

**SESIUNEA CERCURILOR ȘTIINȚIFICE
STUDENTEȘTI A FACULTĂȚII DE ȘTIINȚE
ECONOMICE
București, 23-25 Mai 2019**

VOLUMUL CONFERINȚEI

Coordonatori:
Prof.univ.dr. Emilia Vasile
Conf.univ.dr. Brîndușa Mihaela Radu
Conf.univ.dr. Daniela Mitran

CUPRINS:

Nr. crt.	TITLUL ȘI AUTORUL	Pag.
LICENȚĂ		
1.	ANTREPRENORIATUL. ELON MUSK ȘI IMPACTUL ANTREPRENORULUI ASUPRA LUMII ȘI A VIITORULUI - Ciobotaru Nicolae Ciprian	3
2.	SUBVENȚIILE - POARTA CĂTRE EVOLUȚIE - Ghiță Cristina Felicia	11
3.	RELAȚIA STATULUI CU ASIGURĂRILE - Niculae Florica	17
4.	ORAȘELE ”SMART” ALE LUMII - Cerchez Nicolae Robert	25
5.	STUDIU APLICATIV PRIVIND INFIINTAREA UNUI BUSINESS: SOCIETATEA COFFEE ADDICT SRL - Enea Elena Maria	31
6.	IMPACTUL MEDIULUI EXTERN ȘI INTERN ASUPRA ÎNTREPRINDERII - Eni Tatyana Nikolaevna	44
7.	BILANȚUL CONTABIL ȘI PREZENTAREA POZIȚIEI FINANCIARE LA S.C. CRIS STYLE IMPEX S.R.L. - Niculina Țăpoi	52
8.	APLICAȚII WEB DE BAZE DE DATE PENTRU AFACERI - Vlada Cristian Marius	71
9.	ELABORAREA POLITICILOR PUBLICE IN ROMANIA STUDIU DE CAZ: ANAF - DECLARATIA UNICA - Tudor Andreea Claudia	88
MASTER		
10.	RĂSPUNDEREA ȘEFULUI DE STAT - Clejanu Nicolae Lucian	102
11.	ADOPTAREA ACTELOR ADMINISTRATIVE LA NIVELUL ADMINISTRAȚIEI PUBLICE LOCALE - Mihăiță I.Nicoleta Adriana	113
12.	RISCURI MAJORE DE FRAUDĂ ÎN DOMENIUL ACHIZIȚIILOR PUBLICE - Stănescu Alexandra	129

LICENȚĂ

ANTREPRENORIATUL. ELON MUSK ȘI IMPACTUL ANTREPRENORULUI ASUPRA LUMII ȘI A VIITORULUI

Ciobotaru Nicolae-Ciprian
Facultatea de Științe Economice
Specializarea Administrarea Afacerilor

Abstract:

Prezenta lucrare de licență are ca obiect de studiu antreprenoriatul și impactul pe care îl au antreprenorii în evoluția omenirii. Abordarea studiului de caz a încercat pe cât posibil să reflecte literatura de specialitate, încercând să scoată în evidență rolul important pe care îl au și pe care și-l asumă antreprenorii.

Lucrarea își propune să înțeleagă conceptele necesare pentru a reuși ca antreprenor și să aducă la suprafață caracteristicile principale ale acestor actori importanți pe scena evoluției societății umane.

Cuvinte cheie: antreprenoriat, lumea viitorului

ELON MUSK ȘI IMPACTUL ANTREPRENORULUI ASUPRA LUMII ȘI A VIITORULUI

Elon Reeve Musk s-a născut în 1971 la Pretoria, Africa de Sud, unde a crescut până la 17 ani. Are descendenți care au plecat în secolul al XIX-lea din Europa către New York, ulterior răspândindu-se prin SUA, Minnesota, apoi în Canada. Au fost printre primii care au deschis un cabinet de chiropractică în Canada și au dat dovada de spirit antreprenorial, aventurându-se, ulterior, în 1950 în Africa de Sud. Bunicii săi pilotau un avion cu un singur motor, fără instrumente de bord, bazându-se doar pe hărți rutiere, modalitate prin care au parcurs distanțe impresionante, până în Scoția și Norvegia sau până în Australia.

Modalitatea prin care aceștia își creșteau copiii era atipică, fără să îi pedepsească, presupunând că au capacitatea să își dea seama singuri cu ce au greșit, iar pe timpul plecării lor în zboruri lungi, îi lăsa singuri acasă. Tot timpul li se insufla ideea că sunt capabili de orice, trebuia doar să se decidă ceea ce vor să facă, apoi să o facă.

De asemenea, mama lui Elon, a fost finalistă a Miss Africa de Sud, fiind model chiar și după 60 de ani, apărând pe copertele New York sau Elle și chiar în videoclipurile cântăreței Beyonce.

Acest comportament îndrăzneț și dezinhibat se reflectă enorm în modul de a fi al lui Elon Musk, iar bunicul său a fost un model de cutezanță și i-a conturat o toleranță crescută față de risc.

De asemenea, adolescența lui Elon Musk a fost atipică de cea a celorlalți băieți, care erau mai degrabă crescuți ca să domine prin forță fizică și prin atitudine, majoritatea fiind rugby-iști. Elon Musk citea și câte zece ore pe zi, deseori rămânând cufundat în gânduri sau citind ore întregi în librărie. Cărți precum „Stăpânul inelelor”, seria „Fundatia” a lui Asimov, „The Moon Is a Harsh Mistress” a lui Robert Heinlein și ”Ghidul autostopistului galactic” a lui Douglas Adams.

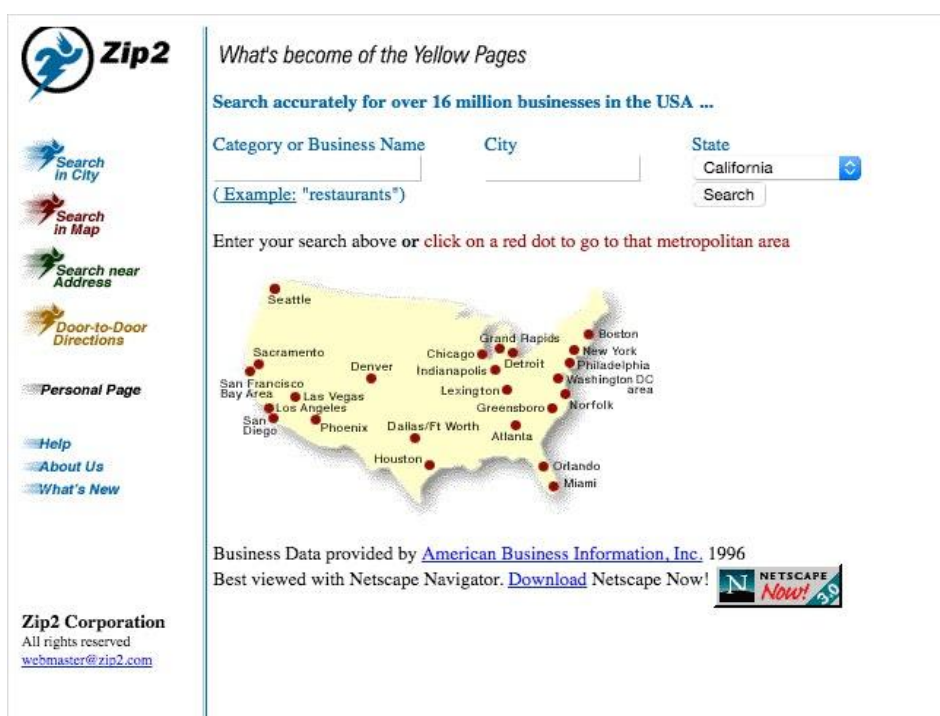
Această ultimă carte a stat la baza primei isprăvi a lui Elon Musk, în 1984, când revista sud-africană PC and Office Technology a publicat codul-sursă al jocului creat Elon, joc numit ”Blaster”. Aceasta i-a adus 500 de dolari, fiind considerată prima apariție pe scena antreprenorială.

La 17 ani, Elon s-a mutat în Canada, ca să urmeze cursurile Queen’s University. Apoi s-a transferat la University of Pennsylvania unde și-a luat licența în economie și în fizică. S-a

înscris la Stanford University pentru doctoratul în fizică aplicată și știința materialelor în 1995, dar a renunțat cu două zile înainte de începerea cursurilor.

Motivul a fost chemarea aventurii, a înființat împreună cu fratele său compania Zip2, care era un fel de „Pagini aurii” combinat cu Google Maps într-o formă incipientă. Tatăl lor i-a ajutat cu 28.000 de dolari, dar aceștia s-au terminat destul de repede fiind înghițiți de costurile cu chiria dintr-un imobil rudimentar din Palo-Alto, California. Amplasat strategic, fiind vecini cu o mică firmă furnizoare de servicii de internet, au lucrat continuu pentru dezvoltarea acestui nou business. Locuiau în birouri, având două saltele pe jos într-una dintre camere. Pentru că afacerile pe internet erau la început, vânzările se bazau pe formatul tradițional, din ușa în ușa. În timp ce Elon lucra ca un programator posedat, de multe ori dormind în fotoliul de la birou, au reușit să angajeze câțiva tineri atipici și entuziaști cu care au reușit să atragă mai mulți investitori. Unii dintre aceștia au jucat un rol important în dezvoltarea companiei, fiind un fel de adult într-o cameră cu adolescenți.

Tabel 1 – Site-ul web al Zip2



Sursa: <https://www.sitebuilderreport.com/blog/the-story-of-elon-musks-first-company>

Succesul pe care îl avea compania a atras foarte multe companii din presă, care luau prim-planul, acest lucru aducând Zip2 în planul secund, ceea ce îl nemulțumea pe Elon. Pe măsură ce concurența pe piața hărților digitale și a serviciilor online a crescut, investitorii au refuzat cererile lui Elon de a fi numit CEO și, atunci când Compaq a făcut o ofertă neașteptată, Elon a înțeles că trebuie să iasă din Zip2 și să meargă către următorul proiect. De atunci, a ținut morțiș să își păstreze rolul de CEO în fiecare din companiile pe care le-a creat.

Compaq a cumpărat ZIP2 pentru 307 milioane de dolari, lui Elon i-au revenit din această tranzacție 22 de milioane de dolari pe care i-a investit într-o nouă companie, X.com, o primă bancă online.

Pay-Pal

În 1999, după ce a învățat foarte multe din succesul dar și eșecurile de la ZIP2, a căutat o cale pentru a ajunge un milionar dot.com, lucru extrem de râvnit în acele vremuri. Căutând o industrie bogată dar cu lacune în zona internetului, bazându-se și pe experiența de stagiar la Bank of Nova Scotia, Elon Musk a găsit o oportunitate în zona bancară.

A înființat X.com și și-a făcut reclamă cumpărând un McLaren F1 și chemând CNN la el acasă când i-a fost livrată mașina. Deși era deja un inginer milionar cu planuri îndrăznețe de viitor, de multe ori se comporta copilărește, ajungând chiar să trimită invitații la curse cu mașinile sport și altor posesori de mașini sport, cum ar fi Larry Ellison de la Oracle. Din fericire, acest rol de rock star nu l-a adoptat decât pe alocuri.

O mare parte din banii pe care i-a câștigat din vânzarea ZIP2, 10 milioane de dolari, i-a investit în noua companie, ceea ce era atipic pentru generația dot.com. Obiceiul era să dai lovitură, să pui milioanele deoparte și apoi să convingi investitorii să își pună banii la bătaie într-un nou proiect riscant.

Elon Musk avea un imens apetit pentru risc, ceea ce l-a ajutat să aibă succes acolo unde nimeni nu îndrăznește.

X.com a început ca un serviciu de plăți prin email asociat cu o serie de servicii financiare online. După un an, în 2000, prin contopirea cu „Confinity”, care avea un serviciu de transfer de bani numit Pay-Pal. Au crescut foarte mult, la un moment dat rămânând în urmă cu stabilitatea soluției care avea mari probleme de scalabilitate. Au reușit să atragă finanțări considerabile de la Deutsche Bank și Goldman Sachs.

Totuși, într-unul din rarele momente când Musk nu era la birou, printr-un complot pus la cale de o parte din acționari, a fost înlocuit cu un Thiel, un fost membru al Pay-Pal.

Până la urmă, planurile lui Elon Musk pentru Pay-Pal au fost continuate de noua formulă de conducere, ceea ce l-a făcut să se concentreze pe noi proiecte.

Totuși, fiind principalul acționar al Pay-Pal, Musk a devenit foarte bogat după vânzarea companiei către eBay, în 2002, pentru 1,5 miliarde de dolari, lui revenindu-i 165 milioane de dolari, echivalentul a 11.7% din acțiuni.

Space Exploration Technologies (SpaceX)

Atipic pentru generația dot-com, Musk a părăsit Silicon Valley și s-a mutat în Los Angeles. După ce a fost alungat de la conducerea Pay-Pal, s-a concentrat mai mult pe visele copilăriei. Deși nu îi era clar ce avea să facă în domeniul spațial, simplul fapt că se afla în LA îl aducea mai aproape de specialiști în aeronautică. În LA își au sediu Lockheed Aircraft Company, Howard Hughes, US AIR Force, NASA sau Boeing. Primii pași în această direcție i-a făcut prin accesarea în board-ul unei asociații non profit, „Mars Society”, care avea câteva proiecte destul de timide legate de cucerirea planetei Marte. Dar acestea nu erau suficiente pentru Musk, care a înființat propria organizație, „Life to Mars”. Planul său major îi vede pe oamenii ca o specie interplanetară, iar motivația aceasta a atras nenumărate figuri importante în aeronautică și inginerie spațială alături de Elon. Unul din proiecte era „Mars Oasis”, care presupunea trimiterea pe Marte a unei plante într-o capsulă și „plantarea” parțială a acesteia în solul marțian dar protejată de capsulă. O transmisie video live de pe Marte ar fi adus viața plantei de pe Marte în toate casele de pe Terra. Totuși, mai multe impedimente stăteau în calea acestui proiect, iar unul dintre ele era modalitatea de transport a capsulei până pe Marte, dar și pericolul contaminării planetei roșii cu microbi tereștri. Era o misiune publicitară, în primul rând.

Musk a cooptat o echipă și a mers la Moscova pentru a cumpăra motoare de rachetă reparate, însă nu a reușit să parafeze o înțelegere. Surprinzător, în avion, la întoarcere, a dezvăluit planul său de a construi propriile motoare spațiale, plan pe care îl elaborase studiind singur precum făcea în copilărie și adolescență.

Astfel, noul plan era să reinspire oamenii să cucerească spațiul, ieftinind de fapt drumul până acolo.

Musk l-a cooptat printre alții pe Tom Muller, un inginer constructor de motoare, alături de care a definitivat costurile pentru construirea unor motoare pentru a fi amplasate pe o rachetă cu care să țintească de fapt o nișă în explorarea spațială. Nu dorea să transporte sateliți mari, de mărimea unor mașini, ci sateliți mai mici, clienții fiind instituții de cercetare sau chiar companii mai mici care beneficiau de avansul tehnologic care a permis micșorarea

componentelor electronice. Practic, Elon a văzut oportunitatea în apariția unei noi piețe pentru transportul spațial, în același timp în scopuri comerciale dar și de cercetare. Practic, dacă o companie ar reduce drastic costurile de lansare, atunci acestea ar deveni regulate.

Compania și-a început activitatea într-un fel de hangar din suburbiile Los Angeles, unde Elon Musk a făcut un alt lucru remarcabil: a pus la un loc, în acel spațiu deschis, atât specialiștii și proiectanții alături de sudori și mecanici care construiau componentele fizice. Astfel, pe lângă reducerea costurilor imobiliare și de muncă, abordarea permitea implicarea tuturor părților în procesul de producție, cu feedback rapid și eficient.

A recrutat continuu ingineri tineri și supra-calificați, de multe ori sunându-i direct și atrăgându-i cu proiectele sale. Aceasta s-a dovedit o altă calitate importantă, înconjurându-se de oamenii potriviți pentru nevoile proiectelor.

SpaceX a reușit performanțe incredibile, de la construirea unor rachete capabile să ajungă pe orbită, dar și a unor lansatoare, care după ce ridicau racheta, se întorc și aterizează vertical pe platforme aflate în puncte dinainte stabilite pe mare.

De asemenea, unul din obiectivele lui Musk a fost reducerea costurilor de lansare, ajungând în jur de 56 milioane de dolari per lansare pe orbită.

Acest succes i-a adus contracte cu NASA, contracte comerciale pentru transportul astronauților pe ISS, al echipamentelor, contracte cu US Air Force și chiar contracte internaționale.

În 2017, SpaceX acoperea 45% din lansările comerciale și a ajuns la 65% în 2018. Compania atrage în continuare finanțare, planul major incluzând misiune umană către Marte, colonizarea planetei roșii, sisteme de transport interplanetar.

Tesla

Tesla e o companie care a fost înființată în 2003 de Martin Eberhard și Marc Tarpenning, companie în care Elon Musk a investit și pe care o conduce de pe poziția de CEO. Compania vinde mașini electrice, Model S, Model X și Model 3, dar și bateriile Powerwall și Powerpack, alături de panoul solar și acoperișuri solare.

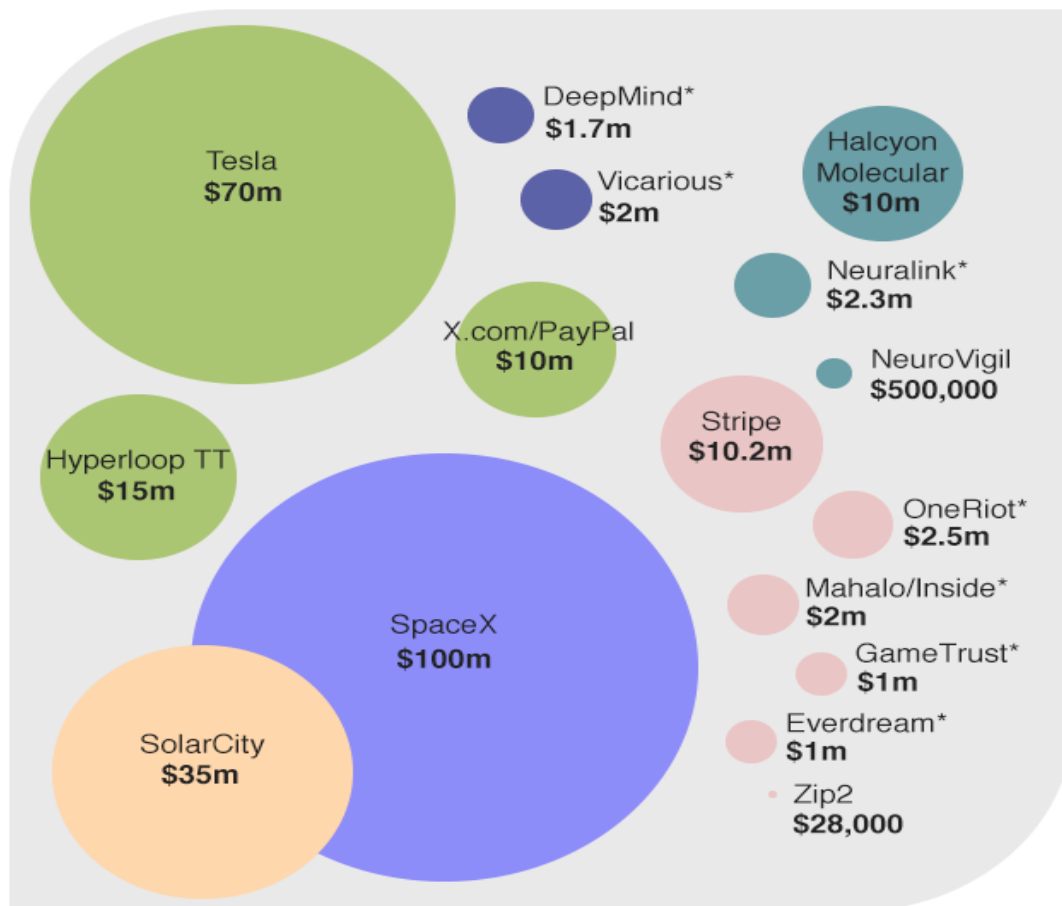
Tesla a reușit performanța să vândă peste 530.000 de mașini, care, pe lângă autonomia ridicată față de competitori, a explorat și segmentul auto-pilotajului, 2019 fiind un an în care se preconizează definitivarea testelor de self-driving.

Un alt factor senzațional la aceste mașini este că atunci când staționează, pe parcursul nopții, de obicei, pot fi rulate de la distanță, de către companie, procese de mentenanță care actualizează software-ul sau analizează diverse date referitoare la buna stare a mașinii.

O campanie de marketing agresivă, alături de subvenții acordate de guverne, au permis acoperirea unei cote de piață semnificativă.

Mașinile electrice și energia solară au fost visuri de mic pentru Elon Musk. Elon Musk a mai investit și în alte companii, cum ar fi Hyperloop TT, care are ca obiectiv crearea unui mijloc de transport prin tunele de mare viteză, SolarCity – energie, DeepMind și Vicorious – Inteligență Artificială, dar și în medicină și biotehnologie și software.

Elon Musk investments



*Estimates

Source: Crunchbase, Pitchbook, Toptal

BBC

Alți antreprenori

Antreprenorii au schimbat deseori viața așa cum o cunoaștem, de cele mai multe ori văzând dincolo de conservatorism și rutină, neacceptând condiția de mediocritate, dorindu-și întotdeauna mai mult decât cei din jurul lor. De multe ori, interesul comercial a fost un lucru necesar în atingerea unor obiective mai înalte, care să schimbe de fapt, lumea. Am evidențiat în continuare câteva exemple de antreprenori care au schimbat lumea și au creat un viitor improbabil înainte de îmfăptuirea planurilor

1. Steve Jobs

Una din marile realizări ale lui Steve Jobs a fost dezvoltarea primului computer pe care îl puteai folosi acasă. Impactul a fost covârșitor, aproape nu găsești casă care să nu aibă un computer. Obsesia lui Jobs pentru design a făcut ca produsele Apple să fie deosebit de atractive, dar, în același timp, atenția la detaliile cerute de clienți a făcut ca vânzările să fie considerabile. Produse ca iPod, iPhone, iPad, au condus la îmbunătățirea calității oferite, un beneficiu pentru clienți.

Prin iTunes, care permitea descărcarea unei melodii pentru 99 de cenți, a reușit o adevărată revoluție a industriei muzicale. Într-o perioadă în care pirateria de pe piața muzicală producea pierderi enorme caselor de discuri și artiștilor, Jobs a găsit soluția tehnică pe care

casele de discuri nu au fost în stare să o agreeze între departamentele de vânzări și tehnic. Astfel, a reușit să îi coopteze pe toți marii producători, platforma având un imens succes.

2. Eiji Toyoda -Toyota

După cel de-al doilea război mondial, Eiji Toyoda a mers în America și a rămas impresionat de modul în care rafturile erau rapid aprovizionate în supermarketuri. Și-a imaginat un concept similar pentru vânzarea de mașini și astfel, a implementat sistemul Kanban care a permis ca o mașina Toyota să fie asamblată în 10 zile, mai repede decât oricare alt producător. Procesul a fost ulterior preluat de foarte multe companii și este utilizat și în IT, în abordarea Agile a managementului de proiect.

Practic, ceea ce a făcut Eiji Toyoda, a fost să observe un model susținut de vânzare, pe care l-a perfecționat apoi în segmentul său de interes.

3. Michael Dell

A perfecționat modelul direct de interacțiune cu clienții, permițându-le acestora crearea de configurații de calculatoare la cerere, prin telefon, apoi prin internet. A dezvoltat modelul Business 2 Business (B2B), majoritatea clienților fiind corporații. Un avantaj major al acestui model este că nivelul de inventariere este extrem de mic, undeva la 2%, pentru că se lucrează la comandă.

4. Walt Disney

Walt Disney a fost un desăvârșit om de marketing, care a creat al doilea cel mai cunoscut brand (Mickey Mouse), după Coca Cola. Parcurile Disney din întreaga lume au 100 de milioane de vizitatori anual, iar principalul obiectiv al lui Disney a fost să își facă clienții fericiți. Practic, prin produsele sale și îmbrăcarea lor în povești, reușește să captiveze clienți de toate vârstele.

5. Saichiro Honda

Pasiunea pentru clienți și atenția la nevoile acestora l-a determinat pe Saichiro Honda să dezvolte un mijloc de transport ieftin și sigur. Scuterul Honda a avut un impact major pe piața americană.

De la Honda putem să învățăm că satisfacerea nevoilor simple ale clienților poate fi o cale sigură către succes.

6. Kevin Grauman – Outsource Group

Kevin Grauman este un sud-african care a văzut oportunitatea în problemele pe care le întâmpinau companiile cu cerințele guvernamentale, birocrăția legată de zona financiară sau de zona de resurse umane și salarizare. Externalizarea acestor activități a permis companiilor să se concentreze pe domenii cu adevărat de interes pentru ele, lăsând activitățile de rutină în seama companiilor care erau mult mai pregătite. Practic a luat de pe umerii clienților activitățile obligatorii dar neplăcute. Este ceea ce numim acum Outsourcing.

7. Richard Branson

Fondatorul imperiului Virgin, de la războiul câștigat cu British Airways, cu a sa companie aeriana, până la compania media, a arătat lumii un nou curent antreprenorial bazat pe o filosofie atipică, de business relaxat, cu familia, cu prietenii.

