.org/2013/05/what-is-organizational-culture> accesat la data de 01.11.20
- <https://www.achievers.com/blog/organizational-culture-definition/> accesat la data de 01.11.20
- <https://www.etymonline.com/word/entrepreneur> accesat la data de 01.11.20
- <https://en.wikipedia.org/wiki/Entrepreneurship#History> accesat la data de 02.11.20
- <https://www.statista.com/statistics/1106414/businessmen-by-age-group-romania/> accesat la data de 02.11.20
- <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/romania/> accesat la data de 02.11.20
- <https://psycnet.apa.org/record/1988-01028-001> accesat la data de 02.11.20
- <https://brazilian.report/society/2018/06/04/fordlandia-henry-ford-amazon-utopia/> accesat la data de 03.11.20
- <https://theculturetrip.com/south-america/brazil/articles/fordlandia-ford-s-lost-america-in-the-heart-of-brazil/> accesat la data de 03.11.20
- <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=105068620&t=1604330821569> accesat la data de 04.11.20

# COMPETITIVITATEA ECONOMICĂ – EVOLUȚII TEORETICE ȘI CONCEPTUALE

## THE ECONOMIC COMPETITIVENESS – THEORETICAL AND CONCEPTUAL EVOLUTIONS

**Dana-Teodora MIERLUȚ**

Absolvent masterat, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: dana.mierlut@gmail.com

***Abstract:** We live in a world that promotes globalization and day by day more companies extend their reach beyond the borders of their own national countries. The Economic Competitiveness is a term which has a significant importance in the welfare of a country and also in the evolution of a company. Many specialists in the economic field defined it in different ways during the last centuries, but they all agreed that competitiveness usually has a positive impact for all the parts involved. Also, their theories and concepts are helpful in the process of understanding the international economy.*

**Keywords:** economic competitiveness; the evolution of competitiveness; theories and concepts of competitiveness; international competitiveness

**JEL Code:** N100, B000

### 1. Introducere

Trăim într-o lume care promovează globalizarea și zi de zi tot mai multe companii își extind aria de acoperire dincolo de granițele propriilor națiuni. Cu toate acestea, există încă multe diferențe culturale de la o națiune la alta și concurența este puternică, astfel încât o firmă trebuie să se adapteze la schimbări multiple pentru a supraviețui pe piață.

Competitivitatea economică este un termen care are o importanță semnificativă în bunăstarea unei țări și, de asemenea, în evoluția unei companii. Mulți specialiști din domeniul economic l-au definit în moduri diferite în ultimele decenii, dar toți au fost de acord că competitivitatea are de obicei un impact pozitiv pentru toate părțile implicate.

Competitivitatea reprezintă capacitatea pe care o țară sau o companie o are pentru a obține profitabilitate pe piață în raport cu concurenții săi. Ea depinde de relația

dintre valoarea și cantitatea producțiilor oferite și resursele necesare pentru a obține profitabilitatea (productivitatea), precum și de productivitatea celorlalți ofertanți care există pe piață.

Potrivit Forumului Economic Mondial, care este cunoscut pentru eficiența măsurării competitivității în întreaga lume, setul de instituții, politici și factori determină nivelul de productivitate al unei țări. (Cann, 2017)

Există trei categorii principale de concepte și teorii cu privire la competitivitate: cea Clasică, cea Neoclasică, austriacă și instituțională și, în cele din urmă, cea Contemporană. Fiecare dintre ele privește dintr-o perspectivă specifică situației, fiind adaptate nevoilor economiei dintr-o anumită perioadă de timp, pe care le voi explica în detaliu în cele ce urmează.

## **2. Teorii și Concepte Clasice ale Competitivității**

Teoriile și conceptele clasice prezintă fiecare soluție la nivel macro, considerând că ar trebui să ne concentrăm atenția asupra unei imagini mai generale și să avem impact cel puțin la nivel regional. Desigur, următorul pas este reprezentat de țară și, în cele din urmă, la scară internațională.

Teoria lui Adam Smith a apărut în 1776, avantajul absolut, și este cea care începe să explice de ce națiunile sunt dispuse să se angajeze fără constrângeri în comerțul internațional. Restul teoriilor și conceptelor nu fac decât să întărească această idee.

### **2.1. Adam Smith și Teoria „Mâinii Invizibile”**

Una dintre cele mai mari teorii scrise de Adam Smith este cea a „Mâinii Invizibile”. Acest concept spune că statul nu ar trebui să intervină în economie, deoarece ea tinde să se autoregleze și promovează economia de piață liberă.

Când cererea unui produs este mai mare decât oferta, prețul este mare. După aceea, mai mulți producători se vor alătura pieței pentru a profita de această situație și prețul va scădea. În cele din urmă, prețul va ajunge la echilibru, un punct accesibil pentru clienți și profitabil pentru producători. Acesta este un proces care se întâmplă în mod natural, fără nicio implicare a guvernului.

În acest caz, toată lumea își caută cel mai bun interes, dar nu duce neapărat la corupție și mită, fiindcă există întotdeauna o concurență puternică pe piață, care obligă companiile să se adapteze și să își îmbunătățească oferta. (Krugman, 2018)

### **2.2. David Ricardo și Avantajul Comparativ**

David Ricardo a creat conceptul de Avantaj Comparativ pentru a demonstra de ce țările dezvoltate care au capacitatea și cunoștințele de a produce tot felul de bunuri sunt implicate în comerțul internațional.

Avantajul Comparativ evidențiază faptul că o țară trebuie să producă bunurile și serviciile pentru care are un cost de oportunitate mai mic decât alte țări și să vândă sau să schimbe aceste produse cu restul. El a luat în considerare tehnologia

disponibilă în fiecare țară și rezultatele utilizării lor practice. Pentru a-și explica teoria, David Ricardo a folosit Anglia și Portugalia ca exemple, cu producția de pânză și vin.

Chiar dacă ambele țări ar putea produce aceste bunuri, „Anglia a reușit să fabrice pânză ieftină, în timp ce Portugalia avea condițiile potrivite pentru a face vin ieftin. Ricardo a prezis că Anglia va înceta să facă vin, iar Portugalia nu va mai face pânză. A avut dreptate. Anglia a câștigat mai mulți bani schimbându-și pânza pentru vinul portughez și invers. Ar fi costat Anglia foarte mult să facă tot vinul de care avea nevoie, deoarece îi lipsea clima. Concomitent, Portugalia nu avea capacitatea de producție pentru a fabrica pânză ieftină. Prin urmare, atât Portugalia, cât și Anglia au beneficiat tranzacționând ceea ce au produs cel mai eficient.” (Amadeo, 2019)

### **2.3. Teoria Comerțului Heckscher-Ohlin**

Teoria Comerțului Heckscher-Ohlin a fost inventată de doi economiști suedezi – Eli Heckscher și elevul său Bertil Ohlin. Ea se bazează pe avantajul comparativ al lui David Ricardo, eliminând ideea că tehnologia face diferența între țări și producția lor.

De fapt, conform acestui model, țările ar trebui să își concentreze atenția doar asupra producției și exportului acelor bunuri pe care le au în abundență. Ba mai mult, se accentuează faptul că este indicat ca statele să importe ceea ce nu pot fabrica cu ușurință. Astfel, există trei componente care contează în întregul proces: capitalul, pământul (terenul) și forța de muncă.

Dacă unele regiuni sau chiar o țară întreagă sunt bogate în resurse naturale, Teoria Comerțului Heckscher-Ohlin spune că este obligatoriu să fie folosite. Aceeași regulă se aplică atunci când vorbim despre forța de muncă ieftină. Situația respectivă necesită producerea de bunuri care au nevoie de muncă intensivă și, ulterior, exportarea acestora către țările care au capital. Fiecare națiune ar putea beneficia de un schimb echitabil cu celelalte.

Este evident că vânzarea producției la nivel național nu va aduce un profit considerabil companiilor, deoarece este ușor pentru toată lumea din acea zonă să obțină bunurile în cauză. Deci, comerțul internațional este soluția. Aceasta este cea mai bună variantă pentru fiecare parte implicată de a obține ceea ce își dorește.

### **3. Concepte și Teorii ale Competitivității Neoclasică, Austriece și Instituționale**

Conceptele și Teoriile Competitivității Neoclasică, Austriece și Instituționale sunt centrate pe o perspectivă la nivel micro, luând în considerare puterea fiecărui agent economic prezent într-o țară mai mult decât pe cea a statului.

În acest sens, susțin afirmația autorilor publicației *Oeconomia*: „O abordare inspirată a competitivității este oferită de Joseph Schumpeter în teoriile sale despre antreprenor și inovație, care afirmă că doar capacitatea de a crea inovații și

activitățile antreprenorului determină avantajul competitiv al firmei. Teoria jocurilor lui John von Neumann și Oskar Morgenstern a contribuit, de asemenea, la dezvoltarea teoriei competitivității, punând accent pe concurența de pe piață ca joc. Conform acestei abordări originale, atunci când privim din perspectiva tuturor jucătorilor de pe piață, să te comporți rațional înseamnă să cooperezi, în timp ce pentru unii jucători să fii rațional este să te abții de la cooperare.”

### **3.1. John M. Clark și Teoria Concurenței Eficiente (Realizabile)**

În 1940, John Maurice Clark a observat că este imposibil să se realizeze o concurență perfectă și că nu are rost să urmeze ghidurile care promovează o astfel de politică.

Așadar, el a analizat piața reală, modul în care funcționează ea, și a încercat să vină cu o alternativă la concurența perfectă, numită Concurență Eficientă sau Funcțională, care ajustează criteriile pentru nivelul specific al economiei.

Conform acestui economist american, este suficient dacă competiția este „viabilă”, nu trebuie să vizeze perfecțiunea. Cu toate acestea, ideile sale despre cum să stabilească momentul în care competiția este viabilă nu au fost bine luate de critici și într-o perioadă scurtă de timp au apărut multe contrapropuneri.

De exemplu, două dintre regulile inițiale spuneau că campaniile publicitare ar trebui utilizate numai pentru a informa clienții și că ar putea exista cel puțin atâtea companii concurente pe cât permite economia de scară. (Khemani și Shapiro, 1983)

### **3.2. Wroe Alderson și Teoria Comportamentului de Marketing**

Wroe Alderson a fost un profesor american dedicat evoluției marketingului în jurul anului 1960, devenind popular mai ales pentru că a inventat Teoria Comportamentului de Marketing, care l-a numit tatăl marketingului modern.

În timpul lucrării sale, Alderson a insistat asupra faptului că marketingul nu este doar o parte a câmpului economic, ci este legat și de filozofie și psihologie și așa a apărut, cu toate aceste sfere corelate, Teoria Comportamentului de Marketing.

Acest concept evidențiază importanța nevoii de supraviețuire a fiecărui individ și modul în care o astfel de nevoie umană de bază afectează fiecare aspect al vieții, chiar și atunci când ne referim la evoluția economiei. Împreună cu necesitatea creșterii, aceștia sunt principalii factori declanșatori ai situației de pe piață.

### **3.3. Ludwig von Mises și Teoria Școlii Austriece**

Ludwig von Mises a demonstrat că concurența într-o țară, de exemplu, este condusă în mare parte de cererea și oferta prezente pe piață, elemente care sunt întotdeauna reprezentate de o mișcare dinamică. Deci, nu este vorba despre o structură de piață specifică, așa cum ar trebui să fie.

Punctul de echilibru depinde de cerere și de ofertă, ultima fiind influențată de concurența dintre companiile producătoare. De fapt, potrivit lui Mises, concurența

nu are nimic de-a face cu ideea de piață liberă; nu contează dacă ne referim la una perfectă sau imperfectă, există indiferent de ele.

În plus, o condiție critică pentru a avea o concurență puternică este dată de posibilitățile fiecărui agent economic de pe piață de a satisface nevoile reale ale consumatorilor săi.

### **3.4. Joseph A. Schumpeter și Economia Evolutivă**

Joseph A. Schumpeter, un cunoscut economist austriac al secolului trecut, a încercat să explice în timpul vieții sale că, dacă echilibrul economiei poate fi rupt de factori din interiorul ei, aceiași factori îl pot repara și ajuta să revină la o poziție stabilă – echilibru. Cu alte cuvinte, economia este capabilă să se autoregleze.

El a afirmat într-una din cărțile sale și că viziunea și învățătura diferite a lui Karl Marx au fost corecte și duc la o evoluție a economiei, în comparație cu alte teorii pe care Schumpeter le-a considerat extrem de ineficiente.

Mai mult, pentru a-și menține poziția pe piață (sau chiar a o crește) și pentru a continua evoluția capitalistă, potrivit lui Marx și Schumpeter, companiile trebuie să-și investească resursele în special în tehnologie și productivitate, venind întotdeauna cu ceva inovator.

### **3.5. Joseph A. Schumpeter și Teoria Antreprenoriatului și a Inovațiilor**

După cum am văzut deja în explicația teoriei economiei evolutive, Joseph Schumpeter a considerat inovația drept rolul cheie pentru supraviețuire în competitivitatea puternică prezentă pe piață.

În plus, acest economist a făcut o legătură între termenul „inovație” și ideea de antreprenoriat. Din punctul său de vedere, pentru ca o afacere să aibă succes, nu este suficient să producă sau să ofere ceva. „Funcția antreprenorilor este de a reforma sau revoluționa modelul de producție prin exploatarea unei invenții sau, mai general, a unei posibilități tehnologice neîncercate pentru a produce o nouă marfă sau a produce una veche într-un mod nou, prin deschiderea unei noi surse de aprovizionare de materiale sau o nouă priză pentru produse, prin reorganizarea unei industrii și așa mai departe.” (Schumpeter, 1976)

În concluzie, este evident că Schumpeter a pus tot accentul pe procesul de inovare, considerând antreprenoriatul doar ca un mijloc de a atinge acest obiectiv mai mare. Totul ar trebui să conducă la o abordare diferită, care va îmbunătăți în cele din urmă economia.

### **3.6. Fluxuri de Economie Instituțională de Friedrich List, Max Weber și James Buchanan**

Friedrich List, Max Weber și James Buchanan au fost trei economiști care au trăit în perioade diferite de timp, dar care au lucrat la aceeași problemă: demonstrarea

faptului că competitivitatea într-o țară sau chiar într-un sector al unei industrii dintr-o anumită zonă nu este afectată doar de factori economici.

Aceștia au insistat asupra faptului că instituțiile, precum organizațiile socio-politice, sindicatele, instituțiile financiare și autoritățile au, de asemenea, un impact mare asupra evoluției competitivității. Antreprenorii, precum și consumatorii, uită că schimbul lor ar fi imposibil fără această intervenție.

Deci, această teorie este cu adevărat benefică pentru a demonstra importanța instituțiilor publice, în mare parte, și modul în care funcționează piața.

#### **4. Concepte și Teorii Contemporane ale Competitivității**

Conceptele și teoriile referitoare la competitivitate s-au dezvoltat în ultimele secole, iar altele noi au apărut pe măsură ce lumea a suferit schimbări. Economiiștii au făcut tot posibilul să definească acest termen și să explice de ce factori este condus. Cu toate acestea, unele dintre cele mai influente teorii despre competitivitate sunt cele contemporane, deoarece nimic nu poate justifica situația prezentă pe piață mai bine decât un concept creat în timp ce există o imagine completă a evenimentelor. Ele au fost scrise de experți care au văzut evoluția lucrurilor și au putut prezice ce se va întâmpla în continuare.

Dacă aruncăm o privire mai atentă asupra acestor concepte și teorii revelatoare, vedem că conceptul de competitivitate al lui Krugman și teoria competitivității lui Porter sunt poziționate în centru, considerate a fi cele mai ilustrative din genul lor.

##### **4.1. Conceptul Competitivității al lui Krugman**

În 1994, Paul Krugman a publicat un articol în revista *Foreign Affairs*, unde spunea că competitivitatea are loc numai atunci când sunt implicate cel puțin două națiuni. În opinia sa, nu se poate întâmpla așa ceva în interiorul granițelor unei singure țări, deoarece această concurență nu este cu adevărat importantă și nu influențează comerțul internațional.

„Într-o economie cu foarte puțin comerț internațional, creșterea nivelului de trai... ar fi determinată aproape în totalitate de factori interni, în primul rând de rata de creștere a productivității... «Competitivitatea» s-ar dovedi a fi un mod amuzant de a spune «productivitate» și nu ar avea nimic de-a face cu concurența internațională.” (Krugman, 1994)

Deci, Krugman este un uriaș promotor al competitivității internaționale, diminuând și chiar eliminând puterea afacerilor naționale. Creșterea productivității ar trebui să apară numai atunci când ne concentrăm pe exporturi și importuri, care contribuie, de asemenea, la îmbunătățirea standardului de viață. Desigur, obiectivul principal este de a-l face cât mai înalt posibil.

##### **4.2. Teoria Competitivității a lui Porter**

Michael Porter a scris mai multe teorii cu privire la competitivitate, dar cea mai cunoscută se numește Cele cinci forțe ale lui Porter. Această teorie este foarte utilă,

deoarece arată cum funcționează competitivitatea într-un anumit mediu de afaceri și chiar dacă un produs ar fi sau nu profitabil.

Cei cinci factori sunt: puterea furnizorului, barierele de intrare, puterea cumpărătorului, amenințarea cu înlocuitori și rivalitatea. Dacă puterea furnizorului reprezintă fluctuațiile de preț ale materiilor prime și posibilitatea de a schimba furnizorul, puterea cumpărătorului este răspunsul clienților la ofertă. Cel de al doilea este de obicei influențat de amenințarea cu înlocuitori și rivalitate, firmele care sunt într-adevăr asemănătoare. Cu toate acestea, barierele de intrare pe piață pot fi uneori utile, reducând apariția potențială a altor concurenți.

Multe companii folosesc aceste cinci forțe chiar înainte de a lansa un nou produs. Porter a ales cu mare atenție aceste elemente, deoarece toate sunt legate între ele și formează împreună o imagine fidelă a situației de pe o piață, în special într-o industrie.

## 5. Concluzii

Competitivitatea este capacitatea unui stat sau chiar a unei firme de a introduce pe piață produse și servicii care au o calitate înaltă și, în plus, sunt competitive cu altele în ceea ce privește prețul; putând aduce profit după acoperirea tuturor cheltuielilor apărute în procesul de producție.

Aceasta poate fi privită de la un punct de vedere individual și până la unul local, regional, național sau internațional. Factorii care influențează nivelul de competitivitate constau în cea mai mare parte în preț, calitate, logistică și imagine. De asemenea, utilajele și alte tehnologii, precum și cunoștințele umane, reprezintă avantajele competitive.

Competitivitatea a fost descrisă de-a lungul timpului în diferite moduri de către mai mulți autori, în special folosind termeni precum inovație, productivitate și uneori chiar cote de piață. Mai mult, acești autori au creat câteva teorii și concepte legate de competitivitate, care au influențat economia și dezvoltarea lumii. Analiza lor este importantă, deoarece acestea au și astăzi impact și ne ajută să înțelegem mai bine evoluția societății.

Din aceste teorii și concepte se poate observa cu ușurință că niciuna dintre ele nu este 100% exactă și aplicabilă experiențelor reale. Aceasta duce la concluzia că, numai împreună, toate aceste concepte și teorii sunt capabile să formeze o idee adecvată despre situația din economie în zilele noastre.

În cele din urmă, putem spune cu certitudine că competitivitatea economică este o temă care evoluează în fiecare zi și, indiferent de cât timp petrecem făcând analize și cercetări, întotdeauna putem să privim lucrurile dintr-o altă perspectivă și să aflăm informații prețioase ce nu au fost cunoscute până în acel moment.



## Referințe bibliografice

Alderson, Wroe (1957), *Marketing Behavior and Executive Action*, Editura Richard D. Irwin, Inc., Homewood.

Krugman, Paul (1994), „COMPETITIVENESS – A DANGEROUS OBSESSION”, în: *Foreign Affairs*, volumul 73, nr. 2.

Krugman, Paul (2018), ”What Is the Invisible Hand in Economics?”, în: *MasterClass*.

Schumpeter, J. A. (1976), *Capitalism, Socialism and Democracy*, Editura George Allen and Unwin, Londra.

Siudek, Tomasz, Zawajska, Aldona (2014), „COMPETITIVENESS IN THE ECONOMIC CONCEPTS, THEORIES AND EMPIRICAL RESEARCH”, în: *Oeconomia*, nr. 13 (1).

<https://economicpoint.com/competitiveness/>

<http://www.economicdiscussion.net/heckscher-ohlins-theory/heckscher-ohlins-theory-of-international-trade/10697>

<http://www.oecd.org/regreform/sectors/2376087.pdf>

<https://www.thebalance.com/comparative-advantage-3305915>

<https://www.weforum.org/agenda/2017/09/what-is-economic-competitiveness/>

# COMPETITIVITATEA ABILITĂȚILOR (SISTEMULUI DE ÎNVĂȚĂMÂNT), A SECTORULUI DE PRODUCȚIE ȘI A INOVAȚIEI STATELOR MEMBRE UE CONFORM INDICELUI COMPETITIVITĂȚII GLOBALE

## THE COMPETITIVENESS OF SKILLS (EDUCATION SYSTEM), PRODUCTION SECTOR AND INNOVATION OF THE EU MEMBER STATES ACCORDING TO THE GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX

**Dana-Teodora MIERLUȚ**

Absolvent masterat, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: dana.mierlut@gmail.com

***Abstract:** International Competitiveness is a complex subject in the economic field and, more precisely, in trade and sustainable development. Nowadays, European Union is one of the biggest economies in the world and, to maintain its position, it should be competitive on the international market. The Global Competitiveness Index provides information on the competitiveness of the EU and compares the progress achieved by EU countries in areas such as market share (even manufacturing sector), innovation and skills. These factors are very important for the wellbeing of a country and its citizens.*

**Keywords:** European Union; competitiveness between EU member states; Global Competitiveness Index; skills; innovation; manufacturing sector

**JEL Code:** O570, O520, P520

### 1. Introducere

Competitivitatea internațională este un subiect complex în domeniul economic și, mai precis, în comerț și dezvoltare sustenabilă. În prezent, Uniunea Europeană este una dintre cele mai mari economii din lume și, pentru a-și menține poziția, trebuie să fie competitivă pe piața internațională atât ea ca întreg, cât și statele sale membre în mod particular. România este unul dintre cele 27 de state membre ale UE și, prin prisma competitivității economice, a reușit să-și crească PIB-ul și alți indicatori economici în ultimul deceniu, provocând companiile să se extindă în timp ce oferă cele mai calitative produse / servicii la cele mai bune prețuri posibile.

Consider că concurența conduce economia în lume și am vrut să acumulez mai multe cunoștințe despre economia UE, respectiv competitivitatea sa în raport cu abilitățile cetățenilor (sistemul de învățământ), sectorul de producție și inovația. Într-o lume care se schimbă într-o clipită, dacă vrei să supraviețuiești, este important să te adaptezi și să încerci întotdeauna să fii cea mai bună versiune a ta. Acest lucru este relevant atât pentru națiuni, cât și pentru companiile de orice dimensiune.

Obiectivul principal al acestei lucrări este de a prezenta contextul actual al competitivității internaționale în ceea ce privește abilitățile cetățenilor (sistemul de învățământ), sectorul de producție și inovația și de a analiza ce măsuri iau țările din Uniunea Europeană pentru a-și îmbunătăți în mod constant situațiile.

Pentru a încuraja schimbul de bune practici între țări și pentru a înțelege mai bine comportamentele lor, voi analiza rezultatele aspectelor menționate în cazul fiecăreia dintre cele 28 de state membre (la momentul respectiv) ale Uniunii Europene în 2019 (acestea sunt cele mai recente statistici disponibile) din perspectiva Indicelui Competitivității Globale.

Raportul de competitivitate al statelor membre oferă informații despre competitivitatea UE și compară progresele realizate de țările UE în domenii precum mediul general de afaceri, inovația și competențele, accesul la finanțare și administrația publică. În această lucrare eu mă axez, după cum am evidențiat anterior, asupra abilităților cetățenilor (sistemului de învățământ), sectorului de producție și a inovației.