8. Antreprenori români

Florian Talpeș și BitDefender

Florian Talpeș a condus de mai mult de 17 ani compania BitDefender. În viziunea sa, un antreprenor ar trebui să se angajeze o perioadă de 2-3 ani în domeniul său de interes, să

înțeleagă nevoile și problemele neadresate și astfel să găsească idei pe care să le fructifice ulterior.

Oana Gheorghiu și Carmen Uscatu – Noi facem un spital

Oana Gheorghiu și Carmen Uscatu au reușit prin ONG-ul „Dăruiește viață” să adune 10 milioane de euro pentru construcția unui nou spital de oncologie. O mare parte din bani s-au strâns prin campanie de donații din sistemul 20% din impozitul pe profit, o parte prin platforma de donații prin SMS, dar și donații de la companii.

Problema pe care încearcă să o rezolve este că în România, unul din doi copii diagnosticați cu cancer moare, comparativ cu Europa, unde media de supraviețuire este la 80-90%.

Au înființat o asociație, iar dacă la început se ocupau de activitatea aceasta după job, ulterior au renunțat și s-au dedicat total muncii de la asociație.

Acum lucrările la spital au început, dar se pot lăuda cu 17 proiecte finalizate, între 10.000 euro și peste 1 milion, costuri. Trei sferturi din camerele sterile pentru transplant de celule stem sunt proiectele asociației „Dăruiește viață”.

Concluzii

Inițierea unei activități personale antreprenoriale bazat pe studiile de caz enunțate mai sus ar trebui să se concentreze pe următoarele principii:

- să identifice o problemă care ar aduce beneficii prin rezolvarea ei, apoi să definească soluția;
- să stabilească ce piață țargetează: B2B (Business 2 Business) sau B2C (Business 2 Customer)
- să se concentreze pe clienții care au cea mai mare nevoie de soluție, cooptându-i
- să valideze necesitatea produsului pe piață
- să angajeze persoane potrivite
- să asigure printr-un proces continuu de testare, prin iterații dese, că produsul satisface nevoile clienților
- să ajusteze planul de dezvoltare al produsului în urma analizelor nivelului de satisfacție al clienților

Un foarte important element în inițierea unei activități antreprenoriale îl constituie finanțarea. Cea mai accesibilă opțiune este familia, prietenii sau economiile personale, care poate asigura finanțarea pentru faza incipientă. Ulterior, pentru o finanțare consistentă, în majoritatea cazurilor se caută ajutorul oferit de către „Angel Investors” sau „Venture capitalists”, care sunt dispuși să investească sume mari în proiecte cu un nivel foarte mare de risc, dar și cu un potențial foarte mare de câștig.

O altă posibilitate de finanțare o constituie platformele online de strângere de fonduri, precum Companisto și Seedr, în Europa. Aceste platforme ajută la rezolvarea a două probleme majore, accesul la finanțare și reducerea timpului de accesare, precum și scurtarea timpului iterațiilor de finanțare.

Un alt element important îl constituie proprietatea intelectuală asupra produsului creat, mai ales dacă activitatea se bazează pe tehnologie. Este crucial ca aceste drepturi să fie securizate cât mai devreme, pentru ca, în cazul unui succes rapid, pot aduce câștiguri fantastice.

Implicarea totală în activitatea antreprenorială este un aspect cheie, pentru că permite ca toată atenția, concentrarea și energia să fie investite pentru atingerea obiectivelor. O prezență constantă asigură motivarea echipei, timp scurt de reacție pentru luarea de decizii cheie, feedback permanent legat de produs sau servicii și asigurarea caracteristicilor principale.

Experiența prealabilă în domeniul de interes reprezintă un avantaj major, pentru că poate aduce argumente concludente care să estompeze una din marile capcane, iluzia de control.

Activitatea de marketing trebuie să înceapă devreme, să fie intensă și foarte bine ținută. Marketingul online constituie o metodă foarte facilă și eficientă. Google Ads, Facebook Ads sunt câteva din opțiuni, pe lângă achiziția de servicii de hosting pentru site-ul web.

Controlul financiar trebuie să fie extrem de strict și exact, în primele luni este crucial să se asigure cash flow-ul. Pe lângă asigurarea plăților către angajați și furnizori, plata la timp a obligațiilor constituie un element important în crearea unei relații de încredere cu partenerii de afaceri.

E nevoie de mai mult decât de dorința de îmbogățire, de simple calcule de câștig. Este important să existe și alte motive care să alimenteze dorința de a face toate aceste lucruri, dincolo de bani. Poate fi visul din copilărie, poate fi dorința de a ajuta semenii, de a schimba felul în care trăim sau unde trăim.

Modul în care aceste minți inspirate au găsit modalitatea prin care să ajungă la consumator, fiecare dintre ei într-un mod diferit, dar, abstractizând, reușind să aducă la suprafață evidențele stărnirii, ale suficienței, și propunând o alternativă logică dar prin abordări unice, emoționale de cele mai multe ori, au reușit să se impună pe piețele locale sau globale și implicit au împins societatea să progreseze în salturi considerabil mai mari decât cele din predicțiile conservatoare.

Bibliografie

1. Manta, O. (2017): Antreprenoriat, note de curs, Universitatea Athenaeum București;
2. Ashlee Vance – Elon Musk, Tesla, SpaceX Și Misiunea construirii unui viitor fantastic, Editura Publica, Traducere de Vasile Decu, 2017
3. Larry C. Farrell – Cum să devii antreprenor. Dezvoltă-ți propria afacere!, Editura Curtea Veche, Traducere de Gabi Ioan Lică, 2011
4. Malcom Gladwell – The Tipping Point, Editura Publica, Traducere de Sabina Dorneanu, 2008
5. Jonas Ridderstrale, Kjell Nordstrom – Karaoke Capitalism, Editura Publica, Traducere de Monica Șerban, 2007
6. Jonas Ridderstrale, Kjell Nordstrom – Funky Business, Editura Publica, Traducere de Cristian Ionescu, 2007
7. Richard Branson – Autobiografia, Editura Publica, Traducere de Lia Potec și Nadia Suzana Șaptefrați, 2010
8. Jay Elliot, William S. Simon – Steve Jobs iLeadership, Editura Publica, Traducere de Mihaela Sofonea, 2011
9. Walter Isaacson – Steve Jobs, Biografia autorizată, Editura Publica, Traducere de Mihaela Sofonea, Anda Sebeși, Dan Bălănescu, 2012

SUBVENȚIILE-POARTA CĂTRE EVOLUȚIE

Ghiță Cristina-Felicia

Facultatea de Științe Economice

Administrarea Afacerilor

Abstract:

Pentru început, aș dori să încep prin a spune câteva vorbe despre ceea ce înseamnă România pe harta țărilor cu potențial economic puternic.

România este o țară bogată din punct de vedere al materiilor prime, ea fiind printre puținele țări care beneficiază de toate formele de relief și de pământuri atât de roditoare. Pe lângă faptul că avem atatea "cadouri" primite de la natură, cum ar fi câmpii largi cu pământuri bogate în minerale și nutrienți prețioși, beneficiem și de o climă ce ne ajută la cultivarea unei game largi de fructe și legume, dar și de posibilitatea de a desfășura multe activități care ar putea să vină în susținerea economiei statului și în susținerea populației și a forței de muncă, fără ca oamenii să mai fie nevoiți să părăsească teritoriul statului român pentru a-și construi un trai mai bun peste hotare.

DEFINIREA SUBVENȚIEI



Sursă:Google Images

Subvenția se definește a fi o plată, finanțare, în general nerambursabilă, acordată de către stat sau persoane private unor firme, grupuri industriale private sau de stat sau unor persoane fizice pentru a fi acoperită diferența dintre costul producătorului și prețul de vânzare, în principiu, când prețul este mai mic decât costul marginal, precum și pentru realizarea unor obiective sau acțiuni.

Subvenția se numără printre cele mai profitabile afaceri din punctul meu de vedere, deoarece poți lucra de acasă dacă dorești, desfășurând o activitate care îți place fără a fi nevoit să ai un superior, și crește garantat motivația pentru obținerea de rezultate cât mai bune. Tot ceea ce ai nevoie este puțină determinare, curaj, iar rezultatele nu se vor lăsa așteptate.

Făcând lucrurile acestea, putem ajuta economia României să se stabilizeze, populația să rămână în teritoriu și ne putem dezvolta ca popor.

CLASIFICAREA SUBVENȚIILOR

- **Subvenții aferente activelor**

Subvențiile aferente activelor pot fi primite de la guvernul propriu zis, agenții guvernamentale sau instituții asemănătoare naționale sau internaționale. Pentru acordarea

acestora este pusă condiția ca persoana juridică beneficiară să cumpere, construiască sau achiziționeze active cu ciclu lung de fabricație. Subvențiile pentru active, inclusiv cele nemonetare la valoarea justă, se înregistrează în contabilitate ca subvenții pentru investiții și se recunosc în bilanț ca venit amânat. Aceste active se numesc “active imobilizate”.

Activele imobilizate pot fi împărțite în trei categorii: imobilizări necorporale, imobilizări corporale și imobilizări financiare.

Activele necorporale reprezintă activele identificabile nemonetar, deținute cu scopul de a fi utilizate în procesul de producție sau pentru furnizarea de servicii precum: brevete, licențe, mărci. Imobilizările necorporale pot cuprinde: cheltuieli de construire, cheltuieli de dezvoltare, concesiuni, licențe, fondul comercial, etc.

Activele corporale, sau activele tangibile, sunt reprezentate de bunurile cu conținut material, utilizate în societate în procese precum producția sau prestarea de servicii. Acestea din urmă pot constitui: terenuri și construcții, mașini, utilaje, mijloace de transport.

Imobilizările financiare sunt reprezentate de sumele financiare investite de societate pe termen lung, luând formă de titluri și creanțe, cu scopul de a obține venituri din dobânzi și dividende. Imobilizările financiare pot fi: acțiuni, împrumuturi acordate pe termen lung.



Sursa: Google Image

- **Subvenții aferente veniturilor**

Subvențiile aferente veniturilor cuprind toate subvențiile, altele decât cele pentru active. În activele aferente veniturilor se regăsesc activele circulante. Acestea din urmă se definesc ca fiind bunuri și valori care participă la un singur circuit economic, acestea fiind deținute pe termen scurt, mai mic de un an, de către societate. Categoria activelor circulante este importantă pentru finanțarea curentă a activității unei companii.

Dacă ar fi să împărțim activele circulante, am avea: stocuri, creanțe, investiții pe termen scurt, casa și conturile la bănci.

Stocurile se definesc ca fiind bunurile materiale aflate în proprietatea societății deținute cu scopul de a fi vândute sau pentru a fi folosite în procesul de producție. Avem ca exemple de stocuri: materii prime, materiale consumabile.

Creanțele, denumite și valori în curs de decontare, reprezintă valori economice avansate temporar de societate către alte persoane fizice sau juridice pentru care societatea urmează să primească un echivalent valoric reprezentat de o sumă de bani sau un serviciu. Creanțele pot fi clasificate în: creanțe comerciale-față de clienți, creanțe în cadrul grupului-între societatea mamă și filiale, creanțe din interese participare-generate de relațiile dintre societate și alte societăți la care aceasta deține titluri de participare, creanțe privind capitalul subscris și nevărsat, etc.

Investițiile pe termen scurt sunt definite ca fiind sumele investite de societate cu scopul de a obține un câștig pe termen scurt. Avem ca exemple: acțiuni, obligațiuni, acțiuni proprii recumpărate temporar.

Casa și conturi la bănci reprezintă valori sub formă de bani (casa, conturile la bănci, avansuri de trezorerie).



Sursa: Google Images

Exemple de subvenții

APIA-Prezentare

APIA-sau Agenția de Plăți și Intervenție pentru agricultură funcționează în subordinea Ministerului Agriculturii, Pădurilor și dezvoltării rurale în baza Legii 1/2004 cu modificările și completările ulterioare.

Începând cu 1 Ianuarie 2007, APIA derulează fondurile europene pentru implementarea măsurilor de sprijin finanțate din Fondul European de Garantare în Agricultură (FEGA).

Subvențiile se acordă sub formă de plăți directe la hectar gestionate de Sistemul Integrat de Administrare și Control (IACS) și în cadrul măsurilor de piață pentru implementarea mecanismelor comerciale conform Politicii Agricole Comune (PAC). Astfel, Agenția de Plăți și Intervenție pentru Agricultură administrează sistemul de certificate de export-import și garanții pentru importul și exportul produselor agricole.

Atribuții APIA:

- Asigură derularea operațiunilor financiare legate de gestionarea fondurilor alocate;
- Asigură verificarea cererilor de plată primite de la beneficiari;
- Autorizează plata către beneficiari în urma verificării cererilor de plată sau îi înștiințează
- pe aceștia cu privire la eventualele nereguli sesizate, în vederea soluționării acestora;
- Execută plățile autorizate către beneficiari ;
- Ține contabilitatea plăților efectuate ;
- Urmărește încadrarea în fondurile alocate pentru activitățile prevăzute mai sus ;
- Asigură îndeplinirea cerințelor cu privire la informarea publică privind activitățile desfășurate ;
- Asigură desfășurarea în bune condiții a activităților economice, administrative, contabile, de personal și audit ale Agenției;
- Colaborează pentru îndeplinirea atribuțiilor specifice cu organele administrației publice centrale și locale;
- Pregătește și implementează prevederile privind mecanismele comerciale;
- Administrează sistemul de certificate de export-import și garanții pentru importul și exportul produselor agricole;
- Elaborează și implementează procedurile privind aplicarea sistemului de intervenție pentru produsele agricole;
- Este autoritatea publică responsabilă pentru implementarea Sistemului Integrat de Administrare și Control;
- Asigură managementul cotelor de producție de zahăr și izoglucoză și gestionează contribuțiile aferente acestor cote;

- Elaborează manuale de proceduri și metodologii în vederea implementării corespunzătoare a atribuțiilor care îi revin;
- Implementează și administrează restituțiile la export și sistemul de garanții aferente restituțiilor;
- Furnizează toate informațiile solicitate de Organismul coordonator al agențiilor de plăți pentru agricultură, dezvoltare rurală și pescuit.

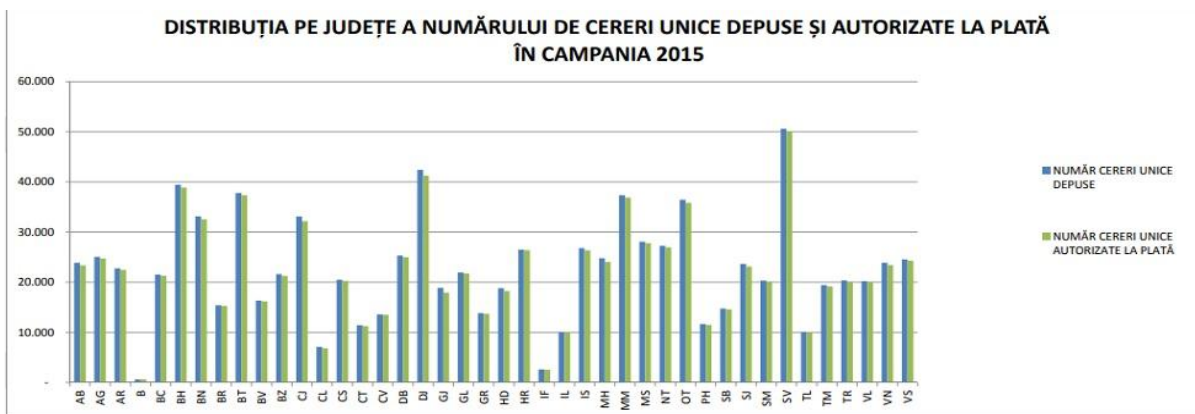
Ca indicatori statistici ai campaniilor 2014-2016 privind activitatea Apia, avem:

CAMPANIE	2014	2015	2016	TOTAL
NUMĂR DOCUMENTE	2.952.775	4.602.618	2.422.326	9.977.719
VARIAȚIE FAȚĂ DE ANUL PRECEDENT		156%	53%	
VARIAȚIE FAȚĂ DE ANUL 2014		156%	82%	

CAMPANIE	NUMAR TOTAL DE TIPURI UNICE DE DOCUMENTE UTILIZATE ÎN IACS	% VARIATIE FATA DE ANUL PRECEDENT
Campania 2014	42	-
Campania 2015	67	60%
Campania 2016	55	-18%

CAMPANIE	TOTAL FONDURI CHELTUITE EUR	NUMĂR DE FERMIERI CARE AU DEPUȘ CERERE
Campania 2007	749.126.908	1.241.934
Campania 2008	1.057.324.142	1.130.404
Campania 2009	1.182.866.854	1.122.046
Campania 2010	1.404.305.740	1.093.167
Campania 2011	1.523.890.364	1.088.809
Campania 2012	1.716.175.762	1.079.899
Campania 2013	1.808.696.364	1.048.728
Campania 2014	1.911.776.088	1.027.874
Campania 2015	2.088.057.161	944.076
Campania 2016		901.268

Sursa: Pagina oficiala APIA-indicatori statistici



Din totalul de **944.076** cereri unice depuse în **campania 2015**, un procent de **99,24%** au fost procesate în vederea autorizării la plată.

Procentul cererilor unice autorizate la plată poate varia în funcție de rezultatul operării celor **7.181** de cereri unice aflate încă în procesare pe fluxul de lucru.

97,62% dintre județe (respectiv **41 județe**) înregistrează un procent de peste **95%** de cereri unice autorizate la plată din totalul cererilor unice depuse în Campania 2015.

Cel mai mare procent de cereri unice autorizate la plată se înregistrează în județul **Harghita**, respectiv **99,46%**.

80,95% dintre județe (respectiv **34 județe**) înregistrează un procent de sub **1%** de cereri unice respinse la plată din totalul cererilor unice depuse în Campania 2015.

Cel mai mare procent de cereri unice respinse la plată se înregistrează în județul **Gorj**, respectiv **3,30%**.

Sursa: Pagina oficiala APIA-indicatori statistici

Politica agricolă comuna 2007-2014

Valoarea plafonului financiar alocat de Uniunea Europeană desfășurat de către APIA în perioada 2007-2014 a fost de 11,82 miliarde euro, compus fiind 7,8 miliarde de euro destinați schemelor de plăți directe, măsurilor de piață și intervenție finanțate din FEAGA și 3,2 miliarde de euro fiind destinați implementării măsurilor delegate din cadrul Programului Național de Dezvoltare Rurală 2007-2013, finanțate din FEADR. În perioada 2007-2013 raportat la alocarea financiară aferentă fiecărui an, APIA a înregistrat o rată a absorbției fondurilor europene de 98%.

Din totalul fondurilor destinate agriculturii pentru România, în perioada 2007-2014, APIA a asigurat absorbția fondurilor europene pentru agricultură, contribuind astfel la încurajarea transferului de cunoștințe și a inovării, creșterea competitivității, promovarea organizării lanțului alimentar și a gestionării produselor, refacerea, protecția și consolidarea ecosistemelor, încurajarea utilizării eficiente a resurselor și tranziția către o economie cu consum redus de carbon, dar și la promovarea incluziunii sociale, a reducerii sărăciei și a dezvoltării economice în zonele rurale.



Sursa: Google Images

Politica agricolă comuna 2015-2020

În perioada ce cuprinde anii 2015-2020, România are parte de alocări de peste 20 de miliarde de euro provenite de la Uniunea Europeană, ceea ce impune luarea de măsuri necesare în vederea derulării fondurilor destinate finanțării Politicii Agricole Comune și pentru asigurarea unei capacități ridicate de absorbție a fondurilor respective.

În cazul acesta, bugetul alocat APIA pentru gestionare, în cadrul noii Politici Agricole Comune, a crescut la aproximativ 14,5 miliarde euro, circa 11,35 miliarde euro revenind României pentru acordarea de plăți directe și de măsuri de piață, restul fondului fiind alocat prin delegare de la bugetul FEADR în vederea gestionării măsurilor ce vizează agricultura ecologică, mediul, asigurarea bunăstării animalelor, respectiv zonele care se confruntă cu constrângeri naturale.

Procentual vorbind, APIA are în gestiune în noua perioadă de programare aproximativ 70 % din valoarea totală a fondurilor alocate României pe sectorul agricol.

Reforma Politicii Agricole Comune reprezintă o schimbare fundamentală a acestei politici față de perioada 2007-2014, cu noi reglementări de care fermierii trebuie să țină cont în activitatea lor viitoare.

Noua Politică Agricolă Comună intrată în vigoare începând cu anul 2015 a presupus aplicarea unor scheme și măsuri noi, mult mai complexe.

Prin intermediul APIA se pot accesa fonduri pentru desfășurarea unei game largi de activități, precum: Ajutoare alimentare, apicultură, carne, cereale, viti-vinicole, etc.



Sursa: Google Images

CONCLUZII

Având în vedere calculele statistice referitoare la alocarea subvențiilor în domeniul agriculturii, se observă o îmbunătățire a gradului de accesare a fondurilor pentru investiții, ceea ce denotă creșterea spiritului antreprenorial al românului precum și scăderea gradului de dificultate al modului de a accesa aceste fonduri.

Acestea fiind spuse, subvențiile pot fi cheia către îmbunătățirea economiei României prin alocarea de timp și încredere a oamenilor pentru a da naștere de noi proiecte care să reclădească o țară puternică și independentă.

BIBLIOGRAFIE

<http://www.apia.org.ro/ro/>
GOOGLE

RELAȚIA STATULUI CU ASIGURĂRILE

Niculae Florica

*Facultatea de Administrație Publică
Specializarea Administrație publică*

Abstract:

Apariția asigurărilor este legată de necesitatea ca oamenii să se ajute reciproc în cazul daunelor în permanentă creștere, iar a reasigurărilor pentru sprijinirea între ei a celor care administrează fondurile și activitățile de asigurare. În contextul economiei de piață, asigurările constituie un segment al serviciilor, având multiple valențe. Rolul fundamental al acestora este cel de protejare a bunurilor și a persoanelor împotriva diferitelor riscuri. Omul a fost întotdeauna preocupat de viitor, iar teama combinată cu precauție l-a condus spre crearea asigurărilor încă din cele mai vechi timpuri. Piața asigurărilor este cadrul organizatoric și metodologic în care se realizează operațiunile de asigurări. În această piață se întâlnesc: cererea de asigurare, care vine din partea persoanelor fizice și juridice asigurabile, dornice să încheie diverse tipuri de asigurări și oferta de asigurare, susținută de organizații specializate, autorizate să funcționeze în acest domeniu și capabile sub raport financiar să desfășoare o astfel de activitate.

Introducere

Firmele românești și populația se confruntă cu situații diverse de risc, iar managerii firmelor, ca de altfel toată populația, trebuie să identifice oportunitățile și instrumentele specifice pentru a le parcurge cu bine. Ansamblul aspectelor legate de asigurări și piața asigurărilor, în contextul general al economiei, reprezintă o temă de interes pentru mine amplificat și de faptul că se desfășoară activitatea profesională în acest domeniu.

În primul capitol al prezentei lucrări am abordat rolul statului în sectorul asigurărilor atingând subiectul și din perspectiva administrației publice. În cel de-al doilea capitol am realizat un studiu de caz al societății de asigurări la care profesez. În ultimul capitol am prezentat reglementările legale ale pieței de asigurări din România, atât la nivel național cât și european. La finalul lucrării am exprimat câteva concluzii la tema cercetată. Structurând astfel lucrarea am încercat să acopăr aspectele esențiale ale relației statului cu asigurările.

Rolul statului în sectorul asigurărilor

Administrația publică reprezintă ansamblul activităților președintelui, Guvernului, autorităților administrației autonome centrale, autorităților administrației autonome locale și, după caz, structurilor subordonate acestora, prin care, în regim de putere publică, se aduc la îndeplinire publică legile sau, în limitele legii, se prestează servicii publice.

Organismele publice calificate drept *autorități publice* sunt:

- Parlamentul;
- Președintele;
- Guvernul;
- Autoritățile administrației publice centrale de specialitate ministere, alte organe de specialitate din subordinea Guvernului, autorități administrative autonome;
- Autoritățile administrației publice – consiliile locale, județene și primării;
- Autoritatea judecătorească.

Fiecărei „puteri” în stat îi corespund autorități care realizează sarcinile acesteia.

Autoritatea administrativă reprezintă acea categorie a autorităților publice care are o structură stabilă și o activitate continuă, înzestrată cu capacitate juridică ce-i permite participarea în nume propriu, la înfăptuirea puterii executive în limitele competenței legal specifice.

Din cele prezentate reiese că noțiunea de autoritate publică este mai largă decât cea de autoritate administrativă, pe care o include.

Pentru autoritățile administrative, se rețin următoarele *caracteristici*:

- sunt o categorie de autorități publice, adică forme organizatorice constituite în sistemul autorităților publice;
- sunt forme organizatorice stabile, ca structură și activitate, determinate de permanența și consistența sarcinilor ce trebuie să le îndeplinească, ceea ce nu exclude posibilitatea încredințării temporare de sarcini sau chiar a creării de organe cu caracter temporar, dat fiind provizoratul sarcinilor;
- dispun de capacitate juridică cu caracter special, care le conferă calitatea de a participa la raporturile juridice, respectiv aptitudinea limitată de a avea și de a exercita drepturi și, după caz, de a îndeplini obligații în nume propriu.

Așadar, *autoritățile administrative*, sunt toate organele care realizează sarcinile puterii executive în stat, iar pentru realizarea sarcinilor ce le revin, au drept de dispoziție, de comandă, iar atunci când dispozițiile lor nu sunt respectate, aplică sancțiunile prevăzute de lege.

Autoritățile administrative autonome, sunt organe de specialitate ale administrației publice centrale, care se pot înființa prin legi organice. Acestea sunt independente față de Guvern, aflându-se în afara sistemului administrației guvernamentale.