## **2. Competitivitatea abilităților (sistemului de învățământ) statelor membre UE conform Indicelui Competitivității Globale**

Danemarca este în top în Indicele Competitivității Globale (ICG) din 2019, pe rangul al 3-lea. Chiar și așa, forța de muncă daneză se confruntă în prezent cu lipsuri de competențe în anumite domenii, cum ar fi sectoarele educației, ingineriei, informaticii și sănătății. Finlanda, care este pe locul al 2-lea, se confruntă cu aceeași problemă. Ambele state au un avantaj competitiv oferit de sistemul uimitor de educație.

În Olanda (4), Germania (5) și Suedia (7) politica muncii calificate recunoaște că există resurse interne de muncă limitate și, de asemenea, că creșterea economică se bazează, prin urmare, pe recrutarea angajaților calificați din străinătate.

În ultimii ani, statul și-a extins bugetul pentru educație în Marea Britanie (locul 11) și își propune să se angajeze în continuare la finanțarea serviciilor de îngrijire a copiilor, a colegiilor, a învățământului superior și a științei.

Estonia, aflată pe poziția 15, ar putea obține rezultate pozitive cu ajutorul burselor pregătite la nivel terțiar pentru domeniile academice care promovează piețele emergente de specializare în mediul digital. Același lucru îl putem afirma și despre Luxemburg (locul 17).

Austria a fost plasată pe poziția 16 privind abilitățile locuitorilor săi, cu doar două poziții mai sus decât Belgia. Raportul dintre studenții absolvenți la matematică,

știință sau inginerie între 25 și 34 de ani din aceste țări s-a îmbunătățit în ultimii ani, dar este încă perceput ca fiind un posibil deficit de expertiză.

Irlanda (locul 21), Letonia (locul 22), Lituania (locul 24) și Slovenia (locul 26) au de-a face cu lipsa abilităților necesare pentru a înflori în lumea digitală, iar sistemele actuale de formare nu sunt suficient de dezvoltate pentru a le permite să se dezvolte.

Avem Cipru pe poziția 32, cu trei locuri sub Republica Cehă. Lipsa lucrătorilor cu o diplomă în științe tehnice și naturale rămâne o preocupare cheie aici și un potențial obstacol pentru furnizarea de tehnologie, producție și servicii care utilizează intensiv cunoștințele.

Malta (33) și Franța (35) sunt pe locuri apropiate, însă situațiile lor diferă. Dacă în cazul Franței o putere relativă implică co-publicații majore de cercetare, studenți din afara UE și societatea cu studii superioare, în Malta, nu a fost încă dezvoltat un sistem coerent pentru producerea și interpretarea abilităților.

Rata de absolvire a învățământului superior a Poloniei este mai bună decât a UE în ansamblu, de aceea și este pe locul 34, dar există o problemă a disparității abilităților, cu Tehnologia Informației și Comunicațiilor inadecvată.

Grecia este pe locul 41, fiind urmată îndeaproape de Italia (42). Trecerea de la educație la muncă rămâne o provocare aici, iar nepotrivirea competențelor este mare, deși se încearcă reforme ambițioase.

Creșterea abilităților este esențială pentru succesul economic și bunăstarea socială a Portugaliei (locul 43) și a Spaniei (37). După ani de șomaj ridicat, economiile lor sunt acum pe calea spre recuperare.

Republica Slovacă (45) nu produce o cantitate suficientă de absolvenți angajați în științe, tehnologie, inginerie, matematică sau în învățământul profesional. Cadrul de finanțare universitară bazat pe numărul de angajați pierde instituțiile tehnice și nu creează suficiente oportunități de recrutare a studenților.

Forța de muncă calificată din Ungaria (49) este o componentă esențială în recrutarea investițiilor directe din state străine. Deși productivitatea s-a îmbunătățit în fabrici împreună cu absolvenții în științe, tehnologie și matematică, succesul Ungariei pare departe de cele mai performante țări membre.

Bulgaria este pe poziția 56, iar Croația pe 69. Intenția antreprenorială și munca independentă nu sunt stabilite în mod adecvat, dar școala este văzută ca un element benefic în cultivarea unei mentalități antreprenoriale.

România ocupă ultimul loc din UE la capitolul abilități – 72. Este dificil să găsești oameni calificați care sunt dispuși să lucreze pentru banii oferți, aspect care contribuie la o calitate mai scăzută a produsului final și îl face mai puțin competitiv pe piața internațională. Dar, de cealaltă parte, românii sunt unii dintre cei mai disciplinați angajați, în raport cu numărul de ore săptămânale lucrate.

### **3. Competitivitatea sectorului de producție a statelor membre UE conform Indicelui Competitivității Globale**

Porturile franceze (locul 9 în ICG din 2019 referitor la dimensiunea pieței) funcționează inegal și nu sunt utilizate la potențialul maxim, limitându-și

angajamentul față de producție. În schimb, industria germană (locul 5) și cea este extrem de competitivă, dar prezintă provocări semnificative în păstrarea viitorului său loc competitiv, în special în ceea ce privește evoluțiile preconizate în demografie.

Producția britanică (locul 8), cea italiană (locul 12) și cea spaniolă (15) dețin o proporție din profitul brut aplicat din PIB, care este deja mai mare decât media UE. Totuși, creșterea producției este lentă, fiind atribuită în principal ineficienței distribuției resurselor.

Olanda (locul 20) se bazează pe sectoare de producție cu capital ridicat și tehnologii moderate, inclusiv produse cosmetice, petrol prelucrat, computere și mașini, echipamente de transport și produse alimentare. În Polonia (locul 22) industria reprezintă 30,2% din locurile de muncă (22,7% în medie în Uniunea Europeană).

Belgia este pe rangul 33. În ultimii ani, guvernul belgian a folosit din ce în ce mai mult diferite forme de stimulente salariale în producție, pentru a atenua handicapul de venit cu care se confruntă națiunea în comparație cu vecinii săi.

Industria suedeză (locul 40) este specializată în sectoare cu capital intensiv (producția de oțel și fier, producția de celuloză și hârtie), industria convențională (izolarea cablurilor), sectoare bazate pe tehnologie etc.

Producția României (41) și a Republicii Slovace (59) sunt axate pe costurile unitare ale forței de muncă. În vehicule și piese de vehicule, bunuri de larg consum, mașini și articole din metal, acestea au o cotă de piață de export mare.

Austria se situează pe locul 43, categorie care cuprinde și sectorul de producție. Austria are o economie stabilă și sănătoasă, alimentată de o industrie prelucrătoare diversă, spre deosebire de Cipru, care se află pe locul 110 și a căror exporturi de produse către țări din afara UE au scăzut.

Găsim Bulgaria pe locul 64. Bulgaria este printre cei mai mari producători de plumb, zinc și cupru din Europa și produce aproximativ zece la sută din mașinile hidraulice din lume, în timp ce Danemarca (locul 55) produce și exportă în principal mașini, produse chimice și produse alimentare și băuturi.

Legat de Portugalia (locul 51), deși economia își mută progresiv ponderea în sectorul serviciilor, industria prelucrătoare păstrează o importanță semnificativă, angajând (cu construcții și minerit) mai mult de o treime din forța de muncă.

Croația este pe poziția 78 și Republica Cehă pe 42. Producția este una ridicată în ambele țări, motiv pentru care dezvoltarea exporturilor cu valoare adăugată mare este o prioritate politică, cu mai multe inițiative actuale de promovare a lor.

Producția finlandeză (locul 60) este condusă de sectoarele industriale ale produselor electronice, metalice, chimice și forestiere. Trebuie amintit că piața chimică a reușit treptat să îmbunătățească atât producția, cât și distribuția, la fel ca în Irlanda (locul 44).

Lituania (locul 76) are un avantaj strategic raportat pentru infrastructură atât în transport, cât și în turism. Scopul pentru afacerea lituaniană este acum să împingă scara de producție a produselor finite în sus.

Producția adaugă 9,9% la valoarea adăugată totală în Grecia (57), concentrându-se în principal pe producția de alimente. De altfel, în Ungaria (48) producția, controlată de marile companii străine, reprezintă o pondere semnificativă din valoarea adăugată, iar pătrunderea IMM-urilor interne în acest lanț de aprovizionare este încă lentă.

Sectoarele industriale din Luxemburg (77) compensează mai puțin de 10% din producția economică sau locuri de muncă. Piața pare puternic specializată în servicii și depinde în special de serviciile financiare.

Pentru producția axată pe export din Slovenia (locul 82), eficiența infrastructurii de transport rămâne importantă, iar infrastructura pentru căile ferate este destul de inadecvată.

Letonia (95) și Estonia (99) sunt specializate în domenii cu capital ridicat și bazate pe tehnologie, cum ar fi aparatele și echipamentele și produsele din lemn.

Malta (poziția 120) a dezvoltat un avantaj strategic în ultimul deceniu în industria farmaceutică, care este în creștere rapidă, în sectoarele legate de calculatoare, în afaceri și financiare și în industria jocurilor virtuale.

#### **4. Competitivitatea inovației statelor membre UE conform Indicelui Competitivității Globale**

Germania este pe primul loc în ICG din 2019 la capacitatea de inovare. Cu toate acestea, lacunele de competențe apar pe diferite piețe și industrii; ele pot deveni progresiv un impediment pentru eficiența pe termen lung și extinderea inovației, în special pentru IMM-uri.

În Suedia (locul 5) și Marea Britanie (locul 8) sunt inițiate domenii de inovare strategică, în care organizații precum afaceri, mediul academic, instituțiile de cercetare și sectorul guvernamental dezvoltă împreună programe de inovare a durabilității, ridicând astfel soluții la probleme.

Pentru a îmbunătăți eficiența inovării, cheltuielile pentru dezvoltare și inginerie din Franța (locul 9) și Finlanda (locul 12) trebuie utilizate mai eficient, astfel încât să genereze noi bunuri și servicii.

Pentru a promova cercetarea și creativitatea, guvernul olandez (10) își propune să caute o colaborare mai puternică cu comunitatea privată și agențiile de informare, precum și cu autoritățile de stat și cele locale. Politica este din ce în ce mai îndreptată spre rezolvarea problemelor sociale majore în domenii precum electricitatea sau sănătatea.

Austria este pe rangul 14, iar Belgia pe 17. Lipsa lucrătorilor calificați în profesiile tehnologice și segmentele de dezvoltare împiedică încercările de a spori eficiența inovării economiilor lor.

Rezultatele slabe ale Luxemburgului (locul 19) cu privire la indicii de parteneriat dintre organizațiile de cercetare finanțate din fonduri publice și întreprinderi reprezintă decalajul continuu dintre programul de cercetare publică și cercetarea și creșterea sectorului privat.

În calitate de țară mică, irlandezii (21) știu că inovația este esențială pentru menținerea competitivității Irlandei pe piețele globale și pentru asigurarea de locuri de muncă, precum și creșterea sustenabilă a economiei. Pe de altă parte, unul dintre principalele dezavantaje ale programului italian (22) de cercetare și dezvoltare este expunerea slabă la puterea cercetării și dezvoltării de către piața privată.

Deoarece producțiile de inovare ale Spaniei (25) și Sloveniei (28) sunt cu mult sub media europeană, trebuie să ia măsuri concentrate pentru a-și crește performanțele inovatoare, integrarea tehnologică la nivel de firmă, cooperarea între afaceri și mediile academice în cercetare și dezvoltare.

Republica Cehă se situează pe locul 29 și are ambiția de a deveni un lider inovator în Europa. Guvernul a adoptat Strategia de Inovare ca document cheie pentru următorii 11 ani. Concomitent, Danemarca este pe poziția 11 și se numără printre reprezentanții UE în inovare ecologică.

În Portugalia (31) colaborarea dintre cercetare, inginerie și promovarea informațiilor rămâne destul de redusă. Există încă o diferență majoră în ceea ce privește generarea de informații, transmiterea informațiilor și transformarea acestora în activitate economică prin creativitate, parțial din cauza ponderii reduse a economiei în sectoarele care necesită cunoștințe.

Estonia (34) a definit segmentele de cunoaștere intensivă care ar putea urca țara în ierarhie și depune eforturi pentru a avea succes la nivel global. Planul național de cercetare și inovare 2020 al Maltei (37) cuprinde trei „componente de bază” care vizează remedierea vulnerabilităților procesului de inovare maltez: promovarea științei și inovării, construirea potențialului și competitivității în etapele inițiale de cercetare și dezvoltare pentru realizarea cercetării, dezvoltării și inovării conectate la piață, specializare inteligentă și adaptabilă.

Politică fiscală privind cheltuielile de cercetare și dezvoltare a cunoscut mai multe îmbunătățiri la nivelul companiilor în Ungaria (locul 41), cel mai vizibil în ceea ce privește deductibilitatea din taxa de investiții.

Lituania (42) combină angajamentul pe scară largă față de inovație cu cea la scară mică, specifică sectorului. Acest lucru îi permite să sprijine companiile dinamice, atât cu un suport generos, cât și cu o capacitate de adaptare la nevoile de nișă.

Cipru este pe locul 43. Deși investițiile în cercetare rămân foarte mici, Cipru se situează cu mult peste media Uniunii Europene în rândul cheltuielilor cu inovarea în afara cercetării și dezvoltării, datorită întreprinderilor mici și mijlocii creative, parteneri cu alte companii sau organizații.

Progresul Greciei (47) din ultimii ani provine din performanțele sale îmbunătățite în sectoare cu valoare adăugată scăzută, multe întreprinderi grecești par să fi adoptat – în mare măsură, peste rata medie a UE – inovații noi pe piață.

Cât despre Bulgaria și Croația, acestea sunt pe locul 48, respectiv 73. Întreprinderile prezintă puține semne de inovație, legăturile dintre cercetare și inovare rămân slabe și lipsesc resursele umane și financiare.

Cele mai mari dezavantaje ale sistemului polonez (39) de dezvoltare și tehnologie rămân: un nivel scăzut de comercializare a cercetării, legături slabe între lumea

academică și cea a afacerilor și un număr redus de inovații legitime ale întreprinderilor.

Uniunea Inovării descrie Letonia (locul 54) ca fiind un inovator moderat, cu un clasament general sub nivelul UE. Problemele cheie cu care se confruntă Letonia includ îmbunătățirea integrării între cercetare și dezvoltare și creșterea disparităților de competențe printr-o revizuire sistemică a învățământului superior.

În România (locul 55) și Republica Slovacă (locul 44) cele mai mici scoruri ale indicatorilor din România se referă la învățarea pe tot parcursul vieții, IMM-urile cu inovații de produse sau procese, IMM-urile cu inovații de marketing sau organizaționale și IMM-urile care inovează intern.

## 5. Concluzii

Această lucrare subliniază aspecte care pot oferi o înțelegere a abordării actuale a competitivității internaționale și a economiei UE: abilitățile, sectorul de producție și nivelul de inovație al statelor membre.

Lecțiile trecutului sunt întotdeauna utile pentru a înțelege prezentul și a modela viitorul. Analizele făcute sunt benefice pentru înțelegerea impactului competitivității economice asupra dezvoltării globale.

Uniunea Europeană este un actor economic puternic în lume, iar competitivitatea sa este mai complexă decât atunci când ne referim la SUA sau China, de exemplu, având în vedere că are în prezent 27 de state membre ce sunt diferite între ele și independente, ajustând doar unele dintre politicile lor pentru a fi în concordanță cu restul. Acesta este motivul pentru care am decis să aprofundez problema și să fac un mic studiu de caz în care să analizez fiecare țară din cele 28 (inclusiv Marea Britanie, care a părăsit UE în 2020).

Am descoperit că fiecare țară are propriile sale puncte forte și puncte slabe. Cea mai competitivă țară din Uniunea Europeană în 2019 a fost Olanda, urmată de Germania și Suedia.

Îmbunătățirea competitivității în Europa nu este neapărat legată de armonizarea și alinierea la reguli comune, ci de generarea unui mediu care să permită diferențierea și exploatarea condițiilor specifice fiecărei națiuni.

Criza COVID-19 care a început la începutul anului 2020 a făcut deja unele schimbări în lume și va influența cu siguranță economia globală cel puțin în următorii ani. Este, așadar, nevoie de o continuă adaptare din punctul de vedere al abilităților, sectorului de producție și inovației.

## Referințe bibliografice

[https://ec.europa.eu/growth/content/member-states-competitiveness-report\\_en](https://ec.europa.eu/growth/content/member-states-competitiveness-report_en)

<https://en.delfi.lt/business/oecd-people-in-lithuania-often-lack-skills-needed-to-flourish-the-digital-world.d?id=81126337>

[http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport2019.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport2019.pdf)



# PIAȚA EMERGENTĂ – POL DE DEZVOLTARE A ROMÂNIEI

## EMERGING MARKET - DEVELOPMENT POLE OF ROMANIA

**Mădălina Ioana MONCEA**

Masterand, Academia de Studii Economice din București  
Facultatea de Management, programul de masterat Managementul Proiectelor  
E-mail: moncea.madalina@gmail.com

**George Alexandru MIHAI**

Masterand, Academia de Studii Economice din București  
Facultatea de Economie Agroalimentară și a Mediului, programul de masterat  
Managementul Proiectelor de Dezvoltare Rurală și Regională  
E-mail: [m.alexandru2205@gmail.com](mailto:m.alexandru2205@gmail.com)

### **Abstract:**

*The emerging market economy as a development pole of Romania, is represented by all investment factors in the country and by the interest shown by foreigners for investments in Romania.*

*Romania is classified as a gold mine that should be polished with the finest tools in order to capitalize on the diamonds it holds.*

*We highlight the factors that contribute to the development of the country, and those are represented by unexploited natural resources. In view of Romania's transition from border market status to emerging market status, it represents an opportunity to align the Romanian economy with the standards of developed countries in the European Union, following the example set by Poland.*

**Keywords :** investments, development, economy, emerging market

**JEL Code :** International Economics, Economic Sistem

### **1. Introducere**

Economia de piață emergentă ca de dezvoltare a României, este reprezentată de toți factorii investiționali la nivelul țării cât și de interesul manifestat de jucătorii străini pentru investițiile în România.

România este denumită ca fiind o mină de aur ce ar trebui slefuită cu cele mai fine ustensile pentru a putea valorifica diamantele deținute de aceasta.

Astfel, scoatem în evidență factorii care contribuie la punerea în valoare a țării, iar aceia sunt reprezentați de resursele naturale neexploatate. Prin prisma trecerii

României de la statutul de piață de frontieră la statutul de piață emergentă, este reprezentată o oportunitate de aliniere a economiei românești la standardele țărilor dezvoltate din Uniunea Europeană, urmărind exemplul oferit de Polonia.

## 2. Piațele emergente

O economie de piață emergentă este reprezentată de economia unei țări care se află în curs de dezvoltare, care vizează extinderea pe piețele globale pe măsură ce scalează.

Țările clasificate ca economii de piață emergente sunt cele cu caracteristicile unei piețe dezvoltate. Pe măsură ce o economie de piață emergentă progresează, ea devine de obicei mai integrată cu economia globală, după cum se poate observa prin creșterea lichidității și acțiuni locale, creșterea volumului comerțului și a investițiilor străine directe, precum și dezvoltarea internă a instituțiilor financiare și de reglementare moderne.

Investitorii caută piețe emergente pentru perspectiva unor randamente ridicate, deoarece de multe ori experimentează o creștere economică mai rapidă, măsurată în PIB. Cu toate acestea, împreună cu randamentele mai ridicate, există de obicei un risc mult mai mare. Riscul investitorilor în economiile de piață emergente poate include instabilitate politică, probleme de infrastructură internă, volatilitate valutară și capitaluri proprii nelichide, deoarece multe companii mari pot fi încă „de stat” sau private. De asemenea, bursele locale nu pot oferi piețe lichide investitorilor externi.

Cu toate acestea, investitorii externi care sunt capabili să cerceteze aceste companii sunt deseori recompensați cu randamente mai mari decât cele normale, făcând piețele emergente o investiție riscantă, dar posibil profitabilă. Acest lucru se datorează adesea faptului că piețele emergente sunt, de obicei, grele la export.

Nu există un consens universal cu privire exact la ce țări se califică drept piețe emergente. Cu toate acestea, există mai multe liste diferite care au devenit general acceptate pentru stabilirea țărilor emergente.

Potrivit indicelui pieței emergente internaționale Morgan Stanley Capital, în 2017 erau 24 de țări în curs de dezvoltare care se califică drept piețe emergente - inclusiv Brazilia, Chile, China, Columbia, Republica Cehă, Egipt, Grecia, Ungaria, India, Indonezia, Coreea, Malaezia, Mexic, Pakistan, Peru, Filipine, Polonia, Qatar, Rusia, Africa de Sud, Taiwan, Thailanda, Turcia și Emiratele Arabe Unite. Indicele urmărește plafoanele de piață ale companiilor de pe piețele bursiere ale țărilor.

Investițiile străine directe și corporațiile multinaționale au ambele efecte pozitive și efecte negative asupra mediului de afaceri al țărilor gazdă. Aceste efecte sunt asociate cu dezvoltarea tehnologică a capacităților de producție, a forței de muncă, politici, investiții și integrarea pieței (Anwar și Sun, 2015), finanțare, resurse etc.

Controlul investitorilor străini sau afilierea la grupuri străine expunfirmelor participante la diferite practici comerciale, cadre de reglementare și, în special, la oportunități de finanțare intragrup sau străine (Avarmaa și colab., 2011; Mueller și Peev, 2007; Ormazabal, 2018).

Deși țările din Europa Centrală și de Est au împărțit o cale de dezvoltare similară în timpul tranziției către economia de piață, piețele lor de capital nu se află la același nivel de dezvoltare. În plus, practicile corporative sunt influențate de anumite specificități de reglementare și culturale. Cercetările indică faptul că entitățile publice românești sunt în această situație din lipsa industriei prelucrătoare într-o gestionare eficientă a activelor și investițiilor, și se caracterizează printr-o preferință pentru îndatorare, deși acest lucru creșteriscul lor în afaceri (Vatavu, 2015).

Pe lângă aderarea la Uniunea Europeană, aceste țări sunt în competiție pentru atragerea investițiilor străine. Clasificat ca piață de frontieră de către internațional agenții, România are o piață de capital relativ mică. Având în vedere dimensiunea pieței, lichiditatea și accesibilitatea pentru investitori, unele alte țări din regiune sunt considerate piețe emergente (Republica Cehă, Ungaria, Polonia), clasificate de Morgan Stanley Capital International clasificare pentru anul 2017.

Țările din UE împărtășesc caracteristici de afaceri și instituționale similare, dar se disting prin capacitatea de absorbție a fondurilor străine. Acest lucru duce la concurența pentru investiții străine în regiune. România are o orientare puternic bancară în economie, cu o bursă de valori relativ mică (în jur de 80-90 de companii listate la bursa reglementată, în ultimul deceniu). Principalele categorii de investitori sunt corporații locale și străine, urmate de agenții guvernamentale, investitori instituționali și individuali, inclusiv angajați (Taran și Mironiuc, 2018).

Investițiile străine directe și corporațiile multinaționale au ambele efecte pozitive și efecte negative asupra mediului de afaceri al țărilor gazdă. Aceste efecte sunt asociate cu dezvoltarea tehnologică a capacităților de producție, a forței de muncă, politici, investiții și integrarea pieței (Anwar și Sun, 2015), finanțare, resurse etc.

În România companiile și acționarii lor dominanți sunt reticenti la creșterea capitalului propriu prin finanțarea de la noi investitori și, astfel, finanțarea externă este sursa preferată de capital. Rata ridicată a dobânzii poate fi un factor cheie pentru nivelul redus de credite către companiile românești.

Cercetările indică faptul că entitățile publice românești sunt în această situație din lipsa industriei prelucrătoare într-o gestionare eficientă a activelor și investițiilor, și se caracterizează printr-o preferință pentru îndatorare, deși acest lucru crește riscul lor în afaceri (Vatavu, 2015).

Piața de capital din România va parcurge un nou proces de dezvoltare. Intrarea României în lista piețelor emergente este una din cele mai importante realizări din punct de vedere economico-financiar din ultima perioadă. Astfel, evoluția pieței de capital, reprezintă un deziderat pentru îndeplinirea criteriilor de convergență în vederea adoptării monedei unice euro.

### **3. România - piață emergentă**

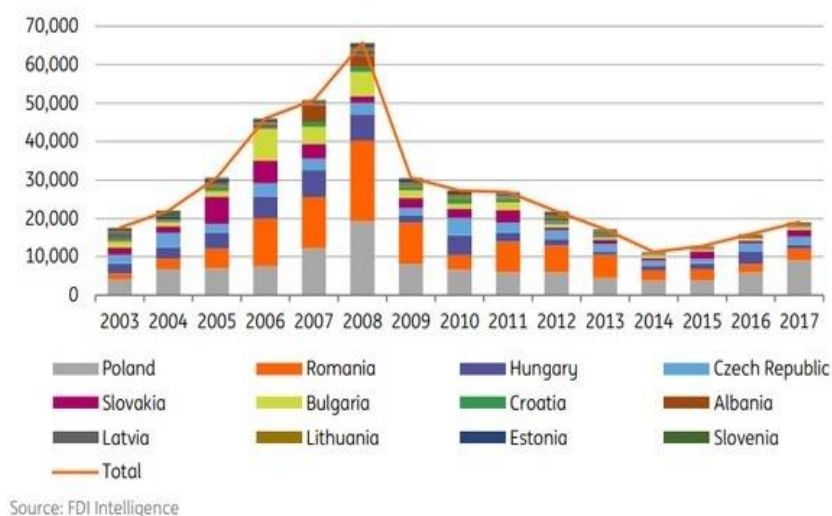
În cele ce urmează, se analizează situația României în comparație cu cea a Poloniei, țări vecine care au pornit de la același nivel, dar care au evoluat diferit.

România promovează de la statul de piață de frontieră, în 21 septembrie 2020, la statul de piață emergentă, fapt care încurajează investițiile directe straine

în economia internă a țării făcând posibilă dezvoltarea economică de care are nevoie pentru a atinge pragul de țară dezvoltată precum țările din vest. Vecinii din Polonia, reușesc performanța de a devenii prima țară din ultimul deceniu din vestul Europei care primește statutul de țară dezvoltată fiind la același nivel cu țări dezvoltate precum SUA, Marea Britanie și Germania. În 24 septembrie 2018, Polonia depășește pragul de piață emergentă în urma investițiilor numeroase și considerabile ale străinilor în economia internă.

Piața emergentă este atractivă pentru investitori, fapt pentru care România are șansa de a urma drumul Poloniei în acest curs de dezvoltare. Situație care se aseamănă, ca importanță cu aderarea la Uniunea Europeană.

Țările din vestul Europei au aderat în diferite perioade în Uniunea Europeană, influențând altfel și investițiile straine. În graficul următor se observă diferențele preferințelor investitorilor în țările fost-comuniste.



Source: FDI Intelligence

Graficul 1 – Investiții straine directe în țările est-europene  
Sursa : FDI Intelligence

Se observă volumul mare al investițiilor în România și Polonia. În primii ani analizați preaderare pentru ambele țări, volumul este redus, dar ușor în creștere, cele din Polonia fiind superioare din pricina pregătirii pentru aderarea la UE, urmând ca în următoarea perioadă să crească și cele din România, apropiindu-se și aderearea României. În 2007 se înregistrează mari investiții în ambele țări, pentru România fiind primul an pe piața europeană, urmând ca în 2018 să se înregistreze cele mai mari investiții atât în țările studiate cât și în țările vecine, precum Ungaria și Bulgaria. Începând cu anul 2009 investițiile au o ușoară tendință descrescătoare, păstrându-se superioritatea Poloniei, motivul principal fiind statutul de piață emergentă.

În 2017, an premergător conversiei de la piață emergentă la piață dezvoltată, investițiile straine directe din Polonia sunt aproximativ egale cu investițiile cumulate din țările est-europene.

În continuarea lucrării va fi realizată o comparație a investițiilor străine directe între România și Polonia punând în evidență discrepanța dintre două tipuri de economie, de frontieră și emergentă

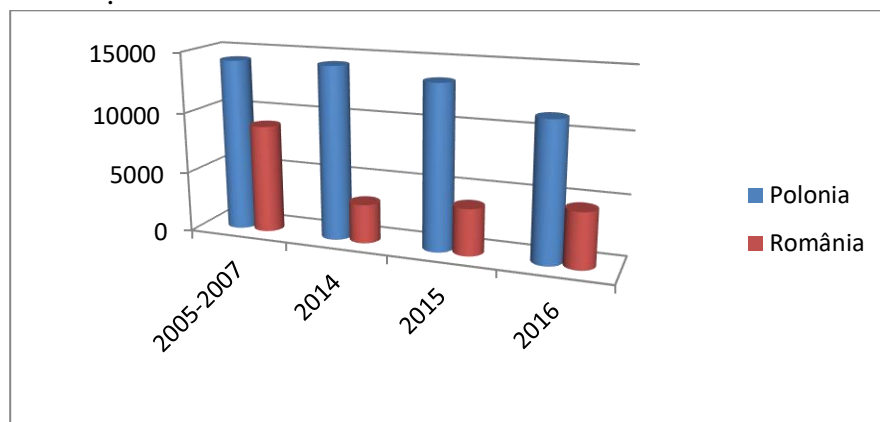


Figura nr. 2 . Investiții străine directe ( milioane dolari)

Sursă : contribuție autori după Estimările Conferinței Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare

Se poate observă o diferență semnificativă dintre tendința străinilor de a investi în piața de capital din Polonia încă de la începutul perioadei analizate, când investițiile străine în Polonia erau cu 37,26% mai mari urmând ca în 2014 să fie de aproximativ 4,4 ori mai mari decât cele din România. Următorii doi ani au fost prielnici tot Poloniei, investițiile străine fiind constant mai mari cu peste 250% comparativ cu cele din România,

#### 4. Concluzii

În urma acestei analize idea principală care se dorește a fi evidențiată este sansa de care beneficiază România în următorii ani, investițiile străine în economia internă a unei țări sunt considerabil importante în dezvoltarea acesteia, după cum a fost evidențiat modelul Poloniei. Din 21 septembrie 2020, România devine o piață atractivă precum a fost și Polonia în perioada de economie emergentă, previzionându-se o creștere semnificativă a investițiilor care să genereze valoare adăugată și să faciliteze dezvoltarea economiei țării. Forța de muncă mai ieftină și accesul la resursele naturale vin în completarea statului de piață emergentă oferind astfel o atracție puternică pentru viitoarele investiții.

În concluzie, România este obligată să profite de această sansă pentru a genera un mediu prielnic dezvoltării economiei și pentru a se alinia cu statele dezvoltate, precum POLONIA..

## Referințe bibliografice

- Anwar, S. și Sun, S. (2015), Can the presence of foreign investment affect the capital structure of domestic firms?, *Journal of Corporate Finance*, 30, pp. 32-43
- Avarmaa, M., Hazak, A. and Männasoo, K. (2011), Capital structure formation in multinational and local companies in the Baltic States, *Baltic Journal of Economics*, 11(1), pp. 125-145.
- John Roberts1&Ujwal Kayande2&Rajendra K. Srivastava, Published online: 13 October 2015 What's Different About Emerging Markets, and What Does it Mean for Theory and Practice?
- Mueller, D. and Peev, E. (2007), Corporate governance and investment in Central and Eastern Europe, *Journal of Comparative Economics*, 35(2), pp. 414-437.
- Ormazabal, G. (2018), The Role of Stakeholders in Corporate Governance: A View from Accounting Research, *Foundations and Trends in Accounting*, 11(4), pp. 193-290
- Saad Alaaraj, Zainal Abidin Mohamed and Umami Salwa Ahmad Bustamam Faculty of Economics and Muamalat, University Sains Islam Malaysia, Nilai, Malaysia External growth strategies and organizational performance in emerging markets, The mediating role of inter-organizational trust
- Taran, A. and Mironiuc, M. (2018), Influence of local versus foreign corporations, as shareholders, on financial performance of Romanian listed companies, *Review of Economic and Business Studies*, 11(1), 97-116.
- Vatavu, S. (2012), Determinants of capital structure: Evidence from Romanian manufacturing companies, *Proceedings in Advanced Research in Scientific Areas*, 1, pp. 670-673.

# ROMÂNIA ÎN PROCESUL DE ADERARE LA ZONA EURO

## ROMANIA IN THE PROCESS OF ACCESSION TO THE EUROZONE

**Anamaria Carina MOȘ**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: ana\_carina\_mos@yahoo.com

***Abstract:** This paper attempts to analyze Romania's readiness in the process of joining the Eurozone along with the other 19 states that make up the Eurozone in terms of meeting the criteria of nominal and real convergence. Europeans that are already part of the Union have adopted a new currency, the euro. There is an ever-increasing number of countries that adopt the euro.*

**Keywords:** Romania, Eurozone, euro.

**JEL Code:** E50, F36

### 1. Introducere

Lucrarea de față prezintă un studiu de caz și de analiză a gradului de pregătire al României privind aderarea la Zona Euro în comparație cu celelalte state membre. Fiind un om practic de fel, mereu am rămas impresionată de cifre și nu de vorbe așadar în ceea ce urmează voi prezenta niște indicatori statistici care ne arată cu adevărat unde se situează țara noastră. În plus, se va putea discuta și despre posibile oportunități de afaceri. Voi sublinia care sunt domeniile care ar beneficia de plus valoare dacă România ar adera la Zona Euro.

### 2. Contextul participării României la procesul de aderare la Zona Euro

În urma celor războaie mondiale și a nenumăratelor tensiuni, ce putea fi mai bun, decât o uniune de o asemenea vastitate? Uniunea Europeană evidentiază marele salt al Europei peste diferențe culturale, sociale, politice și aducerea la viață a unui mare spirit de echipă ce conduce bătrânul continent spre prosperitate, înțelegere, creștere economică, siguranță și apartenență. România blocului comunist a valorificat ieșirea din epoca comunistă prin relațiile sale cu Europa și mai apoi prin

aderarea la Uniune. Astăzi se pune întrebarea dacă România de astăzi este pregătită să mai înainteze un pas prin aderarea și trecerea la moneda euro, simbolul central al identității europene. Importanța abordării și soluționării acestui subiect este crucială întrucât o astfel de aderare va produce efecte naționale și europene pe plan economic și nu numai, pentru milioane de agenți economici naționali și europeni, simplificarea schimburilor valutare, rate ale dobânzilor și dezechilibre economice. De asemenea, subiectul de față produce implicații și schimbări în viața fiecărui cetățean.<sup>1</sup>

Criteriile de convergență nominală pentru trecerea la euro, instituite prin Tratatul de la Maastricht sunt: <sup>2</sup>rata inflației (IAPC), ratele dobânzilor pe termen lung, cursul de schimb față de euro, deficitul bugetului consolidat și datoria publică. De obicei, prin convergență reală se înțelege convergența standardelor de viață sau a PIB real pe cap de locuitor în ceea ce privește, nivelul din Zona Euro..<sup>3</sup>

### 3. Convergența nominală

Intr-o economie de piață, inflația este reprezentată de înregistrarea unei mariri generale a prețurilor, în ceea ce sunt privite produsele și serviciile.<sup>4</sup>

*Tabelul 1: Rata inflației IAPC (%)*

Ani/Țari	Ungaria	Polonia	România
2010	4.7	2.6	6.1
2011	3.9	3.9	5.8
2012	5.7	3.7	3.4
2013	1.7	0.8	3.2
2014	0.0	0.1	1.4
2015	0.1	-0.7	-0.4
2016	0.4	-0.2	-1.1
2017	2.4	1.6	1.1
2018	2.9	1.2	4.1
2019	3.4	2.1	3.9

Sursa: realizat de autor pe baza datelor statistice <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00118/default/table?lang=en> accesat la 07.10.2020.

În *tabelul 1* este prezentată rată inflației. Ungaria este țara care înregistrează cel mai mare procentaj al inflației în anul 2010 și anume de 4.7%. Pe parcursul anilor, rata inflației fluctuează scăzând și crescând în repetate rânduri. În 2019 această măsoară 3.4%. Când ne uităm la Polonia această înregistrează cele mai mici rate

<sup>1</sup> Giurgiu A., Dodescu A., 2008, *Economia Integrării Europene*, Editura Universității din Oradea

<sup>2</sup> Tratatul de la Maastricht, din 7 februarie 1992

<sup>3</sup> Mugur Isarescu, 2015, *Convergența nominală versus cea reală*, București

<sup>4</sup> Dodescu A.O., Giurgiu A., 2008, *Integrarea Monetară Europeană De La Planul Werner La Pactul De Stabilitate Și Creștere*, Editura Universitatii din Oradea



ale inflației în comparative cu Ungaria și România. Ungaria înregistrează în 2020 un procent de 2.6, continuând să crească până în anul 2012 atingând un procentaj de 3.7 și cel mai mare. Iar în următorii ani această continuă să scadă până la 2.1% în anul 2019. România însă pare să aibă cele mai mari fluctuații de rate. Această înregistrează maximum de 6.1% în 2010 și scade drastic până la 3.9% în anul 2019. Aruncând o privire peste acest table observăm că România deține în comparație cu cele 2 țări cele mai mari rate ale inflației din ultimii 10 ani. Acest aspect este unul negativ deoarece cu cât rată inflației este mai mare cu atât această țară pierde șansă de a adera la Zona Euro.

#### 4. Convergența reală

Aceasta se exprimă în structura economiei, exprimată prin ponderea pe care marile sectoare o au în crearea PIB de ex: agricultura, serviciile, industria.<sup>5</sup>

*Tabelul 2: Comerțul exterior cu mărfuri și servicii al Ungariei, României și Poloniei, în perioada 2010-2019 (mil. euro)*

Țări/Ani	Ungaria	Polonia	România
2010	98,986.8	361,803.9	125,408.8
2011	101,552.7	380,241.7	131,925.4
2012	99,733.36	389,376.8	133,147.1
2013	102,032.3	394,733.8	143,801.6
2014	105,905.9	411,163.2	150,458.0
2015	112,210.3	430,258.1	160,297.8
2016	115,259.2	426,555.7	170,393.6
2017	125,603.1	467,312.9	187,772.7
2018	133,782.2	497,590.1	204,640.5
2019	143,826.4	529,029.2	223,337.3

Sursa: realizat de autor pe baza datelor de pe EUROSTAT-  
[https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/nama\\_10\\_gdp](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/nama_10_gdp) - accesat la data de 17.06.2020

În *tabelul 2*, se poate observa că România se situează pe locul 2 în ceea ce privește comerțul exterior cu mărfuri și servicii pe parcursul celor 3 ani. Ungaria înregistrează o valoare a comerțului exterior de 98,986.8 mil. euro în 2010 și este în creștere pe parcursul celor 10 ani, ajungând în 2019 la 143,826.4 mil.euro. Valoarea exportului în ceea ce o privește pe Polonia, o situează pe aceasta în top volumul crescând de la 361,803.9 mil. euro până la 529,029.2 mil. euro în anul 2019.

#### 5. Concluzii

---

<sup>5</sup> Consiliul Uniunii Europene

În concluzie am fost mereu atrasă de ceea ce înseamnă Uniunea Europeană. Așadar am ales cea mai potrivită temă pe acest subiect și anume aderarea României la Zona Euro, cu toate urcușurile și coborâșurile pe care aceasta le-a întâmpinat în drumul său spre râvnita moneda euro. România ar însuma o varietate de oportunități de afaceri dacă aceasta ar adera mâine la Zona Euro. Barierele monetare ar dispărea cu siguranță. Țara noastră ar atrage și mai mulți investitori în cazul în care am avea o monedă unică și anume EURO. Companiile care vizează domeniul IT și al dezvoltării urbane ar pune țara noastră pe lista lor de dorințe. În concluzie este foarte important din ce perspective abordam acest subiect.

În final pot afirma că România nu este pregătită deocamdată să adere la Zona Euro. Acest fapt este demonstrat de datele statistice pe care le-am prezentat.

### **Referințe bibliografice**

Giurgiu A., Dodescu A., 2008, Economia Integrării Europene, Editura Universității din Oradea

Tratatul de la Maastricht, din 7 februarie 1992

Mugur Isarescu, 2015, *Convergența nominală versus cea reală*, București

Dodescu A.O., Giurgiu A., 2008, Integrarea Monetară Europeană De La Planul Werner La 4.Pactul De Stabilitate Și Creștere, Editura Universitatii din Oradea

Consiliul Uniunii Europene <https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/joining-the-euro-area/convergence-criteria/>

<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00118/default/table?lang=en>

EUROSTAT [https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/nama\\_10\\_gdp](https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-datasets/-/nama_10_gdp).

Consiliul Uniunii Europene <https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/joining-the-euro-area/convergence-criteria/>

<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00118/default/table?lang=en>

# ANALIZA RISCULUI DE FALIMENT A COMPANIILOR DIN DOMENIUL HOTELIER ÎN CONTEXTUL PANDEMIEI COVID 19

## ANALYSIS OF THE RISK OF BANKRUPTCY OF HOTEL COMPANIES IN THE CONTEXT OF THE COVID 19 PANDEMIC

**Daniela MUNTEANU**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice

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

***Abstract:** In a competitive economy, the existence and the viability of a business are tied up by risk in the measure in how the present and the futures results are under the influence of unexpected events. An unforeseen event that hit the economy in 2020 is the COVID-19 pandemic. This created a crisis that paralyzed one of the most prosperous industries in the economy - the hotel industry. Romania is also among the countries that were severely affected by the pandemic, here the number of those who lost their jobs, following the significant reduction of hotel activities, amounted thousands of people. In this context, this paper aims to analyze the risk of bankruptcy for companies operating in the hotel industry. The paper consists in two parts, the first part presents the theoretical aspects related to the risk of bankruptcy, and the second part is a case study, where an analysis was performed on companies that are listed on the Bucharest stock exchange and belong to the HoReCa sector. Following the analysis of the risk of bankruptcy, based on the financial data released for the first semester of 2020 it was possible to establish that the companies were severely affected and for some of them the impact has been so severe that is most likely close their doors.*

**Keywords:** bankruptcy risk; hotel industry; COVID 19; crisis; risk; insolvency.

**JEL Code:** G320, O160, L830.

### **1. Introducere**

Punctul de pornire a prezentei lucrări l-a constituit observarea complexului de probleme care intervin în procesul de activitate al companiilor din domeniul hotelier, această industrie fiind una dintre cele mai afectate de criza sanitară globală provocată de pandemia Covid-19. Companiile HoReCa au fost afectate atât pe

perioada stării de urgență, când restricțiile impuse de autorități au limitat la maxim activitatea acestora, cât și recent, pe fondul exploziei numărului de cazuri de infectare cu noul coronavirus. Astfel acest sector al economiei este pus în imposibilitatea de a supraviețui în condițiile unor asemenea restricții fără ajutor financiar din partea statului, atât pentru salvarea afacerii cât și pentru păstrarea angajaților. Având în vedere importanța turismului în economia românească, această lucrare își propune să analizeze riscul de faliment al companiilor din domeniul hotelier, pentru a stabili măsura în care fiecare hotel a fost afectat de pandemie și pentru a determina societățile care se află la doar un pas de faliment. În acest scop s-au utilizat metode de cercetare cantitative și analitice, recurgându-se la raționamente inductive, deductive și comparative în studierea riscului de faliment în contextul pandemic. Din cercetarea întreprinsă au rezultat diferențieri în amplitudinea impactului în funcție de metodele aplicate și particularitățile fiecărei societăți în parte.

## **2. Analiza riscului de faliment – cale de prevenire a insolvenței întreprinderii**

Așa cum descrie Stih(2010) riscul este „un eveniment posibil, previzibil, sau imprevizibil, inevitabil în activitatea antreprenorială, care poartă probabilitatea de obținere a câștigului sau pierderilor în urma luării unor decizii” (Stih, 2010). Deoarece riscul poate afecta semnificativ activitatea și rezultatele întreprinderilor, devine inevitabilă determinarea și analiza acestuia, astfel încât să se reducă la minim eventualele pierderi. Evoluția mediului economic și pericolul generat de fluctuațiile acestuia au dus la nașterea unui set întreg de riscuri care afectează activitatea întreprinderii, printre care se evidențiază riscul de faliment. (Stih, 2010) Riscul de faliment, mai e numit și riscul de insolvabilitate, exprimă „posibilitatea de apariție a incapacității de onorare a tuturor obligațiilor scadente ca urmare a încheierii cu pierderi a exercițiilor anterioare și neacoperite, care au epuizat integral capitalurile proprii” (Băileșteanu, 1997). Apariția și manifestarea riscului de insolvabilitate este strâns legată de manifestarea celorlalte riscuri ale întreprinderii (riscul financiar și economic), fiind în fapt efectul acțiunii acestora și care se încadrează, pe de o parte, în categoria riscului financiar, dar care poate fi inclus și ca efect direct al riscului economic. Astfel cauzele care pot conduce la faliment sunt numeroase și vizează reducerea activității, reducerea marjelor și a ratelor de rentabilitate, problemele specifice de trezorerie, de management, precum și cauze accidentale legate de falimentul unor clienți, reducerea piețelor de desfacere, blocajul în lanț ș.a. (Holt, 2009) Studiul cauzelor falimentului a condus la concluzia că acesta nu este un fenomen brutal, imputabil doar fluctuațiilor conjuncturale, ci este un rezultat al unei degradări progresive a situației financiare, riscul de insolvabilitate fiind previzibil cu câțiva ani înainte de încetarea plăților. Degradarea în timp a rezultatelor entităților, dificultățile cu care se confruntă și care nu sunt numai de ordin financiar au furnizat analizei financiare un câmp de investigații deosebit de bogat în scopul găsirii unor metode de detectare precoce și de previzionare a riscului de faliment consecutiv dificultăților financiare. În acest sens, studii întreprinse în SUA și în Franța au arătat că în vederea previzionării

falimentului unei întreprinderi pot fi utilizate metode bazate pe analiza scoring. Calculul unei funcții-scor se bazează pe o serie de rate financiare obținute pe grupuri de întreprinderi care s-au comportat diferit față de riscul de faliment. Există mai multe metode scoring de evaluare și previzionare precoce a riscului de faliment, printre care cele mai populare sunt: modelul Altman și modelul Conan-Holder.