Exemple de autorități administrative autonome din România, înființate conform prevederilor constituționale:

- Avocatul Poporului;
- Consiliul Suprem de Apărare a Țării;
- Consiliul Superior al Magistraturii;
- Curtea de Conturi;
- Serviciul Român de Informații;
- Autoritatea de Supraveghere Financiară.

Gradul de implicare al statului în reglementarea asigurărilor din România

Statul român, prin autoritățile administrative autonome, exercită activități de autorizare, reglementare, supraveghere și control asupra societăților comerciale de asigurare, de asigurare-reasigurare și de reasigurare, a societăților mutuale precum și a intermediarilor în asigurări, supravegherea asiguratorilor și reasiguratorilor care își desfășoară activitatea în sau din România, supravegherea activității intermediarilor în asigurări și reasigurări, precum și a altor activități în legătură cu acestea, conform prevederilor Legii nr. 136/1995 privind asigurările și reasigurările în România, cu modificările și completările ulterioare, Legii nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurărilor, cu modificările și completările ulterioare, Legii nr. 260/2008 privind asigurarea obligatorie a locuințelor împotriva cutremurelor, alunecărilor de teren și inundațiilor, republicată, Legii nr. 503/2004 privind redresarea financiară și falimentul societăților de asigurare, cu modificările ulterioare.

În principal, în raport cu asiguratorii și reasiguratorii, autoritățile statului au ca atribuții:

- elaborează și/sau avizează proiectele de acte normative care privesc domeniul asigurărilor sau care au implicații asupra acestui domeniu, inclusiv reglementările contabile specifice domeniului asigurărilor armonizate cu directivele europene și standardele internaționale de contabilitate, și avizează actele administrative individuale, dacă au legătură cu activitatea de asigurare, după consultarea cu asociațiile profesionale ale operatorilor din asigurări, iar în ceea ce privește reglementările contabile, și după avizul/informarea Ministerului Finanțelor Publice;
- adoptă norme în aplicarea legii, precum și norme prudențiale specifice, conform practicilor în asigurări;

- autorizează asiguratorii, reasiguratorii și brokerii de asigurare și/sau reasigurare să desfășoare activitate de asigurare, reasigurare ori intermediere în asigurări și/sau reasigurări, după caz, și avizează orice modificare a documentelor sau condițiilor pe baza cărora s-a acordat această autorizare;
- aprobă acționarii semnificativi direcți ori indirecți, persoane fizice sau juridice, aprobă și retrage aprobarea persoanelor semnificative ale asiguratorilor, reasiguratorilor, brokerilor de asigurare și/sau de reasigurare;
- supraveghează situația financiară a asiguratorilor / reasiguratorilor / intermediarilor în asigurări și în reasigurări, inclusiv a sucursalelor aflate pe teritoriul statelor membre, atât pe baza raportărilor, cât și prin controale la sediu; asigură totodată o supraveghere suplimentară a următoarelor entități:
 - ✓ orice societate de asigurare care este o societate participativă în cel puțin o societate de asigurare, o societate de reasigurare sau o societate de asigurare dintr-un stat terț;
 - ✓ orice societate de asigurare a cărei societate-mama este, după caz, un holding de asigurare, o societate de reasigurare sau o societate de asigurare dintr-un stat terț;
 - ✓ orice societate de asigurare a cărei societate-mama este un holding mixt de asigurare.
- ia măsurile necesare pentru ca activitatea de asigurare să fie gestionată cu respectarea normelor prudențiale specifice;
- aplică măsurile prevăzute de lege privind redresarea financiară, reorganizarea sau, după caz, falimentul asiguratorilor și reasiguratorilor, precum și a/al sucursalelor și filialelor acestora;
- emite decizii prin care acordă, suspendă sau retrage autorizații, aprobă divizarea sau fuzionarea asiguratorilor, aprobă transferul de portofoliu de asigurări, sancționează operatorii din domeniu pentru încălcarea legislației specifice în vigoare;
- primește și răspunde sesizărilor și reclamațiilor privind activitatea asiguratorilor, reasiguratorilor și intermediarilor în asigurare și în reasigurare;
- participă, în calitate de membru, la asociațiile internaționale ale autorităților de supraveghere în asigurări și reprezintă România la conferințe și întâlniri internaționale referitoare la supravegherea în asigurări.

Formele de implicare a statului în domeniul asigurărilor;

Comisia de Supraveghere a Asigurărilor (CSA) a fost o autoritate administrativă autonomă de specialitate destinată supravegherii situației financiare a asigurătorilor, în vederea protejării intereselor asiguraților sau ale potențialilor asigurați.

Activitatea Comisiei de Supraveghere a Asigurărilor a început la data de 2 iulie 2001, odată cu publicarea în Monitorul Oficial al României a Hotărârii Parlamentului nr. 20/27.06.2001 de numire a celor cinci membri ai Consiliului.

Membrii Consiliului CSA erau numiți de Parlament, în ședința comună a celor două Camere, la propunerea comisiilor reunite pentru buget, finanțe și bănci ale Senatului și Camerei Deputaților.

În urma modificărilor legislative din 2013, Comisia de Supraveghere a Asigurărilor împreună cu alte instituții de supraveghere și control a fost desființată, iar patrimoniul și disponibilitățile bănești au fost preluate de *Autoritatea de Supraveghere Financiară*.

Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF) contribuie la consolidarea unui cadru integrat de funcționare și supraveghere a piețelor financiare non-bancare, a participanților și operațiunilor pe aceste piețe și are ca obiective:

- asigurarea stabilității, competitivității și bunei funcționări a piețelor de instrumente financiare, promovarea încrederii în aceste piețe și în investițiile în instrumente financiare, precum și asigurarea protecției operatorilor și investitorilor împotriva practicilor neloiale, abuzive și frauduloase;

- promovarea stabilității activității de asigurare și apărarea drepturilor asiguraților;
- asigurarea unei funcționări eficiente a sistemului de pensii private și protejarea intereselor participanților și ale beneficiarilor.

Relația dintre societățile de asigurare și Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF).

Autoritatea de Supraveghere Financiară (ASF) s-a înființat în 2013 ca autoritate administrativă autonomă, de specialitate, cu personalitate juridică, independență, autofinanțată și își exercită atribuțiile prin preluarea și reorganizarea tuturor atribuțiilor și prerogativelor Comisiei Naționale a Valorilor Mobiliare (C.N.V.M.), Comisiei de Supraveghere a Asigurarilor (C.S.A.) și Comisiei de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private (C.S.S.P.P.).

Rolul Sectorului Asigurari din cadrul ASF este:

- de a pune în aplicare legislația din domeniul asigurărilor imparțial, cu onestitate și promptitudine;
- de a proteja consumatorii de produse de asigurări;
- de a încuraja formarea unei piețe sănătoase a asigurărilor;
- de a promova necesitatea unei mai bune serviri a interesului public.

Studiul de caz. SC Nextasig România Asigurare Reasigurare SA

Nextasig Insurance Group (EIG), din care face parte integrantă Nextasig România, pe lângă Nextasig Bulgaria, Nextasig Macedonia și Nextasig Health, este în momentul de față, principalul motor de extindere a grupului, pe partea de asigurări din Europa.

Unul dintre cele mai mari și independente grupuri din regiune, EIG își propune pe piața de asigurări din România, prin Nextasig România, să se poziționeze în top 5 cei mai buni asiguratori și să devină unul dintre cele mai respectate brand-uri.

O tradiție ce-și are începuturile în 1994, SC Nextasig România Asigurare Reasigurare SA reprezintă acum, pe piața asigurărilor din România, o prezență notabilă ce combină dimensiunea socială a actului de vânzare de asigurări, cu dimensiunea umană, ce are la baza o abordare personalizată pentru fiecare client. Compania a crescut și s-a dezvoltat de-a lungul timpului, adăugând constanța și valoare produselor oferite abordării strategiei de vânzare, conceptului de service-are a clienților, reușind să creeze și să livreze sprijin în preluarea riscului și oferirea unor produse de asigurare cât mai complete. Cei peste 1.000.000 de clienți, peste 500 de angajați și peste 4.500 agenți colaboratori, ofera imaginea a ceea ce înseamnă acum Nextasig România.

Cele 2 pilare fundamentale de business ale companiei sunt reprezentate de activitatea de vânzare de asigurări și respectiv, activitatea de daune, ce implică constatarea, reconstatarea evenimentului, deschiderea și gestionarea dosarelor de daună până în faza finală, și anume: plata dosarului de daună, echivalent cu rezolvarea practic a cauzei clientului.

Strategia de vânzări a companiei implică agresivitate, în sensul bun însă al termenului, diversitate și adresabilitate largită, însemnând varietate de clienți din diverse medii la nivelul întregii țări, categorii sociale aparte, carora li se oferă soluții particularizate. La nivel teritorial, agenția lucrează cu peste 4.500 de agenți teritoriali, reușind să cuprindă întreaga țară.

Cel de-al doilea pilon important al activității companiei se referă la segmentul daune, pe care își desfășoară activitatea inspectorii și referenții de daune, atât pentru daunele auto cât și cele non-auto ale clienților asigurați Nextasig.

Compania își propune o permanentă îmbunătățire a procedurilor interne de lucru și o mai puternică profesionalizare a relației cu clienții, livrarea unor soluții transparente și corecte acestora. De asemenea compania urmărește și găsirea unui echilibru necesar dezvoltării unor parteneriate durabile, oferirea serviciilor de calitate și în timp real clienților.

Ca și viziune, compania își propune dezvoltarea rețelei naționale de colaboratori, încheierea de parteneriate strategice, bazate pe beneficiile oferite de Nextasig România colaboratorilor săi, campanii promoționale în vederea diversificării portofoliului de clienți, în special pe segmentul non–auto, pregătire profesională continuă și training de specialitate

pentru angajașii și colaboratorii companiei, în scopul promovării produselor competitive ale acestia.

Reglementările legale ale pieței de asigurări din România

Reglementări legale la nivel național

Asigurătorii, reasigurătorii, precum și intermediarii în asigurări, își desfășoară activitatea în sau din România conform prevederilor Legii nr. 136/1995 privind asigurările și reasigurările în România, cu modificările și completările ulterioare, Legii nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurărilor, cu modificările și completările ulterioare, Legii nr. 260/2008 privind asigurarea obligatorie a locuințelor împotriva cutremurelor, alunecărilor de teren și inundațiilor, republicată, Legii nr. 503/2004 privind redresarea financiară și falimentul societăților de asigurare, cu modificările ulterioare.

Conform prevederilor Legii nr. 136/1995 privind asigurările și reasigurările în România, cu modificările și completările ulterioare:

- În România, activitatea de asigurare se desfășoară sub forma asigurărilor facultative și obligatorii, precum și a operațiunilor de reasigurare, de societăți comerciale de asigurare, de asigurare-reasigurare și societăți de reasigurare, denumite în continuare asigurători, respectiv reasigurători.
- În asigurarea facultativă raporturile dintre asigurat și asigurător, precum și drepturile și obligațiile fiecărei părți se stabilesc prin contractul de asigurare.
- În asigurarea obligatorie raporturile dintre asigurat și asigurător, drepturile și obligațiile fiecărei părți sunt stabilite prin prezenta lege.
- Este obligatorie asigurarea de răspundere civilă pentru pagube produse prin accidente de autovehicule. Asigurarea obligatorie se practică numai de asigurătorii autorizați de Oficiul de supraveghere a activității de asigurare și reasigurare. Asigurătorii care au primit autorizarea prevăzută la alineatul precedent au obligația să realizeze asigurarea, eliberând un înscris probator al asigurării. Operațiunile de reasigurare completează activitatea de asigurare prin cedarea și primirea unor riscuri pe piața internă și internațională de asigurări. Cedarea în reasigurare pe piața internațională se va face numai în măsura în care riscurile care fac obiectul reasigurării nu pot fi plasate pe piața internă. În operațiunile de reasigurare, raporturile dintre reasigurat și reasigurător, drepturile și obligațiile fiecărei părți se stabilesc prin contractul de reasigurare.
- Persoanele fizice și juridice române încheie contractele de asigurare cu societăți stabilite în România, cu excepția cazurilor în care asigurările solicitate nu se practică pe piața internă. Oficiul de supraveghere a activității de asigurare și reasigurare face publică lista societăților autorizate să funcționeze în România și felurile de asigurări practicate.
- Constatarea producerii riscurilor asigurate, evaluarea pagubelor, stabilirea și plata despăgubirilor și a sumelor asigurate se efectuează în condițiile legii, pentru asigurările obligatorii sau ale contractului de asigurare, în cazul asigurărilor facultative.

Legea nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurărilor, cu modificările și completările ulterioare, reglementează: organizarea și funcționarea societăților comerciale de asigurare, de asigurare-reasigurare și de reasigurare, a societăților mutuale, precum și a intermediarilor în asigurări, supravegherea asiguratorilor și reasiguratorilor care desfășoară activitatea în sau din România, supravegherea activității intermediarilor în asigurări și reasigurări, precum și a altor activități în legătura cu acestea.

Legea nr. 260/2008 privind asigurarea obligatorie a locuințelor împotriva cutremurelor, alunecărilor de teren și inundațiilor, republicată reglementează:

- Condițiile asigurării obligatorii a locuințelor aflate în proprietatea persoanei fizice sau juridice;

- Raporturile dintre asigurat și asigurator, precum și drepturile și obligațiile fiecărei părți la contractul de asigurare obligatorie a locuințelor;
- Constituirea, atribuțiile, organizarea și funcționarea Pool-ului de Asigurare împotriva Dezastrelor Naturale.

Conform Legii nr. 503/2004 privind redresarea financiară și falimentul societăților de asigurare, cu modificările ulterioare:

- Procedurile privind redresarea financiară și falimentul societăților de asigurare instituite prin prezenta lege se aplică asiguratorilor și/sau reasiguratorilor, inclusiv sucursalelor acestora cu sediul în străinătate, precum și sucursalelor și filialelor societăților de asigurare din alte state terțe, care au sediul în România.
- Dispozițiile prezentei legi nu se aplică intermediarilor în asigurări, aceștia fiind supuși reglementărilor dreptului comun în materie de reorganizare judiciară și de faliment.

Reglementări legale la nivel european

Reglementările europene ale pieței de asigurări din România sunt stabilite de următoarele directive:

AIGURĂRI GENERALE	<u>Directiva 1/371/CEE</u> a Consiliului din 20 iunie 1991 privind aplicarea Acordului între Comunitatea Economică Europeană și Confederația Elvețiană privind asigurarea directă, alta decât asigurarea de viață
ASIGURĂRI AUTO	<u>Directiva 2009/103/CE</u> a Parlamentului European și a Consiliului din 16 septembrie 2009 privind asigurarea de răspundere civilă auto și controlul obligației de asigurare a acestei răspunderi
INTERMEDIARI	<u>Directiva 2002/92/CE</u> a Parlamentului European și a Consiliului din 9 decembrie 2002 privind intermedierea de asigurări
SOLVENCY II	<u>Directiva 2009/138/CE</u> a Parlamentului European și a Consiliului din 25 noiembrie 2009 privind accesul la activitate și desfășurarea activității de asigurare și de reasigurare (Solvabilitate II)
SUPRAVEGHERE SUPPLEMENTARĂ	<u>Directiva 2002/87/CE</u> a Parlamentului European și a Consiliului din 16 decembrie 2002 privind supravegherea suplimentară a instituțiilor de credit, a întreprinderilor de asigurare și a întreprinderilor de investiții care aparțin unui conglomerat financiar și de modificare a Directivelor 73/239/CEE, 79/267/CEE, 92/49/CEE, 92/96/CEE, 93/6/CEE și 93/22/CEE ale Consiliului și a Directivelor 98/78/CE și 2000/12/CE ale Parlamentului European și ale Consiliului
DIVERSE	<u>Directiva 91/674/CEE</u> a Consiliului din 19 decembrie 1991 privind situațiile financiare anuale și situațiile financiare consolidate ale întreprinderilor de asigurare <u>Directiva 91/675/CEE</u> a Consiliului din 19 decembrie 1991 de instituire a unui comitet de asigurări

Politici prudențiale pe piața asigurărilor.

„Piața de asigurări din România pe fondul unei bune capitalizări este dominată încă de asigurările generale (în special de cele auto), dar totodată se remarcă o tendință susținută de creștere a segmentului asigurărilor de viață. Acesta este un semnal că piața intră într-o etapă nouă de dezvoltare pe baze sustenabile, ceea ce reprezintă o schimbare de paradigmă de la asigurarea protecției împotriva riscurilor către creșterea interesului consumatorilor pentru instrumente de protecție și acumulare”, (Cornel Coca Constantinescu, vicepreședinte ASF, responsabil cu supravegherea pieței asigurărilor, 25 septembrie 2017).

Principalele direcții ale dezvoltării pieței asigurărilor sunt:

- Alinierea supravegherii și administrării riscurilor la standardele regimului de Solvabilitate II și confirmarea măsurilor de însănătoșire a pieței prin aplicarea cadrului legislativ adoptat;
- Actualizarea și simplificarea distribuției produselor de asigurare prin diversificarea canalelor de distribuție;
- Lansarea de produse noi, în baza unei planificări sistematice cuprinse în proiectul BIG-SPIN (Bringing Insurance Growth & Strategy Plan in Insurance), având în vedere următoarele produse:
 - ✓ asigurări auto;
 - ✓ asigurări de viață și de sănătate;
 - ✓ asigurări de locuințe și proprietăți imobiliare;
 - ✓ asigurări pentru agricultură .

Obiectivele strategice ale ASF în următorii ani sunt:

- Protecția și informarea corespunzătoare a consumatorilor;
- Stabilitatea și funcționarea sănătoasă a piețelor;
- Alinierea legislației primare la directivele și standardele europene – simplificarea și armonizarea legislației primare și secundare ;
- Stimularea dezvoltării piețelor financiare nebancale;
- Întărirea capacității instituționale și consolidarea autorității.

Strategia și programul de activități ale ASF sunt menite să conducă la creșterea credibilității și îmbunătățirii imaginii în fața consumatorilor din asigurări, pensii și piața de capital.

Concluzii

Statul se implică în sistemul asigurărilor prin intermediul organismelor publice calificate drept autorități publice.

Autoritățile administrative autonome, sunt organe de specialitate ale administrației publice centrale, care se pot înființa prin legi organice. O astfel de autoritate este Autoritatea de Supraveghere Financiară.

Rolul Sectorului Asigurari din cadrul ASF este de a pune în aplicare legislația din domeniul asigurărilor, de a proteja consumatorii de produse de asigurări, de a încuraja formarea unei piețe sănătoase a asigurărilor, de a promova necesitatea unei mai bune serviri a interesului public.

Piața de asigurări din România își desfășoară activitatea conform reglementărilor legale la nivel național și european. La 30 iunie 2017 activau pe piața asigurărilor 31 societăți de asigurare, autorizate și reglementate de ASF, dintre care 17 au practicat numai activitate de asigurări generale, 8 au practicat numai activitate de asigurări de viață și 6 au practicat activitate compozită. La nivelul întregii piețe de asigurări, numărul de contracte de asigurare în vigoare la finalul primului semestru 2017 a fost de 14.586.982, în creștere față de perioada similară a anului precedent cu 11%. Numărul de contracte de asigurare în vigoare la finalul primului semestru 2017 pentru asigurările generale reprezintă 87% din totalul numărului de contracte (ASF, *Evoluția piețelor financiare nebancale , semestru I, 2017*, pag 29).

Obiectivele Autorității de Supraveghere Financiară (ASF) în vederea stimulării dezvoltării pieței asigurărilor pornesc de la procesul de reșezare și de consolidare a pieței în noul context legislativ.

Pe lângă reglementările naționale și europene, statul român trebuie să creeze acele mecanisme, instrumente, politici și produse de asigurare adecvate realităților noastre și în conformitate cu politica și strategia operatorilor din piața asigurărilor (Manta O., 2017).

Bibliografie

1. CIOBANU, Alexandru-Sorin, Drept administrativ, Editura Universul Juridic, București, 2009;
2. Manta, O., 2017 : Economia și gestiunea sectorului public;
3. RAȚIU, Monica Amalia, Drept financiar public. Drept bugetar, Editura C. H. Beck, București, 2013;
4. Constituția României, Editura Monitorul Oficial, București, 2010;
5. Legea nr. 136/1995 privind asigurările și reasigurările în România, cu modificările și completările ulterioare;
6. Legea nr. 32/2000 privind activitatea de asigurare și supravegherea asigurărilor, cu modificările și completările ulterioare;
7. Legea nr. 260/2008 privind asigurarea obligatorie a locuințelor împotriva cutremurelor, alunecărilor de teren și inundațiilor, cu modificările și completările ulterioare;
8. Legea nr. 503/2004 privind redresarea financiară și falimentul societăților de asigurare, cu modificările și completările ulterioare;
9. <https://asfromania.ro/>.
10. <https://www.Nextasig.ro/>

New York



Iluminatul inteligent

Reprezintă o zonă semnificativă de oportunități în clădirile din New York City. Guvernul din New York este conștient de oportunitatea de conservare a energiei prin upgrade-uri de iluminat, iar în 2013 au lansat programul “Accelerated Conservation and Efficiency (ACE)”. Până în prezent, programul a alocat mai mult de 350 milioane dolari în finanțare, în peste 650 clădiri deținute de 16 agenții ale orașului. Multe dintre aceste proiecte sunt renovări cu iluminare cu LED-uri și economisesc peste 800.000 de dolari pe an.

Contorizarea apei

Cu o populație de peste 8,5 milioane, New York City utilizează 1 miliard de galoane (378 500 m³) de apă în fiecare zi. Departamentul de Protecție a Mediului al NYC implementează un sistem citire automată a măsurătorilor automate (AMR) pentru a obține un instantaneu mai bun al consumului de apă, oferind clienților un instrument util pentru a verifica utilizarea zilnică a apei.

Sistemul de contorizare inteligentă îi ajută și pe utilizatorii finali: utilizatorii mici sunt informați despre consumul de apă de patru ori pe zi, în timp ce utilizatorii mari pot viziona date orare live. Unitățile AMR se integrează, de asemenea, cu o aplicație smartphone care avertizează clienții despre eventualele scurgeri de apă atunci când sunt detectate spații anormale ale consumului de apă. Programul de notificare a scurgerilor a fost extrem de reușit, oferind economii de peste 73 milioane de dolari.

Două măsuri eficiente care pot fi utilizate de către proprietari pentru a reduce consumul de apă de utilitate sunt reciclarea apelor gri și recoltarea apei de ploaie:

Apa gri este un termen care descrie apa uzată, cu excepția celor din toalete, și poate fi utilizată în continuare pentru scopuri nealimentare, cum ar fi spălarea toaletelor sau irigarea. Atunci când aceste funcții sunt realizate cu ape reziduale reciclate, consumul total de apă din utilitate este redus. Apa de ploaie este în esență liberă și poate fi captată pentru a satisface multe nevoi.

Gestionarea inteligentă a deșeurilor

Departamentul de igienizare din New York este cel mai mare din lume, colectând mai mult de 10.500 de tone de gunoi pe zi. Ridicarea gunoiului de la mii de cutii de gunoi și deșeuri de reciclare poate fi o provocare logistică destul de mare. Containerele de gunoi pot depăși dacă sunt lăsate nesupravegheate, dar adunarea gunoiului prea des este o risipă de combustibil și de muncă.

Echipament cu un senzor wireless care monitorizează nivelul de gunoi, permițând programarea mai eficientă a călătoriilor de preluare. Sistemul include un compactor de gunoi care rulează cu energie solară, permițând colectorului de gunoi să dețină de cinci ori mai mult deșeu decât cel convențional. Aceste sisteme inteligente de gestionare a deșeurilor nu numai că reduc frecvența colectării gunoiului, dar și ele permit planificarea mai eficientă a acestora.

Monitorizarea calității aerului

Monitorizarea este realizată cu 75 de stații temporare de monitorizare instalate pe o perioadă de două săptămâni și cu 8 monitori permanenți de aer care raportează date la intervale de 15 minute.

TOKYO



Orașul metropolitan Tokyo programul numit "cap și comerț".

Acest program intenționează să limiteze emisiile totale în fiecare sector. Aceasta impune o impozitare indirectă pentru companiile care nu reușesc să reducă procentajul necesar de emisii stabilite de guvern.

O altă lege impusă de guvernul de la Tokyo este că toate clădirile noi trebuie obligate să facă obiectul evaluării performanței de mediu. Cu aceasta, fiecare clădire nou construită trebuie să aibă un plan de mediu sub forma unui document care să prezinte raportul de evaluare a clădirii.

Raportul este pe aceeași lungime de undă cu cele mai recente date disponibile de la Banca Mondială. Datele arată că, în 2009, procentul de 43% din populația urbană din Japonia a locuit în Tokyo, însă nivelurile emisiilor de carbon au fost incredibil de mici decât alte orașe inteligente.

În final, Tokyo este lipsit de orice imperfecțiuni sau de anumite puncte slabe care ar putea trage în spatele progresului infrastructurii verzi din metropolă. Aceasta arată că Tokyo înțelege că poluarea mediului cauzată de om dăunează viitorului orașelor. Deci, ea sa dezvoltat ca un oraș durabil și durabil din punct de vedere ecologic, care încurajează și implementează inițiative ecologice. Începând cu anul 2002, Tokyo a stabilit un prim exemplu în fața lumii a ceea ce înseamnă să devii un pionier în planurile inteligente ale orașului. Prefectura Japoniei se apropie de obiectivul său de a deveni cel mai bun oraș al viitorului.