Modelul Altman este prima funcție scor de predicție a falimentului care a apărut în SUA în anul 1968. (Batrâncea, 2010) Cu ajutorul acestei metode s-au putut preconiza 94% din falimentele unor firme cu aproximativ cu doi ani înainte de producerea acestora. Modelul de calcul cuprinde indicatori ce caracterizează echilibrul financiar atât pe termen scurt cât și pe termen lung, modul de gestiune internă și rentabilitatea economică, cuprinzând astfel cinci variabile considerate a fi cele mai reprezentative și care se structurează în următoarea formulă (Batrâncea, 2010):

$$Z = 1,2 \times R_5 + 1,4 \times R_4 + 3,3 \times R_1 + 0,6 \times R_3 + R_2$$

$R_1$  = Rezultatul curent/Activ total;

$R_2$  = Cifra de afaceri/Activ total;

$R_3$  = Valoarea de piață a capitalului propriu/Valoarea datoriilor totale;

$R_4$  = Profitul reinvestit/Activ total

$R_5$  = Activ circulant/Activ total

Modelul Altman poate fi aplicat cu bune rezultate pentru firmele cotate la bursa de valori, deoarece determină care este probabilitatea producerii riscului într-un interval scurt de timp. Vulnerabilitatea întreprinderii în funcție de valoarea Z se apreciază conform următoarei grile:

*Tabel nr. 1. Interpretare în funcție de valorile lui Z (modelul Altman)*

Valoarea scorului	Situația întreprinderii
$Z < 1,8$	starea de faliment este iminentă
$1,8 < Z < 3$	situația financiară este dificilă, cu performanțe vizibil diminuate
$Z > 3$	situația financiară este bună

Sursa: prelucrare proprie, pe baza datelor furnizate

În 1978, Franța, a fost elaborată funcția-scor Conan-Holder. Acest model a fost testat pe un eșantion de 190 de întreprinderi mici și mijlocii, din care jumătate au falimentat cu trei ani înainte de efectuarea acestuia. (Pascaru, 2017) Modelul utilizează o funcție-scor cu cinci variabile care permite clasificarea întreprinderilor în normale și falimentare. Formula propusă pentru calculul riscului de faliment prezentată și de Holt(2009) capătă următoarea înfățișare:

$$Z = 0,16 \times R_1 + 0,22 \times R_2 - 0,87 \times R_3 - 0,10 \times R_4 + 0,24 \times R_5$$

$R_1$  = Active circulante – Stocuri/Activ total

$R_2$  = Capital permanent/Activ total

$R_3$  = Cheltuieli financiare/Cifra de afaceri

$$R_4 = \text{Cheltuieli cu personalul/Valoarea adăugată}$$
$$R_5 = \text{Excedentul brut de exploatare/Datorii totale}$$

Spre deosebire de metoda Altman, ce se orientează pe formularea unor concluzii pe termen scurt, această metodă determină probabilitatea producerii riscului de faliment în decursul unui interval mai lung de timp, iar vulnerabilitatea întreprinderii în funcție de valoarea scorului Z se apreciază conform următoarelor grile:

*Tabel nr. 2. Interpretare în funcție de valorile lui Z (modelul Conan-Holder)*

Valoarea scorului	Situația întreprinderii	Probabilitatea producerii riscului de faliment
$Z > 0,16$	Foarte bună	Sub 10%
$0,1 < Z < 0,16$	Bună	10% - 30%
$0,04 < Z < 0,1$	Alertă	30% - 65%
$-0,05 < Z < 0,04$	Pericol	65% - 90%
$Z \leq - 0,05$	Eșec	Peste 90%

Sursa: prelucrare proprie, pe baza datelor furnizate

### **3. Analiza riscului de faliment la societățile hoteliere cotate la Bursa de Valori București**

Industria hotelieră este esența sistemului ospitalității. Provine din cele mai vechi tradiții din istoria omenirii - respectul pentru oaspete, triumful primirii și serviciului său. Este o industrie care formează sistem, creând un ansamblu complex de relații financiare și economice între entitățile de afaceri din diverse direcții. Astăzi, industria hotelieră ca tip de activitate economică suferă pierderi uriașe, ca urmare a declanșării pandemiei globale. În acest context, pentru determinarea efectelor negative ale restricțiilor impuse în această perioadă în România asupra companiilor din domeniul HoReCa sa întreprins o analiză a riscului de faliment, realizată asupra a treisprezece societăți cotate la Bursa de Valori București, printre care: Aro-Palace SA Brașov, Casa de Bucovina - Club de Munte, Balea Estival 2002 SA Neptun, SIF Hoteluri SA, Cicero SA DR T Severin, Turism Hoteluri Restaurante Marea Neagra, Neptun Olimp SA Neptun, Parc SA Caracal, Dorna Turism SA Vatra Dornei, Palace SA Sinaia, Turism Covasna SA Covasna, Turism Felix SA și Tușnad SA Băile Tușnad.

Având în vedere faptul că acest studiu de caz a intenționat compararea rezultatelor financiare din primul semestru al anului 2020 (parțial afectat de COVID19) cu rezultatele financiare din anii anteriori au fost utilizate spre comparație situațiile financiare semestriale publicate la data de 30.06.2020, 30.06.2019 și 30.06.2018.

În continuare vom analiza riscul de faliment prin intermediul a două metode statistice. Prima metodă utilizată este modelul lui Altman. În urma calcului scorului Z prin această metodă au fost obținute și interpretate valorile din figura și tabelul de mai jos.

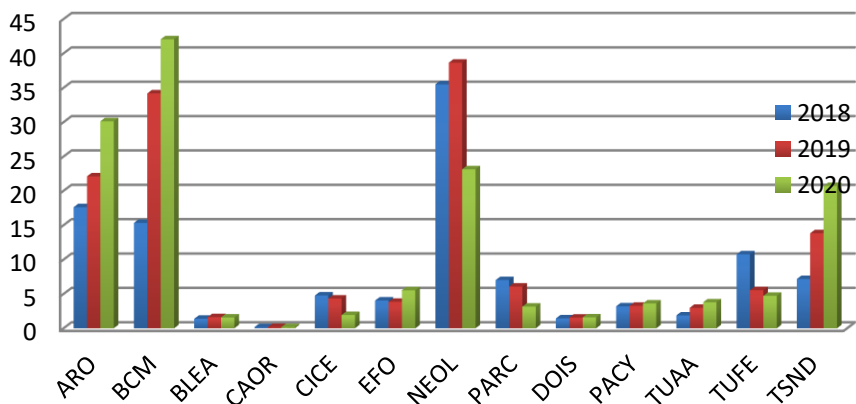


Figura nr. 1. Evoluția riscului de faliment în perioada 2018-2020 (modelul Altman)

Sursa: prelucrare proprie, pe baza datelor colectate de pe BVB

Tabelul nr. 3. Evoluția riscului de faliment în perioada 2018-2020 (modelul Altman)

Nr. crt.	Simbol	Denumire societate	Valoarea funcției Z		
			2018	2019	2020
1.	ARO	Aro-Palace SA Brașov	17,6245132	22,1061912	30,1240609
2.	BCM	Casa de Bucovina - Club de Munte	15,3413956	34,1854605	42,0570482
3.	BLEA	Balea Estival 2002 SA Neptun	1,38516509	1,6201333	1,57289314
4.	CAOR	SIF Hoteluri SA	0,17954781	0,18767972	0,1733579
5.	CICE	Cicero SA DR T Severin	4,77589974	4,33110662	1,93562567
6.	EFO	Turism Hoteluri Restaurante Marea Neagra	4,0373177	3,84585394	5,5353039
7.	NEOL	Neptun Olimp SA Neptun	35,5006353	38,6551288	23,1440669
8.	PARC	Parc SA Caracal	7,02041537	6,07370673	3,16152135
9.	DOIS	Dorna Turism SA Vatra Dornei	1,4423286	1,55820409	1,58552977
10.	PACY	Palace SA Sinaia	3,18744339	3,27160967	3,60880661
11.	TUAA	Turism Covasna SA Covasna	1,87026959	2,97885234	3,77499414
12.	TUFE	Turism Felix SA	10,767732	5,54537156	4,7180824
13.	TSND	Tușnad SA Băile Tușnad	7,16834126	13,8427311	20,7192128

Sursa: prelucrare proprie, pe baza datelor colectate de pe BVB

Valoarea funcției Z îmbracă valori diferite de la o firmă la alta. Surprinzător putem observa o evoluție crescătoare a scorului la 6 societăți din 13, acesta fiind un aspect favorabil din punct de vedere economic pentru societăți, ce denotă o creștere a performanțelor și a situației financiare. La 4 societăți, printre care: BLEA, CICE, PARC și TUFE sa observat o diminuare a valorii funcției Z în anul 2020 comparativ cu anii precedenți. Această tendință de descreștere se manifestă și la

alte 3 societăți: CAOR, EFO și NEOL, în anul 2020 comparativ cu anul 2019. Deși așteptările inițiale au fost mai sumbre, dintre toate societățile analizate doar 4 dintre acestea au înregistrat valori care denotă existența riscului de faliment. Trei dintre acestea, BLEA, CAOR și DOIS, manifestă tendințe predispuse la riscul de faliment pe parcursul întregii perioade de analiză, și doar la CICE situația se înrăutățește abia în anul 2020.

Analiza riscului de faliment cu ajutorul modelului Altman se bazează pe informațiile financiare furnizate de bilanț, acestea fiind date relativ stabile a căror valoare nu se modifică foarte repede în timp. Drept urmare această metodă are un orizont scurt de timp, iar efectele negative ale pandemiei, nu se pot încă observa în activitatea societăților dacă utilizăm acest model deoarece anul 2020 a fost doar parțial afectat de COVID-19 și multe societăți din domeniul turismului încă beneficiau de creșterea constantă a sectorului.

A doua metodă aplicată pentru determinarea riscului de faliment este modelul Conan-Holder, care spre deosebire de metoda precedentă analizează probabilitatea producerii riscului de faliment în decursul unui interval mai lung de timp. În urma calcului funcției Z prin această metodă au fost obținute și interpretate valorile din figura și tabelul de mai jos.

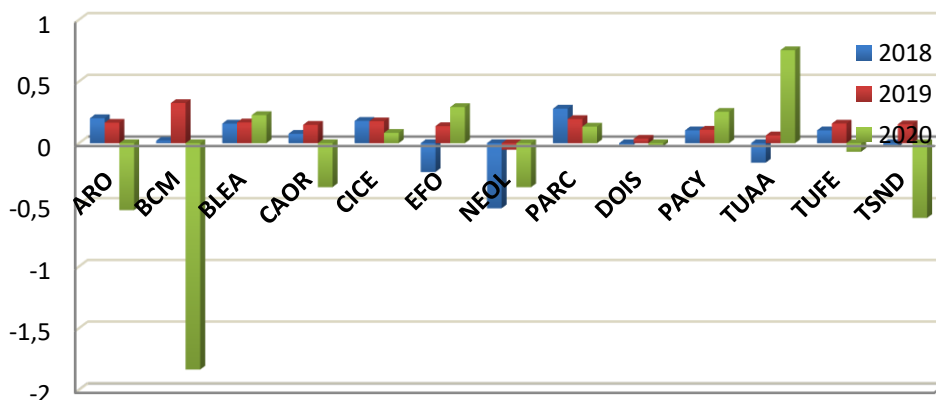


Figura nr. 2. Evoluția riscului de faliment în perioada 2018-2020 (modelul Conan-Holder)

Sursa: prelucrare proprie, pe baza datelor colectate de pe BVB

Tabelul nr. 4. Evoluția riscului de faliment în perioada 2018-2020 (modelul Conan-Holder)

Nr. crt.	Simbol	Denumire societate	Valoarea funcției Z		
			2018	2019	2020
1.	ARO	Aro-Palace SA Brașov	0,201971	0,165731	-0,54309
2.	BCM	Casa de Bucovina - Club de Munte	0,019561	0,325394	-1,834
3.	BLEA	Balea Estival 2002 SA Neptun	0,158563	0,168254	0,227548
4.	CAOR	SIF Hoteluri SA	0,075889	0,148681	-0,35634
5.	CICE	Cicero SA DR. T. Severin	0,180572	0,177204	0,083378
6.	EFO	Turism Hoteluri Restaurante	-0,23398	0,138101	0,292356



		Marea Neagra			
7.	NEOL	Neptun Olimp SA Neptun	-0,52777	-0,05286	-0,35671
8.	PARC	Parc SA Caracal	0,279776	0,195175	0,133867
9.	DOIS	Dorna Turism SA Vatra Dornei	-0,01137	0,035967	-0,02564
10.	PACY	Palace SA Sinaia	0,104068	0,10894	0,254315
11.	TUAA	Turism Covasna SA Covasna	-0,15792	0,063004	0,753417
12.	TUFE	Turism Felix S.A.	0,103891	0,158892	-0,0694
13.	TSND	Tușnad SA Băile Tușnad	-0,03134	0,152766	-0,6056

Sursa: prelucrare proprie, pe baza datelor colectate de pe BVB

În urma analizei riscului de faliment pe baza acestei metode se observă că societățile analizate sunt afectate de situația economico-sanitară globală. Majoritatea societăților, în perioada analizată, înregistrează valori descrescătoare ale funcției Z, fiind un aspect negativ din punct de vedere economic pentru acestea. Astfel, în anul 2020, în categoria societăților cu risc de faliment pronunțat se încadrează următoarele companii: ARO, BCM, CAOR, CICE, NEOL, DOIS, TUFE și TSND. La 6 dintre aceste societăți probabilitatea producerii riscului de faliment depășește 90%. Cu toate acestea, pe lângă evoluțiile negative, în perioada analizată se pot observa și creșteri ale scorului înregistrate la 4 societăți: BLEA, EFO, PACY și TUAA, la care probabilitatea producerii riscului de faliment în anul 2020 nu depășește 10% - 30%.

Analiza riscului de faliment prin modelul Conan-Holder se bazează pe informațiile furnizate de contul de profit și pierdere, ceea ce permite efectuarea unei analize curente care determină probabilitatea producerii riscului de faliment într-un orizont de timp mai lung decât metoda precedentă.

#### 4. Concluzii

Potrivit experților în domeniu, pandemia de Covid-19 este o urgență globală de sănătate. Aceasta constituind cel mai mare pericol pentru economia mondială după criza financiară din 2008, reducând perspectivele de creștere economică și sporind riscul unei crize globale profunde. Nici o industrie nu a rămas neafectată de coronavirus, însă niciuna nu este la fel de afectată cum este turismul. Covid-19 nu a făcut discriminări, astfel încât toate companiile din sectorul turistic și toate destinațiile de călătorie au fost afectate masiv de restricțiile fără precedent și au resimțit blocajele economice și sociale. Confruntându-se cu circumstanțele excepționale, companiile din industria hotelieră au înregistrat pierderi masive care au condus la scăderea cifrei de afaceri și a altor indicatori importanți. În acest context devine inevitabilă analiza riscului de faliment, care determinat prin modelul Altman nu ne oferă o imagine actualizată a performanțelor economice ale companiilor, ca urmare a faptului că acest model se bazează pe informații relativ stabile, precum activele. Pentru a observa impactul pandemiei asupra acestor societăți se recomandă utilizarea modelului Conan-Holder, care se bazează pe

informațiile actualizate, precum veniturile și cheltuielile activității. În acest caz, se observă necesitatea implementării unor măsuri de redresare a acestui sector economic, pentru a evita falimentările în masă a societăților hoteliere. În această perioadă se remarcă societățile inovative care și-au reorientat activitatea, bazându-se mai mult pe turismul local și turismul în natură. Totodată există și alte măsuri de redresare, cum ar fi: susținerea și prioritizarea sectorului turism în cadrul economiei naționale; scoaterea în evidență a avantajelor competitive ale României printr-o promovare inteligentă; reducerea birocrăției prin digitalizarea proceselor operaționale hoteliere, care nu poate fi efectuată datorită limitărilor legislative actuale; regândirea tehnicilor, politicilor și procedurilor de sănătate și securitate existente; dezvoltarea turismului prin încurajarea investițiilor publice și private; sprijinirea forței de muncă din turism ș.a. Aceste măsuri sunt foarte importante atât pentru industria hotelieră cât și pentru multe altele, deoarece impactul unei crize care afectează major turismul va fi resimțit nu doar în cadrul acestui sector, ci și de alte sectoare ale economiei – agricultura, industrie alimentară sau transport etc.

### Referințe bibliografice

- Băileșteanu, Gheorghe ( 1997), *Diagnostic, risc și eficiență în afaceri*, Editura MIRTON, Timișoara.
- Bătrânca, Ioan, Bătrânca L., Popa A., Moscviciov A., Bătrânca M., Nichita A. (2010), *Standing financiar*, Editura RISOPRINT, Cluj-Napoca.
- Holt, Gheorghe (2009), *Riscul de faliment – punct central în diagnosticul financiar-contabil*, Analele Universității “Constantin Brâncuși” din Târgu Jiu, Seria Economie, Nr. 3.
- Pascaru, Sergiu (2017), *Prezentarea modelelor de evaluare a riscului de faliment prin prisma managementului anticriză*, Universitatea Tehnică a Moldovei.
- Sabău, Cătălin (2019), *Sistem de analiză și diagnosticare financiară – cale de prevenire a insolvenței întreprinderii*, Universitatea „BABEȘ-BOLYAI”, Cluj-Napoca.
- Stihi, Ludmila (2010), *Managementul riscului în afaceri*, Editura ASEM, Chișinău.
- Turcov, Elena (2006), *Coordonarea turismului*, Editura ASEM, Chișinău.
- [https://europa.eu/european-union/documents-publications\\_ro](https://europa.eu/european-union/documents-publications_ro)
- <https://www.bvb.ro/FinancialInstruments/Markets/AdvancedSearch>

## **Auditul financiar. Studiu de caz privind auditul statutar în România.**

### **FINANCIAL AUDIT. CASE STUDY ON STATUTORY AUDIT IN ROMANIA**

**Diana-Maria ROGIA**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: diana.rog20@gmail.com

**Abstract:** *Starting from the specialized literature, in this case study we followed the manner of presenting the key audit aspects and the auditor's opinion in the audit reports related to the entities included in the studied sample, the period under analysis being between 2016-2019, the year The financial year ended at the end of 2016 was the first year for which the revised international auditing standards are applied, with reference to the obligation to communicate key audit matters.*

**Keywords:** Key Audit Matters (KAM) ; audit reports ; audit opinion ; sample ; international standard on auditing (ISA).

**JEL Code:** C15 ; M42 ; M48.

#### **Introducere**

În lucrarea de față, am considerat oportună analizarea celor mai vulnerabile puncte ale unui auditor în îndeplinirea obiectivelor activității sale, materializate în cuprinsul raportului de audit, respectiv *emiterea opiniei de audit și prezentarea aspectelor cheie de audit.*

Prezintă interes pentru lucrarea de față, modalitatea în care au fost întocmite rapoartele de audit pentru entitățile cotate la Bursa de Valori București (pe piața principală) emise după aplicarea noilor cerințe de raportare în audit (începând cu situațiile financiare aferente anului 2016) pentru asigurarea unei valori comunicaționale sporite.

Obiectivul general al acestei norme este de a trata responsabilitatea auditorului în ceea ce privește comunicarea aspectelor cheie de audit de către auditor în raportul acestuia, iar finalitatea este de a îmbunătăți valoarea comunicațională a raportului auditorului, prin furnizarea unei transparențe sporite cu privire la întreg demersul de audit.

Așadar, tocmai aceste aspecte am încercat să fie cuprinse în acest studiu de caz axat pe analiza rapoartelor de audit aferente situațiilor financiare corespunzătoare

exercițiilor financiare care s-au încheiat la finele anilor: 2016, 2017, 2018 și 2019 ale unor companii cotate la BVB pe piața principală, cu scopul reliefării calității misiunilor de audit financiar ca urmare a obligației impuse auditorilor de a include în rapoartele publicate aspectele cheie de audit într-o secțiune separată.

Chiar dacă au fost avute în vedere doar rapoarte de audit pentru patru exerciții financiare încheiate (perioada 2016-2019), consider că prezintă interes maniera în care au fost comunicate aspectele cheie de audit de către auditori în rapoartele acestora, atât din punct de vedere calitativ (formă și conținut), cât și din punct de vedere cantitativ (al numărului de KAM-uri).

### **Auditul financiar versus auditul statutar**

Din punct de vedere global privim auditul statutar ca parte la întreg, evident și sintagma de auditor statutar versus auditor financiar. Auditul statutar reprezintă auditul realizat de persoanele autorizate, în conformitate cu prevederile Legii nr. 162/2017, să efectueze audit statutar în baza cerințelor Standardelor Internaționale de Audit emise de IAASB și adoptate de IFAC, indiferent de tipul entității la care acestea se aplică, iar auditul financiar reprezintă totalitatea serviciilor de asigurare și non-asigurare pe care un auditor financiar le poate efectua, conform legii, în calitate sa de membru al Camerei Auditorilor Financiari din România (CAFR), indiferent de tipul entității pentru care serviciile respective sunt prestate.

### **Aspecte relevante privind raportul de audit**

Pe baza rezultatelor și a concluziilor obținute din activitatea de audit se elaborează raportul de audit prin care se comunică entității auditate o opinie privind imaginea fidelă a poziției financiare, rezultatelor, fluxurilor de trezorerie prezentate de situațiile financiare auditate.

Raportul de audit „trebuie să conțină în scris o exprimare clară a opiniei asupra situațiilor financiare considerate un tot unitar”.

Opinia auditorului sporește credibilitatea situațiilor financiare, oferind un nivel înalt, dar nu absolut, de certificare datorită unor factori cum ar fi nevoia de aplicare a raționamentului profesional, utilizarea testelor, inerentele restricții ale oricăror sisteme contabile și de control intern.

Raportul de audit este de fapt finalitatea misiunii de auditare a situațiilor financiare și mijlocul prin care auditorul comunică utilizatorilor de situații financiare măsura în care este satisfăcut de modul în care au fost întocmite situațiile financiare.

**Aspectele de audit ca aspecte cheie:** Conform normei internaționale de audit, „KAM-urile sunt acele aspecte care, în baza raționamentului profesional al auditorului, au avut cea mai mare importanță pentru auditul situațiilor financiare din perioada curentă și sunt selectate dintre aspectele discutate cu persoanele responsabile cu guvernanta”.

**Ipoteza de cercetare propusă:** Prezentarea aspectelor cheie de audit, inclusiv a opiniei auditorului în rapoartele de audit la nivelul firmelor românești cotate la BVB și supuse auditului statutar.

### **Metodologia cercetării: populație, eșantion, variabile, sursa datelor, metode de analiză a datelor**

În contextul realizării ipotezei de cercetare propusă, în studiu am urmat un demers statistic, care presupune identificarea populației analizate și selecția eșantionului, alegerea variabilelor, stabilirea metodelor de analiză a datelor, colectarea și prelucrarea datelor, iar la final obținerea rezultatelor cercetării și interpretarea acestora.

Populația studiată este reprezentată de totalitatea firmelor cotate la Bursa de Valori București – BVB supuse auditului statutar, în conformitate cu Legea nr. 162/2017.

Am stabilit că populația țintă să fie formată doar din firmele de pe piața reglementată, firme având capitalul propriu de peste 100.000.000 lei cu precizarea că pentru determinarea eșantionului selectat, din firmele identificate pe piața reglementată să fie excluse firmele din domeniul financiar-bancar, al asigurărilor sau al intermediilor financiare, întrucât acestea trebuie să îndeplinească și alte criterii în raportarea financiară, iar rapoartele de audit au la bază cerințele acestor cadre de raportare și nu sunt comparabile cu rapoartele de audit ale celorlalte firme. Eșantionul analizat cuprinde 26 de firme cotate, pentru care s-a realizat analizarea rapoartelor de audit aferente anilor din 2016, 2017, 2018 și 2019.

În funcție de obiectul de activitate al firmelor pentru care au fost analizate rapoartele de audit, eșantionul analizat cuprinde 15 de firme din domeniul producției, 10 firme din domeniul serviciilor și 1 firmă din domeniul comerțului.

Pentru realizarea ipotezei de cercetare propusă, în studiul de față am urmărit prezentarea aspectelor cheie de audit raportate în mod corelativ cu tipul opiniei de audit formulată de auditorul statutar, iar pentru auditorul statutar am urmărit dacă aceasta face parte sau nu din grupul Big4.

Luând în considerare faptul că raportarea aspectelor cheie de audit în perioada curentă poate ghida auditorul în planificarea misiunilor viitoare, dar poate contribui și la reducerea riscului de audit și la creșterea calității misiunilor de audit din anii următori, am considerat ca la nivelul studiului efectuat asupra firmelor cuprinse în eșantionul selectat să fie analizate pentru fiecare raport de audit următoarele variabile:

- a. denumirea entității auditate;
- b. domeniul de activitate în care activează entitatea auditată prin prisma CAEN;
- c. denumirea auditorului statutar și apartenența acestuia la grupul Big4;
- d. tipul opiniei de audit formulată de auditor în raportul de audit;
- e. prezența aspectelor cheie de audit în raportul de audit;
- f. numărul total de aspecte cheie raportate de către auditor în raportul de audit;

g. tipul/descrierea aspectelor cheie raportate de către auditor în raportul de audit.

## Rezultate și discuții

La o primă analiză formală a rapoartelor de audit aferente companiilor cuprinse în eșantionul analizat s-a constatat că rapoartele de audit emise în perioada analizată sunt mai extinse de la o perioadă la alta. Dacă în perioada de început a introducerii obligației de a include în rapoartele de audit a aspectele cheie separat, acestea aveau aproximativ 4 pagini, odată cu publicarea într-o secțiune separată a KAM-urilor, se poate observa că dimensiunea acestora ajunge și la 10 pagini (cu titlu de exemplu pot fi date rapoartelor de audit emise de Ernst & Young pentru OMV Petrom S.A.).

Rapoartele de audit aferente firmelor din eșantionul analizat în perioada 2016-2019, au fost întocmite de auditori statutari aparținând unor entități din grupul Big4 într-o proporție care depășește 50% (mai exact 52,88%), restul (aproximativ 47,12%) fiind întocmite de auditori care nu fac parte din grupul Big4, această proporție a apartenenței auditorilor statutari care au emis rapoartele de audit analizate fiind redată sugestiv și prin intermediul figurii de mai jos:

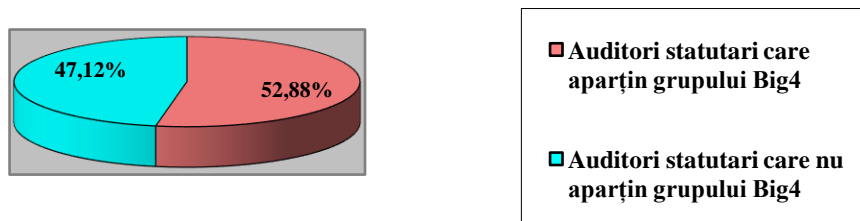


Figura nr. 1 Apartenența auditorilor statutari la grupul Big4

Sursa: prelucrare proprie

**Tabel 1 Ponderea numărului de aspecte cheie de audit identificate în rapoartele de audit analizate pe perioada 2016-2019**

Nr. crt.	Nr. KAM/ Raport de audit	Perioada					
		2016	2017	2018	2019	Nr. total apariții	Pondere total perioadă (%)
1	0 aspecte	4	3	1	1	9	8,65
2	1 aspect	11	14	12	13	50	48,08
3	2 aspecte	5	4	8	6	23	22,12
4	3 aspecte	1	3	3	2	9	8,65
5	4 aspecte	2	0	1	2	5	4,81
6	5 aspecte	2	1	1	2	6	5,77
7	6 aspecte	1	1	0	0	2	1,92
TOTAL		26	26	26	26	104	100

Sursa: prelucrare proprie

Referitor la numărul total de aspecte cheie de audit identificate la nivelul rapoartelor de audit analizate, se constată că:

- ✓ în 48,08% din cazuri reprezentând 50 rapoarte de audit analizate există cel puțin un aspect cheie de audit prezentat;
- ✓ în 1,92% din cazuri reprezentând 2 rapoarte de audit analizate există 6 aspecte cheie de audit prezentate.

**Tabel 2 Tipologia opiniilor de audit exprimate de auditorii care au efectuat auditul statutar la entitățile analizate în perioada 2016 - 2019**

Nr. crt.	Tipul opiniei de audit	Nr. apariții 2016	Nr. apariții 2017	Nr. apariții 2018	Nr. apariții 2019
1	Opinie 1 (opinie fără rezerve)	25	24	25	25
2	Opinie 2 (opinie cu rezerve)	1	2	1	1
3	Opinie 3 (imposibilitatea exprimării unei opinii)	0	0	0	0
4	Opinie 4 (opinie contrară)	0	0	0	0
TOTAL		26	26	26	26

Sursa: prelucrare proprie.

De remarcat este faptul că în aproximativ 24 din cazuri, opinia auditorului a fost nemodificată în rapoartele de audit aferente celor 4 ani analizați.

Aspectele cheie de audit identificate în rapoartele de audit ale companiilor analizate în funcție de tipul acestora sunt prezentate în figura de mai jos.

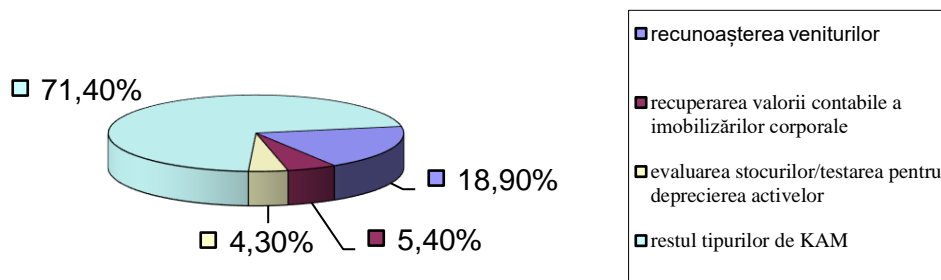


Figura nr. 2 Ponderea aspectelor cheie de audit identificate în rapoartele de audit analizate  
Sursa: prelucrare proprie.

## Concluzii

Rezultatele statisticii descriptive și cantitative prezintă, în general, profilul unor companii auditate de auditori care, indiferent dacă aparțin sau nu grupului Big4, au formulat în majoritatea rapoartelor de audit o opinie fără rezerve (99 de rapoarte de audit reprezentând 95,19% din totalul rapoartelor de audit analizate) și majoritatea rapoartelor de audit conțin cel puțin un aspect cheie de audit (95 de rapoarte de audit reprezentând 91,34%).

Cu toate acestea, eterogenitatea KAM-urilor exprimată atât prin numărul cât și tipul acestora ar putea ghida auditorul în perioada următoare ca încă din etapa de planificare a auditului să-și stabilească teste de audit mai aprofundate pentru domeniile și sistemele semnificative, tocmai pentru a contribui la consolidarea credibilității demersului de audit și, implicit, la îmbunătățirea calității auditului.

Important de analizat ar putea fi și legătura între numărul de KAM-uri raportate, conținutul acestora și tipul opiniei auditorului prin extinderea cercetării asupra altor rapoarte de audit aferente unor entități cuprinse în eșantioane selectate în funcție și de alte criterii.

După publicarea rapoartelor de audit și pentru perioade ulterioare anului financiar 2019, studiul ar putea fi orientat și în această direcție.



## Referințe bibliografice

- Bostan Ionel, Controlul financiar, Editura Polirom, Iași, 2000
- Boulescu Mircea, Curtea de Conturi – Tradiție și actualitate, Editura Expert Consult SRL, București, 1993
- Collins Lionel și Valin Gerard, Audit et control interne, Ed. Dalloz, Paris, 1992
- Ionescu L., Auditul statutar al situațiilor financiare anuale și importanța acestuia în condițiile crizei economice internaționale, Revista Contabilitatea, expertiza și auditul afacerilor, nr. 3/2009, 66-68.
- Loebbecke Arens, Audit, o abordare integrată, Editura ARC, Chișinău, 2003
- Oprean Ioan, Popa Irimie Emil și Lenghel Radu Dorin, Procedurile auditului și ale controlului financiar, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2007
- Popeangă Petre, Organizarea și executarea controlului financiar-contabil, Editura Fundației ”România de Mâine”, București, 2000
- Șaguna Dan Drosu, Drept financiar și fiscal, Editura All Beck, București, 2017
- Șaguna Dan Drosu, Radu Daniela Iuliana, radu Marius Eugen, Drept financiar-fiscal. Legislația Uniunii Europene, Editura C.H. Beck, 2017
- Țară Ioan Gheorghe, Audit financiar, Editura GrafNet, 2006.
- Țară Ioan Gheorghe, Gherai Dana Simona, Audit financiar – caiet de seminar, 2011, Editura Universității din Oradea.
- <http://www.bvb.ro>, accesat la data de 19.05.2020
- [http://www.ramp.ase.ro/\\_data/files/articole/2\\_02.pdf](http://www.ramp.ase.ro/_data/files/articole/2_02.pdf), accesat la data de 20.04.2020
- <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/ro/pdf/2020/raport-transparenta-2019-ro.pdf>, accesat la data de 12.04.2020

# EXISTĂ CÂȘTIGĂTORI ÎN PANDEMIE? REALITATEA CIFRELOR DIN PIAȚA FARMACEUTICĂ

## ARE THERE WINNERS IN THE PANDEMIC? THE REALITY OF FIGURES IN THE PHARMACEUTICAL MARKET

**Florentina Violeta ANTON-SELEJAN**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: antonflorentina25@gmail.com

**Mădălina-Georgiana ȘTEF**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe Economice  
e-mail: stef\_madalina@yahoo.com

### **Abstract:**

*The following publication deals with the issue of the pandemic crisis and its impact on the economic-financial performances registered by companies on a target market. The theoretical part consists in exposing the global pandemic situation and the changes that come along in the pharmaceutical field. Therewith, we proceeded to explain the glossology used further. The scientific research consists of an analysis that aims to compare the results obtained by 6 pharmaceutical companies, results that were determined by calculating the main economic-financial indicators: liquidity, solvency and profitability. The final part is materialized in the reasoned answer we offer to the question initially launched.*

**Keywords:** crisis; pharmacy; market; tendencies; economic; indicators

**JEL Code:** O16 ; G32.

### **Introducere**

Lucrarea intitulată „Există câștigători în pandemie? Realitatea cifrelor din piața farmaceutică” își propune să evidențieze modul în care pandemia actuală afectează industria farmaceutică și ce schimbări a generat în cazul acestei industrii, punând accentual pe rezultatele bilanțiere obținute de societățile farmaceutice.

Alegerea temei a fost inspirată de faptul că este important să fim informați cu privire la contextul economic actual. Totodată, am optat pentru a aborda acest

subiect și datorită faptului că presupune o cercetare asupra nivelului de răspândire a acestui virus în România și modul în care afectează economia și populația țării.

Pandemia actuală de coronavirus este o epidemie care se află într-o continuă dezvoltare pe teritoriul României, afectând atât sănătatea locuitorilor țării, cât și economia țării. Această pandemie este cauzată de SARS-CoV-2, virus care provoacă o infecție numită COVID-19, care poate fi asimptomatică, ușoară, moderată sau severă.

Lucrarea este structurată pe trei capitole, capitole ce analizează aspecte precum: situația actuală a societăților farmaceutice și modul în care acestea resimt efectele pandemiei. De asemenea, se efectuează o analiză teoretică a principalilor indicatori economici după cum urmează: de lichiditate, solvabilitate și profitabilitate.

Ultimul capitol reprezintă un studiu de caz asupra principalelor șase societăți farmaceutice din România cotate la Bursa de Valori București, studiu realizat asupra rezultatelor financiare obținute de acestea în situația actuală comparative cu aceeași perioadă a anilor trecuți.

Finalul lucrării cuprinde concluziile, care prezintă sintetizat anumite aspecte ale situației reale din acest domeniu.

## **Incidența SARS-CoV-2 asupra pieței farmaceutice**

Industria farmaceutică este o piață de referință a medicamentului. Această piață s-a dezvoltat tot mai mult în secolul XX (secolul medicamentelor). Industria farmaceutică este a treia cea mai importantă industrie după cea a petrolului și industria de armament.

Luând în considerare situația epidemiologică actuală, industria farmaceutică s-a unit în lupta cu SARS-CoV-2, pentru a găsi un tratament împotriva acestui virus.

Epidemia de coronavirus a adus schimbări și restricții și în cadrul societăților farmaceutice.

În cadrul farmaciilor, programul cu publicul a fost redus, pentru a se evita suprasolicitarea personalului, de asemenea în farmacii este interzisă autoservirea, s-au instalat purificatoare de aer cu lampă UV în zona destinată personalului și s-au instalat panouri de protecție care separă zona personalului de zona pacienților. Ca în orice incintă, iar în cazul farmaciilor cu atât mai mult, pacienții trebuie să respecte distanța de minim 1,5 metri față de persoana din față și purtarea măștii în incintă a devenit obligatorie. În prezent, România se confruntă cu o criză a medicamentelor. Cele mai căutate medicamente sunt antidiabeticele orale, care în prezent lipsesc din toate farmaciile, ceea ce agravează starea de sănătate a pacientului.

De asemea, datorită lipsei tot mai acute de medicamente, România a interzis pentru șase luni distribuția înafara țării de medicamente și a tuturor produselor sanitare care au legătură cu tratarea acestui virus.

(<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/224387>)

Acest lucru duce la probleme și mai mari în cadrul sistemului farmaceutic Coralia Kreyer, președintele Asociației Distribuitorilor Europeni de Medicamente, spune că “interzicerea exporturilor de medicamente compensate pe o perioadă de șase luni creează dezechilibre la nivelul piețelor europene, pentru că există pacienți europeni care au nevoie de aceste medicamente.” (<https://www.zf.ro/business-sub-covid-19/zf-live-coralia-kreyer-presedintele-adem-interzicerea-exporturilor-de-medicamente>)

## **2.Principali indicatori de analiză a performanțelor financiare ale entităților din domeniul farmaceutic**

Indicatorii financiari analizați sunt exprimați sub forma ratelor care reprezintă instrumente utile de analiză care sintetizează un volum mare de date într-o formă mai ușor de înțeles, de interpretat și de comparat.

### **2.1 Analiza indicatorilor de lichiditate**

În cadrul analizei financiare, se pot identifica trei indicatori care compară nivelurile resurselor de numerar cu datoriile curente, ca o măsură a obligațiilor de numerar, și anume: lichiditatea curentă sau generală, lichiditatea intermediară (testul acid) și lichiditatea imediată sau reală. (Vintilă Georgeta, 2005, Gestiunea financiară a întreprinderii, Ed.Didactică și Pedagogică, București).

#### **a. Indicatorul de lichiditate generală**

Acesta măsoară abilitatea entității de a-și plăti datoriile pe termen scurt.

Terry Gaskin apreciază că nivelul optim al indicatorului trebuie să fie de 100 % (Gaskin Terry,1998, Indicatori financiari perfecți, Editura Național, București, p.23).

#### **b. Indicatorul de lichiditate imediată**

Lichiditatea imediată este definită ca:

**Lichiditatea imediată= Numerar + Titluri de plasament/ Datorii curente**  
(Pântea Iacob,1999,Managementul contabilității românești, vol.II, Editura Intelcredo, Deva ,p.594).

### **2.2 Analiza indicatorilor de solvabilitate**

Solvabilitatea exprimă aptitudinea unui agent economic de a face față datoriilor sale, când acestea ajung la scadență.

$$R_{SG} = \text{ANC} / \text{AT}$$

Nivelul minim acceptabil este de 35 %, dar normal ar fi de cel puțin 50 % (Eros-Stark L,Pantea I.M, 2001, Analiza situației financiare a firmei, Editura Economică, București, p.167).

### **2.3 Analiza indicatorilor de rentabilitate**

Starea de eficiență a unei firme poate fi evidențiată cu ajutorul ratelor rentabilității.

a. Rata rentabilității activelor (Return on Total Assets -  $RO_A$ )

Acesta se determină ca un raport dintre profitul net și valoarea activelor întreprinderii și măsoară gradul de rentabilitate al întregului capital investit într-o întreprindere (Halpen P., Weston J.F., Brigham E.F., 1998, Finanțe manageriale, Editura Economică, București, p.111).

$$RO_A = RNE / AT \times 100$$

b. Rata rentabilității financiare (Return on Equity –  $RO_E$ )

Acesta se calculează ca un raport procentual între rezultatul net al exercițiului și valoarea capitalurilor proprii ale întreprinderii. Totodată, evidențiază gradul de rentabilitate al capitalului investit într-o afacere.

$$RO_E = RNE / CPR \times 100$$

(<https://www.financialmarket.ro/terms/rentabilitatea-capitalului-return-equity/>)

c. Rata rentabilității capitalului angajat ( $RO_{CE}$ )

Rentabilitatea capitalului angajat măsoară rentabilitatea adusă de fondurile pe termen lung ale companiei.

(<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/return-on-capital-employed-roce/>)

$$RO_{CE} = EBIT / \text{Capital angajat}$$

### 3. Studiu de caz: Realitatea cifrelor din piața farmaceutică

Capitolul trei se concretizează într-un studiu de caz, printr-o analiză a rezultatelor financiare obținute de către primele șase cele mai mari companii farmaceutice cotate la Bursa de Valori București.

Pentru a reliefa cât mai precis impactul situației pandemice actuale asupra stării și performanțelor companiilor din acest domeniu, studiul are la bază situațiile financiare la S1 2018, S1 2019, S1 2020, ce ne sunt furnizate de către aceste entități pe site-ul [www.bvb.ro](http://www.bvb.ro). Se porcede prin determinarea a șase dintre cei mai mari importanți indicatori financiari: de lichiditate, solvabilitate și rentabilitate.

#### 3.1. Ratele de lichiditate (generală/imediată)

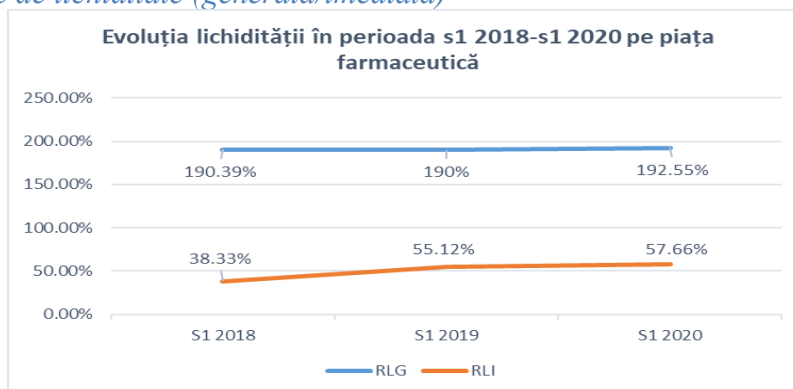


Figura nr.1 Evoluția ratelor de lichiditate  
Sursa: Prelucrare proprie conform datelor bilanțiere

Entitate/ Perioadă	S1 2018 RLG	S1 2019 RLG	S1 2020 RLG	S1 2018 RLI	S1 2019 RLI	S1 2020 RLI
Farm. Remedia	110.23%	115.38%	125%	25.96%	10.97%	42.47%
Ropharma	97.41%	92.65%	96.66%	5.35%	2.68%	3.30%
Zentiva	315.67%	302.35%	267.16%	120.67%	162.60%	127.44%
Biofarm SA	306.30%	450.94%	382.45%	100.87%	206.93%	172.44%
Medlife	104.93%	114.46%	109%	17.13%	14.56%	19.98%
Antibiotice SA	197.27%	206.35%	203.57%	0.91%	1.90%	2.02%

Tabel nr. 1 Rata lichidității generale/imediate, sursa: Prelucrare proprie conform datelor bilanțiere

În cadrul societăților farmaceutice, media ratei lichidității generale pentru cele șase societăți se situează peste 100 %, în toți cei trei ani, ceea ce înseamnă că societățile farmaceutice beneficiază de o acoperire excedentară a datoriilor. Această valoare este generată de înregistrarea de către societatea Biofarm SA, a celei mai mari valori a ratei de lichiditate generale semestrul 1 a celor 3 ani, cuprinsă între 382 % în semestrul 1 al anului 2020 și 450 % în anul 2019. Cea mai mică valoare a ratei de lichiditate este înregistrată de societatea Ropharma, valori cuprinse între 96-97 %, ceea ce denotă pentru entitate o acoperire parțială a datoriilor. Cea mai mare valoare a mediei ratei se înregistrează în primul semestru al anului 2020, de 192,55 %, se apreciază faptul că entitățile beneficiază pe total de o situație favorabilă, în cazul în care rata lichidității ajunge aproape la 200 %.

Valoarea optimă a ratei de lichiditate imediată este de 100%.

În cazul societăților farmaceutice media ratei de lichiditate imediată pe semestrul întâi al celor trei ani se situează sub valoarea de 100 %, ceea ce înseamnă că societățile au o acoperire intermediară parțială a datoriilor. Această situație denotă faptul că societățile farmaceutice își pot valorifica creanțele, dar nu dispune de numerar și echivalent de numerar pentru plata imediată a datoriilor. Cea mai mare valoare a ratei de lichiditate imediată este înregistrată de entitatea Biofarm SA, care în semestrul întâi al anului 2019 a înregistrat 206,93 % și în semestrul 1 al anului 2020 172,44 %, ceea ce înseamnă că societatea își pot valorifica creanțele, și dispune de numerar și echivalent de numerar pentru plata imediată a datoriilor.

În aceeași situație se află și societatea farmaceutică Zentiva care are valori ale ratei de lichiditate imediată cuprinse între 120% și 120,7 % în perioada analizată.

### 3.2 Rata solvabilității generale

Pe toată perioada analizată societățile farmaceutice înregistrează aceeași valoare, înregistrează o valoare unitară (1), ceea ce înseamnă că societatea poate să își onoreze datoriile din activele pe care le deține în patrimoniu.

### 3.3 Rata rentabilității activelor

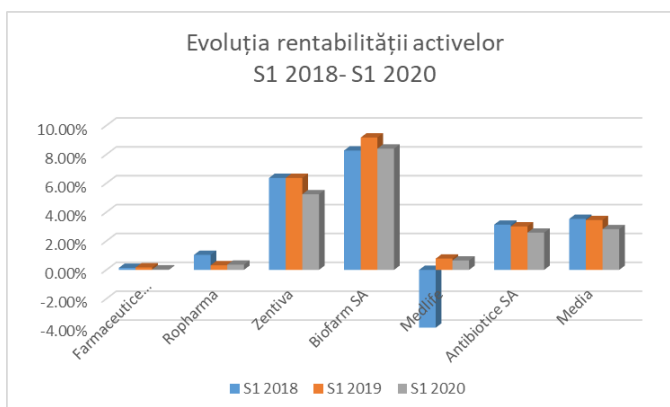


Figura nr.3 Evoluția rentabilității activelor  
Sursa: Prelucrare proprie conform datelor bilanțiere

Practica sugerează că un interval de referință optim pentru o societate este evidențiat prin media țărilor dezvoltate: 3 % – 9 %.

Astfel, în graficul de mai sus putem observa că valorile înregistrate sunt variate și fluctuante pe parcursul celor 3 semestre de referință.

Compania cu cel mai înalt nivel de rentabilitate a activelor înregistrat este Biofarm, valoarea cea mai mare fiind atinsă în semestrul 1 al anului 2019: 9,17%.

Aceasta este urmată de Zentiva, a cărei ROA înregistrează o ușoară scădere de 1,13% în S1 2020 față de S1 2018 și S1 2019, când s-a remarcat o ROA egală cu 6,37%.

Per ansamblul societăților analizate, s-a manifestat o tendință de scădere a ratei rentabilității activelor, fapt ce reprezintă un aspect nefavorabil.

### 3.4 Ratele de rentabilitate a capitalului propriu și a capitalului investit

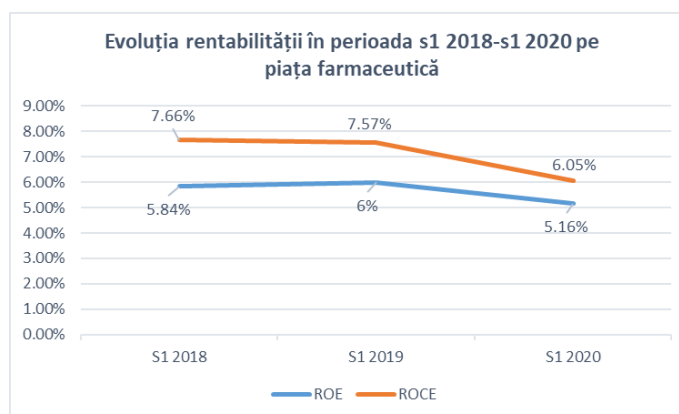


Figura nr.3 Evoluția ratelor de rentabilitate  
Sursa: Prelucrare proprie conform datelor bilanțiere

Entitate/ Perioadă	S1 2018 ROE	S1 2019 ROE	S1 2020 ROE	S1 2018 ROCE	S1 2019 ROCE	S1 2020 ROCE
Farmaceutice Remedia	0.26%	0.28%	0.05%	1.16%	1.17%	0.61%
Ropharma	1.88%	1%	0.94%	2.28%	1.56%	1.7%
Zentiva	8.9%	7.34%	5.63%	10.65%	8.84%	6.8%
Biofarm SA	10.1%	11.55%	11.16%	13.1%	15%	13.5%
Medlife	-0.12%	2.52%	2.73%	1.57%	2.14%	2.22%
Antibiotice SA	4.8%	4.57%	3.86%	9.36%	9%	7.16%

Tabel nr. 2 Evoluția ratelor de rentabilitate  
 Sursa: Prelucrare proprie conform datelor bilanțiere

Per ansamblul societăților, s-a manifestat o creștere în S1 2019 față de S1 2018 de 0,15%. Totuși, în S1 2020, valoarea acestei rate s-a diminuat cu 0,84.