Japonia - Uniunea Europeană, dezvoltare inteligentă



Uniunea Europeană și Japonia s-au alăturat unui program prin care intenționează să dezvolte o platformă cloud. Această platformă integrată cu servicii open source, va lega tehnologii bazate pe date precum IoT (Internet of Things) cu datele guvernamentale pentru a spori aplicațiile inteligente în orașele cu dimensiuni diferite.

Există mai multe avantaje care se asociază cu acest proiect. Strategia de colaborare va contribui puternic la stabilirea unor politici urbane inovatoare și va ajuta, de asemenea, orașele incluse în proiect să își consolideze pilonii de oraș inteligent. În plus, datele structurate prin platforma cloud vor conduce la noi oportunități pentru companii.

Potrivit coordonatorilor proiectului, serviciul orientat spre date poate fi pus la dispoziție fie de către oraș, fie de agențiile implicate, atât pentru public, cât și pentru întreprinderi. Datele colectate vor ajuta la găsirea fluxului de vizitatori într-o anumită direcție, la noi modalități de transformare a transportului public, prin combaterea problemelor curente și viitoare

Reykjavík



LUKR - Sistemul de informare funciară din regiunea Reykjavík

LUKR este o abreviere pentru “Landupplýsingakerfi Reykjavíkur” (Sistemul de informații funciare din regiunea Reykjavík). Acesta este un sistem comun al departamentelor tehnice municipale din orașul Reykjavík, precum și Telecomunicações din Islanda, inclusiv întreaga rețea de utilități publice din Reykjavík, cum ar fi apă rece, apă caldă / geotermală, electricitate, telecomunicații, canalizare, clădiri, stăzi, limite de parcelă, linii de coastă cu lacuri și râuri, linii de contur etc. Proiectul a fost demarat în 1988. Sistemul LUKR acoperă zona municipiului Reykjavík de 270 km², inclusiv o zonă urbană de 45 km². În plus, șase municipalități mai mici înconjurătoare sunt incluse în sistemul. Aceste date sunt gratuite și disponibile digital utilizatorilor pentru descărcare pe o pagină de audit.

Transport eficient

Straetó este un exemplu de aplicație utilă de transport care a fost descărcată de 85.000 de ori, o sumă destul de mare pentru un oraș cu puțin peste 330.000. Aplicația nu numai că a permis cetățenilor să folosească autobuze locale, ci a ajutat vizitatorii să navigheze în transportul public prin cartografierea celui mai bun traseu de autobuz, în plus numărul călătorilor a crescut. În Reykjavík a debutat un serviciu de partajare a mașinilor în parteneriat cu Zipcar și ON Power, compania de energie din Reykjavík, care exploatează energia geotermală.

Primele puncte de acces au fost instalate la Universitatea Reykjavík și Spitalul Universitar Național din Islanda, cu o flotă care include vehicule electrice cum ar fi Nissan's Leaf EV. O inițiativă similară a insulei inteligente a lucrat la Menorca, deoarece insula sa uitat la strategiile în domeniul energiei regenerabile.

Concluzii

În cadrul dezvoltării Parteneriatului European de Inovare pentru Orașe și Comunități Inteligente, s-a constatat că simpla abordare a unor verticale strategice inteligente nu este suficientă pentru dezvoltarea unui oraș inteligent, identificându-se și așa numiții facilitatori strategici (FS) ai succesului unui astfel de proiect, care includ: implicarea cetățenilor, planificarea și gestiunea integrată a proiectelor, dezvoltarea de standarde, unități de măsură, politici și reglementări specifice, schimbul de informații și bune practici, noi moduri de guvernare a datelor, noi modele de colaborare, modele de afaceri, achiziții și finanțare.

Modelele de afaceri pentru comunități inteligente, trebuie să aibă dezvoltare modulară, adaptată ecosistemului local (administrație, industrie, cetățeni cu obiective locale), parte a unei piețe UE de soluții, produse și tehnologii.

Finanțarea soluțiilor inteligente este posibilă dacă dotările inteligente reduc costurile operaționale, sunt combinate investiții de la diverși decidenți/ actori din piață, astfel încât costul să devină rezonabil, iar investițiile sunt pe termen lung. Cetățenii trebuie să fie implicați în dezvoltarea soluțiilor inteligente și în contribuția cu fonduri, în condițiile obținerii de avantaje palpabile. Trebuie actualizat procesul de achiziții, prin implicarea orașelor în entități de guvernare și investiții comune, precum și colaborări UE/ Instituții financiare.

În concluzie, proiectele de oraș inteligent sunt extrem de complexe, necesită expertiză multidisciplinară, resurse majore și propun schimbări fundamentale din punct de vedere tehnologic, dar și din punct de vedere social, în privința modului cum interacționează entitățile și cetățenii unui oraș. Eforturile depuse de un oraș în trecerea către unul inteligent, sunt răsplătite prin asigurarea unei dezvoltări durabile și prin creșterea calității vieții cetățenilor.

Bibliografie

https://ec.europa.eu/romania/business-funding/programs_ro

<https://www.ny-engineers.com/blog/how-new-york-is-becoming-a-smart-city>

<https://www.archdaily.com/898777/these-are-the-50-smartest-cities-in-the-world-in-2018>

<http://www.gaccpit.com/events/pittsburgh-events/single-view/events/smart-cities-energy-efficiency-in-the-infrastructure-new-york-city/?cHash=d7bc046774485140d6bb98b6437debe3>

<https://www.smartcity.press/asia-pacifics-greenest-city-tokyo/>

<https://www.smartcitiesworld.net/news/news/tokyo-named-most-reputable-city-3275>

<https://www.clustercollaboration.eu/international-cooperation/japan>

<https://reykjavik.is/thjonusta/uttektarvefur-lukr>

<https://www.roughguides.com/destinations/europe/iceland/reykjavik/>

<https://eu.smartcitiescouncil.com/article/3-ways-reykjavik-rising-sustainable-leader>

STUDIUL APLICATIV PRIVIND ÎNFIINTAREA UNUI BUSINESS: SOCIETATEA COFFEE ADDICT SRL

Enea Elena Maria

*Facultatea de Științe Economice
Specializarea Administrarea Afacerilor*

Abstract:

Succesul unei întreprinderi, în privința activității sale de marketing, depinde nu numai de ocazionale scipiri de geniu ci și de efortul consecvent de elaborare și împlinire a planului de marketing. Procesul de planificare se materializează într-un plan de marketing care va fi comunicat organizației în vederea aplicării. Planul de marketing este instrumentul cu ajutorul căruia sunt direcționate activitatea de marketing și resursele firmei pentru îndeplinirea obiectivelor de marketing ale acesteia. O etapă deosebit de importantă a procesului planificării de marketing este desfășurarea auditului intern și extern.

Definirea obiectivelor și elaborarea unor strategii de marketing adecvate presupun desfășurarea prealabilă a unui audit de marketing. Aceasta este una dintre cele mai importante etape ale elaborării planului de marketing. În fiecare an, cu ocazia elaborării planului de marketing se desfășoară și un audit de marketing. Deși este un proces care presupune importante investiții în timp, auditul este recomandat tuturor întreprinderilor interesate să își orienteze în mod adecvat propria activitate de marketing. Auditul de marketing poate fi realizat de consultanți externi sau de către propriile forțe.

ÎNFIINTAREA UNUI BUSINESS: SOCIETATEA COFFEE ADDICT SRL

Societatea Coffee Addict SRL persoană juridică română, a fost înființată pe data de 01/10/2018, având ca obiect principal de activitate comerțul cu amănuntul în magazine nespecializate, cu vânzare predominantă de produse alimentare, băuturi și tutun (CAEN 4711). Societatea este înregistrată la Registrul Comerțului sub nr J40/26583/2018 și își are sediul în București, sector 1, având capitalul social de 200 lei. Proprietarul firmei este Viorel Popescu, în funcție de administrator.

Această societate a apelat la servicii de specialitate pentru întocmirea unui plan de afaceri, crearea unor obiective pe termen scurt, precum dezvoltarea unei afaceri profitabile, amortizarea investiției inițiale într-un orizont de timp de maxim 2 ani și un număr aproximativ de 100 de clienți pe zi în primul an de afaceri, și crearea unor obiective pe termen lung, precum dezvoltarea unui lanț de cafenele atât la nivel de București, cât și la nivel național.

Obiectivul cafenelei este de a crea o atmosferă ambientală pentru tinerii din clasa de mijloc din București, oferind un meniu variat de cafele, ceaiuri și ciocolată caldă, cu un raport calitate – preț atractiv. Pe lângă băuturile sus menționate, cafeneaua va dispune și de produse de panificație, care să complimenteze băuturile.

Pe lângă meniul propus de către cafenea, clienții vor avea parte și de seri tematice, precum seri de karaoke sau stand-up comedy, menite să atragă și să fidelizeze clienții, întărindu-și astfel brand-ul.

Unul dintre cei mai importanți factori în vederea îndeplinirii obiectivelor propuse este amplasarea cafenelei într-o zonă favorabilă, de aceea managementul firmei a încheiat un contract de închiriere a unui spațiu comercial de 100 de metri pătrați pe strada Stanislav Cihoschi, nr 1A, în vecinătatea Academiei de Studii Economice din București. Accesul la local se poate face ușor cu mijloacele de transport în comun, existând însă și posibilitatea de a parca în apropiere.

Potrivit Institutului Național de Statistică, în România, segmentul de piață Horeca a fost unul dintre cele mai dinamice sectoare de consum, cu o creștere de aproximativ 70% în

ultimii 6 ani. (1) Românii preferă să iasă în oraș, având o viață socială mai activă, crescând astfel numărul rezervărilor în cafenele și restaurante.

Ultimele date statistice furnizate de Organizația Internațională a Cafelei arată că, în România, consumul de cafea a crescut, ajungând la o medie de 2,3 kilograme pe cap de locuitor. Cu toate acestea, consumul mediu din România nu reprezintă nici jumătate din consumul mediu la nivel european, care este de 5 kilograme pe cap de locuitor. (2) Pe lângă consumul mediu pe cap de locuitor, ne confruntăm și cu un număr mediu scăzut de cafenele comparativ cu alte țări europene. Conform Organizației Internaționale a Cafelei, media de cafenele în București este de o cafea la 7000 de locuitori, comparativ cu media europeană de o cafea la 2000 de locuitori.

Din aceste date rezultă că industria cafelei în România, deși mult sub nivelul european, are potențial de creștere, dacă există o abordare corectă.

În România, piața cafenelelor este alcătuită din brand-uri naționale și internaționale mari, ce au ca target segmentul premium, și cafenele mici, independente, ce au ca țintă clasa medie a țării.

În București, există diferite tipuri de cafenele, precum cafenelele cu conceptul de “coffee to go”, cafenelele cu autoservire, cafenele amplasate în centre comerciale, cafenelele tipice, cafenelele din hoteluri și cafenelele din benzinării.

Principali concurenți la nivel de București sunt reprezentați de:

5 to go – acest brand a fost înființat de către antreprenorii români Radu Savopol și Lucian Bădilă și este în prezent cel mai popular lanț de cafenele, având magazine atât în București, cât și în alte orașe din țară, precum Constanța, Iași, Târgoviște și Cluj. Ideea acestei afaceri este de a stabili un raport unic calitate – preț, având o gamă variată de cafele, toate vând prețul unic de 5 lei, și de a dezvolta zona de consum stradal din România.

Starbucks – acest brand este unul internațional, cu un succes uriaș, fiind localizat în peste 70 de țări, care și-a extins afacerea și în România în anul 2007, ca rezultat al unui joint-venture dintre Starbucks Coffee Company și Marinopoulos Holding. Starbucks operează 21 de cafenele în România, urmând să mărească numărul aceste în decursul anului.

Programul de funcționare al cafenelei va fi de luni până joi de la ora 08:00 la ora 18:00, vineri și sâmbătă de la ora 09:00 până la ora 23:00 sau până la ultimul client, iar duminică aceasta va funcționa de la ora 12:00 la ora 16:00. În zilele cu evenimente (serii tematice, karaoke, standup, lansări carte) programul va fi modificat corespunzător.

Planul financiar a fost întocmit folosindu-se un curs mediu de 4,5 lei/ euro, făcându-se previziuni pentru 3 ani de activitate.

Cheltuieli privind investiția inițială

Pentru amenajările localului un deviz de cheltuieli a fost antecalculat și va fi prezentat mai jos:

- Instalația electrică pentru funcționarea utilajelor și iluminarea localului: 1500 euro
- Instalația sanitară pentru alimentare cu apă caldă și rece: 1200 euro
- Instalație termică pentru încălzire și răcire: 2000 euro
- Amenajări interioare (pereți rigips, zugrăvit cu vopsea lavabilă, parchet 80 mp – parchet plus manoperă, gresie 20 mp – gresie plus manoperă): 6000 euro
- Cost achiziție pentru bar (vitrine frigorifică pentru prăjituri și produse de patiserie, casă de marcat cu soft special pentru cafenele, mașină de făcut gheață, cuptor electric): 3500 euro
- Mobilier bar, etajere și spații de depozitare: 2000 euro
- Spațiu pentru servire clienți, capacitate 40 – 45 locuri (15 mese, 60 fotolii, 2 canapele, 2 televizoare LCD, decorațiuni interioare și plante): 6000 euro
- Sistem de supraveghere video cu infraroșu: 1500 euro
- Sistem pentru sonorizare local: 1500 euro
- Veselă pentru servire clienți (50 de seturi tacâmuri plus farfurii): 250 euro

- Telefon fix și telefon mobil pentru cafenea: 100 euro
- Laptop pentru gestiune cafenea: 500 euro
- Imprimantă: 200 euro
- Birotică: 100 euro

Totalul cheltuielilor reprezentând investiția inițială este de 26.350 euro.

Furnizorul de cafea va asigura localului: un măcinător de cafea, un espressor, un blender. Furnizorul de băuturi răcoritoare și băuturi alcoolice va furniza două frigider pentru băuturi, iar furnizorul de înghețată va furniza gratuit un congelator pentru înghețată.

Cheltuieli lunare

Cheltuielile lunare sunt alcătuite din cheltuieli cu chiria, cheltuieli cu personalul, cheltuieli cu utilitățile și cheltuieli cu aprovizionarea.

Chiria va reprezenta cel mai mare cost lunar, având în vedere localizarea (Piața Romană) și suprafața localului (100 mp). Chiria spațiului de pe strada Stanislav Cihoschi a fost negociată în condiții speciale. De aceea, s-a ajuns la un acord comun de plată inițială de 2000 de euro și prin semnarea unui contract pe 5 ani, cafenea este scutită de plată a chiriei în primele 3 luni, urmând ulterior să plătească suma de 3500 euro (35 euro/ mp). În cazul în care cafenea dorește rezilierea contractului, penalizarea este de 12000 de euro.

Deoarece personalul reprezintă un element important pentru dezvoltarea sustenabilă a cafenelei, acesta va fi atent selecționat, urmând să fie format din un responsabil de cafea, 2 barmani, 4 chelneri și o persoană ce se va ocupa de curățenia localului. Personalul va lucra în ture, existând un barman și doi chelneri pe tură și o persoană responsabilă cu igiena localului ce va lucra part time. Se menționează că una dintre condițiile programului StartUp Nation este de a avea minim un angajat pentru o perioadă nedeterminată și cu normă întreagă. Pentru orice angajare peste acest minim, se primesc puncte suplimentare (reglementări Start-up Nation România, 2018).

Responsabilul de cafea a fost deja atent selecționat de către Viorel Popescu, directorul general al cafenelei. Responsabilul de cafea este Andrei Constantin, având o experiență de 12 ani în domeniul acesta și va fi responsabil de conducerea operațională a cafenelei, urmând să angajeze personalul, să îi instruiască și să îi aibă în subordine. Salariul acestuia va fi de 3500 lei net lunar (5983 lei brut, echivalentul a 1260 de euro pe lună).

Salariul barmanilor va fi de 2000 lei net lunar (3409 brut, echivalentul a 720 euro), al chelnerilor va fi de 1500 lei net lunar (2508 brut, echivalentul a 530 euro), iar al personalului de curățenie de 1263 lei net lunar (2080 brut, echivalentul a 440 euro).

În total, cheltuielile lunare cu personalul vor fi de 24.552 lei, echivalentul a 5.440 euro pe lună + 2,25% din total brut reprezentând CAM (contribuția asiguratorie în muncă) = 5562,4 euro lunar.

Cheltuielile pentru utilități vor fi de 230 de euro lunar, fiind reprezentate de electricitate, apă și abonament RDS pentru telefonie și internet, și vor fi incluse în chiria de 3500 euro pe lună.

Când vine vorba de aprovizionare, cheltuielile se vor împărți astfel: produse pe bază de cafea, ceai sau ciocolată caldă (45%), băuturi răcoritoare (20%), produse alcoolice (15%) și produse de patiserie și înghețată (20%).

Ca și posibili furnizori există:

- Pentru cafea: Strauss România sau Julius Meinl România
- Pentru băuturi răcoritoare: American Pepsi sau Coca-Cola
- Pentru băuturi alcoolice: Ursus Breweries sau Heineken România
- Pentru înghețată: Delta sau Betty Ice.

Produsele de patiserie și aperitivele (precum alune și covrigei) vor fi achiziționate din supermarket-uri precum Selgros, Metro sau Cora.

Vânzările se vor calcula la o medie de 100 de clienți pe zi în primul an (3000 clienți pe lună), afacerea urmând să crească în medie cu 25% pe an, ajungând în al treilea an la un total

mediu de 150 de clienți pe zi. Se ține cont și de faptul că prepararea unei cafele se realizează din aproximativ 8 grame de cafea, de unde rezultă că dintr-un kilogram de cafea ies în medie 125 de cafele, iar media produselor achiziționate de un client va fi de 2.5 produse. Astfel, se calculează cheltuielile cu aprovizionarea:

3000 de clienți x 2.5 produse = 7500 produse lunar:

- Produse pe bază de cafea, ceai sau ciocolată caldă (45%) – 3375 produse:
 - o cafea: 16 kilograme x 100 lei = 1600 lei
 - o ceai și ciocolată caldă: 1375 x 0.6 lei = 825 lei
- Zahăr alb, zahăr brun, îndulcitor, lapte, miere: 300 lei
- Băuturi răcoritoare (20%): 1500 x 2 lei = 3000 lei
- Băuturi alcoolice (15%): 1125 x 4 lei = 4500 lei
- Produse de patiserie și înghețată (20%): 1500 x 3 lei = 4500 lei

Din acest calcul rezultă un total de cheltuieli lunare cu aprovizionarea de 14.725 lei, echivalentul a 3.272 euro.

Cheltuielile lunare totale vor fi de 12.334 euro.

Prețul mediu de achiziție al unui kilogram de cafea este de 100 de lei, iar prețul de vânzare al unei cafele variază de la 5 lei (espresso scurt) la 15 lei (frappe), așa că pentru calculele cifrei de afacere va fi luat prețul mediu de 10 lei pe o cafea, pentru băuturi răcoritoare va fi luat un preț de 5 lei, pentru ceai și ciocolată caldă prețul va fi de 8 lei, prețul unei băuturi alcoolice va fi în medie de 9 lei, iar pentru înghețată și produse de patiserie se va lua în calcul un preț mediu de 10 lei.

Cifra de afaceri

În primul an:

3000 de clienți x 2.5 produse = 7500 produse lunar:

- Produse pe bază de cafea, ceai sau ciocolată caldă (45%) – 3375 produse:
 - o cafea: 2000 x 10 lei = 20.000 lei
 - o ceai și ciocolată caldă: 1375 x 8 lei = 11.000 lei
- Băuturi răcoritoare (20%): 1500 x 5 lei = 75.000 lei
- Băuturi alcoolice (15%): 1125 x 9 lei = 10.125 lei
- Produse de patiserie și înghețată (20%): 1500 x 10 lei = 15.000 lei

Vânzările totale lunare vor fi de 131.125 lei, echivalentul a 29.138 euro.

Se va lua în calcul o marjă de eroare care constă în profit doar 10 luni din 12 ale anului, aceste 2 luni reprezentând perioada de vacanță a studenților și concediile angajaților de la instituțiile și corporațiile din jur, de unde rezultă: 29.138 euro x 10 luni (vânzări) – 12.334 euro x 12 luni (cheltuieli lunare) = 143.372 euro profit anual (645.174 lei).

În al doilea an se preconizează o creștere de 25% a clienților, de unde rezultă o creștere a profitului de 25%, ceea ce rezultă, în medie, un profit anual de 806.467 lei echivalentul a 179.215 euro.

În al treilea an se preconizează o creștere de 25% a clienților față de anul II, de unde rezultă o creștere a profitului de 25%, ceea ce rezultă, în medie, un profit anual de 1.008.081 lei echivalentul a 224.018 euro.

PROGRAMA ANTREPRENORIALA PENTRU BUSINESS-UL PROPUS

După cum a fost desfășurat anterior, investiția inițială și cheltuielile lunare timp de 6 luni (cheltuieli cu personalul, cheltuieli cu chiria, cheltuieli cu aprovizionarea, cu utilitățile și cu promovarea) însumează 100.000 de euro. Investiția inițială va fi acoperită integral de fondurile obținute prin programul StartUp Nation, restul sumei, reprezentând necesarul de capital, va fi acoperită în proporție de 80% de către proprietarul societății, Viorel Popescu, restul sumei fiind acoperită de fondurile accesate.

Etapele de nivel operațional ce o să definească implementarea unui plan investițional sunt cuprinse în tabelul 1 prezentat mai jos.

Tabelul 1 Interpretare personală a etapelor de nivel operațional

ANUL I						
Operatiuni	1	2	3	4	5	6
Proiecte, aprobari, avize	X	X				
Amenajare spatiu		X	X			
Incheiere contracte cu furnizori (de cafea, bauturi racoritoare, bauturi alcoolice, bere, tigari)		X				
Achizitie mobilier si aparate de bucatarie.			X			
Transportul, montarea si proba aparatelor				X		
Recrutare si angajare personal			X	X		
Instruire si verificare personal					X	
Achizitia unui stoc initial de materii prime					X	
Inaugurarea cafenelei						X

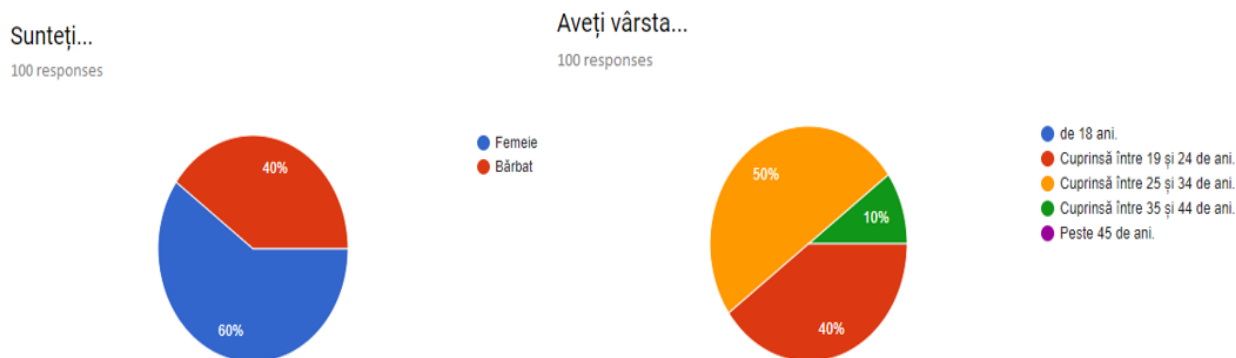
Pentru a afla ce măsuri antreprenoriale sunt cele mai potrivite în cazul companiei de față, s-a văzut necesară o evaluare a potențialilor clienți printr-un chestionar.

Scopul acestui chestionar a fost de a obține un eșantion reprezentativ de aproximativ 100 de respondenți, toți fiind locuitori ai Bucureștiului. Pentru a examina grupul țintă, inclusiv sexul, vârsta și starea actuală de angajare, sondajul a fost inițiat de date demografice. În total, 100 de respondenți au răspuns chestionarului (bărbați și femei). Primele patru întrebări ale sondajului au fost să determine publicul țintă, precum și ocupația, și vârsta. Analiza sondajului a arătat că 60% dintre participanți erau femei și doar 40% dintre respondenți erau bărbați (Figura 1).

În general, sondajul a fost finalizat de reprezentanții celor trei generații (Figura 1):

- din intervalul de vârstă cuprins între 18-24 ani (40%)
- din intervalul de vârstă cuprins între 25-34 (50%)
- din intervalul de vârstă cuprins între 35-44 (10%)

Figura 1 Interpretare personală a sexului și vârstei în rândul respondenților



Sursa: Chestionar consumatori cafea București, 2019

Întrebările 3 și 4 au fost puse pentru a determina ocupația și nivelul de pregătire al respondenților pentru a se face o idee despre tipologia consumatorilor de cafea, aceștia fiind ținta unui noi afaceri în domeniul Horeca.

După cum arată rezultatele sondajelor,, 90% din respondenți sunt angajați, iar 70% dintre ei au cel puțin o facultate terminată (Figura 2).

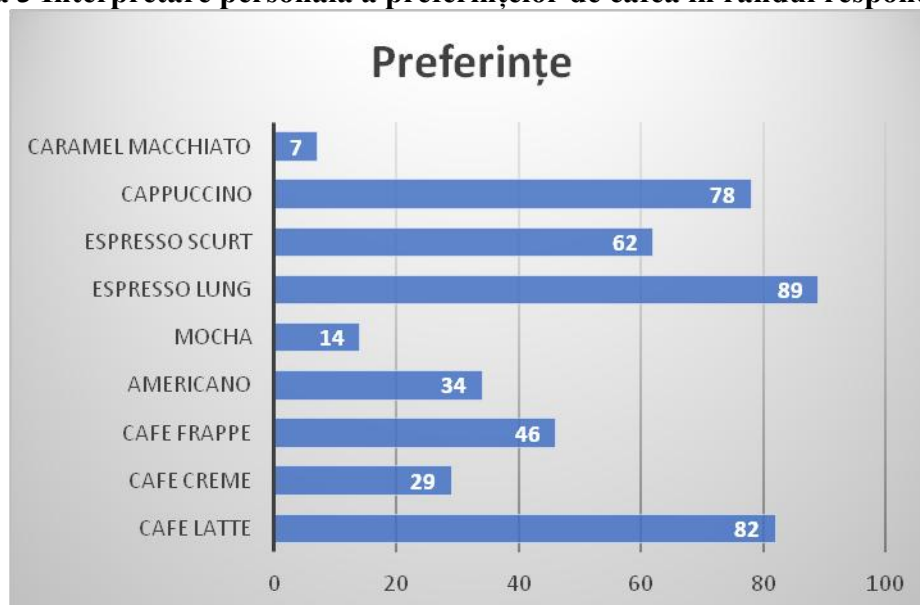
Figura 2 Interpretare personală a ocupației și a nivelului de educație în rândul respondenților



Sursa: Chestionar consumatori cafea București, 2019

Întrebarea 6 a scos la iveală faptul că din cei 100 de respondenți, doar 10% dintre ei își consumă cafeaua acasă, restul de 90% preferând să o consume la birou (40%) sau în oraș (50%). Motivul principal pentru care majoritatea dorește să își consume cafeaua în afara casei este timpul, care e redus, și implicit dorința de eficientizare a programului personal. În topul consumatorilor chestionați, se regăsesc cafele precum espresso lung (89%), latte (82%) și cappuccino (78%) (Figura 3).

Figura 3 Interpretare personală a preferințelor de cafea în rândul respondenților



Sursa: Chestionar consumatori cafea București, 2019

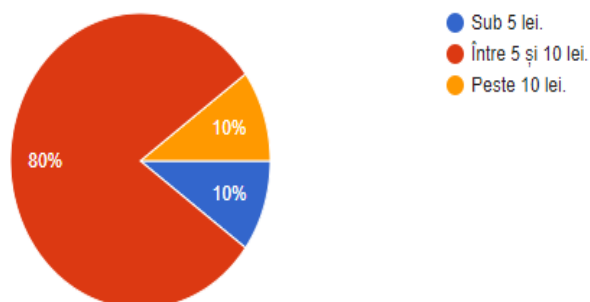
Deși preferințele respondenților sunt numeroase și diversificate, 80% dintre aceștia preferă o cafea cu un preț cuprins între 5 și 10 lei. Se poate deduce că bugetul acceptat

majoritar este de până în 10 lei, doar 10% dintre respondenți fiind dornici de a aloca un preț mai mare pe o cafea (Figura 4).

Figura 4 Interpretare personală a bugetului alocat unei cafele în rândul respondenților

Care este prețul pe care dumneavoastră îl considerați corect pentru o ceașcă de cafea(250 ml)?

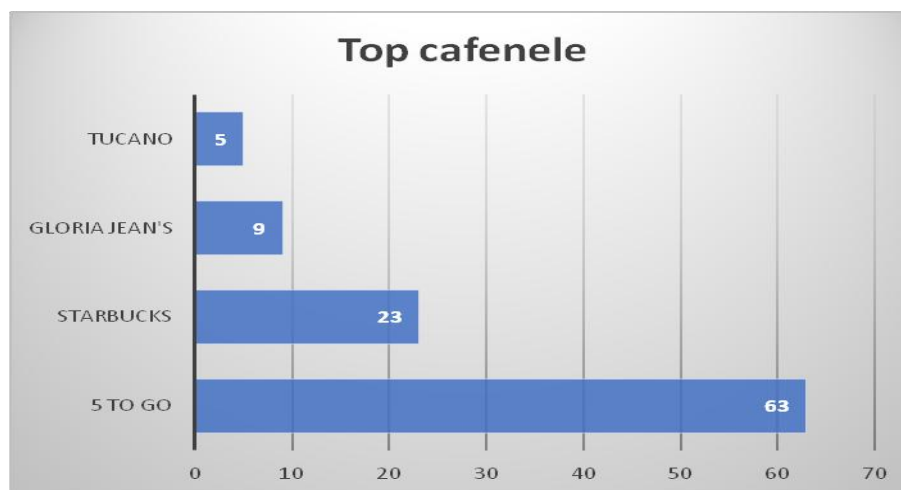
100 responses



Sursa: Chestionar consumatori cafea București, 2019

Acest aspect se regăsește și în preferințele respondenților când vine vorba de cafele. Majoritatea (63%) au ales ca și cafea preferată “5 to go”, tocmai datorită raportului preț – calitate și datorită conceptului de “coffee to go”. Cu toate acestea, următoarea cafea apreciată de către respondenți este Starbucks, aceasta fiind o alegere a lor datorită recunoașterii brandului la nivel internațional. (Figura 5).

Figura 5 Interpretare personală a preferințelor de cafele în rândul respondenților



Sursa: Chestionar consumatori cafea București, 2019

Un alt punct al chestionarului care face vizibile preferințele consumatorilor de cafea este reprezentat de statistica răspunsurilor la întrebarea “Ce tip de cafea vă atrage cel mai mult?” (Figura 6):

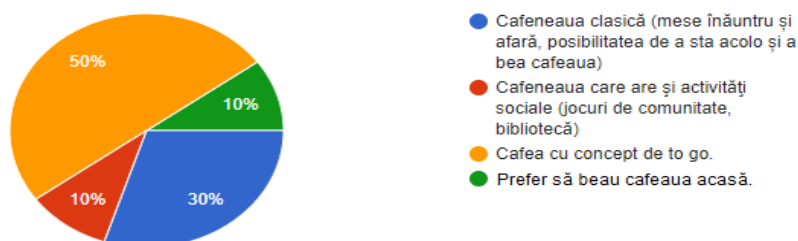
- 50% dintre respondenți preferă cafelele cu concept “coffee to go”, argumentând eficiența acestui mod de a procura cafeaua
- 30% preferă o cafea clasică, pe motiv că se pot deconecta de la cotidian și că reprezintă un mod plăcut de a-ți petrece timpul liber cu prietenii
- 10% au ales conceptul nou de cafea cu activități sociale (jocuri de comunitate, bibliotecă) punând în evidență un trend nou de anticafea, concept care pune accent pe timpul petrecut în local, acesta fiind singurul lucru taxabil.

- 10% preferă să își bea cafeaua acasă, nefiind dispuși să plătească pentru o cafea, fiindu-le mult mai comod să își bea cafeaua în intimitatea casei lor.

Figura 6 Interpretare personală a tipurilor preferate de cafele în rândul respondenților

Ce tip de cafea vă atrage cel mai mult?

100 responses



Sursa: Chestionar consumatori cafea București, 2019

APLICABILITATEA PROGRAMELOR ANTREPRENORIALE LA NIVELUL DEZVOLTĂRII

În cadrul oricărei companii, este necesar să se știe în orice moment cum se raportează compania la piață, ce caracteristici pot fi exploatate pentru a menține o dezvoltare sustenabilă a firmei și ce trăsături trebuie conștientizate ca fiind eventuale amenințări pentru dezvoltarea acesteia. Pentru a afla răspunsul la toate cele mai sus menționate, este nevoie de o analiză SWOT, iar în cazul de față a fost inclus și modelul Porter pentru o vizibilitate mai bună.

Analiza SWOT

Atunci când încearcă să analizeze o organizație și împrejurimile sale, analiza SWOT este unul dintre cele mai cunoscute instrumente existente. O analiză SWOT utilizează factori cum ar fi punctele tari, punctele slabe, oportunitățile și amenințările pentru a analiza o companie și mediul extern și intern.

Scopul creării unei analize SWOT este de a crea conștientizarea forțelor care pot și / sau vor avea impact asupra companiei “Coffee Addict” în viitor. Când facem o analiză SWOT, ea poate fi împărțită în două categorii generale, interne și externe. Acolo unde forța și slăbiciunile sunt adesea interne ale organizației, în timp ce oportunitățile și amenințările sunt factori externi.

Puncte forte

Unele întrebări care pot fi solicitate și răspuns la încercarea de a stabili punctele tari ale unei companii sunt:

Ce avantaje are organizația? Principalul avantaj al organizației este localizarea centrală, lângă o facultate foarte dezvoltată. Acest lucru poate fi exploatat în vederea atingerii țintei propuse, anume fidelizarea clientelei tinere de clasa mijlocie din București.

Ce face compania mai bine decât oricine altcineva? Compania își propune să devină populară pe rețelele sociale, prin subiecte de actualitate, dar și prin serile tematice cu standup și karaoke. Pe lângă aceste aspecte, cafeaua se va orienta și către studenți, oferindu-le un ambient plăcut pentru studiu și acces la publicații științifice ce se vor regăsi în local.

Pe ce resurse cu cele mai mici costuri poate compania să se bazeze? Compania poate utiliza pe lângă publicitatea din presă și rețelele sociale pentru o vizibilitate mai bună în rândul potențialilor clienți și parteneriate de tip barter cu anumite companii.

În urma analizei chestionarului prezentat anterior, cafeneaua își propune ca toate băuturile pe bază de cafea la 250 ml să nu depășească media acceptată majoritar de către respondenți, prețul urmând să nu depășească pragul de 10 lei.

Puncte slabe

În ceea ce privește punctele slabe ale companiei, unele întrebări pe care compania le poate pune sunt: Ce trebuie evitat? Ce factori pot scădea vânzările?

Compania este una cu fonduri limitate, acest lucru fiind un dezavantaj, dar ce ar putea face compania să stagneze ar fi un personal neadecvat, nepoliticos, precum și un timp de așteptare al produselor prea mare. De aceea, trebuie investit în formarea unui personal care să ajute la fidelizarea clienților. De asemenea, trebuie considerate și preferințele consumatorilor, care reprezintă potențiali clienți.

Oportunități

Unele întrebări pe care compania le poate lua în considerare atunci când își analizează oportunitățile ar putea fi: Ce oportunități sunt bune? Promovare gratuită prin intermediul rețelelor sociale, prețuri mici și oferte pentru fidelizarea studenților și angajaților de la corporațiile din zonă.

De asemenea, o oportunitate care poate fi exploatată cu moderație, fără costuri suplimentare, este reprezentată de interesul activ al companiei asupra feedback-ului și necesității consumatorului de cafea. Prin chestionare precum cel făcut inițial, compania poate menține în permanență legătura cu clienții, având oportunitatea de a-și îmbunătăți produsele și serviciile în funcție de cererea clienților, crescând șansele de fidelizare a acestora.

Amenințări

Nu în ultimul rând, când o companie încearcă să-și analizeze amenințările, ar putea lua în considerare următoarele:

Cu ce obstacole se confruntă compania? Ce face concurența?

Fiind o companie proaspăt creată, aceasta are de înfruntat atât experiența concurenței, precum și popularitatea unor branduri cunoscute și frecventate de clienți precum Starbucks și 5 to go. Fiind un nume nou pe piață, clienții pot fi reticenți inițial, preferând alternativele cunoscute deja.

Modelul Porter

Unul dintre cele mai influente cadre atunci când a încercat să analizeze structura competitivă a fost creat de Porter. Michael E. Porter sugerează în instrumentul sau cadrul său că concurența într-o industrie este înrădăcinată în structura economică a industriei și că ea include mai mult decât comportamentul concurenților actuali (Hollensen, 2015).

Potrivit lui Porter, starea concurenței depinde de cinci forțe concurente: noii intrați, furnizorii, cumpărătorii, înlocuitorii, cumpărătorii și concurenții de pe piață. În combinație, aceste forțe reprezintă potențialul de profit final într-o industrie unde profitul este măsurat în termeni de rentabilitate pe termen lung a capitalului investit.

Pentru a înțelege și a folosi corect instrumentul, este important să înțelegeți că o "piață" și o "industrie" nu este aceeași. În cazul în care o industrie este un grup de companii care oferă produse care sunt substituibile aproape unul pentru celălalt, o piață este un grup de vânzători și cumpărători actuali, precum și potențiali.

Privind la cadrul Porter "Modelul portarilor cu cinci forțe", o industrie constă din toți actorii incluși în model (noii intrați, furnizori, înlocuitori, cumpărători și concurenți de pe piață) care au un interes curent sau potențial în industrie. Piața, totuși, constă doar din cumpărători și vânzători care au un interes actual sau potențial în piață. Obiectivul de a face o analiză a concurenței este ca societatea să găsească o poziție în industria în care se poate apăra fie ea cel mai eficient împotriva celor cinci forțe, fie exploatează-le în favoarea companiei.

Cele cinci forțe din modelul lui Porter adună mai multe elemente care, combinate, pot determina puterea fiecărei forțe, precum și efectul ei asupra competiției.

Concurenții de pe piață

Intensitatea concurenței sau a rivalității dintre concurenții care există deja pe piață depinde de mai mulți factori diferiți:

- Concentrarea industriei: Atunci când există mai mulți concurenți de aceeași dimensiune pe piață, concurența va fi mai intensă. În cazul de față, principalii concurenți ce trebuie să aibă în vedere sunt Starbucks și 5 to go.
- Rata de creștere a pieței: Creșterea lentă va crește intensitatea rivalității.
- Structura costurilor: Atunci când există costuri fixe ridicate, aceasta va încuraja reducerea prețurilor pentru ca întreprinderile să-și poată completa capacitatea.

Furnizorii

Costul materiilor prime și al componentelor poate avea o mare influență asupra rentabilității unei companii. Prin urmare, atunci când furnizorii au o putere de negociere ridicată, înseamnă că costurile vor fi mai mari. Puterea de negociere a furnizorilor va fi mai mare atunci când:

- Oferta este dominată de doar câteva companii și este mai concentrată decât industria pe care o furnizează.
- Furnizorii furnizează produse unice sau diferențiate sau au costuri ridicate de comutare.
- Nu sunt forțați sau obligați să se confrunte cu alte produse atunci când vinde produsele către industrie (poate că un vânzător are un monopol într-o industrie).
- Piața nu este un client important (poate că profitul din vânzarea către industrie este mai mic decât atunci când grupul de furnizori furnizează alte industrii).

Cumpărătorii

Deoarece există mulți vânzători de cafea în București, puterea cumpărătorului este mare, ceea ce înseamnă că oamenii din București pot trece de la un vânzător la altul fără costuri ridicate. Chiar dacă cafeaua furnizată de IR Kitchen Design este atent selectată și pregătită, nu este dificil pentru client să găsească același produs de la un alt vânzător.

Înlocuitori

Atunci când există o prezență de produse de substituție într-o industrie, devine mai puțin atractivă pentru a intra, deoarece produsele substitutive pot reduce profitabilitatea companiei datorită constrângerii pe care aceste produse de substituție o au asupra prețurilor. Cu toate acestea, dacă o industrie are succes și câștigă profituri mari, este mai probabil să atragă noi concurenți.

Noii concurenți vor intra apoi pe piață prin intermediul produselor substitutive pentru ca aceștia să obțină o parte din profiturile disponibile în industrie. Amenințarea produselor substitutive va depinde de:

- Este cumpărătorul dispus să înlocuiască? În caz afirmativ, amenințarea cu produse substitutive este relevantă, dacă nu amenințarea nu este relevantă.
- Prețul relativ, precum și performanța înlocuitorilor.

Participanți noi

Participanții noi pot crește gradul de concurență în industrie. Cu toate acestea, amenințarea noilor intrați depinde de barierele în încercarea de a intra pe piață. Unii dintre factorii cheie care afectează aceste bariere de intrare sunt:

- Economii de scară.
- Diferențierea produselor, precum și crearea unei identități a mărcii. Acești doi factori asigură loialitatea clienților existenți.
- Capitalul necesar pentru producție.
- costurile de schimbare - costurile de trecere de la un furnizor la altul, sunt ele ridicate / scăzute?

- Accesul la canalele de distribuție - greu / ușor de obținut?

Deoarece obstacolele ridicate la intrarea pe piață pot face o piață profitabilă și chiar imposibilă pentru noi concurenți, este important ca societățile existente să fie progresive și să încerce să ridice barierele pentru noii concurenți.

În cazul de față, compania un a întâlnit problema în contractarea furnizorilor, dar se confruntă cu identitățile de marcă ale firmelor deja existente pe piață, acest lucru putând să reprezinte un agent de încetinire a evoluției firmei.

Comportamentul cumpărătorului

Comportamentul consumatorului este studiul indivizilor sau grupurilor și procesele pe care le utilizează pentru a selecta, cumpăra, utiliza și elimina produse, servicii sau concepte pentru a-și satisface nevoile și dorințele.

Philip Kotler, 1986, a spus odată: "efortul contemporan al oamenilor de știință comportamentali în marketing este de a analiza aspecte bine definite ale comportamentului în speranța că într-o zi cineva le va pune laolaltă" (Kotler, 1968).

Potrivit Vermani și Dash, 2016, comportamentul consumatorului este studiul modului în care oamenii (persoane sau organizații) iau decizii cu privire la ceea ce cumpără, doresc, au nevoie sau acționează în privința produselor, serviciilor, experiențelor sau ideilor.

Pentru a înțelege cum comportamentul consumatorului afectează marketingul, este vital să se înțeleagă o interacțiune între diverși factori personali, psihologici și sociali:

- Factorii socialdemografici sunt printre factorii care influențează cel mai important comportamentul consumatorilor. Aceștia pot explica de ce preferințele oamenilor se schimbă de multe ori pe măsură ce viața sau situația lor se schimbă. Acestea includ variabile precum ciclul de viață, vârsta, familia, clasa socială, ocupația, situația economică, stilul de viață (activități, opinii, interese și demografie), cultura, personalitatea și conceptul de sine.
- Factorii psihologici care influențează decizia de cumpărare a consumatorului includ percepția, nevoile, memoria și atitudinile.

În prezent, managerii de afaceri trebuie să-și cunoască clienții, nevoile și logica în urma deciziei lor de a-și cumpăra produsul în locul celor ale companiilor rivale. În afară de aceasta, trebuie să se potrivească cu orice aspect al produsului de afaceri, cum ar fi publicitatea, promoțiile, post-vânzare, pentru a satisface nevoile consumatorilor.

Procesul de consum începe înainte de efectuarea achiziției. Sunt cunoscute patru etape și reprezintă procesul de cumpărare:

- 1) Realizarea a ceea ce are nevoie și dorește
- 2) Planurile de pre-achiziționare și luarea deciziilor
- 3) Achiziția efectivă
- 4) comportament post-cumpărare care poate duce la vânzări repetate.

Unii autori se referă la prima etapă ca fiind "conștiința în creștere a unei nevoi". Cu alte cuvinte, consumatorul are nevoi și din acest punct începe procesul de satisfacere a propriei nevoi. Acesta implică o apreciere a produselor și mărcilor oferite și disponibile pe piață. După studierea pieței, consumatorul alege produsul care se potrivește nevoilor sale și dorește cel mai mult. Deși procesul real de cumpărare se termină acolo, rămâne o altă etapă a consumului, comportamentul post-cumpărare, care poate duce la noi vânzări. Dacă consumatorul finalizează procesul de cumpărare menționat mai sus, comportamentul său va fi modificat și modelat de concepția lui de sine, percepția, atitudinea și personalitatea sa. În unele cazuri, pot fi prezenți și factori precum clasa sa socială, cultura și familia sa.

În procesul de cumpărare, există mai mulți factori, în afară de motivație, care influențează consumatorul să cumpere un produs. Un alt factor care merită menționat este percepția. Percepția reprezintă un factor psihologic care determină cea de-a treia etapă a procesului de cumpărare, care este decizia de cumpărare și cuprinde impresia, conștiința și conștientizarea clientului cu privire la un produs. Este de obicei afectată de reclame, medii sociale și experiențe personale.

Produsul, prețul și percepția mărcii

Percepția consumatorilor asupra produselor este influențată de marketingul implicat în publicitatea respectivului produs, cum ar fi reclamele și imaginile mărcii. În unele cazuri, nevoile consumatorului sunt satisfăcute doar din atributele bazate pe marketing; caracteristicile fizice ale produsului nu sunt nici măcar luate în considerare. Prin urmare, se poate concluziona că, atunci când este vorba de construcția de mărci, toți factorii trebuie examinați pentru a stabili efectele lor asupra percepției consumatorilor asupra societății.

Consumatorii tind să evalueze calitatea unui produs prin prețul său. Dacă consumatorilor li s-au oferit două versiuni similare ale aceluiași produs, mulți dintre ei ar merge cu una mai scumpă. Deși pare irațional, din punct de vedere economic, se poate explica cu ușurință în termeni individuali, consumatorii fiind concentrați cu privire la raportul cantitatea și calitate. Deși există consumatori care optează pentru produsul mai scump, legând calitatea de prețuri, există și consumatori care caută mereu chilipiruri sau cele mai bune oferte.

Concluzii:

"Coffee Addict" ar trebui să se concentreze asupra dezvoltării prezenței prin intermediul canalelor media sociale, în care audiența țintă sunt utilizatorii activi (cum ar fi tinerii, care petrec peste 3 ore pe zi pentru verificarea conturilor lor).

Aceasta înseamnă concentrarea pe câteva site-uri de socializare, în special pe Facebook (care reprezintă cea mai populară platformă de socializare din România) și LinkedIn. În plus, acestea sunt, de asemenea, cele mai bune locuri unde oamenii pot cere prietenilor recomandări și unde compania poate fi vizibilă.

Structura unui plan de marketing social media include următorii pași:

- Efectuarea unei analize a situației și identificarea oportunităților cheie - este primul pas în elaborarea planului - cercetarea și evaluarea mediului intern și extern. O bună planificare socială a mass-mediei începe cu cercetarea industriei și competitorilor, a categoriei de produse și a pieței de consum. Analiza situației detaliază problema actuală sau oportunitatea cu care se confruntă compania.
- Obiectivul companiei- în această etapă a procesului, planificatorul elaborează ceea ce așteaptă din strategia de social media și ce resurse umane și financiare sunt disponibile pentru a îndeplini aceste obiective. Unele obiective importante de marketing sunt: creșterea gradului de conștientizare a mărcii, îmbunătățirea reputației mărcii sau a produsului, creșterea traficului pe site sau creșterea vânzărilor.
- Să adune cunoștințe și să vizeze unul sau mai multe segmente ale consumatorului social - în acest pas al planului de marketing social trebuie să vizeze publicul într-o manieră semnificativă și relevantă. Piața țintă a mărcii este definită în termeni de caracteristici demografice, psihologice și de utilizare a produselor. Nivelul de participare al consumatorilor pe rețelele sociale, comunitățile în care aceștia sunt activi și canalele pe care le utilizează, precum și conștiința lor în comunitățile sociale joacă un rol important în această etapă a planului de strategie. Planificatorul strategic trebuie să mențină active următoarele întrebări: care este ținta principală? Cum putem descrie segmentele cheie ale acelei ținte? Din care comunități sociale fac parte consumatorii? Cum utilizează mediile sociale? Cum interacționează cu alte mărci? Răspunsurile pentru toate aceste întrebări vor fi foarte utile pentru a înțelege profilul general al pieței țintă.
- Selectați canalele și vehiculele media sociale - opțiunile mixului social media se află printre cele patru zone: dezvoltarea relațiilor în comunitățile sociale, divertismentul social, editarea socială și comerțul social. Vehiculele media ar putea include: Flickr, Facebook sau YouTube.
- Crearea unei strategii de experiență - următorul pas ar fi identificarea unei strategii de mesaj creativ. Se referă la abordarea creativă pe care o vom folosi pe parcursul întregii

campanii. Strategia ar trebui să fie adecvată pentru a atinge obiectivele campaniei. De foarte multe ori este dezvoltată dintr-un briefing creativ, care este un document care să ghideze dezvoltarea campaniei. Documentele de planificare pentru mediile sociale sunt un scurt plan de propagare pe care campania îl va atinge.

- Executarea și măsurarea campaniei - în etapa finală a strategiei de social media, planul este implementat și măsurat.

Comportamentul consumatorilor s-a schimbat în ultimii ani. Valoarea timpului a devenit importantă în viața consumatorului. Utilizarea Internetului a schimbat modul în care oamenii cumpără și comunică, favorizând o comunicare rapidă și eficientă și accesul la o gamă largă de informații de calitate. În consecință, multe aspecte ale strategiilor de marketing au fost evaluate pentru a se adapta la schimbările care au urmat în comportamentul cumpărătorilor de cumpărare. Pentru orice companie, este foarte important să se știe cum clienții lor utilizează tehnologiile. Există mai multe abordări care clasifică utilizatorii site-urilor de socializare. Brandtzæg și Heim clasifică utilizatorii în funcție de două criterii: cât de activi sunt și care este scopul utilizării site-urilor de socializare (informaționale sau de agrement).