Un aspect nefavorabil îl constituie faptul că 5 din cele 6 companii analizate au înregistrat valori sub 10%. Biofarm este singura companie care nu doar atinge pragul de 10%, ci în S1 2019 înregistrează o valoare a ROE de 11,55%, fapt ce arată că întreprinderea este capabilă să realizeze profit prin utilizarea capitalurilor proprii de care dispune.

În S1 2020, cea mai scăzută valoare a ROE este înregistrată de către Farmaceutice Remedia (0,05%), lucru ce oglindește incapacitatea acesteia de a realiza profit prin folosirea capitalurilor proprii avute la dispoziție. Pe parcursul celor 3 semestre analizate, în medie s-a înregistrat o scădere constantă a valorii acestui indicator, fapt ce reprezintă un aspect nefavorabil.

Biofarm este compania farmaceutică ce a înregistrat cele mai înalte valori, dintre care putem observa că, cea mai mare valoare este egală cu 15%. Astfel, putem afirma că, Biofarm urmărește în cel mai eficient mod aspectul dezvoltării afacerii. Este urmată apoi de Zentiva, care înregistrează cea mai mare valoare a ROCE în S12018: 10,65%. Totuși, în cadrul acestei companii, ROCE manifestă o tendință de scădere continuă și accentuată, situație care, evident, nu este de natură să îi bucure pe acționari.

Conform tabelului de mai sus cea mai nefavorabilă situație o întâlnim în cadrul Farmaceutice Remedia care prezintă o valoare ROCE în S1 2020 sub 1%, și anume 0,61%.

## Concluzii

Izbucnirea bolii coronavirus 2019 a provocat o criză globală, întrucât oamenii din întreaga lume au fost nevoiți să se adapteze la noile realități provocate de pandemie. Industria farmaceutică din Europa, și implicit România, își asumă un rol activ în lupta împotriva COVID-19.



Impactul pe termen scurt al pandemiei COVID-19 include modificări ale cererii, revizuirii ale reglementărilor, modificări ale procesului de cercetare și dezvoltare și trecerea la telecomunicații și telemedicină.

Pentru a da răspuns întrebării lansate în titlu „Există câștigători în pandemie?”, concludem prin a declara faptul că deși pot exista câștigători în pandemie, entitățile care activează în sectorul farmaceutic nu își pot revendica acest titlu, ci mai degrabă le putem numi „supraviețuitoare”.

Prin prisma indicatorilor financiari analizați în cadrul celor 6 entități, putem afirma următoarele: se remarcă existența capacității activelor curente de a se transforma în disponibilități bănești, menite să acopere datoriile scadente ale societăților, și totodată tendința ca în medie, rata lichidității generale să crească în S I 2020 față de aceeași perioadă a anului trecut. Aceeași tendință de creștere se remarcă și în cazul ratei lichidității imediate.

Totodată, se remarcă faptul că toate societățile sunt solvabile pe parcursul întregii perioade analizate, ceea ce înseamnă că pot să își onoreze datoriile din activele pe care le deține în patrimoniu. Per ansamblul societăților analizate, s-a manifestat o tendință de scădere de la un an la altul a ratelor de rentabilitate, cele mai mici valori fiind atinse în S1 2020, fapt ce reprezintă un aspect nefavorabil.

Conform datelor bilanțiere, se observă că tendința de pe piața farmaceutică în ceea ce privesc cheltuielile cu personalul este de creștere în S1-2020 față de perioadele precedente analizate. Se are în vedere faptul că în cadrul societăților producătoare de medicamente numărul angajaților a crescut, în timp ce în cadrul societăților ce au ca obiect de activitate comerțul cu medicamente se observă o diminuare a numărului angajaților de la o perioadă la alta. În ceea ce privesc datoriile pe termen scurt, mediu și lung se remarcă o tendință de majorare în S1 al anului 2020, lucru ce poate fi pus fie pe seama datoriilor fiscale, fie pe seama datoriilor comerciale sau asimilate.

La rândul ei, cifra de afaceri netă în cazul industriei farmaceutice prezintă o involuție sesizabilă în S1-2020, față de S1-2019, ce poate fi pusă pe fondul scăderii veniturilor din vânzarea produselor farmaceutice complementare. Antitetic, se remarcă o tendință de creștere a producției vândute.

### **Bibliografie**

- Eros-Stark L., Pantea I.M., 2001, Analiza situației financiare a firmei, Editura Economică, București, p.167  
Gaskin Terry, 1998, Indicatori financiari perfecți, Editura Național, București, p.23  
Halpen P., Weston J.F., Brigham E.F., 1998, Finanțe manageriale, Editura Economică, București, p.111  
Păntea Iacob, 1999, Managementul contabilității românești, vol.II, Editura Intelcredo, Deva p.594  
Vintilă Georgeta, 2005, Gestiunea financiară a întreprinderii, Ed.Didactică și Pedagogică, București

<https://corporatefinanceinstitute.com/resources/knowledge/finance/return-on-capital-employed-roce/>, ultima accesare 10.11.2020

<https://www.financialmarket.ro/terms/rentabilitatea-capitalului-return-equity/>, ultima  
accesare 10.11.2020

<http://legislatie.just.ro/Public/DetaliiDocument/224387>, ultima accesare 12.11.2020

<https://www.zf.ro/business-sub-covid-19/zf-live-coralia-kreyer-presedintele-adem-interzicerea-exporturilor-de-medicamente> ultima accesare 09.11.2020

# EVOLUȚII ALE CONSUMULUI ÎN ROMÂNIA – TENDINȚE ALE COMPORAMENTULUI CONSUMATORULUI

## EVOLUTION OF CONSUMPTION IN ROMANIA – TRENDS IN CONSUMER BEHAVIOUR

**Denisa – Nicoleta FISKUȘAN**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe  
Economice

e-mail: fiskusandenisa21@gmail.com

**Bianca - Alexandra TODINCA**

Masterand, Universitatea din Oradea – Facultatea de Științe  
Economice

e-mail: bianca.todinca@yahoo.com

**Abstract:** *In this paper we aim to analyze the evolution of consumption in Romania and the trends in consumer behavior, revealing the structure of total consumption expenditures, by categories of expenditures in the period 2010-2019, but also what are the main food products, alcoholic beverages, respectively services consumed. We will also reveal the impact of the current Covid-19 pandemic on the behavior of Romanian consumers. We noticed that the Covid -19 pandemic changed consumer behavior, with a growing trend in online shopping, even for food.*

**Keywords:** Consumer behavior; food products; alcoholic beverages; services; Covid-19.

**JEL Code:** D11; D12

### **Introducere**

Această lucrare prezintă evoluțiile consumului în România, în perioada 2010 - 2019, respectiv tendințele specifice comportamentului consumatorului. Lucrarea de față cuprinde trei secțiuni. În prima secțiune vom prezenta *particularitățile consumului populației în România, în perioada 2010-2019*, relevând structura cheltuielilor totale de consum pe gospodării și pe persoană, pe categorii de cheltuieli, dar și care sunt principalele produse alimentare, băuturi alcoolice,

respectiv servicii consumate de către populație. Cea de-a doua secțiune analizează *particularitățile comportamentului consumatorului român în contextul pandemiei de Covid-19*, punând accent pe efectele pe care le are această pandemie asupra comportamentului consumatorului, a schimbărilor pe care le-a generat. Ultima secțiune a lucrării este dedicată concluziilor desprinse în urma studiului realizat.

## Particularități ale consumului populației în România, în perioada 2010-2019

Consumul reprezintă satisfacerea unei necesități în ansamblu a societății, a instituțiilor și a unităților economice, respectiv a indivizilor. Mai exact, consumul care rezează nivelul prin care oamenii își ating scopurile materiale generale față de interesele economice, trebuie să fie un important element în concepția și desfășurarea activității economice. (Patriche, 1998)

Tabelul următor prezintă structura cheltuielilor de consum pe o gospodărie, pe categorii de bunuri și servicii consumate.

*Tabel nr.1. Structura cheltuielilor totale de consum pe o gospodărie pe cheltuieli de consum în perioada 2010-2019 (în procente)*

Categorii de cheltuieli de consum	Anu 1 2010	Anu 1 2011	Anu 1 2012	Anu 1 2013	Anu 1 2014	Anu 1 2015	Anu 1 2016	Anu 1 2017	Anu 1 2018	Anu 1 2019
Produce agroalimentare și băuturi nealcoolice	41	41,7	41,9	41,4	40	38,2	36,1	34,3	33,3	32,5
Băuturi alcoolice, tutun	7,7	7,6	7,8	7,8	7,7	7,8	8	8,2	8,2	8,1
Îmbracaminte și încălăminte	5,4	5	5	5,2	5,3	5,7	6,5	7,1	7,4	8,1
Locuința, apa, electricitate, gaze și alți combustibili	16,6	16,3	16,7	16,7	17,2	17,9	17,7	17,1	16,2	16,1
Mobilier, dotarea și întreținerea locuinței	4	4	3,8	3,9	3,9	4,2	4,8	5,6	5,8	6

Sănătate	4,5	4,7	4,3	4,5	4,6	4,9	4,8	4,9	5	5
Transport	6	6	6,1	5,9	6,2	6,3	6,1	6,6	7,2	7,1
Comunicații	5	4,7	4,8	4,7	4,8	5	5,2	5	4,8	4,7
Recreere și cultură	4	4,1	3,8	4,1	4,5	4	4,2	4	4,6	4,2
Educație	0,7	0,6	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4
Hoteluri, cafenele și restaurante	1,3	1,3	1,3	1,5	1,4	1,4	1,7	1,8	1,9	2,1
Diverse produse și servicii	3,8	4	3,9	3,8	3,8	4,2	4,7	5,1	5,2	5,5

Sursa: realizat de autori pe baza datelor publicate de Institutul Național de Statistică, tabel BUF 109I, disponibil online la adresa <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>, accesat la data de 12.11.2020.

Pe întreaga perioadă analizată, cea mai mare pondere în totalul cheltuielilor este deținută de către produse agroalimentare și băuturi nealcoolice. Cu toate acestea, remarcăm faptul că, în ultimul deceniu, ponderea acestor cheltuieli în totalul cheltuielilor pe o gospodărie a înregistrat o scădere de la 41%, în anul 2010, la 32,5% în anul 2019. În ceea ce privește serviciile, cheltuielile pentru plata serviciilor legate de locuință dețin cea mai mare pondere în totalul cheltuielilor privind serviciile și ocupă poziția a doua ca pondere în totalul cheltuielilor de consum la nivelul gospodăriilor din România. Constatăm că în anul 2010 ponderea cheltuielilor privind locuința în totalul cheltuielilor de consum era de 16,6%, urmând să crească la 17,9% în 2015, iar apoi a scăzut până în 2019 la 16,1%.

Se observă că, în România, distribuția cheltuielilor cu educația are tendința de a înregistra valori tot mai scăzute, un aspect negativ pentru țara noastră, în condițiile în care s-a constatat că, între cheltuielile cu educația și performanțele educaționale există o relație directă: cu cât cheltuielile pe individ sunt mai ridicate, cu atât cresc și performanțele educaționale ale acestora. (Neagu, 2005)

Consumul populației vizează o varietate mare de bunuri, unele pot fi de o primă necesitate (carne, pâine, legume, lapte sau îmbrăcăminte), iar altele pot suporta o amânare pentru satisfacerea nevoilor legate de ele, acestea sunt considerate ca fiind obiecte de lux (mașină, produse cosmetice).

Tabelul următor prezintă evoluția cheltuielilor totale medii lunare pe o persoană, pe categorii de cheltuieli, în perioada 2010-2019.

*Tabel nr.2. Cheltuielile totale medii lunare pe o persoană, pe categorii de cheltuieli, în perioada 2010-2019 (în lei)*

Categoriile de cheltuieli de consum	Anul 2010	Anul 2011	Anul 2012	Anul 2013	Anul 2014	Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018	Anul 2019
Total	712,02	758,43	780,92	811,26	850,86	884,56	953,35	1093,92	1406,84	1582,74
Cheltuieli pentru alimente și băuturi consumate	157,49	165,52	174,8	182,78	184,78	190,34	196,74	219,87	244,9	270,27
Cheltuieli pentru cumpararea mărfurilor nealimentare	157,3	159,88	167,6	173,48	185,43	201,77	226,69	279,8	326,27	368,32
Cheltuieli pentru plata serviciilor	129,17	133,33	140,5	148,3	162,05	172,27	185,69	201,18	223,37	245,93

Sursa: realizat de autori pe baza datelor publicate de Institutul Național de Statistică, tabel BUF 107I, disponibil online la adresa <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>, accesat la data de 12.11.2020.

Pe întreaga perioadă analizată, cheltuielile cu produsele alimentare și băuturi au fost într-o continuă creștere de la 157,4 lei în 2010 până la 270,2 lei în 2019. Cea mai mare sumă este asociată cumpărării mărfurilor nealimentare, care este într-o continuă creștere, pornind de la 157,3 lei în 2010 și ajungând la 368,32 lei în 2019. De asemenea, se observă că în România, se cheltuie foarte mult și în domeniul serviciilor, pornind în 2010 de la 129,17 lei și ajungând în 2019 la 245,93 lei.

În România, consumul alimentar al populației se remarcă prin (Stanciu, 2010):

- ponderea mai mare a cheltuielilor alimentare în cheltuielile totale de consum;
- ponderea mai mare a consumului alimentar din producția agricolă a propriei gospodării;
- aproximativ 2,5% din populația țării suferă de subnutriție cronică;
- consumul major de tutun, alcool și grăsimi: ca urmare, crește incidența unor afecțiuni precum cancerul, tuberculoza și bolile de nutriție, iar alcoolismul poate duce la grave disfuncții în viața socială, în general;
- consumul excesiv de cartofi și cereale;
- prezența redusă a piețelor ecologice în constituirea coșului alimentar zilnic al gospodăriilor.

Consumul mediu anual de produse alimentare, pe locuitor în unități fizice reprezintă cantitatea dintr-un produs sau grup de produse agroalimentare consumată de un locuitor, în perioada de referință, indiferent de sursa de aprovizionare (INSSE, 2020).

Tabelul următor prezintă evoluția consumului mediu lunar al principalelor produse alimentare pe o persoană, în perioada 2010-2019.

*Tabelul nr.3. Evoluția consumului mediu lunar al principalelor produse alimentare, pe o persoană, în perioada 2010-2019*

Principalele produse alimentare ale consumului lunar	Anul 2010	Anul 2011	Anul 2012	Anul 2013	Anul 2014	Anul 2015	Anul 2016	Anul 2017	Anul 2018	Anul 2019
Pâine și produse de franzelărie (kg)	8,732	8,565	8,584	8,5	8,333	8,378	8,241	8,202	8,044	7,925
Preparate din carne (kg)	1,068	1,023	1,238	1,031	1,036	1,101	1,12	1,202	1,239	1,238
Lapte, total (litri)	6,186	5,962	6,062	5,87	5,794	5,758	5,813	5,768	5,632	5,523
Brânzeturi și smântână (kg)	1,299	1,284	1,318	1,354	1,369	1,27	1,337	1,464	1,519	1,524
Ouă (buc)	12,99	13,145	12,805	13,376	13,465	13,421	13,437	13,562	13,433	13,649
Fructe, total (kg)	3,557	3,399	3,389	3,449	3,574	3,693	3,831	3,897	4,028	4,006
Legume și conserve din legume, total (kg)	7,382	7,597	7,575	7,617	7,726	7,553	7,726	7,983	8,077	8,066

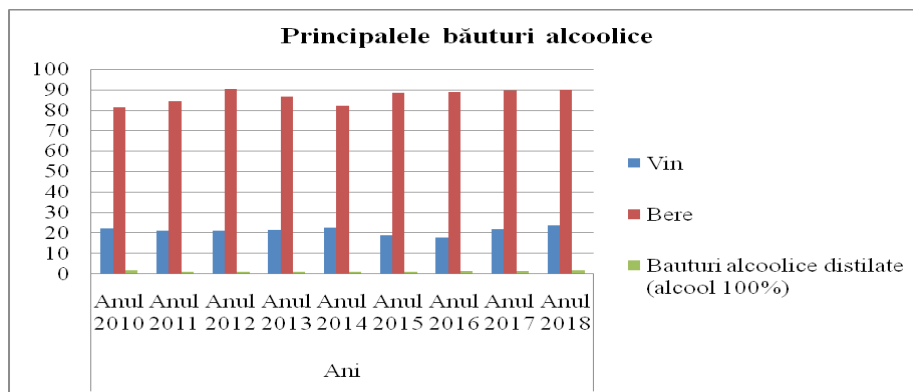
Sursa: realizat de autori pe baza datelor publicate de Institutul Național de Statistică, tabel BUF 110I, disponibil online la adresa <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>, accesat la data de 16.11.2020.

În perioada analizată, consumul de pâine și produse de franzelărie a înregistrat o ușoară scădere, de la 8,732 kg în 2010 până la 7,925 kg în 2019. Se poate observa că legumele și conservele din legume se consumă destul de mult, consumul mediu lunar fiind într-o continuă creștere, de la 7,382 kg în 2010 la 8,066 kg în 2019. În România preparatele din carne se consumă destul de puțin, astfel încât o persoană consumă, în medie, în jur de 1 kg pe lună.

Consumul mediu anual de băuturi, pe locuitor, reprezintă cantitatea de băuturi alcoolice, consumate de un locuitor, în perioada specificată, indiferent de sursa

de aprovizionare și de locul unde se consumă. Consumul mediu de alcool, pe locuitor, reprezintă cantitatea de băuturi alcoolice spirtuase, bere și vin, în echivalent alcool 100%, consumată de un locuitor în perioada de referință. (INSSE, 2020).

Figura următoare prezintă consumul mediu anual pe locuitor la principalele băuturi alcoolice, în perioada 2010-2018.



*Figura nr.1. Consumul mediu anual pe locuitor la principalele băuturi alcoolice, în perioada 2010-2018 (în litri)*

Sursă: realizat de autori pe baza datelor publicate de Institutul Național de Statistică, tabel CLV 104A disponibil online la adresa <http://statistici.insse.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/insse-table>, accesat la data de 12.11.2020.

Pornind de la figura de mai sus, observăm că, în medie, un locuitor din România consumă în jur de 90 litri de bere pe an și aproximativ 20 litri de vin pe an.

## **Particularități ale comportamentului consumatorului român în contextul pandemiei de Covid-19**

Comportamentul consumatorului este un sistem complex de manifestări, motivații, atitudini și decizii; acesta este activ atât datorită evoluției în timp a generației de consumatori confrunțați de schimbările pe care ei le produc, cât și datorită apariției de noi factori care influențează comportamentul acestora. (Stanciu Sica, 2002) Comportamentul consumatorului român în contextul pandemiei de Covid-19 a generat într-un timp foarte scurt o transformare a modului în care oamenii consumă și cumpără, fie că este vorba de servicii, produse, canale media sau experiențe sociale.

Conform studiului realizat de compania Ernst&Young (2020), în prezent au apărut patru noi tipuri de consumatori, ca rezultat direct al evoluției epidemiei și



anume: ”economisește și fă stocuri”; ”redu drastic cheltuielile”; ”păstrează-ți calmul și cheltuie”, respectiv ”hibernează și cheltuie”.

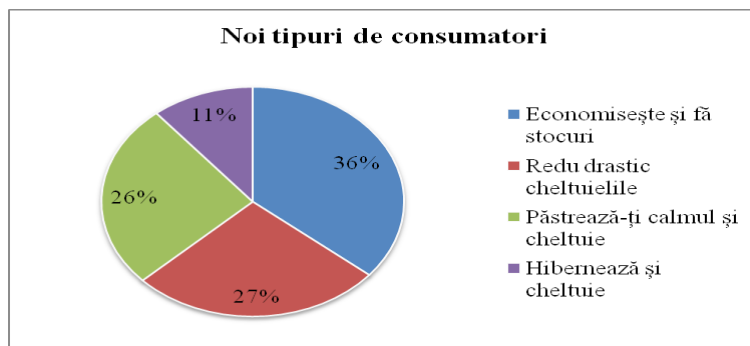


Figura nr 2. Noi tipuri de consumatori în urma pandemiei de Covid-19

Sursă: realizat de către autori pe baza datelor furnizate de Ernst&Young Global Limited 2020, disponibil la [https://www.ey.com/ro\\_ro/covid-19/comportamentul-consumatorului-roman-in-contextul-covid-19-](https://www.ey.com/ro_ro/covid-19/comportamentul-consumatorului-roman-in-contextul-covid-19-), accesat la data de 13.11.2020.

Astfel, se constată că în perioada pandemiei Covid-19, cei mai mulți consumatori aleg să economisească și să facă stocuri.

După ce se vor lua decizii de relaxare a măsurilor adoptate în contextul pandemiei provocată de Covid-19, se anticipează că tipologiile de comportament al consumatorilor ar putea fi: ”revenire la normal”; ”precaut dar extravagant”; ”rămâne econom”, ”continuă să reducă”, respectiv ”revenire în forță”.

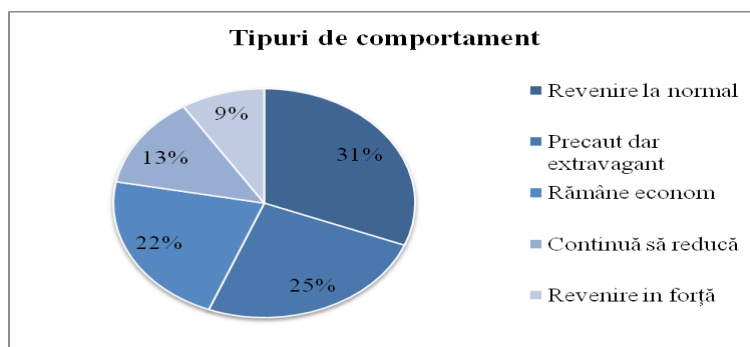


Figura nr 3. Noi tipuri de comportamente ale consumatorilor anticipate în perioada de relaxare a măsurilor

Sursă: realizat de către autori pe baza datelor furnizate de Ernst&Young Global Limited 2020, disponibil la [https://www.ey.com/ro\\_ro/covid-19/comportamentul-consumatorului-roman-in-contextul-covid-19-](https://www.ey.com/ro_ro/covid-19/comportamentul-consumatorului-roman-in-contextul-covid-19-), accesat la data de 13.11.2020.

Pornind de la figura de mai sus, putem spune că, în urma măsurilor de relaxare, cei mai mulți consumatori aleg să revină la normal, iar cei mai puțini aleg să revină în forță.

Un alt sondaj, arată faptul că, consumatorii cumpără mai multe produse de igienă personală și curățenie, precum și conserve și alimente proaspete decât o făceau cu câteva luni în urmă. De asemenea, ei cumpără mai puține electronice, produse de înfrumusețare și îmbrăcăminte. Pe lângă acestea, criza îi determină pe consumatori să ia în considerare mai serios impactul opțiunilor lor de cumpărături asupra mediului și asupra sănătății (Economica.Net, 2020).

Odată cu declanșarea pandemiei de Covid-19, procesul de achiziție dintr-un magazin online a crescut foarte mult, oamenii pun accent atât pe preț cât și pe timpul de livrare. Unii oameni preferă să plătească un preț mai mare pentru produsele achiziționate, dacă serviciile pe care le oferă magazinul online sunt superioare (de exemplu: livrare rapidă și servicii de vânzare calitative). În prezent, marea majoritate a oamenilor, pentru siguranța lor, aleg să plătească cu cardul pentru cumpărăturile achiziționate online, dar și pentru cele achiziționate din magazinele fizice (Niță, 2020).

## Concluzii

Această lucrare analizează structura cheltuielilor totale de consum pe gospodării și pe persoană, pe categorii de cheltuieli în România, în perioada 2010-2019.

În concluzie, putem spune că, în medie, o persoană cheltuie mai mult pentru achiziționarea de alimente, băuturi și mărfuri nealimentare, iar cele mai puține cheltuieli se fac pentru plata serviciilor.