BIBLIOGRAFIE

1. Capanu I., Anghelache C., Indicatori economici pentru managementul micro și macroeconomic: calcul prezentare, analiză, Editura Economică, București, 2000;
2. Cârstea Gh., Analiza strategică a mediului ambiant, Editura Economică, București, 2002;
3. Certo S, Management modern - Diversitatea, calitatea, etica și mediul global, Editura Teora, București, 2002;
4. Faulkner D., Bowman C., Elemente de strategie concurențială, Ed. Teora, București, 2000;
5. Lafuente, E., Driga, O. (2007). 1st Report on Entrepreneurial Activities in Romania. Centre for Entrepreneurship & Business Research. CEBR working paper series WP 01/2007;
6. Lafuente, E., Rabetino, R. (2007). Human Capital as a Determinant of Small Firms' Growth in Romania: A Quantile Approach. Centre for Entrepreneurship & Business Research. CEBR working paper series WP 03/2007;
7. Năstase C, Economia concurențială – vector al economiei moderne de piață, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2006;
8. Năstase C, Microeconomie: Concepte fundamentale, Editura Didactică și Pedagogică, București, 2009 ;
9. NICOLESCU O. (coord), Abordări moderne în managementul și economia organizației, Vol 1,2,3,4 *Managementul pe domenii de activitate*, Editura Economică, București, 2004;
10. Nicolescu O. (coord), Abordări moderne în managementul și economia organizației, Vol 1,2,3,4 *Managementul pe domenii de activitate*, Editura Economică, București, 2004;
11. Niculescu NG., Buda S., Progres tehnic – Management modern – Eficiență economică, Editura Economică, București, 2000;
12. Porter M.E., Avantajul concurențial, Ed. Teora, București, 2000.

IMPACTUL MEDIULUI EXTERN ȘI INTERN ASUPRA ÎNTREPRINDERII

Eni Tatyana Nikolaevna
Facultatea de Științe Economice
Specializarea Administrarea Afacerilor

Abstract:

De la apariția Științei Economice, omenirea a trăit de pe urma eforturilor conjugate ale științei și banului, socotite drept două surse importante ale cunoașterii și bunăstării. Astăzi, știința și spiritul antreprenorial au posibilitatea de a deveni mai apropiate ca oricând și de a se asocia într-o întreprindere care are potențialul de a ajuta omenirea să se confrunte cu provocările care o așteaptă. Fiecare dintre noi, ca viitori economisti, ar trebui să răspundem obligației morale de a face posibilă o asemenea colaborare.

In prezent mediul de afaceri este foarte complex, globalizarea și progresul tehnologic determinând schimbări rapide și profunde la nivelul tuturor ramurilor economice. Indiferent de domeniul de activitate, firmele activează într-un puternic mediu concurențial, confruntându-se cu numeroși factori de influență atât din mediul intern, cât și extern. Cunoașterea acestor factori de influență ai mediului asupra unei organizații este o condiție esențială pentru un management performant și asigurarea supraviețuirii și dezvoltării acesteia.

IMPACTUL MEDIULUI EXTERN ȘI INTERN ASUPRA ÎNTREPRINDERII "DIMIN & CO" SRL

Analiza mediului extern și intern al organizației este procesul prin care se pot determina caracteristicile cheie ale mediului intern și extern al organizației, ce pot avea un impact strategic. Performanța unei întreprinderi este influențată de capacitatea acesteia de a se integra în mediul său, de eficacitatea acțiunilor sale, de valorificarea oportunităților, de capacitatea sa de a face față situațiilor nefavorabile și riscurilor cu care se confruntă.

Analiza SWOT a companiei "Dimin & Co" SRL

Puncte forte	Puncte slabe
1. Amplasarea într-o regiune industrială 2. Sortimentul diversificat de produse comercializate 3. Calitatea înaltă a produselor 4. Imaginea bună pe piață 5. Tehnologii avansate	1. Creșterea datoriei 2. Lipsa resurselor financiare 3. Lipsa contractelor internaționale 4. Depozit mic 5. Distanța mare de la depozit la magazin
Oportunitati	Amenințări
1. Extinderea producției 2. Diversificarea modalității de comercializare a producției 3. Extinderea pe piața externă 4. Colaborări internaționale	1. Instabilitatea economică în țară 2. Concurența 3. Apariția de noi materiale de construcție (înlocuitori) 4. Restricții și impozite la importul de bunuri

Analiza PEST (factori care influențează activitatea companiei "Dimin & Co")

Factorii de analiză PEST

Politic	Economic
<ol style="list-style-type: none"> 1. Politicile de tranzacționare - 2. Legislația muncii 3. Legislația locală și internațională 4. Politica fiscală 5. Restricții de import 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diferența dintre cursul de schimb 2. Inflația 3. Rata șomajului 4. Accesul la piețe 5. Prețul pentru transport
Social	Tehnologic
<ol style="list-style-type: none"> 1. Rata migrației 2. Nivelul veniturilor 3. Percepția / preferințele consumatorului 4. Atitudinea față de cumpărarea bunurilor străine față de produsele casnice 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ciclul de viață al tehnologiilor 2. Inovații în procesele mecanice și electronice 3. Inovarea în proiectarea produselor 4. Software nou

Modificări și acțiuni pentru factorii PEST

Factori:	Schimbarea companiei	Actiuni
Politic		
Factor 1	Prețurile pentru bunurile importate vor crește	Colaborarea cu cel mai bun furnizor
Factor 2	Regulamente neactualizate	Stabilirea de norme în conformitate cu standardele
Factor 3	Lipsa de oportunități, din punct de vedere legislativ	Studierea în detaliu a legislației
Factor 4	Nivel ridicat de cheltuieli	Adaptare
Factor 5	Obstacole ce au loc în procesul de achiziție a bunurilor	Căutarea mărfurilor în alte țări
Economic		
Factor 1	Pierderi, lipsa resurselor financiare pentru plata bunurilor livrate, reduceri de prețuri	Stabilirea contractelor
Factor 2	Diferența dintre cursul de schimb	Stabilirea prețului de vânzare în funcție de cel al concurenților
Factor 3	Șomajul poate ridica impozitele federale și de stat pentru întreprinderile mici.	Oferte de munca
Factor 4	Cerere redusă	Dezvoltare continuă, promovare
Factor 5	Cheltuieli mari	Reducerea costurilor
Social		
Factor 1	Cererea redusă, forța de muncă nu este disponibilă	Colaborari cu companiile internaționale
Factor 2	Cerere scăzută, dezavantaj competitiv	Studierea cererii clienților
Factor 3	Reducerea vânzărilor	Diversificarea și extinderea sortimentului
Factor 4	Cererea redusă	Achiziționarea de bunuri pe baza nevoilor clienților

Factori:	Schimbarea companiei	Actiuni
Technologic		
Factor 1	Tendințe noi pe piață	Luând în considerare tendințele, aplicându-le
Factor 2	Sistem electronic vechi, ce poate opri procesele de lucru	Actualizarea sistemului
Factor 3	Cererea de produse inovatoare va crește	Achiziționarea de noi tipuri de bunuri
Factor 4	Modificări, progrese	Luând în considerare toate modificările apărute

Analiza principalilor factori de influență asupra activității și performanțelor firmei

În cadrul organizației "Dimin & Co", poziția de pe piață se confruntă cu probleme datorită specializării limitate într-un singur domeniu de activitate în sfera construcțiilor, ceea ce reprezintă un dezavantaj major care, într-o anumită perioadă de timp, va produce rezultate negative din cauza lipsei clienților și scăderea cererii.

- **O problemă semnificativă este scăderea cererii care apare din cauza migrării.**

Analizând situația statului în criza "resurselor umane", explicată prin emigrația excesivă, se observă că acest obiect de activitate al organizației va avea un efect negativ asupra economiei companiei datorită lipsei clienților și a lipsei necesității de a construi noi blocuri, spații de producție, depozite, magazine etc. Migrația este una dintre cele mai presante probleme cu care se confruntă Republica Moldova.

Potrivit datelor Băncii Mondiale, aproximativ 700.000 de cetățeni pleacă la muncă în străinătate, ceea ce reprezintă aproape jumătate din populația activă.

Din punct de vedere socio-economic, cel mai important efect este faptul că țara pierde populația tânără, bine instruită și muncită care va contribui la creșterea economiilor europene.

În Republica Moldova, în ultimii ani, populația țării s-a redus, prin urmare, necesitatea unor materiale de construcții a scăzut semnificativ. În timp ce numărul populației se reduce, nu numai activitatea de lucru se poate opri, dar și spațiile de construcție (blocuri de locuințe, birouri, locuri de închiriat etc.) În cazul reparațiilor, un astfel de tip de bunuri poate fi util, dar vânzările nu vor fi într-o cantitate mare.

Concurența în domeniul materialelor și accesoriilor pentru construcții este mare fiind necesară pastrarea unor standarde ridicate de calitate în vederea atragerii de noi clienți și fidelizării celor vechi.

Competitivitatea ridicată a întreprinderii este determinată de satisfacția și pregătirea consumatorilor de a cumpăra produsele acestei companii, de lipsa pretențiilor companiei, de acționari, de parteneri și de prestigiul muncii în cadrul acestei întreprinderi.

Instabilitatea politică și economică îngreunează activitatea întreprinderii

Deși autoritățile anunță o creștere economică de 4%, imaginea afacerii este sumbră în evoluția pesimistă a creditării. O parte din companii și-au limitat activitățile în așteptarea unor momente mai bune.

Puterea de cumpărare - influență importantă asupra nivelului cererii

Indicele puterii de cumpărare este venitul anual pe cap de locuitor, după deducerea impozitelor și a contribuțiilor sociale.

Evidențierea principalelor puncte slabe din cadrul societății comerciale

Nr.	Puncte slabe	Termen de comparație	Cauze	Consecințe
1.	Creșterea creanțelor și a datoriilor	În perioada studiată, în anul 2018 se înregistrează o rată ridicată a creanțelor și a	Lipsa resurselor financiare, lipsa studierii bonității clienților.	Creșterea ratei datoriei totale, reducerea mijloacelor bănești

Nr.	Puncte slabe	Termen de comparație	Cauze	Consecințe
		datoriilor.		pentru plățile către furnizori, personal și împrumuturi.
2.	Depozit mic	În anul 2019, sortimentul de produse a crescut, dar spațiul pentru depozitarea lor rămâne mic	Nu există bani disponibili	Modificări necorespunzătoare, cheltuieli suplimentare
3.	Reducerea cererii	Firma înregistrează unele fluctuații și pierderi ale clienților, în perioada studiată	Rata migrației, concurența, funcția de marketing redus	Riscul de solvabilitate, scăderea vânzărilor, creșterea cheltuielilor, riscul falimentului
4.	Diferența față de rata de schimb	Prețurile pentru bunuri au fost modificate datorită acestei diferențe	Instabilitatea economică în țară, devalorizarea monedei naționale	Reducerea prețurilor, scăderea profitului brut
5.	Politica fiscală	Au fost introduse restricții privind importul	Modificări în politici	Limitări, cheltuieli suplimentare
6.	Activități reduse de promovare	În perioada studiată, firma nu întreprinde nicio tactică de marketing pentru a promova bunuri noi dobândite	Lipsa departamentului de marketing	Cerere scăzută, probleme de concurență, fără oportunități

În ceea ce privește aprovizionare, acesta cuprinde un sortiment larg de bunuri, care dă clientului posibilitatea de a alege între mai multe opțiuni.

În ceea ce privește loialitatea clienților, de la înființarea companiei până în zilele noastre, clienții vechi au rămas în mare parte fideli, anual adăugându-se noi clienți.

Firma a doptat strategia de **diferențiere și specializare**. Diferențiere se bazează pe aprovizionarea acelor tipuri de produse care obțin o imagine bună și au o caracteristică distinctivă care o deosebește de cea a concurenților. Strategia de specializare este, de asemenea, determinată ca un factor pozitiv utilizat în procesul de afaceri, prezentat ca o activitate bazată pe concentrarea pe o piață geografică limitată și pe satisfacerea nevoilor speciale ale anumitor grupuri de clienți.

Dezavantaje majore

- lipsa resurselor financiare, care pot servi drept suport pentru dezvoltarea în continuare a activității de afaceri, prin investirea în funcția de marketing a întreprinderii, extinderea spațiului comercial și extinderea sortimentului de produse.

- cel mai vizibil dezavantaj este "vânzarea în avans", cu plata ulterioară. De obicei compania este forțată să aplice la astfel de vânzări, deoarece lucrează cu alte întreprinderi care suferă, de asemenea, din lipsă de resurse și au cumpărat bunuri în împrumut pentru a efectua lucrarea, după care o vor putea rambursa. De obicei, rambursarea nu este înregistrată și firma nu dispune de resurse financiare pentru a comanda produse noi. Indicatorii creanțelor sunt în creștere, prin urmare, influențează negativ activitatea de afaceri, deoarece acestea opresc

procesele de lucru și au o influență negativă asupra fiecărui angajat în parte, deoarece nu sunt remunerați.

- o altă **limită** este faptul că afacerile suferă de dezavantajul comerțului sezonier, procesele de construcție sunt oprite din cauza condițiilor meteorologice, în acest moment se observă o scădere semnificativă, dar datorită lucrărilor de reparații, anumite produse sunt la cerere, prin urmare produsele sunt de vânzare, dar nu într-o cantitate mare.

Sinteza principalelor aspecte pozitive și negative determinate la nivelul firmei

Aspecte pozitive	Aspecte negative
1) Management eficient în cadrul organizației	1) Creșterea ratei creanțelor, care limitează posibilitatea de a investi fondurile disponibile
2) Personal calificat administrat de directorul comercial	2) Lipsa inovațiilor, fapt care nu promovează compania
3) Sortimentul diversificat care furnizează bunuri în funcție de nivelul veniturilor	3) Funcția de marketing redus nu oferă nici o șansă
4) Locația întreprinderii în regiunea industrială a orașului	4) Lipsa spațiului în depozit pentru depozitarea mărfurilor suplimentare
5) Colaborarea cu firma autohtonă care oferă oportunități de dezvoltare	5) Competiția puternică poate fi un obstacol major în calea funcționării continue
6) Prezența planurilor pe termen scurt, care sunt stipulate de conducerea companiei, pentru a îndeplini toate sarcinile	6) Indicatorii slabi de performanță ne arată pierderile companiei
7) Clienții fideli	7) Lipsa planurilor pe termen lung

În timp ce efectuăm o analiză a întreprinderii și o analiză a performanței prin metode de evaluare a mediului de afaceri, situația generală este văzută ca una pozitivă, dar cu oportunități și necesități limitate de a investi și restructura procesele de afaceri pentru a îmbunătăți și a dezvolta aspectul economic și financiar al întreprinderii. Aspectele negative sunt determinate de prezența datoriilor și a ratei ridicate a creanțelor care reduc în mod semnificativ suma de bani disponibili destinată activității de investiții.

De asemenea, după analiză, situația generală arată că cifra de afaceri a activelor a înregistrat o valoare scăzută, din cauza înghețării stocurilor, este necesară revizuirea stocului și alocarea eficientă a resurselor. În plus, indicatorii de rentabilitate sunt scăzuți, dar înregistrează încă valori optime. Prin metode de evaluare bazate pe analiza factorilor interni și externi ai întreprinderii, putem ajunge la concluzia că firma are părți pozitive care își mențin încă poziția pe piață, astfel de părți pot fi descrise ca: sortiment diversificat, locație convenabilă, personal calificat, calitate dar există și unele aspecte negative care limitează oportunitățile companiei, acestea fiind: lipsa resurselor financiare datorate ratei ridicate a creanțelor, datoriilor și lipsei de spațiu în depozit. Cel mai important factor care prezintă deficiența majoră este concurența puternică.

Concluzii

Factorii externi, împreună cu factorii mediului intern, au o influență decisivă asupra funcționării organizației. Toate variabilele sunt strâns legate între ele și se afectează reciproc. Analiza mediului intern și extern este foarte importantă pentru dezvoltarea strategiei organizației și este o desfășurare foarte complexă, care necesită o monitorizare atentă a proceselor care au loc în mediu, evaluarea factorilor și stabilirea legăturii dintre factori și acele puncte forte și puncte slabe ale organizației, precum și oportunitățile și amenințările

mediului extern. Evident, fără să se știe ce se întâmplă în mediul extern și fără a-și dezvolta partidele interne competente, compania își va pierde foarte curând avantajul competitiv și poate pur și simplu să dispară de pe piață.

Prin urmare, managerul ar trebui să fie capabil să analizeze toți acești factori împreună, să nu lipsească vreuna din opiniile lor și să ia decizia corectă. Abilitatea de a identifica și de a analiza elementele organizației și factorii externi, este cheia succesului firmei. Având în vedere cele de mai sus, se poate concluziona că singura opțiune corectă pentru comportamentul societății de a obține o funcționare eficientă pe termen lung și o dezvoltare reușită, este de a acorda o atenție sporită implementării analizei mediului extern și intern. Aceasta presupune efectuarea unei analize cuprinzătoare, care poate fi efectuată utilizând metodele de mai sus, care oferă o imagine destul de clară și obiectivă asupra poziției competitive a companiei. Numai în această condiție putem conta pe eficacitatea deciziilor de gestionare strategică și operațională. De asemenea, se poate concluziona că relația dintre firmă și mediul înconjurător este o legătură inversă, compania este influențată de mediul înconjurător prin multitudinea elementelor componente, însă mediul este influențat de fiecare companie prin intermediul bunurilor materiale și al serviciile pe care le efectuează.

Orice companie, indiferent de mărimea acesteia sau de alte caracteristici, este afectată într-o anumită măsură de schimbările din mediul său. Întrebarea fundamentală este de a înțelege modul în care mediul influențează un agent economic și, mai ales, cum o va face în viitor. Studiul mediului de afaceri este probabil cel mai frecvent subiect de discuție, deoarece înțelegerea și pătrunderea corectă în structura sa și mecanismul acțiunii sale contribuie la avansarea și prosperitatea în viitor a acestei sau acelei organizații. Studiind și analizând situația financiară și economică a întreprinderii, este clar să înțelegem unde se confruntă problemele societății și cum influențează nivelul de performanță al indicatorilor financiari.

Fiecare modificare indică rezultatul pozitiv sau negativ obținut de firmă după o perioadă lungă de activitate, prin intermediul căruia putem vedea dinamica și modificările din declarația companiei, astfel încât vom putea să arătăm situația actuală a companiei și oportunitățile de dezvoltare ulterioară.

De asemenea, prin aplicarea eficientă a metodologiilor de evaluare a mediului de afaceri, putem determina factorul principal care afectează în cea mai mare parte întreaga întreprindere, în plus, firma poate fi comparată cu cei mai puternici concurenți, pentru a găsi principalele deficiențe ale afacerii și cel mai important punct este faptul că mediul de afaceri este analizat în detaliu, pentru a identifica poziția firmei cu determinarea strategiei celei mai potrivite pentru îmbunătățirea activității companiei.

Cunoașterea caracteristicilor și mutațiilor în structura mediului extern este o condiție fundamentală a satisfacției cantitative și calitative a unei anumite categorii de nevoi de către întreprindere, nevoile și diversificarea în creștere, care trebuie să susțină dezvoltarea unor strategii științifice realiste și bine fundamentate.

Odată ce mediul companiei este studiat și cercetat suficient, este timpul să se realizeze toate punctele forte și potențialul uman de a găsi tehnici și metode strategice adecvate pentru a concura pe piață cu principalii concurenți și a câștiga poziția de lider prin: alocarea eficientă a resurselor, implementarea corectă a strategiei alese, dezvoltarea continuă și avansarea firmei, promovarea prin intermediul activităților de marketing și analizarea noilor tendințe apărute pe piață, pentru a demonstra eficiența forțelor aplicate.

Fiind un sistem complex și dinamic, companiile se află sub influența modificărilor continue ale mediului de afaceri. Procesul de realizare a unor acțiuni semnificative de a concura este decisiv în activitatea de succes a companiei. Prin urmare, este important să se găsească mai multe metode și tehnici strategice pentru depășirea problemelor care se referă la cererea scăzută și la concurența puternică, pentru a obține un avantaj competitiv după implementarea corectă a acestora.

În cadrul organizației “ DIMIN & CO “ , poziția pe piață întâlnește probleme din cauza specializării limitate la un singur domeniu de activitate în sfera construcției, acesta

reprezentând un dezavantaj major , care peste un timp va produce rezultate negative în urma lipsei clienților și scăderii cererii. Obiectul de activitate al firmei care se bazează pe materiale de construcție, constituie un fundament pentru dezvoltarea și implicarea a mai multor domenii de activitate și cooperarea cu mai multe business-uri. Acest domeniu formează un început pentru: design, procesul de producție, deschiderea unor noi magazine și alte activități care derivă din necesitățile indivizilor. Analizând situația statului, care se află în criza de "resurse umane" explicându-se prin emigrarea excesivă, se constată faptul că acest obiect de activitate al organizației va avea un efect negativ în economia firmei, din cauza lipsei clienților și lipsei necesității de a construi noi blocuri locative, spații de fabricare a produselor, depozite, magazine, etc. La fel și concurența, ea își are rolul său important în existența firmei. Lupta pentru obținerea unui loc avantajos pe piață prevede un efort maxim și o strategie efektivă în scopul atingerii obiectivelor sale. În economia de piață, întreprinderile își desfășoară activitatea în condițiile unei puternice competiții, atât pe piața internă, cât și pe cea externă. Pentru a putea realiza obiectivele propuse, firma trebuie să-și desfășoare activitatea pe baza unor strategii economice bine fundamentate sub raport tehnic și economic.

Pe baza analizei prin metode aplicate de evaluare a mediului de afaceri, se propun o serie de măsuri în vederea îmbunătățirii activității și consolidării poziției de piață

Se propune adoptarea unei strategii de consolidare a poziției pe piață în care compania face tot posibilul pentru a câștiga cele mai bune poziții cu acest produs, pe această piață. Pentru a implementa această strategie, sunt necesare eforturi mari de marketing. Punerea în aplicare a acestei strategii permite, de asemenea, punerea în aplicare a așa-numitei "integrări orizontale", în care societatea încearcă să stabilească controlul asupra concurenților săi.

Pentru a urma acest tip de strategie este necesară *promovarea produsului prin intermediul marketingului agresiv*. Publicitatea vizuală a produselor și a companiei în sine:

- **banner mare** sau imagini de pe suprafața blocului, sub forma unor imagini sau sloganuri, care vor atrage potențiali cumpărători din afară;

- instalarea unor **indicatoare** care indică locația exactă a magazinului și va arăta cât de departe de indicator este situat;

- publicitate pe **internet**, prin apel la ajutorul companiilor de publicitate;

- plasarea de **broșuri** de publicitate pe stâlpi, garduri și stații de autobuz;

- distribuirea de **pliante** cu publicitate în locurile aglomerate;

Extinderea pe piața internațională a activității de comercializare a produselor și studierea posibilităților de producție în țările limitrofe.

Informatizarea proceselor de producție și comercializare va contribui la creșterea eficienței întregii activități. Extinderea comerțului electronic constituind o necesitate alături de deschiderea și a altor magazine proprii și sporirea numărului de distribuitori cu care lucrează firma.

Introducerea sistemelor informaționale de asistare a deciziilor constituie un instrument deosebit de util pentru managementul firmei.

-In domeniul Resurselor umane, care necesită căutarea unor specialiști în domeniul construcțiilor și marketingului, care vor ajuta managementul companiei să investească în direcția corectă și în cel mai optimal mod, de asemenea, să promoveze produse pentru a câștiga un loc bun pe piață , alături de concurenții puternici, pentru a reuși în toate încercările care, în cele din urmă, pot aduce rezultate strălucitoare companiei.

- Studierea mai atentă a tendințelor înregistrate pe piața materialelor de construcții și a tehnologiilor de producție din acest domeniu

Pentru a putea crește veniturile și a diminua influența negativă a factorilor de mediu, după parerea mea, întreprinderea ar trebui să se focalizeze pe creșterea flexibilității și adaptabilității companiei în raport cu mediul. Colaborarea dintre membrii management-ului firmei, constituie un factor important în prosperitatea companiei și în combaterea impactului negativ a factorilor de mediu. De-aceia, ar trebui să se pună un mare accent pe relația dintre angajați.

BIBLIOGRAFIE:

- Dima. I. C. - Economia si gestiunea firmei, Ed.Economica, Bucuresti, 1999, p.53-57;
- Nicolescu. O - Management, Ed. Economica, Bucuresti, 1995, p. 60-68;
- Nistorescu T., Constantinescu D., Economia întreprinderii, Editura Universitaria, Craiova, 2009. p 45;
- А.Н.Петрова. Стратегический менеджмент. Питер. 2005г, Глава 9 , - 403 с. Ranking;
- Арутюнова Д.В. ,Стратегический менеджмент , Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 80 с; 130 с; 132 с pest swot;
- Виханский ОС, Наумов А И- Менеджмент: Учебник - 3-е изд - М: Гардарики, 2003, 80 с. strategii;
- Гласс Дж., Стэнли Дж. Статистические методы в педагогике и психологии. М.: Прогресс. 1976. - 496 с. – linear regression;
- Джоан Магретта. Ключевые идеи. Майкл Портер — М.: «Манн, Иванов и Фербер», 2013. — 272 с;
- ПРОТАСОВ. Д.В. Теория и практика применения технологии бенчмаркинга для улучшения качества деятельности организации Тамбов .Издательство ТГТУ .2009, 5 с;
- LEGE Nr. 135 din 14.06.2007privind societățile cu răspundere limitată,Monitorul Oficial Nr.127-130,art Nr.548,data intrării în vigoare la 17.11.2007;
- LEGE Nr. 845 din 03.01.1992cu privire la antreprenoriat și întreprinderi, Nr 845 – XXI din 03.01.1992,Monitorul Parlamentului Nr.2, art.33, la data de 28.02.1994;
- Power branding, <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/pest/example/>, UNIMEDIA, <http://unimedia.info/stiri/infografic-cum-influenteaza-migratia-asupra-dezvoltarii-comunitatilor-din-republica-moldova-65977.html>;
- Site-ul de știri Agora, <http://agora.md/stiri/27081/gfk-r--moldova-ocupa-penultima-pozitie-in-europa-dupa-puterea-de-cumparare--in-2016>;
- Numbers, <https://numbers.md/info/banners/standard>, Publicitate exterioră în Chișinău, <http://outads.srl/ro>;
- Jurnalul de Economie din Moldova, <http://www.businessclass.md/info/advertising>, Conference centre, [http://congress.md/ru/?gclid=EAIaIQobChMIodrQhdql2wIV1oKyCh2T6wrLEAAYA SAAEgJAgvD_BwE](http://congress.md/ru/?gclid=EAIaIQobChMIodrQhdql2wIV1oKyCh2T6wrLEAAYA SAAEgJAgvD_BwE;),;
- Medium, <https://medium.com/nuidea/beyond-the-sales-funnel-8347e99a84f2>.