În ceea ce privește consumul de bunuri alimentare, constatăm că, în medie, un locuitor consumă mai multă pâine și produse de franzelărie și mai puțin carne și preparate din carne. Din punctul de vedere al consumului de băuturi alcoolice, am ajuns la concluzia că, în medie, un locuitor consumă mai multă bere și mai puțin băuturi spirtoase.

În urma analizei efectelor pe care le are pandemia asupra comportamentului consumatorului și a schimbărilor pe care le-a generat, se constată că cei mai mulți consumatori aleg să economisească și să facă stocuri. De asemenea, consumatorii fac mai multe cumpărături online și plătesc cu cardul pentru acestea. Și pentru cumpărăturile făcute în magazinele fizice, se constată o creștere a plășilor realizate cu cardul bancar. Astfel, comportamentul consumatorilor s-a schimbat în contextul pandemiei provocate de Covid-19, aceștia adaptându-se la schimbările survenite.

## Referințe bibliografice

Carstoiu Cristian (2020), *“Cum a modelat COVID-19 comportamentul consumatorilor*

- români?” în comunicarea de presă disponibilă la adresa [https://www.ey.com/ro\\_ro/covid-19/comportamentul-consumatorului-roman-in-contextul-covid-19-](https://www.ey.com/ro_ro/covid-19/comportamentul-consumatorului-roman-in-contextul-covid-19-), accesat la data de 13.11.2020.
- Neagu Gabriela (2005), *Revista Calitatea vieii*, XVI, nr. 3–4, disponibil la adresa <http://www.revistacalitatevietii.ro/2007/CV-3-4-2007/06.pdf>, accesat la data de 15.11.2020.
- Niță Ioana (2020), din rezista “*Ziarul financiar*”, disponibil la adresa <https://www.zf.ro/zf-24/studiu-romanii-compara-produsele-in-patru-magazine-online-inainte-sa-19722857>, accesat la data de 18.11.2020.
- Revista Economica.Net (2020) “*Comportamentul consumatorilor în pandemie*”, disponibil la [https://www.economica.net/pandemia-de-covid-19-va-modifica-comportamentul-consumatorilor-si-va-schimba-industria-bunurilor-de-larg-consum\\_184202.html?fbclid=IwAR0H3NiLalZm9omrK3\\_sZDG2HcemAYPimNNVc\\_dedO28VtBi9ZE5feGkI](https://www.economica.net/pandemia-de-covid-19-va-modifica-comportamentul-consumatorilor-si-va-schimba-industria-bunurilor-de-larg-consum_184202.html?fbclid=IwAR0H3NiLalZm9omrK3_sZDG2HcemAYPimNNVc_dedO28VtBi9ZE5feGkI), accesat la data de 16.10.2020.
- Institutul Național de Statistică (2020), disponibil la adresa <http://statistici.INSSE.ro:8077/tempo-online/#/pages/tables/INSSE-table>, accesat la data de 12.11.2020.
- Patriche Dumitru (1998), “*Economie comercială*”, Editura. Economică, București.
- Stanciu Mariana (2010), “*Consumul populației în România în ultimele două decenii*” din revista “*Calitatea vieii*.”
- Stanciu Sica (2002), “*Bazele generale ale marketingului*”, Editura. Universitatea din București.

## DE CE ROMÂNIA ARE UN DEFICIT DE COMPETITIVITATE?

## WHY DOES ROMANIA HAVE A COMPETITIVENESS DEFICIT?

**Nicolae VAVURĂ**

Masterand, Academia de Studii Economice București - Facultatea de Administrarea  
Afacerilor cu Predare în Limbi Străine  
e-mail: [nicolae.vavura@pgcgroup.ro](mailto:nicolae.vavura@pgcgroup.ro)

**Gabriela VERINGĂ**

Masterand, Academia de Studii Economice București - Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului  
e-mail: [veringagabriela@yahoo.com](mailto:veringagabriela@yahoo.com)

**Paula VERINGĂ**

Student, Academia de Studii Economice din București - Facultatea de Business și  
Turism  
e-mail: [paula.veringa@yahoo.com](mailto:paula.veringa@yahoo.com)

**Abstract:** *Competitiveness is a prerequisite for development as well as a critical ingredient for enabling national welfare in the nowadays challenging world. As such, it is becoming more debated and approached by researchers and policymakers alike, being perceived as a key ingredient in development. The paper aims to show through statistical analysis the clear impact that competitiveness has upon attracting Foreign Direct Investment. Global flows of foreign direct investment (FDI) will be under severe pressure this year as a result of the COVID-19 pandemic. Thus, proof that competitiveness needs to be paid great attention to as well as changes to be made in Romania in order to improve it could be very beneficial in improving the Romanian economy's rate of progress. Cooperation will be crucial, sustainable development depends on a global policy climate that remains conducive to cross-border investment.*

**Keywords:** FDI, competitiveness, flows of foreign direct investment, trade deficit, Romania.

**JEL Code:** F43, P470

## Introducere

Teoria economică spune că schimburile economice internaționale sunt fundamentale în stimularea creșterii economice și dezvoltarea unei națiuni.

Atunci când importă/exportă, fiecare companie, sau o economie națională în ansamblu, urmărește să-și maximizeze câștigurile, în beneficiul unui standard de viață mai bun. Avantajul comparativ este capacitatea unei economii de a produce un anumit bun sau serviciu la un cost de oportunitate mai mic decât partenerii săi comerciali. Un avantaj comparativ oferă unei companii capacitatea de a vinde bunuri și servicii la un cost marginal mai mic decât concurenții săi și de a realiza marje de vânzări mai mari.

Avantajul comparativ descrie realitatea economică a câștigurilor din comerț pentru indivizi, firme sau națiuni. Avantajul comparativ decurge din progresul tehnologic și dotările cu factori.

Acest lucru este, în esență, susținut de binecunoscuta teorie a costurilor comparative, care stă la baza conceptului de competitivitate.

Competitivitatea este o noțiune foarte abordată în domeniul economic și social actual și, indiferent de cine trebuie să o pună în aplicare, necesită combinarea cunoștințelor și utilizarea eficientă a resurselor. Cioban (2014) consideră competitivitatea ca fiind un proces continuu care facilitează acumularea de bunăstare în beneficiul cetățenilor, dar susține că nu ar trebui să fie considerată ca o noțiune sinonimă de bunăstare în sine.

Competitivitatea este o noțiune agregată și de, asemenea, o reflectare a amplitudinii performanței naționale, cuprinzând indicatori care dezvăluie atât teme economice, cât și sociale (Kisefáková, et al., 2018).

Analizele care au fost făcute până acum cu privire la evoluția performanței sectorului agricol în România după 1989, a ajuns la concluzia că productivitatea acestui sector a fost și continuă să fie destul de modestă, comparativ cu potențialul natural al terenurilor agricole. Experții explică în principal această situație prin ”ineficiența în alocarea și utilizarea resurselor ... care la rândul său se află sub incidența unei serii de ... dezechilibre sistemice ... care generează și sporesc performanța slabă în utilizarea resurselor atrase în agricultură: dezechilibre sistemice de proprietate (proprietatea terenurilor și exploatațiile agricole), a piețelor și a prețurilor agricole, a inputurilor agricole, precum și a competitivității și funcționării instituțiilor ...” (Steriu & Otiman, 2013).

Obiectivul prezentului studiu este de a investiga în termeni cantitativi și calitativi capacitatea României de a atinge competitivitatea în lupta împotriva sărăciei și reducerea consecințelor sale dezastruoase. Prezentul articol oferă o evaluare a factorilor determinanți ai productivității și creșterii economice pe termen lung. În ceea ce privește metodologia, aceasta va fi compusă din analiza literaturii de specialitate, a articolelor științifice și analiza documentelor referitoare la doi indicatori de competitivitate: indicele competitivității globale între 2007 și 2017 și fluxurile de investiții străine directe (ISD) către România pe perioada 2009-2018.

## **Metodologia cercetării**

Scopul lucrării este de a evalua gradul de competitivitate al României în reducerea efectelor negative ale sărăciei și a punctelor sale puternice și slabe în acest proces. Această analiză dorește să indice domeniile sociale care necesită o îmbunătățire și ce anume poate asimila România din practicile țărilor UE pentru a-și spori competitivitatea. Compararea capacității de competitivitate a României va fi realizată prin stabilirea ca punct de referință a țărilor din Europa Centrală și de Est (Bulgaria, Ungaria, Croația, Slovacia, Polonia, Republica Cehă și Slovenia), astfel țările din același grup regional ca și România și având un clasament al dezvoltării comparabil.

Ce este competitivitatea economică? Forumul Economic Mondial, care măsoară competitivitatea țărilor încă din 1979, îl definește astfel: „ansamblu instituțiilor politicilor și factorilor care determină nivelul de productivitate al unei țări.” Există alte definiții, dar toate includ în general cuvântul „productivitate”.

Raportul privind competitivitatea globală este un instrument care ajută guvernele, sectorul privat și societatea civilă să lucreze împreună pentru a crește productivitatea și a genera prosperitate. Analiza comparativă între țări permite liderilor să evalueze zonele care necesită consolidare și să construiască un răspuns coordonat. De asemenea, ajută la identificarea celor mai bune practici din întreaga lume.

Indicele competitiv global este baza raportului. Măsoară performanța în funcție de 114 indicatori care influențează productivitatea unei națiuni. Ultima ediție a acoperit 141 de economii, reprezentând peste 98% din PIB-ul mondial.

Scorurile țărilor se bazează în principal pe constatări cantitative de la agenții recunoscute la nivel internațional, cum ar fi Fondul Monetar Internațional și Organizația Mondială a Sănătății, cu adăugarea de evaluări calitative de la specialiști economici și sociali și directori corporativi superiori.

## **Rezultatele cercetării**

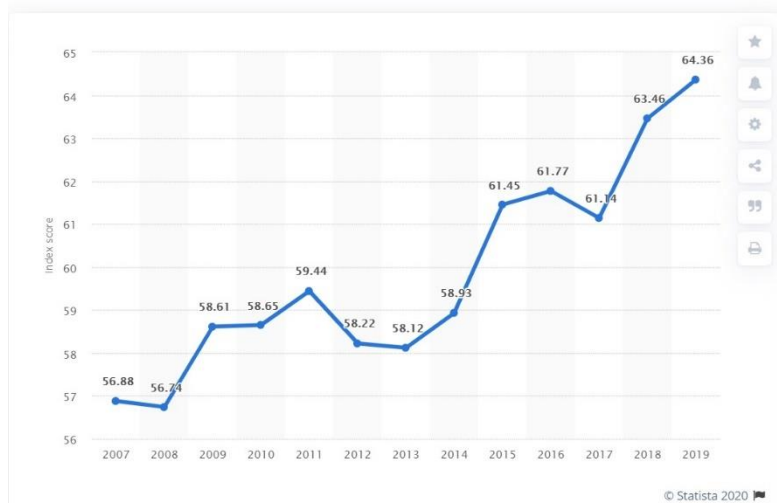
Competitivitatea națională definită ca ansamblu de instituții, politici și factori care determină nivelul de productivitate. Analiza va continua cu evoluția indicelui competitivității globale. Acesta este un indice agregat din toți cei peste 100 de indicatori individuali identificați ca fiind relevanți pentru evaluarea competitivității unei țări la nivel global. De asemenea, acesta include 12 indici intermediari care reprezintă pilonii pe care se percepe competitivitatea a fi construită. Fiecare indicator, sau pilon utilizează o scară de la 0 la 100, pentru a arăta cât de aproape este o economie de starea ideală.

Per total, România a avut o tendință ascendentă în evaluarea competitivității de-a lungul anilor. Excepțiile există și ele, prima fiind pe fondul declanșării crizei financiare mondiale din 2008, iar ce-a de-a doua producându-se în 2012 pe fondul unor serii de reforme nepopulare și instabilitatea civică declanșată de acestea, culminând cu proteste masive și schimbări de guverne. Indexul pe 2017, deși prezintă o ușoară scădere, aceasta este destul de dificil de evaluat ca atare pentru că

acela reprezintă și anul în care s-a produs o schimbare de metodologie a indexului. Deși varianta uniformizată produsă de Statista face toți anii comparabili dincolo de metodologie, este greu de identificat un motiv anume pentru scăderea produsă fără acces la datele brute folosite.

Cu toate că România se află pe un curent ascendent în ultimii ani, acest lucru nu este suficient. La nivelul țărilor din Europa Centrală și de Est (ECE) România se află pe penultimul loc în evaluarea competitivității, înaintea Croației, acest lucru în condițiile în care este a doua piață ca mărime după Polonia.

#### Global Competitiveness Index of Romania from 2007 to 2019



Figură 1 - Index Competitivitate Romania 2007-2019 (Sursa Statista)

Astfel, la ora actuală, România se confruntă în continuare cu un decalaj de competitivitate globală, acest lucru fiind deja identificat de mai mulți ani și chiar subiect de cercetare recurent (Argatu & Paunescu, 2019). Acest subiect devine cu totul mai relevant și îngrijorător având în vedere că economia mondială se confruntă din nou cu perspectiva unei recesiuni.

Analizând mai concret, acest indice de competitivitate reprezintă un agregat ai unor factori care în mare parte afectează și atractivitatea unei țări pentru investițiile străine. Ținând cont de faptul ca investițiile străine reprezintă un imbold major pentru dezvoltarea unei țări, acestea creând un cerc virtuos cu progresul elementelor din economie, capital uman, piață și inovație care cresc competitivitatea și pot atrage și mai multe investiții străine directe.

Acest lucru se poate chiar cuantifica în baza indexului de competitivitate și a investițiilor străine directe, astfel încât să se atragă mai multă atenție asupra relevanței acestui index și posibilele beneficii care pot fi atrase dacă se iau în serios zonele problemă indicate.

Folosind metoda regresiei pe datele indexului de competitivitate ajustat și ale fluxului total de investiții străine directe anuale către România, putem deosebi

impactul pe care factorii de competitivitate îl au asupra atracției de investiții.

**Tabel 1 - Date Anuale ISD si Index Competitivitate**

An	Investiții Străine Directe (Sursa: Baza de date a Conferinței Națiunilor Unite pentru Comerț și Dezvoltare)	Index Comp. (Sursa: Baza de date Statista Digital Market Outlook)
2007	9732.81	56.88
2008	13491.54	56.74
2009	4665.449	58.61
2010	2997.172	58.65
2011	2362.922	59.44
2012	3198.547	58.22
2013	3602.364	58.12
2014	3215.682	58.93
2015	3840.475	61.45
2016	5000.387	61.77
2017	5419.471	61.14
2018	6218.926	63.46
2019	5971.218	64.36

Deoarece fiecare raport anual al indexului de competitivitate este publicat folosind date pe anul precedent, iar presupunerea noastră este că durează încă un an pentru analiză și impact direct asupra planurilor eventualilor investitori, am decalat cu doi ani cele doua serii de date pentru a deosebi cât mai îndeaproape influența reală a indexului asupra investițiilor.

**Tabel 2 - Regresie ISD / Index Competitivitate Romania**

<i>Regression Statistics</i>	
	0.71241526
Multiple R	1



	0.50753550
R Square	3
Adjusted R Square	0.45281722
Standard Error	959.632185
Observations	11

ANOVA						
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>	
Regression	1	8541686.39	8541686	9.27542	9	0.013892
Residual	9	8288045.38	920893.5			
Total	10	16829731.7				

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>	<i>Lower 95%</i>	<i>Upper 95%</i>
Intercept	27497.3289	10420.4736	-	0.02696	-	-
Index Comp	536.907811	176.292045	3.04555	0.01389	-51070.1	3924.58
			9	2	138.1075	935.708

Astfel, făcând o regresie între fluxul investițiilor străine directe (ISD) către România pe perioada 2009-2018, și indexul de competitivitate între 2007 și 2017 putem vedea că aproape jumătate (45.2%) din creșterea sau scăderea ISD se datorează variației în indexul de competitivitate. Concret, conform rezultatelor, fiecare modificare cu un punct al indexului de competitivitate aduce cu ea o modificare corespunzătoare între \$138 mil. și \$936 mil. în ISD. În baza acestor numere, devine extrem de important să fie identificate zonele unde se pot aduce îmbunătățiri importante, astfel încât să aducă beneficii economiei.

Examinând rapoartele indexului de competitivitate de-a lungul anilor, se pot observa două categorii majore unde România se află pe poziții foarte precare în comparație cu alte țări. Acestea sunt sistemul financiar și pregătirea profesională a populației, aceasta de pe urma arătând de multe ori chiar o involuție.

Sistemul financiar românesc este evaluat ca aflându-se la coada clasamentului global cam pe toate planurile. În baza raportului din 2019, 104 alte țări se află într-o poziție mai bună în ceea ce privește creditele domestice acordate sectorului privat ca procent din PIB. De asemenea, 103 economii stau mai bine și când vine vorba de finanțarea neguvernamentală disponibilă pentru înființarea de întreprinderi sau așa-zisul capital de risc. Marginal mai bine se prezintă finanțarea pentru întreprinderile mici și mijlocii, cât și dimensiunea pieței de capital unde „doar”

peste 80 de alte țări se află pe poziții mai bune. Cu toate acestea România este evaluată în termeni de paritate a puterii de cumpărare ca fiind a 41-a piață globală ca dimensiune.

Cealaltă arie de îngrijorare este în categoria pregătirii profesionale a populației, unde din nou vedem peste 100 de alte țări devansându-ne la indicatori critici cum ar fi calitatea pregătirii vocaționale și competențele studenților la absolvire. Poate cu adevărat rușinos, și chiar o posibilă sursă a clasării atât de joase la alte categorii, se afla dezvoltarea gândirii critice în învățământ, unde România se prezintă abia pe locul 125 din 141 de țări participante la acest index și 193 de state în total pe glob. Astfel se ajunge în situația unde în România a fost mai dificil decât în 132 alte țări de a găsi angajați calificați pentru 3 ani la rând, ținând cont că majoritatea statelor din această parte a clasamentului sunt țări africane cu economii în mare parte agrare.

În afara acestor categorii mari care prezintă deficite generalizate și se pare că în mare parte de natură sistemică, mai putem identifica pe alocuri anumite secțiuni care pot fi semnificativ îmbunătățite. Cele mai notabile sunt probabil cele de natură guvernamentală unde România se află abia pe locul 126 când vine vorba de asigurarea de către guverne a stabilității politicilor implementate și locul 113 când vine vorba de viziunea guvernamentală pe termen lung. Acestea probabil că influențează direct și clasamentul destul de precar pe care românii îl au când vine vorba de atitudine către risc antreprenorial. Dispoziția de a delega îndatoriri de către manageri ne plasează și ea pe o poziție destul de înapoi în comparație cu alte țări.

În urma analizei putem vedea aspectul îngrijorător că aceste clasamente prezentate mai sus nu s-au schimbat semnificativ în ultimii 3 ani, reprezentând un impediment continuu în calea progresului și a creșterii mai pronunțate a competitivității țării noastre la nivel global.

## **Concluzii și propuneri**

În urma analizei econometrice făcute pe investițiile străine directe și indexul de competitivitate am putut afla că există o legătură destul de puternică ce nu poate fi ignorată între cele două. Desigur că numărul limitat de date face ca acest model să fie destul de inexact, necesitând cel puțin încă 15 ani de informații pentru a obține ceva cu mult mai exact și cu o marjă de eroare mult mai redusă.

Cu toate acestea, faptul că în baza acestor date România stă să piardă sau să câștige în medie peste jumătate de miliard de dolari în investiții străine ar trebui să fie destul de semnificativ pentru a produce acțiune din partea autorităților. Astfel, devine cu atât mai importantă strategia țării să înceapă să se concentreze spre adresarea problemelor celor mai mari identificate în agregarea indexului de competitivitate.

În primul rând trebuie să se creeze un cadru de finanțare mai flexibil care să impulsioneze creditarea către sectorul privat. Reducerea restricțiilor față de

creditare sau oferirea de garanții de către stat pentru anumite credite către companii private care îndeplinesc condițiile necesare ar putea îndeplini acest scop foarte bine. În plus, indicatorul de finanțare către întreprinderile mici și mijlocii s-ar îmbunătăți și el având în vedere că aceasta posibilă creditare suplimentare le-ar permite o creștere mai rapidă.

În același timp, trebuie create parteneriate cu marii antreprenori, mai multe metode pentru a-și investi mai departe fondurile dobândite. Acestea pot să fie reprezentate de către noi fonduri de investiții create din capital privat autohton și direcționate către anumite domenii de interes. Acestea pot atrage la rândul lor capital străin ca participație, și pot să crească per total dimensiunea pieței de capital din România, îmbunătățind astfel indicatorul de competitivitate financiară. În acest sens, introducerea de noi instrumente financiare permise ar ajuta la dezvoltarea financiară, cât și educarea antreprenorilor, administratorilor, directorilor cât și altor persoane în roluri executive în companii asupra facilităților și potențialului care există în investițiile pe piața de capital.

Intrând în subiectul deficitului de competitivitate cu privire la calificarea profesională a populației, devine dificil de a găsi o soluție cu impact imediat. Începând de la introducerea materialelor și programelor care să dezvolte gândirea critică încă de la nivelul de școlarizare primară, este absolut necesar a promova importanța și potențialul calificărilor vocaționale către populație. Pe lângă acest lucru, este necesară și dezvoltarea infrastructurii educaționale în acest sens, mai ales prin parteneriatele cu sectorul privat, care poate să intervină direct și să indice care sunt deficitele de personal calificat și care sunt preconizate a fi pe viitor. Același lucru poate fi instituit și la nivelul unităților de învățământ superior, o liberalizare mai mare a permisiunilor acestora ar încuraja competiția mai clară între instituții și le-ar forța să adapteze mai repede și mai calitativ oferta de învățământ la cerințele pieței. Acest lucru ar trebui să ducă la încredere mai mare oferită de către administratori și manageri subalternilor lor, și o îmbunătățire a eficienței în muncă prin delegarea mai largă a îndatoririlor către persoanele calificate.

Din păcate, toate îmbunătățirile menționate până acum pentru ameliorarea problemelor în aceste sectoare, sunt dependente de o îmbunătățire semnificativă la nivelul stabilității politicilor guvernamentale și viziunea strategică a guvernului. Astfel este necesară o modificare aproape de dimensiune culturală în ceea ce privește metodele și tendințele de gândire în cadrul clasei politice românești, astfel încât să nu mai existe tendința de modificare a acțiunilor întreprinse în funcție de culoarea politică a fiecărui guvern, ci să se mențină o constantă în implementarea demersurilor mai sus menționate, astfel încât să asigure o încredere în finalizarea acestora. În plus, îmbunătățirea acestor aspecte guvernamentale ar aduce cu ele și o ameliorare a scepticismului antreprenorial care exista la noi în țară, manifestat prin aversiune față de riscurile antreprenoriale.

În concluzie, scopul politicilor propuse este de a îmbunătăți semnificativ competitivitatea României în arii cheie unde se prezintă decalaje foarte mari față de restul lumii, și implicit față de potențialul real al țării. Aceste îmbunătățiri ar aduce o evaluare superioară indexului de competitivitate și, în consecință, al percepției

potențialilor investitori străini față de oportunitățile prezente în țara noastră și posibilitatea realizării lor. Eventualele creșteri în investițiile străine rezultate din acest progress ar aduce la rândul lor creșteri în alte categorii de competitivitate creând astfel un ciclu continuu de îmbunătățiri ale economiei și a poziției României în piețele emergente.