BILANȚUL CONTABIL SI PREZENTAREA POZIȚIEI FINANCIARE LA S.C. CRIS STYLE IMPEX S.R.L.

Niculina Țăpoi

Facultatea de Științe Economice

Specializarea Contabilitate și Informatică de Gestiune

Abstract:

Problema gestionării și administrării societății, indiferent de obiectul de activitate și de scopul propus este complexă. Aprecierea diferențelor de performanță și poziție financiară depind de natura societății, de sistemul instrumentelor utilizate în gestionarea patrimoniului.

Deciziile economice care sunt luate de utilizatorii situațiilor financiare necesită evaluarea capacității unei societăți de a genera numerar sau echivalente ale numerarului și a perioadei și siguranței generării lor. În ultimă instanță de aceasta depinde, de exemplu, capacitatea ei de a-și plăti angajații și furnizorii, de a plăti dobânzi, de a rambursa credite și de a realiza programele administrative.

Lucrarea reprezintă bilanțul contabil, împreună cu celelalte documente de sinteză anuale, care are rolul de a generaliza periodic datele contabilității curente și de a stabili pe această cale o serie de indicatori economico-financiar, ceea ce îi conferă caracterul de model contabil și informațional, dar și model de gestiune a valorilor materiale și bănești delimitate patrimonial. El furnizează informații de reflectare și control asupra relațiilor de echilibru privind starea și mișcarea patrimoniului.

BILANȚUL CONTABIL SI PREZENTAREA POZIȚIEI FINANCIARE LA S.C. CRIS STYLE IMPEX S.R.L.

S.C. CRIS STYLE IMPEX S.R.L. cu sediul în București, str. Știrbei Vodă nr. 150, sector 1, CUI RO1598841, înregistrată la Registrul Comerțului din București sub nr. J40/24097/1992, este o societate cu capital privat 100% românesc, are ca obiect principal de activitate comerț cu neridicată specializat pentru produse neclasificate în altă parte și produse fără o specializare particulară respectiv podoabe, cadouri, decorațiuni pentru diverse ocazii, sărbători, articole pentru sărbătorile de iarnă, pomul de Crăciun, Paști, aniversări, mobilier gradină, articole grădinarit, flori și plante naturale de interior și exterior, semințe, bulbi, articole ceramică și altele..

Aflată de peste 26 ani pe piața românească, compania noastră deține o vastă experiență în domeniul comercializării plantelor de interior și exterior, bulbilor și semințelor și a unei variate game de unelte și accesorii de grădină, mobilier, ceramică, fiind totodată cel mai mare importator pentru decorațiuni și brazi de Crăciun, articole pentru diverse sărbători.

Sediul companiei și show-room-ul de prezentare sunt reunite în cadrul unui Garden Center – CRIS GARDEN situat în Otopeni, pe Drumul Național 1 pe o suprafață de peste 18.000 mp, cu unul dintre cele mai mari magazine în domeniu pe o întindere de 2.000 mp.

Calitatea produselor este garantată de parteneriatele internaționale directe create de-a lungul unui deceniu de activitate în domeniu, cu companii consacrate din țări ca Italia, Spania, Olanda, pentru plante, semințe și bulbi, și țări din Asia cum sunt China, Thailanda pentru podoabe, cadouri, decorațiuni pentru diverse ocazii, sărbători, articole pentru sărbătorile de iarnă, pomul de Crăciun, Paști, aniversări, mobilier gradină, articole grădinarit CRIS STYLE IMPEX fiind importator direct și distribuitor al produselor prezentate.

Printre clienții societății se numără METRO CASH & CARRY ROMANIA, REAL HYPERMARCHE, AUCHAN ROMANIA, LEROY MERLIN ROMANIA, CARREFOUR ROMANIA, ROMANIA HYPERMARCHE (CORA), MEGA IMAGE precum și alți clienți individuali.

Spațiul de depozitare și anexele speciale necesare unui ambient potrivit plantelor în diferite sezoane ocupă de asemenea peste 5.000 mp, un spațiu în suprafață de 2.000 mp fiind alocat și prezentării articolelor pentru sărbători, decorațiuni și brazi. De asemenea pentru întreținerea plantelor societatea mai deține o seră în Sinaia.

Pentru transportul mărfurilor către lanțurile de magazine și clienți, societatea deține un parc auto dotat cu 8 autovehicule.

S.C. CRIS STYLE IMPEX S.R.L. a implementat și menține în prezent un Sistem de Management al Calității care îndeplinește cerințele standardului ISO:9001:2015.

Combinatia optimă „calitate performanță-preț” au atras clienți importanți și încheierea de noi contracte.

În ultimii trei ani societatea a înregistrat o cifră de afaceri medie de 15.660.000 lei (3.510.000 euro).

În anul 2018 societatea S.C. CRIS STYLE IMPEX S.R.L. a avut un număr mediu de 37 salariați, pentru care a achitat salarii în sumă de 1.114.949 lei și tichete de masă în sumă de 76.140 lei iar cheltuielile cu asigurări și protecție socială în sumă de 26.093 lei.

Asociații nu au beneficiat de credite, iar avansuri au ridicat numai pentru cheltuieli de deplasare în limita plafoanelor legale.

Obligațiile către Bugetul statului, bugetul asigurărilor sociale, bugetul fondurilor speciale au fost calculate și virate conform prevederilor legale.

Ritmul de creștere al companiei se bazează pe muncă, profesionalism, responsabilitate și mai ales prin calitatea produselor oferite clienților noștri.

Tratamente și metode contabile utilizate de Cris Style Impex S.R.L.

Contabilitatea S.C CRIS STYLE IMPEX S.R.L. este condusă după reglementările contabile românești, armonizate cu normele europene. În cadrul societății activitățile ce țin de domeniile financiar, contabilitate, salarii, reconcilierea stocurilor se desfășoară într-un singur compartiment condus de contabilul șef. Compartimentul financiar-contabil are atribuțiuni multiple și relații cu toate celelalte compartimente din cadrul societății. Relațiile cu celelalte compartimente sunt atât de intrare, cât și de ieșire. La sfârșitul exercițiului financiar întocmește toate situațiile financiare (bilanț, cont de profit și pierdere, situația fluxurilor de trezorerie, situația modificărilor capitalului propriu, politicile și notele contabile explicative). De asemenea ține cont de următoarele principii contabile:

Principiul prudenței. Toată activitatea de evidență, evaluare și raportare contabilă este realizată pe o baza prudentă, valoarea fiecărui este determinată de acest principiu, pentru a evita supraevaluarea rezultatului. Pentru a respecta acest principiu, firma ține seama de:

- ajustările de valoare datorate deprecierei stocurilor;
- datoriile previzibile și de pierderile potențiale;
- veniturile și profiturile recunoscute până la data încheierii exercițiului financiar.

Principiul continuității activității. Acest principiu este sau cel puțin se încearcă a fi respectat de CRIS STYLE IMPEX S.R.L. care nu intenționează să își încheie activitatea în viitorul apropiat, iar situațiile financiare sunt întocmite pe baza acestui principiu.

Principiul independenței exercițiului. Firma ține cont de toate cele patru aspecte ale acestui principiu:

- *independența exercițiului* (societatea înregistrează în gestiunea economico-financiară doar veniturile și cheltuielile aferente exercițiului curent);
- *contabilitatea de angajamente* (în gestiunea firmei sunt cuprinse toate veniturile și cheltuielile corespunzătoare exercițiului financiar);
- *realizarea veniturilor* (veniturile firmei sunt recunoscute doar în momentul realizării unei tranzacții cu un client);
- *conectarea veniturilor la cheltuieli.*

Principiul intangibilității bilanțului de deschidere. Acest principiu este respectat de firma CRIS STYLE IMPEX S.R.L., iar soldurile finale ale exercițiului financiar trecut reprezintă soldurile inițiale ale situațiilor financiare ale exercițiului curent.

Principiul permanenței metodelor. Firma este atentă în aplicarea metodelor de evaluare și amortizare de la un exercițiu financiar la altul.

Principiul necompensării. Firma nu compensează elemente de activ cu elemente de datorii sau elemente de venituri cu elemente de cheltuieli, însă efectuează compensări între creanțe și datorii față de același agent economic, prin emiterea unor *ordine de compensare*.

Evaluarea situației economice

Situațiile financiare au fost redactate în conformitate cu politicile contabile aplicabile la data de 31.12.2018. Administratorul firmei, își asumă răspunderea pentru întocmirea situațiilor financiare anuale și confirmă că situațiile financiare anuale oferă o imagine fidelă a poziției financiare, performanței financiare și a celorlalte informații referitoare la activitatea desfășurată.

➤ Situația rezultatului global

Venituri și cheltuieli

În categoria veniturilor se includ atât sumele sau veniturile încasate sau de încasat în nume propriu din activități curente, cât și câștigurile din orice alte surse.

Cheltuielile firmei reprezintă valorile plătite sau de plătit pentru:

- consumul de stocuri, lucrări executate și servicii prestate de care beneficiază unitatea;
- cheltuieli cu personalul;
- executarea unor obligații legale sau contractuale etc

Venituri

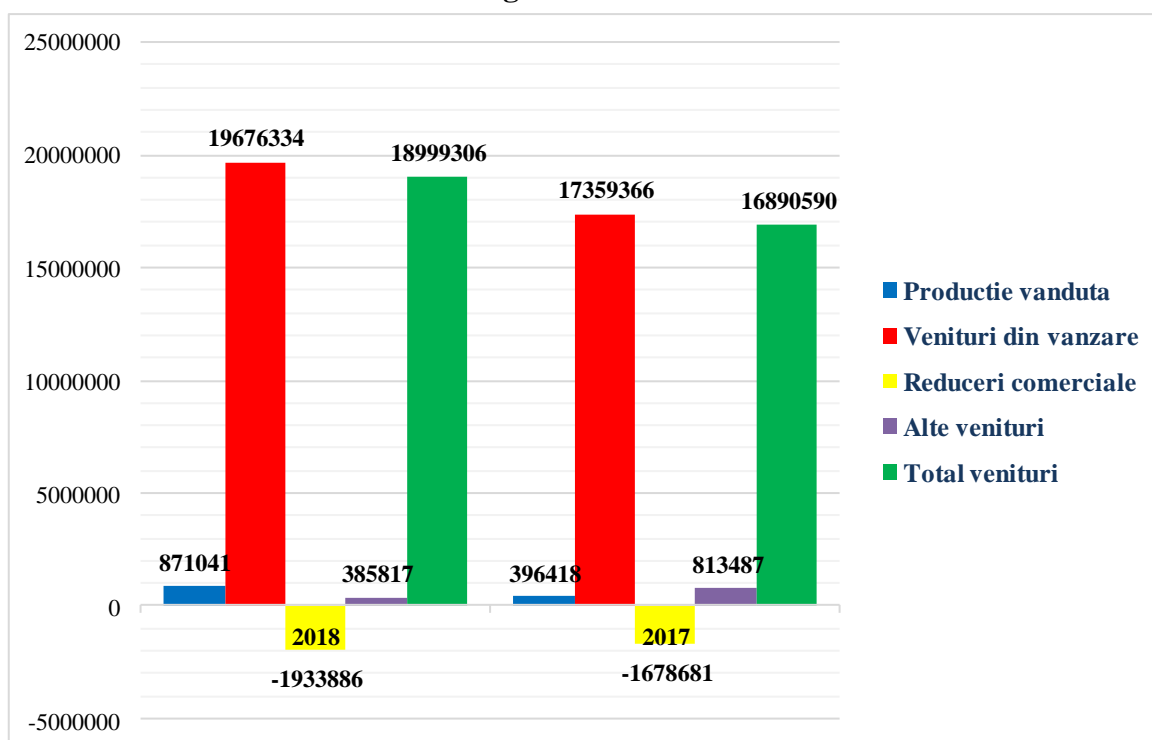
Veniturile societății Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 au evoluat conform tabelului următor:

Tabel 1 – Venituri

- lei -

An	2018	2017
Producția vândută	871.041	396.418
Venituri din vânzarea mărfurilor	19.676.334	17.359.366
Reduceri comerciale acordate	-1.933.886	-1.678.681
Alte venituri	385.817	813.487
Total venituri	18.999.306	16.890.590

Fig. 1 – Venituri



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Cheltuieli

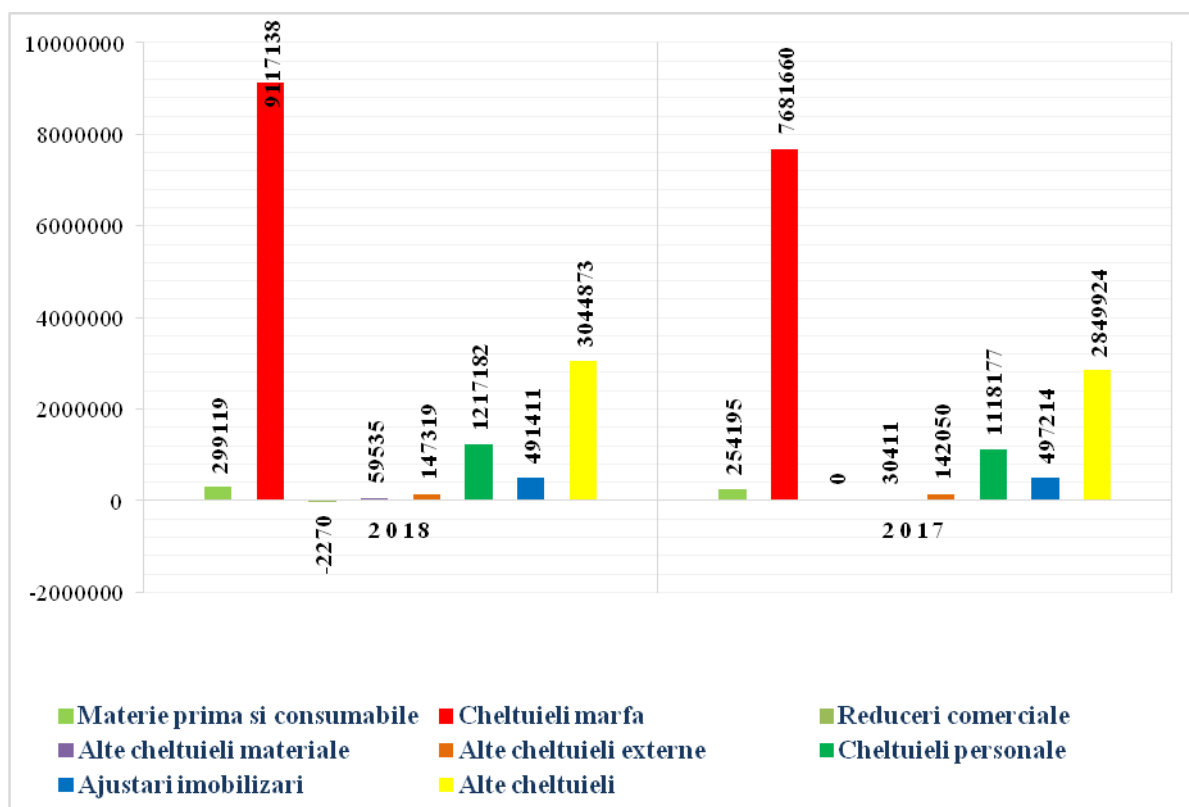
În perioada 2017 – 2018 în cadrul societății Cris Style Impex S.R.L. la capitolul cheltuieli au avut loc o serie de modificări conform tabelului următor:

Tabel 2 – Cheltuieli

- lei -

	2018	2017
Materie primă și consumabile	299.119	254.195
Cheltuieli privind mărfurile`	9.117.138	7.681.660
Reduceri comerciale primite	-2.270	-
Alte cheltuieli materiale	59.535	30.411
Alte cheltuieli externe (cu energie și apa)	147.319	142.050
Cheltuieli cu personalul	1.217.182	1.118.177
Ajustări de valoare privind imobilizările corporale	491.411	497.214
Alte cheltuieli	3.044.873	2.849.924
Total cheltuieli	14.374.307	12.573.631

Fig. 2 – Cheltuieli



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Venituri și cheltuieli financiare

Venitul financiar este alcătuit din veniturile din dobânzi și venituri din diferențe de curs valutar.

Cheltuielile financiare sunt alcătuite din cheltuielile cu dobânzile și cheltuieli din diferențe de curs valutar.

Veniturile și cheltuielile financiare ale societății Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 se prezintă astfel:

Tabel 3 – Venituri si cheltuieli financiare

An	2018	2017
Venituri din dobânzi	805	353
Venituri din diferențe de curs valutar	365.284	135.946
Venituri financiare	366.089	136.299
Cheltuieli privind dobânzile	-	-3.436
Cheltuieli din diferențe de curs valutar	-243.659	-467.723
Cheltuieli financiare	-243.659	-471.159
Rezultat net	122.430	-334.860

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Nu există creanțe sau datorii, respectiv venituri și cheltuieli care să fi fost evidențiate într-o monedă străină.

În anul 2018 firma a realizat o cifră de afaceri în sumă de 18.613.489 lei, cu 2.536.386 lei mai mare decât în anul 2017 (16.077.103 lei), iar veniturile totale din exploatare au fost în suma de 18.999.306 lei, realizate din vânzarea de marfă și prestări servicii (închirieri spații,

plante și transport) și vânzare auto, pe venituri este o creștere față de anul 2017 de 2.108.716 lei.

Corespunzător acestor venituri s-au înregistrat cheltuieli din exploatare în suma de 14.374.307 lei reprezentând:

- cheltuieli marfă –	9.114.868 lei
- cheltuieli materiale –	358.654 lei
- cheltuieli energie, gaze –	147.319 lei
- cheltuieli personal (salarii, tichete masa, asigurări și protecție ocială) –	1.217.182 lei
- asigurări RCA + CASCO –	37.625 lei
- chirii spații și utilaje –	362.758 lei
- cheltuieli întreținere și reparații –	53.312 lei
- cheltuieli transport –	193.927 lei
- cheltuieli reclamă –	233.890 lei
- cheltuieli servicii bancare –	59.129 lei
- alte chel. efectuate de terți (service auto, servicii marketing, internet, etc.) –	1.558.149 lei
- cheltuieli poștă, telefonie –	20.871 lei
- sponsorizare –	5.000 lei
- amenzi, majorări, penalizări –	10.037 lei
- cheltuieli protocol –	25.709 lei
- amortizare, imobilizare –	491.411 lei
- cheltuieli impozite și taxe locale, taxe drum, TAV –	222.301 lei
- cheltuieli comisioane și onorarii –	1.060 lei
- cheltuieli deplasare –	137.486 lei
- cheltuieli perisabilități și deprecieri –	52.200 lei
- cheltuieli active cedate –	71.419 lei

Rezultatul exercițiului din exploatare înregistrat la data de 31.12.2018 a fost de 4.624.999 lei.

Din activitatea financiară s-a înregistrat un profit de 122.430 lei reprezentând diferențe de curs valutar.

Pe total activitate, firma, la finele anului 2018 a realizat un profit brut de 4.747.429 lei, iar cheltuiala cu impozitul pe profit a fost 794.640 lei, rezultând un profit net de 3.952.789 lei care a rămas nerepartizat conform Adunării Generale a Asociaților.

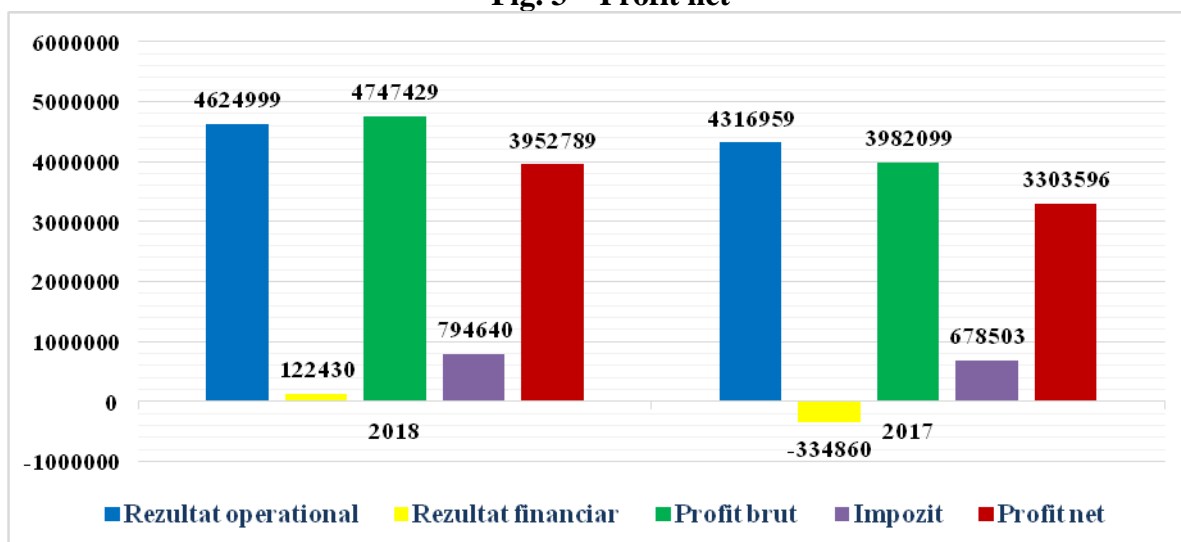
Profit net

Profitul net al firmei Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 reprezintă o creștere de aproximativ 11,97% și se prezintă astfel:

Tabel 4 – Profit net

	2018	2017
Rezultat operațional	4.624.999	4.316.959
Rezultat financiar	122.430	-334.860
Profit brut	4.747.429	3.982.099
Impozitul pe profit	794.640	678.503
Profit net	3.952.789	3.303.596

Fig. 3 – Profit net



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Evoluția activelor circulante extrase din bilanțul financiar

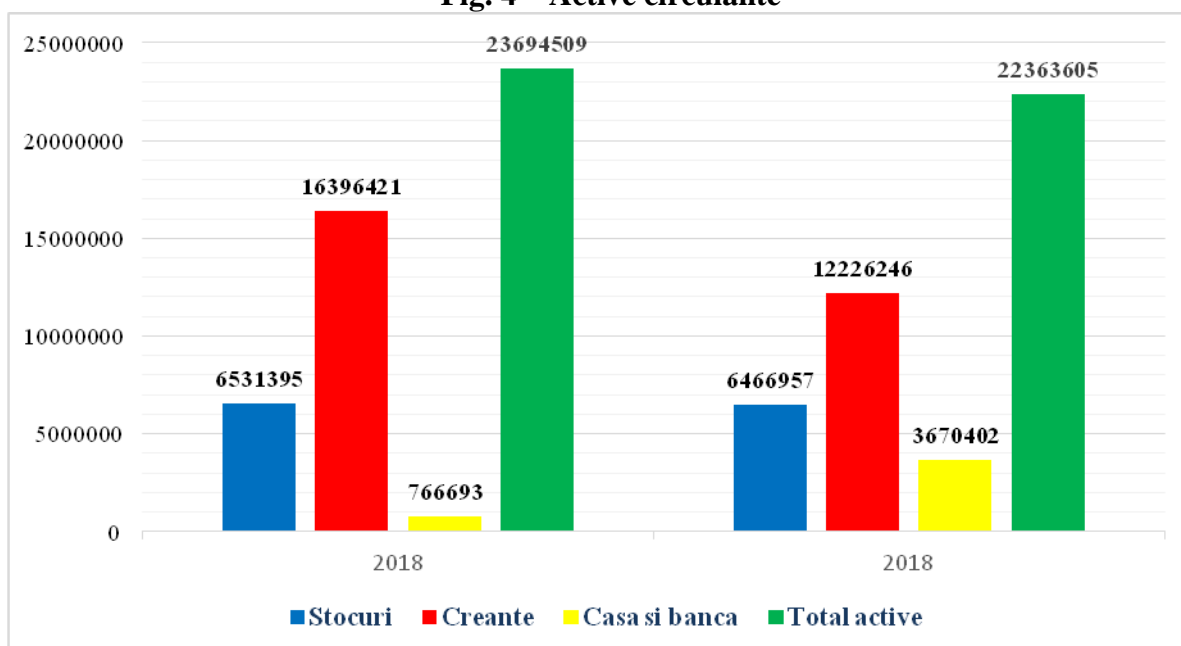
Evoluția activelor circulante ale societății Cris Style Impex S.R.L. în perioada 2017 – 2018 au evoluat conform tabelului următor:

Tabel 5 – Active circulante

- lei -

An	2018	2017
Stocuri	6.531.395	6.466.957
Creanțe	16.396.421	12.226.246
Casa și conturi la bănci	766.693	3.670.402
Total active circulante	23.694.509	22.363.605

Fig. 4 – Active circulante



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

➤ **Situația privind lichiditățile**

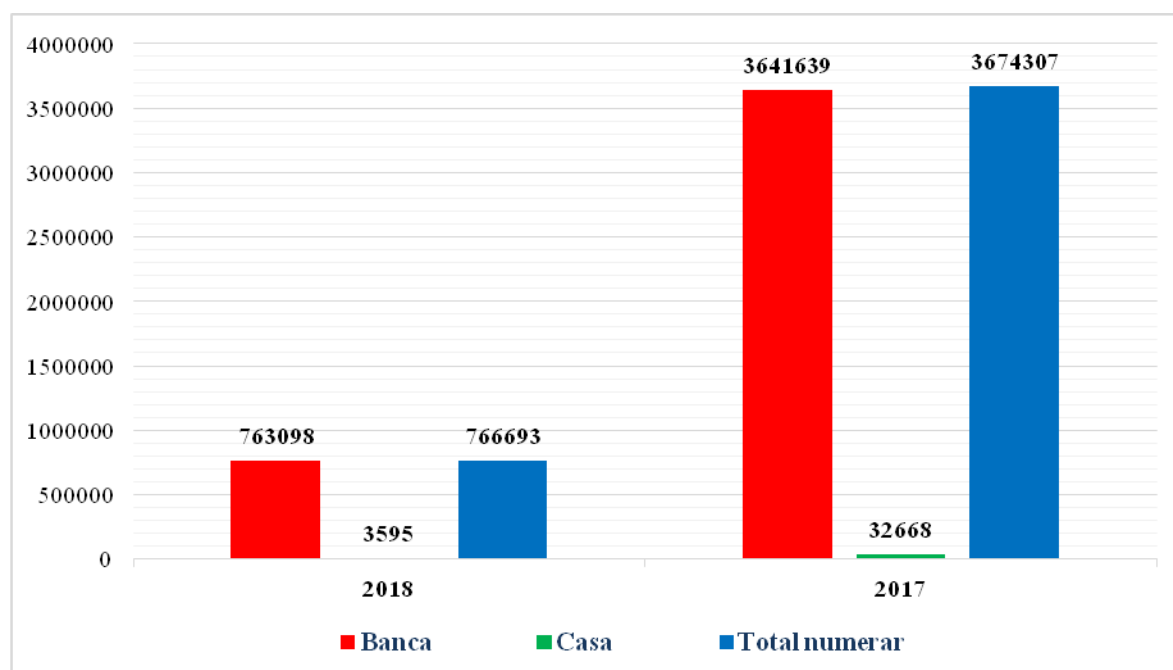
Situația lichidităților ale firmei Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 se prezintă astfel:

Tabel 6 – Situația lichidităților

- lei -

	2018	2017
Numerar în bancă	763.098	3.641.639
Numerar în casă	3.595	32.668
Total numerar	766.693	3.674.307

Fig 5 – Situația lichidităților



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Analiza rezultatului din exploatare

Analiza rezultatului din exploatare al firmei Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 se prezintă în următorul tabel:

Tabel 7 – Rezultat din exploatare

- lei-

Indicator	Anul 2018	Anul 2017
0	2	1
1. Cifra de afaceri netă	18.613.489	16.077.103

Indicator	Anul 2018	Anul 2017
0	2	1
2. Costul bunurilor vândute și al serviciilor prestate	9.351.385	7.866.884
3. Cheltuielile activității de bază	9.351.385	7.866.884
4. Cheltuieli activități auxiliare	-	-
5. Rezultatul brut aferent cifrei de afaceri nete (1-2)	9.262.104	8.210.219
6. Cheltuielile de desfacere	2.792.438	2.612.602
7. Cheltuielile generale de administrație	2.230.484	2.094.145
8. Alte venituri din exploatare	385.817	813.487
9. Rezultat din exploatare (6-7-8+9)	4.624.999	4.316.959

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

➤ Situația poziției financiare

În 2018 activele imobilizate sunt în valoare de 24.077.372 lei, înfățișând 16,93% din total active, iar în 2017 valoarea activelor era de 24.147.854 lei, reprezentând 15,32% din totalul activelor.