### **Referințe bibliografice**

- Argatu, R. & Paunescu, C., 2019. Romania and its poverty-alleviating competitiveness: a Central and Eastern European outlook. *Proceedings of the 13th International Conference on Business*, pp. 435-447.
- Cioban, G., 2014. *Competitiveness - Key Issues Of the Romanian Economy*.. s.l.:Management Strategies Journal, 26 (4), 120-127.
- Kisefáková, D., Šofranková, B., Čabinová, V. & Onuferová, E., 2018. Competitiveness and sustainable growth analysis of the EU countries with the use of Global Indexes methodology.. *The International Journal Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 5(3), pp. pp 581-599.
- Steriu, V. & Otiman, P., 2013. *Cadrul național strategic pentru dezvoltarea durabilă a sectorului agroalimentar și a spațiului rural în perioada 2014-2020-2030. Cadrul național strategic rural*.. București: Romanian Academy Publishing House, pp. 33-98

## ANALIZA DEFICITULUI BUGETAR DIN ROMÂNIA

## ANALYSIS OF THE ROMANIAN BUDGET DEFICIT

**Gabriela VERINGĂ**

Masterand, Academia de Studii Economice București - Facultatea de Economie  
Agroalimentară și a Mediului  
e-mail: [veringagabriela@yahoo.com](mailto:veringagabriela@yahoo.com)

**Paula VERINGĂ**

Student, Academia de Studii Economice din București - Facultatea de Business și  
Turism  
e-mail: [paula.veringa@yahoo.com](mailto:paula.veringa@yahoo.com)

***Abstract:** The period of recent years in which States were experiencing a deep economic crisis was characterized by a significant increase in levels of government deficits and debt. In these circumstances, it is justified to ask more questions about the possible negative effects of deficits, the way in which public debt is affecting and will affect future generations, and the path to future and solid economic growth. The budget deficit is considered to be "necessary evil" recently, in the context of the creation of the European Monetary Union, as the 3% of GDP limit of the budget deficit becomes a real "golden rule" of public finances. The present paper aims to analyze Romania's budget deficit, presenting the ways of financing it, the structure of Romania's public debt and the expert opinions related to Romania's debt policy.*

**Keywords:** budget revenue; budgetary expenditure; budget; deficit.

**JEL Code:**

### 1. Introducere

Acest studiu își propune să analizeze principalele riscuri legate de nivelul deficitului bugetar și cel al datoriei publice și să identifice posibile căi spre o economie solidă. Totodată, această lucrare face o succintă evaluare a situației economice dificile și o proiecție a indicatorilor bugetari.

Deficitul bugetar înseamnă diferența dintre veniturile guvernului din impozite etc. și cheltuielile guvernului. Dacă această diferență este pozitivă îl numim excedent

bugetar și dacă este negativă îl numim deficit bugetar. Deficitul este în creștere atunci când cheltuielile administrației publice depășesc veniturile.

Importanța deficitului bugetar în literatura de specialitate (Reinhart CM. și Rogoff K., 2009) a arătat că, atunci când datoria depășește un anumit nivel, care poate fi semnificativ diferit de la o țară la alta, crizele financiare devin mai probabile și mai severe. În plus, impactul negativ asupra creșterii economice nu este liniar, ci crește exponențial, cu cât ponderea în PIB a datoriei publice se apropie de 100% (având în vedere situația țărilor industrializate).

Vulnerabilitatea macroeconomică este definită ca fiind dependența atât a administrației centrale, cât și a sectorului privat de capitalul străin, ca urmare a deficitelor publice și comerciale. Politicilor publice au un rol semnificativ în prevenirea fluctuațiilor economice și în creșterea economică durabilă fără a acumula noi deficite macroeconomice. Abordarea empirică se bazează pe abordarea keynesiană, conform căreia consumul este determinat de venitul curent și de cererea totală care determină producția finală. (Shikha Jha, 2014) autorii au examinat eficacitatea politicii fiscale contraciclice la nivelul a zece economii din Asia, pentru a evalua în ce măsură politicile contraciclice pot sprijini ratele de creștere economică. Analiza lor se bazează pe identificarea șocurilor determinată de relația dintre variabilele fiscale și cele nefiscale, folosind un model VAR. Principalele rezultate ale autorilor sugerează că reducerile impozitelor au un impact contraciclic mai mare și că pot stimula activitatea economică mai eficient decât creșterea cheltuielilor publice.

Dependența economică a României de fluxurile externe, începând cu anul 2000, a apărut odată cu dezvoltarea unui model de creștere bazată pe surse externe de credit, cu creșterea lichidității pe piețele financiar, reducerea riscului de țară (datorită macrostabilizării economiei și a aderării la UE, liberalizării totale a contului de capital); dar și din cauza unor boomuri speculative locale. Acest model de creștere s-a dovedit a fi nesustenabil pentru România și pentru alte țări emergente din Europa Centrală și de Est în momentul declanșării crizei financiare. Turbulențele și incertitudinea de pe piețele financiare au condus la o scădere dramatică a lichidității și, de asemenea, la o mai mică încredere a investitorilor străini în activele locale.

Creșterea accelerată a datoriei publice în țările din zona euro a demonstrat posibilitatea unei deteriorări rapide a poziției finanțelor publice în contextul unei încetiniri semnificative a creșterii economice, o creștere semnificativă a costurilor de finanțare pentru țările considerate nesigure și a deficitelor primare mari, acestea din urmă au fost rezultatul în principal al unor rigidități mai scăzute în ceea ce privește veniturile și cheltuielile. În literatura de specialitate, se consideră că un nivel rezonabil al datoriei publice are un rol pozitiv în creșterea economică. Astfel, proiectele de investiții care depășesc resursele disponibile într-o anumită perioadă pot fi finanțate, țările sărace pot fi sprijinite pentru a crește mai rapid, iar statul își poate îndeplini rolul de a stabiliza economia în caz de dezechilibre. Cu toate acestea, începând cu un anumit punct, datoria publică are un efect negativ asupra creșterii economice, țările puternic îndatorate fiind expuse riscului de ieșire de

capital sau al deteriorării rapide a poziției finanțelor publice în contextul unei crize economice și financiare. Creșterea recentă a primei de risc pentru obligațiunile de stat pe termen lung indică faptul că investitorii nu mai atribuie un risc de credit zero sau foarte scăzut pentru acest tip de investiții. Evoluția primelor de risc a fost diferențiată, în funcție de poziția finanțelor publice specifice fiecărei economii și corelată cu dependența de investitorii străini pentru finanțarea datoriei publice.

Justificarea unui obiectiv pentru un nivel durabil al datoriei publice trebuie să ia în considerare, de asemenea, conceptul de intoleranță la îndatorare, după cum susține (Reinhart CM. și Rogoff K., 2009). Aceștia arată că economiile emergente nu pot susține același nivel al ponderii datoriei în PIB, pe care țările cu economii avansate îl pot gestiona, ci unul mai scăzut, în principal din cauza accesului limitat la piețele de capital ale țărilor din prima categorie. Fenomenul este legat de prociclicitatea a piețelor financiare, care împrumută în mod repetat sume mari economiilor emergente în timpul perioadei de boom (asociate cu rentabilității reduse în țările dezvoltate) și restricționează fluxurile de capital la acestea atunci când apar șocuri negative. Dar, statele debitoare sunt, de asemenea, responsabile pentru această problemă: adesea, guvernele cu viziune pe termen scurt preferă să încurajeze temporar consumul prin îndatorare, neglijând bunăstarea pe termen lung a cetățenilor. Gradul de intoleranță la datorii al unei țări depinde, printre altele, de evenimentele de creditare anterioare, de rata inflației în timp din această țară, de stadiul de dezvoltare a instituțiilor publice, de nivelul și structura scadențelor datoriei publice.

(Cecchetti S, Mohanty M, Zampolli F., 2011) a identificat, studiind economiile dezvoltate, un nivel sustenabil al datoriei de 85% din PIB, un nivel mai mare ar conduce la o scădere a ratei de creștere economică, impactul negativ fiind pe măsură ce crește față de acest nivel. Având în vedere costurile suplimentare ale unei îmbătrâniri a populației și impactul eventualelor șocuri asupra avansului economic și asupra ratelor dobânzii, ținta ar fi semnificativ mai mică. Autorii arată, de asemenea, că amânarea adoptării politicilor de ajustare necesare va conduce la creșterea costurilor viitoare asociate cu punerea în aplicare a măsurilor tardive.

Criza financiară și economică a evidențiat pe deplin vulnerabilitățile economiilor îndatorate, nivelul datoriei publice fiind extrem de dificil de controlat în contextul unei încetiniri a creșterii economice, al creșterii ratelor reale ale dobânzii și al dificultăților din sistemul financiar. Nivelurile, considerate anterior ca fiind sustenabile pentru îndatorare, sunt percepute în prezent ca fiind excesive și generează probleme grave de solvabilitate. Nivelul de toleranță pentru datoria publică din țările emergente este semnificativ mai mică, probabil, sub cea menționată în Tratatul de la Maastricht și este, de asemenea, dificil de estimat. În acest context, reducerea datoriei publice este esențială pentru a restabili încrederea pe piață și pentru a genera suficient spațiu de mișcare pentru stat, astfel încât, în eventualitatea unei viitoare crize, să poată fi promovate măsuri de stabilizare macroeconomică.

Deficitul bugetar este provocarea economică a multor țări din ultimele decenii. Această problemă este percepută mai mult în țările în curs de dezvoltare, deoarece

acestea sunt private de un sector privat eficient. Acest lucru duce la extinderea activităților guvernamentale și la creșterea ponderii economice a guvernului în aceste țări, astfel încât o parte importantă din cererea totală să fie alocată cheltuielilor și investițiilor publice. În schimb, în ceea ce privește veniturile, guvernul nu are venituri adecvate pentru a-și acoperi cheltuielile uriașe. Rezultatul unui astfel de proces în aceste țări nu este decât un deficit bugetar permanent. Dacă guvernul se bazează pe resurse bancare pentru finanțarea deficitului bugetar, aceasta ar putea duce la inflație economică, astfel dezechilibru intern s-ar transfera și în sectorul economic extern, deoarece creșterea cheltuielilor publice duce inițial la creșterea cererii totale. Creșterea cheltuielilor publice la nivelul ofertei totale nu poate duce la creșterea ofertei din cauza problemelor structurale ale economiei și al caracterului neatractiv al ofertei. Rezultatul final al acestor efecte este apariția inflației în economie. În această situație, importurile cresc și exporturile scad. Astfel, un buget de stat dezechilibrat a fost transferat către partea externă provocând deficit de cont curent.

Teoria macroeconomiei keynesiană indică faptul că deficitul bugetar ar trebui aplicat ca mijloc de îmbunătățire a statutului economic și ca politică adecvată, ar trebui să permită politicianilor să maximizeze bunăstarea socială. Astfel, din perspectivă keynesistă, guvernele se ocupă de variabilele creșterii producției și șomajului; de asemenea, urmează politica care reduce la minimum diferența dintre șomajul real și nivelul normal al șomajului. Prin urmare, teoria keynesiană prevede că deficitul bugetar este corelat în mod negativ cu șomajul, în timp ce deficitul bugetar este legat în mod pozitiv de rata reală de creștere a economiei. Prin urmare pentru a examina această teorie, se introduce variabila ratei de creștere economică ca urmare a schimbărilor în creșterea produsului intern brut (PIB). Coeficientul variabil demonstrează că politicile financiare trebuie utilizate într-un mod care să conducă la îmbunătățirea nivelului de producție economică.

Guvernele trebuie să adopte politici monetare și financiare adecvate și să întocmească un buget atent pentru reducerea inflației.

Deficitul bugetar a devenit în prezent un fenomen obișnuit, în multe țări, pe fundalul amplificării cheltuielilor publice. În România, deficitul bugetar a constituit în ultimii ani una dintre cele mai dificile probleme cu care s-a confruntat politica economică.

Din punctul meu de vedere aceste cheltuieli nu sunt justificate pe termen lung, deoarece aceste cheltuieli se fac pentru a plăti pensii, salarii, nu pentru investiții. La ora actuală deficitul bugetar este apreciat ca fiind ”un rău necesar”, în contextul creării Uniunii Monetare Europene, limita de 3% din PIB a deficitului bugetar devenind o adevărată ”regulă de aur” a finanțelor publice. Calea spre o economie solidă este ca aceste cheltuieli să se fac în cercetare-dezvoltare, infrastructură în lucruri care aduc valoare pe termen lung.

(L.L. Albu și E. Pelinescu, 2000) au evidențiat impactul ciclurilor electorale asupra mărimii deficitului bugetar în România, în sensul că s-a constatat o acumulare mai rapidă a datoriei publice în perioadele electorale.



(Budina N. și S. van Wijnbergen, 2000) au evidențiat că în România, deficitul bugetar a exercitat o influență semnificativă asupra mărimii inflației. Factorii determinanți ai deficitului bugetar în România care exercită o influență semnificativă asupra mărimii acestuia sunt șomajul și procedurile de alocare a cheltuielilor publice.

## **2. Metodologia cercetării**

Prin datorie publică se înțelege datoria pe care o are statul față de terți, precum persoane private, persoane juridice, bănci, întreprinderi, din țară sau din străinătate, care au cumpărat obligațiuni emise de stat pentru a acoperi nevoile financiare ale statului. Analiza unor date statistice cu privire la deficitul bugetar din România. În cele ce urmează se prezintă unele date statistice privind evoluția deficitului bugetar și a ponderii acestuia în PIB, în perioada 2011-2019.

Datele culese sunt furnizate de Ministerul Finanțelor Publice din bugetul general consolidat perioada 1 ianuarie – 31 decembrie 2011-2019, raportul privind situația macroeconomică și raportul de țară al Comisiei Europene precum și Institutul Național de Statistică. Tehnica folosită analiză grafică, graficul este cel mai important aspect în luarea deciziilor. Aceste grafice reprezintă, în mod concret, istoricul deficitului, în funcție de unitatea aleasă miliarde lei sau procent din PIB.

Această reprezentare facilitează formarea unei imagini de ansamblu și determină direcția în care se mișcă datoria publică. O astfel de analiză ne ajută să vedem poziția pe piață. Reprezentarea grafică reprezintă baza analizei care permite realizarea de statistici cu privire la: venituri, cheltuieli, deficit, datorie publică, inflație, PIB.

Analiza grafică constituie un real ajutor în evaluarea datelor cu privire la deficitul bugetar și a situației actuale. Analiza grafică oferă o imagine a fluctuațiilor și a evoluției datoriei publice și impactul acesteia asupra inflației.

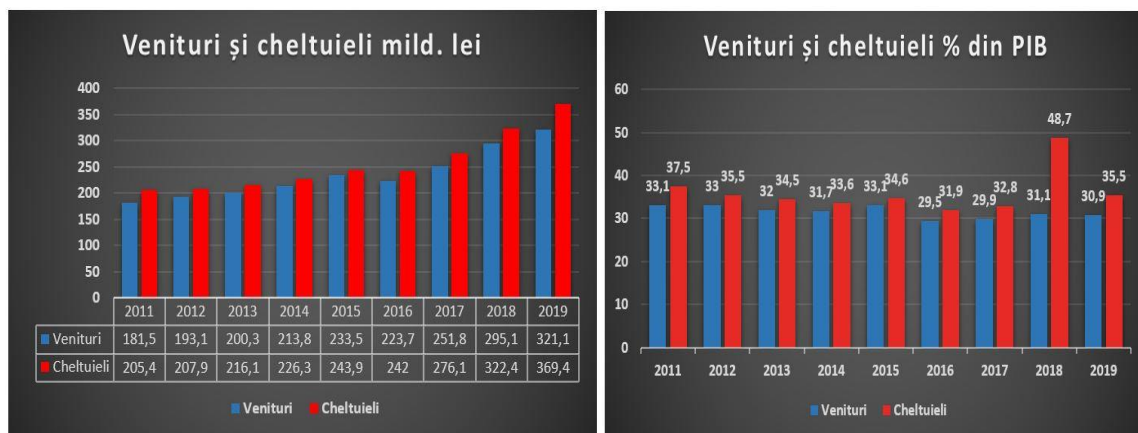
## **3. Rezultatele cercetării**

Reducerea activității economice din România în perioada crizei poate fi atribuită scăderii creditelor din sectorul privat, scăderea drastică a exporturilor, ieșirea capitalului speculativ, investițiilor mai mici.

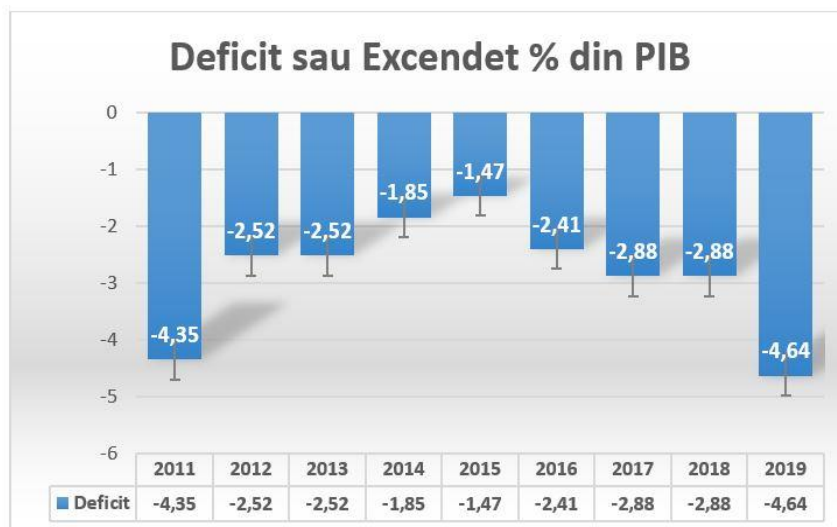
Conform datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice, execuția bugetului general consolidat în perioada 1 ianuarie – 31 decembrie 2019, s-a încheiat cu un deficit de - 48,3 miliarde lei, respectiv - 4,64% din PIB, sub ținta anuală stabilită de - 2,55% din PIB, ca obiectiv al politicii bugetare pe anul 2019.

Deficitul public a crescut puternic, ca urmare a cheltuielilor curente. Deficitul a continuat să crească, depășind pragul de 3% din PIB. Se preconizează că această creștere va continua, în special datorită indexării pensiilor cu 40%, prevăzută pentru septembrie 2020.

Ca și în alți ani precedenți, normele cadrului bugetar național nu au fost respectate. Un deficit public ridicat și creșterea costurilor legate de îmbătrânirea populației generează riscuri ridicate de sustenabilitate bugetară.



Sursa: prelucrarea datelor furnizate de Ministerul Finanțelor Publice din bugetul general consolidat



Sursa: prelucrare proprie din bugetul general consolidat

”În absența unor eforturi de reformă durabile, creșterea deficitului bugetar și a celui de cont curent pun în pericol sustenabilitatea creșterii economice a României”, se arată în raportul de țară pe 2020 al Comisiei Europene.

**Tabel nr. 1**

**Proiecția indicatorilor bugetari pentru perioada 2020-2023** % din PIB

	2020	2021	2022	2023
VENITURI buget general consolidat	31,69	31,69	32,25	32,25
CHELTUIELI bugetul general consolidat	35,48	35,02	34,78	34,00
SOLD buget general consolidat	-3,59	-3,34	-2,53	-1,76

*Sursa:* raport privind situația macroeconomică pe anul 2020

Datoria guvernamentală brută, conform metodologiei UE, s-a situat la sfârșitul anului 2018 la un nivel de 35,0% din PIB, net inferior plafonului de 60% stabilit prin Tratatul de la Maastricht.

Pe termen mediu (2020-2023) datoria guvernamentală brută se va situa sub 40,0% din PIB. În perioada 2020-2023, finanțarea deficitului bugetului de stat și refinanțarea datoriei publice guvernamentale se va realiza echilibrat din surse interne și externe.

#### **4. Concluzii**

Acest studiu arată principalele riscuri legate de nivelul deficitului bugetar și cel al datoriei publice și indică posibile căi spre o economie solidă. Totodată, această lucrare face o succintă evaluare a situației economice dificile și o proiecție a indicatorilor bugetari.

Studiul a evidențiat cele mai importante schimbări în factorii determinanți ai performanțelor sectorului public și eficiența între 2011-2019. Indicatorii alocarea, distribuția și stabilizarea reflectă beneficiile interacțiunii dintre deciziile guvernului și mecanismele pieței. Din sarcinile tradiționale ale guvernului, și anume alocarea, distribuția și stabilizarea eficiența sectorului public a înregistrat o deteriorare semnificativă.

În opinia mea, acest lucru dovedește o lipsă de gândire strategică, deoarece deciziile guvernamentale vizează o politică bugetară expansionistă, pro-ciclică, stimulând intens, și contraproductiv economia fără a respecta cadrul său fiscal (decalaj expansionist). Aceste decizii nu se bazează pe o evaluare a efectelor pe termen lung.

Evaluarea eficienței acțiunilor publice, atât la nivel agregat, cât și în diferite sectoare, trebuie să devină o cerință esențială pentru gestionarea strategică a fondurilor publice. Sunt necesare eforturi sporite, în special pentru măsurarea rezultatelor administrației publice, ale educației și ale asistenței medicale, iar analiza costurilor ar putea fi utilizată ca instrument esențial în procesul decizional.

În opinia mea, ar putea fi obținute rezultate semnificative în ceea ce privește creșterea eficienței sectorului public prin adoptarea de măsuri de creștere a transparenței și responsabilitatea fiscal-bugetară a guvernului, care ar contribui la atenuarea caracterului pro-ciclic al politicii fiscal-bugetare.

Având în vedere complexitatea temei este inevitabil apariția unor limite, dar și dificultatea de a le depăși în acest stadiu al cercetării. Din punct de vedere

metodologic, au fost analizate doar câteva riscuri legate de nivelul deficitului bugetar și a datoriei guvernamentale. Direcții viitoare de cercetare. O primă direcție are în vedere analiza și altor metode cantitative și calitative.

## Referințe bibliografice

- Appel, H. (2006). "International imperatives and tax reform: Lessons from postcommunist Europe". *Comparative Politics*, 39(1), 43–62.
- Budina N. și S. van Wijnbergen. (2000). „Fiscal Deficits, Monetary Reform and Inflation Stabilisation in Romania”. World Bank Policy Research Working Paper, No. 2298.
- Campbell, J. L. (1996). "An institutional analysis of fiscal reform in postcommunist Europe". *Theory and Society*, 25(1), 45–84.
- Cecchetti S, Mohanty M, Zampolli F. (2011). *The real effects of debt*. BIS WP no. 352.
- Devereux, M. P. (2007). "Taxes in the EU new member states and the location of capital and profit". Working Paper Series 07/03. Oxford University Centre for Business Taxation.
- Easter, G. M. (2002 ). "Politics of revenue extraction in post-communist states: Poland and Russia compared". *Politics & Society*, 30(4), 599–627.
- L.L. Albu și E. Pelinescu. (2000). Sustainability of public debt: a theoretical and empirical investigation. *Revue Roumaine des Sciences Economiques* , Vol. 45, , No. 1 : pp. 101-127.
- Ministerul Finanțelor Publice-Raport privind situația macroeconomică pe anul 2020 și proiecția acesteia pe anii 2021-2023.
- Nechita, R. (2013). *Romania. Taxation in Europe 2013. The yearly report on the evolution of European tax systems Retrieved*. Retrieved from [http://en.irefeurope.org/SITE/en.irefeurope.org/IMG/pdf/taxation-in-europe-yearbook\\_iref-europe-2013.pdf](http://en.irefeurope.org/SITE/en.irefeurope.org/IMG/pdf/taxation-in-europe-yearbook_iref-europe-2013.pdf).
- Oana Apostol, Alina Pop (2019) "Paying taxes is losing money: A qualitative study on institutional logics in the tax consultancy field in Romania" *Critical Perspectives Accounting* 58 pp 1-23.
- Raport de țară România 2020 comunicare a comisiei europene
- Reinhart CM. și Rogoff K. (2009). *This time is different. Eight centuries of financial folly*., Princeton: Princeton University Press.
- Shikha Jha, S. K. (2014). Effectiveness of countercyclical fiscal policy Quising: Evidence from Developing. Asia, *Journal of Macroeconomics* 40 (2014) 82-98;.
- Spengel, C., Lazar, S., Evers, L., & Zinn, B. (2012). *Reduction of the effective corporate tax burden in Romania 1992–2012 and Romania's current ranking*. *Post-Communist Economies*, 24(4), 477–502.
- van der Hock, M. P. (2008). *Enlarging the European Union: Taxation and corruption in the new member states*. In R. W. McGee (Ed.), *Taxation and public finance in transition and developing economies* (pp. 11–24): New York: Springer Science.