În anul 2017 stocurile erau în valoare de 6.466.957 lei, iar în 2018 au crescut cu aproximativ 9,9% și a ajuns la 6.531.395 lei.

Activele curente, în anul 2017 erau în valoare de 37.010.000 lei, iar în anul 2018 valoarea acestora cresc la 40.761.178 lei.

La sfârșitul exercițiului financiar aferent anului 2018, datoriile comerciale se prezentau în valoare de 8.985.620 lei, semnificând o scădere de 12,74% față de anul 2017.

Lichiditatea imediată calculată ca și raport între diferența între active curente și stocuri și datorii curente, în 2017 a fost de 0,27, în timp ce în anul 2018 aceasta a prezentat o creștere de până la 0,44.

Evaluarea activității privind managementul riscului

Activitatea unei firme poate fi afectată prin natura factorilor de risc care sunt prezenți în situații interne sau externe, stârnind efecte opuse celor așteptate.

În funcție de capacitatea prevenirii sau micșorării riscurilor de către firmă, acestea sunt alcătuite din trei categorii fundamentale:

- **Riscuri sistemice** – riscuri generate de schimbarea evenimentelor politice și economice care are ca influență obiectivă asupra tuturor activităților dintr-o economie.
- **Riscuri asistemice** – riscuri care dăunează numai anumitor piețe sau societăți.
- **Riscuri financiare** – nivelul de nesiguranță privind obținerea veniturilor viitoare la care se așteaptă societatea.

➤ **Riscurile asistemice sunt:**
 ➤ - **Riscul de preț** – probabilitatea de a nu se obține câștigul scontat sau să existe pierderi într-o tranzacție de comerț internațional, cauzate de fluctuații ale cursurilor de schimb între momentul semnării contractului și furnizarea sau procurarea a mărfii.

- **Calamitățile naturale** – deoarece firma comercializează plante naturale, sunt riscuri ca din cauza fenomenelor meteo (îngheț, vânt puternic și ploi torențiale) firma nu își poate onora obligațiile.

Concurența – țintește sectorul de desfășurare a activității. Societățile adversare pot fi mai dezvoltate din punct de vedere financiar, tehnic sau operațional. Piața prezintă un nivel de competiție înaltă în ceea ce privește prețul și varietatea produselor și serviciilor furnizate.

➤ **Riscurile financiare sunt:**

- **Riscul valutar** – firma execută tranzacții exprimate în mai multe valute. Riscul valutar exprimă o probabilitate de a înregistra pierderi din contractele comerciale internaționale sau din alte raporturi economice, din cauza modificării cursului de schimb al valutei în perioada dintre încheierea contractului și scadența acestuia.

Variația cursului valutar prezintă mai multe forme. Când cursul valutar scade pe piață, într-o tendință continuă este așa-numita depreciere; când aceasta scade brusc în urma reducerii valorii paritare, introdusă de stat la intervale de timp mai mari, atunci acesta se numește devalorizare. Fenomenele contrare sunt cunoscute sub numele de reprecie (sau apreciere) și revalorizare. Cei care sunt supuși riscului valutar sunt importatorii și exportatorii.

Expunerea la riscul valutar al firmei Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 se prezintă astfel:

Tabel 8 - Expunerea la riscul valutar 2018

Expunere la riscul valutar la 31.12.2018

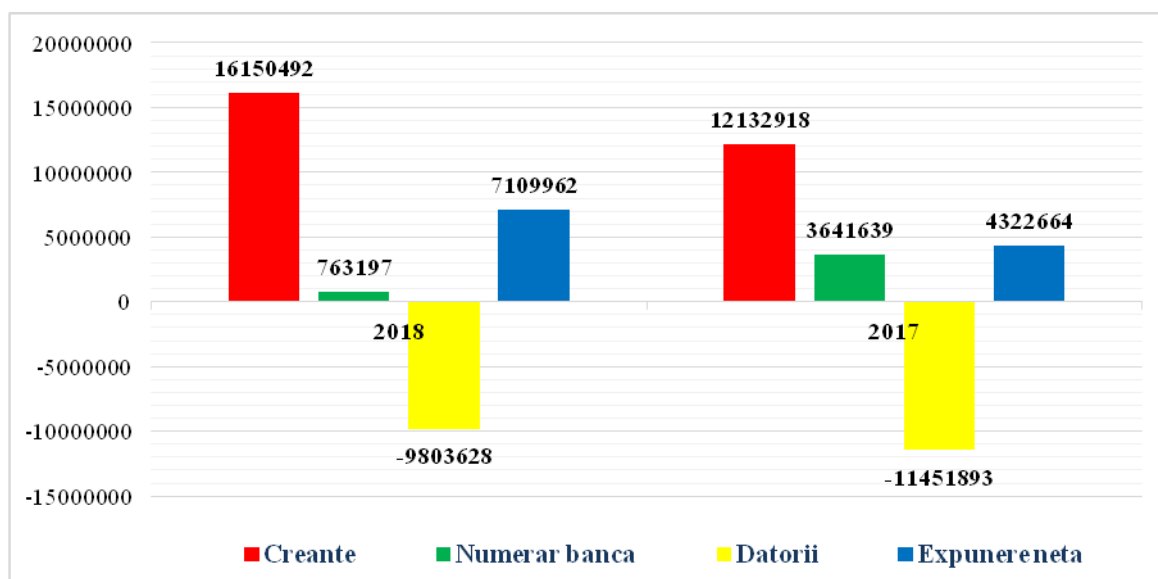
				- lei-
Moneda	RON	USD	EUR	TOTAL
Creanțe comerciale	15.923.198		227.294	16.150.492
Numerar în bancă	574.156	4.044	184.898	763.197
Total active	16.497.354	4.044	412.192	16.913.590
Datorii comerciale	-8.985.620		-818.008	-9.803.628
Total datorii	-8.985.620		-818.008	-9.803.628
Expunere neta	7.511.734	4.044	-405.816	7.109.962

Tabel 9 - Expunerea la riscul valutar 2017

Expunere la riscul valutar la 31.12.2017

				- lei-
Moneda	RON	USD	EUR	TOTAL
Creanțe comerciale	11.859.612		273.306	12.132.918
Numerar în bancă	2.392.801	879.830	369.008	3.641.639
Total active	14.252.413	879.830	642.314	15.774.557
Datorii comerciale	-10.430.849		-1.021.044	-11.451.893
Total datorii	-10.430.849		-1.021.044	-11.451.893
Expunere netă	3.821.564	879.830	-378.730	4.322.664

Fig. 6 – Expunerea la riscul valutar



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

- **Riscul de lichiditate** – reprezintă competența firmei de a subvenționa evoluția activelor și/ sau de a își respecta obligațiile în momentul în care acestea devin scadente, iar administrarea lichidității este o parte fundamentală a managementului activelor și pasivelor. Acest risc nefavorabil poate conduce la imposibilitatea de a achita pe termen scurt, excluzând creditele bancare. Analiza lichidității se realizează depinzând de plățile și încasările periodice și este în legătură cu nevoile de numerar.

- **Riscul de credit** – exprimă riscul ca un oponent să nu își ducă la îndeplinire îndatoririle ce are ca efect pierderea financiară a firmei. Firma a ales să efectueze tranzacții numai cu parteneri de încredere și de a căpăta garanții suficiente ca mijloc de atenuare a pierderilor financiare provenite din încălcări ale contractelor.

Creanțele comerciale reprezintă obligațiile persoanelor fizice sau juridice față de firmă pentru produsele, mărfurile vândute, serviciile prestate. Estimarea în permanență a creanței se efectuează în corelație cu situația financiară a clienților.

Clienții companiei sunt firme de interes național sau firme care au putere financiară și așadar se apreciază că riscul de încasare este redus și nu are prea multe șanse să influențeze desfășurarea activității companiei.

Politici contabile semnificative

➤ Imobilizări corporale

Imobilizările corporale sunt exprimate la cost, net de amortizarea și deprecierea adunate, excepție făcând clădirile și terenurile.

Acest cost este format din costul de înlocuire segmentat a imobilizărilor corporale și costul datoriilor pentru proiectele de construcție pe termen lung, dacă sunt respectate criteriile de identificare a costului. Atunci când anumite părți ale imobilizărilor corporale au nevoie de o înlocuire, firma înregistrează particular amortizarea în funcție de durata de viață. Cheltuieli cu întreținerea și reparațiile mijloacelor fixe sunt evidențiate în cheltuielile de exploatare în momentul efectuării lor, iar îmbunătățirile care duc la mărirea duratelor de viață sau a valorii activelor sunt capitalizate.

Imobilizările în curs de execuție reprezintă mijloace fixe în curs de execuție prezentate la cost. Acesta include costul realizării obiectivului și alte costuri directe. Imobilizările nu sunt reevaluate și nu sunt amortizate decât cu începere din momentul finalizării și punerii în folosință.

Amortizarea mijloacelor fixe este calculată la cost prin metoda liniară de-a lungul duratei utile de viață estimată a activelor.

Perioada și metoda de amortizare sunt revizuite periodic pentru a asigura că acestea sunt consecvente cu evoluția preconizată a beneficiilor economice rezultate din utilizarea mijloacelor fixe. Terenurile nu se amortizează deoarece se consideră ca au durată de viață nelimitată.

➤ **Imobilizări necorporale**

Imobilizările necorporale sunt active identificabile nemonetare, reprezentate de valori nemateriale și de documente juridice și comerciale.

Amortizarea imobilizărilor necorporale se realizează potrivit legii sau contractului în care este prevăzută durata de amortizare (concesiuni, brevete, licențe și alte drepturi similare).

Imobilizările necorporale în curs de execuție reprezintă imobilizările necorporale neterminate până la sfârșitul perioadei, evaluate la costul de producție sau costul de achiziție, după caz.

Situația imobilizărilor corporale și necorporale la societatea Cris Style Impex S.R.L. în perioada 2017 – 2018 sunt prezentate în următorul tabel:

Tabel 10 – Situația imobilizărilor

- lei -

Elemente de active	Valoarea bruta				Ajustări de valoare (amortizare și ajustări pentru deprecieri)			
	Sold la începutul exercițiului	Creșteri	Cedări transfer și alte reduceri	Sold la sfârșitul exercițiului	Sold la începutul exercițiului	Ajustări înregistrate în cursul exercițiului	Reduceri sau reluări	Sold sfârșitul perioadei
	1	2	3	4=1+2-3	5	6	7	8=5+6-7
IMOBILIZARI NECORPORALE	52.086	-	-	52.086	30.290	11.071	-	41.361
IMOBILIZARI FINANCIARE	12.759	5.637	6.300	12.096	-	-	-	-
TERENURI ȘI AMENAJĂRI	11.282.737	-	-	11.282.737	137.236	-	-	137.236
CONSTRUCȚII	5.854.945	-	-	5.854.945	1.178.078	334.327	-	1.512.405
MIJLOACE TRANSPORT, ECHIPAMENTE ȘI APARATE	2.965.326	194.044	308.086	2.851.284	2.111.641	137.471	236.667	2.012.445
MOBILIER, BIROTICĂ	234.479	21.436	-	255.915	124.406	8.542	-	132.948
IMOBILIZARI CORPORALE ÎN CURS + AVANSURI	7.327.173	450.583	173.051	7.604.705	-	-	-	-
TOTAL	27.729.505	671.700	487.437	27.913.768	3.581.651	491.411	236.667	3.836.395

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Amortizarea activelor imobilizate reflectă deprecierea ireversibilă a acestora, urmare uzurii fizice și morale intervenite în cursul perioadei de gestiune.

➤ **Stocuri**

Valoarea de înregistrare a stocurilor de marfă, materii prime, materiale, consumabile și obiectele de inventar se face la prețul de achiziție. Pentru vânzarea mărfurilor se folosește metoda PMP (preț mediu ponderat). Mărfurile din import sunt înregistrate la prețul de achiziție stabilit în vamă. Stocurile sunt recepționate la intrare în firmă și înregistrate pe gestiuni la locurile de depozitare, iar stocurile de natura obiectelor de inventar se înregistrează direct pe costuri la darea în folosință.

În perioada 2017 – 2018 în cadrul societății Cris Style Impex S.R.L. situația stocurilor au înregistrat o creștere și se prezintă astfel:

Tabel 11 – Stocuri

An	2018	2017
Materii prime	1.233.086	1.106.258
Mărfuri	5.082.817	5.061.203
Materiale de natura obiectelor de inventar	4.181	4.496
Ambalaje	33.620	33.020
Total	6.353.704	6.204.977

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Aprovizionarea este cheia pentru realizarea obiectivelor strategice ale firmei, particularitățile sale fiind un ansamblu de factori de natura economico –financiară ale firmei și ale mediului său de afaceri, precum: numărul și facilitățile oferite de furnizori, costurile și viteza de circulație a mărfurilor ce fac obiectul aprovizionării, disponibilitățile bănești ale firmei, nivelul de pregătire al persoanelor ce se ocupă de aprovizionare și calitățile acestora de negociatori.

Deoarece principalul obiectiv al societății CRIS STYLE IMPEX S.R.L este obținerea de profit iar în momentul de față nu există un model care să optimizeze stocurile este necesar implementarea unui sistem de management al stocurilor privind aprovizionarea:

Realizarea misiunii funcției de aprovizionare implica succesiunea următoarelor activități:

- stabilirea necesarului de aprovizionat;
- colaborarea cu celelalte compartimente interesate la definirea caracteristicilor și specificațiilor produselor care urmează a fi achiziționate;
- studierea piețelor și surselor de aprovizionare pentru toate categoriile de produse și supravegherea evoluțiilor lor;
- identificarea, selecționarea furnizorilor și negocierea cu aceștia.

Evaluarea stocurilor în contabilitatea curentă și în situațiile financiare ale firmei se face după normele generale de evaluare.

Pentru evaluarea elementelor din bilanț sunt doua etape: evaluarea inițială, adică la intrarea în firmă, se face la cost, iar evaluarea ulterioară, adică la bilanț, se face la cea mai mică valoare dintre cost și valoarea realizabilă netă.

Întrucât bilanțul nu poate fi conceput fără inventariere, prin care se determină mărimea reală a elementelor existente la acea dată, implicit rezultă că trebuie luate în considerare încă două momente ale evaluării: la inventariere, care se sprijină pe valoarea actuală, denumită și valoare de inventar și al ieșirii din gestiune, care se efectuează la valoarea de intrare.

➤ **Situația fluxurilor de trezorerie**

Fluxurile de trezorerie generate de activitatea de exploatare ale societății Cris Style Impex S.R.L. sunt generate din încasările de vânzări de bunuri, lucrări și servicii; plăți pentru cumpărări de bunuri, lucrări și servicii; încasări de redevențe, comisioane, onorarii și alte venituri; plăți către și în numele angajaților; plăți sau restituiri de impozite.

Fluxurile de trezorerie generate de activitatea de exploatare ale societății Cris Style Impex S.R.L. pentru perioada 2017 – 2018 sunt prezentate în următorul tabel:

Tabel 12 – Fluxuri de trezorerie

- lei -

Denumirea indicatorului	Nr. rd.	Exercițiul financiar	
		2017	2018
A	B	1	2
Fluxul de numerar din activități de exploatare		1.186.077	887.621
încasări			
plăți		1.246.265	916.694
Fluxul de numerar din activități de investiții			
încasări		-	-
plăți		-	-
Fluxuri de numerar din activități de finanțare			
încasări		-	-
plăți		-	-
Fluxul de numerar – TOTAL		-	-
Numerar la începutul perioadei		92.856	32.668
Numerar la sfârșitul perioadei		32.668	3.595

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

➤ **Creanțe comerciale și alte creanțe**

Creanțele se identifică prin diferența dintre valorile facturate și deprecierile calculate. Creanțele în valută sunt reexaminat la data bilanțului, dar prin contul de profit și pierdere. Reținerile clienților de la creanțe sunt reprezentate ca și creanțe pe termen lung, iar depozitele de garanție în numerar sunt reprezentate drept creanțe pe termen lung.

Situația creanțelor la societatea Cris Style Impex S.R.L. comparativ cu anul 2017 au crescut cu aproximativ 13,28% și se prezintă conform tabelelor următoare:

Tabel 13 - Situația creanțelor 2018

- lei -

Creanțe	Sold la	Termen de lichidare	
	31 decembrie 2018	sub 1 an	peste 1 an
	(col 2+3)		
0	1	2	3
Total din care:	16,740,470	16,740,470	-
Clienți	15,972,801	15,972,801	-
Furnizori debitori	292,426	292,426	-
Cheltuieli în avans	51,623	51,623	-
Alte creanțe cu statul	166,238	166,238	-
Debitori diverși	7,839	7,839	-
Alte creanțe	259,405	259,405	-
Provizioane	-9,862	-9,862	-

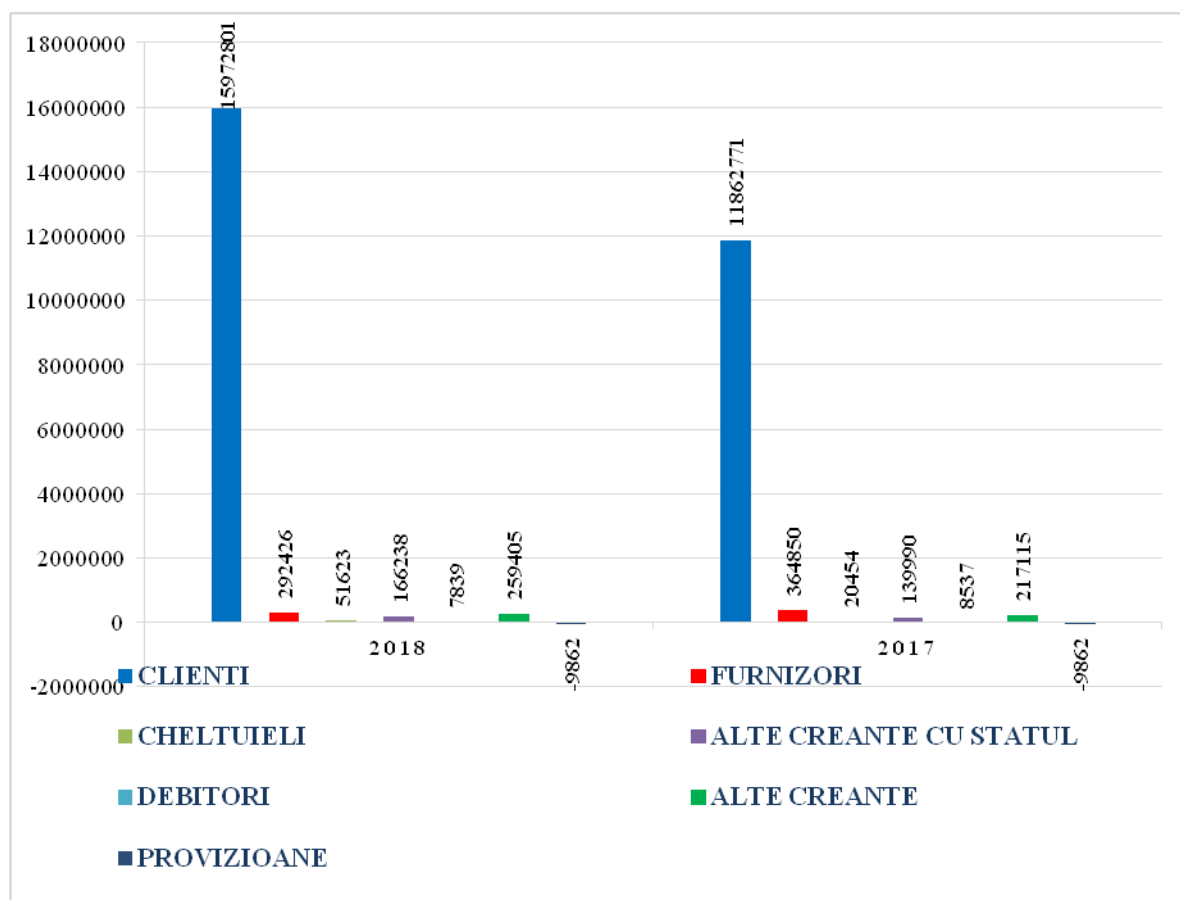
Tabel 14 - Situația creanțelor 2017

- lei -

Creanțe	Sold la	Termen de lichidare	
	31 decembrie 2017	sub 1 an	peste 1 an
	(col 2+3)		
0	1	2	3
Total din care:	12,603,855	12,603,855	-
Clienți	11,862,771	11,862,771	-
Furnizori debitori	364,850	364,850	-
Cheltuieli în avans	20,454	20,454	-
Alte creanțe cu statul	139,990	139,990	-
Debitori divesri	8,537	8,537	-
Alte creanțe	217,115	217,115	-
Provizioane	-9,862	-9,862	-

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Fig. 7 - Situația creanțelor



Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Datorii comerciale și active financiare

În baza principiului de angajament se recunosc datoriile comerciale și alte datorii. Aceste sume înfățișează datorii aferente bunurilor și serviciilor procurate înainte de sfârșitul exercițiului financiar și care nu sunt achitate. Sumele sunt neasigurate și sunt achitate de obicei în termen de maxim 90 de zile de la identificare. De obicei, datoriile comerciale sunt reprezentate ca datorii curente, excepție făcând cazul în care prețul nu este debitat în termen de 12 luni. Inițial acestea sunt recunoscute la valoarea lor justă. Datoriile care sunt exprimate în valută sunt reexamine prin contul de profit și pierdere la data bilanțului.

Activele financiare cuprind numerar și echivalente ale acestuia, creanțe comerciale și alte tipuri de creanțe care sunt examinate la cost amortizat cu ajutorul metodei dobânzii efective și scăzând provizionul pentru depreciere.

Situația datoriilor la societatea Cris Style Impex S.R.L. comparativ cu anul 2017 a scăzut cu aproximativ 12,52% și se prezintă conform tabelelor următoare:

Tabel 15 - Situația datoriilor 2018

-
lei -

Datorii	Sold la	Termen de lichidare	
	31 decembrie 2018 (col 2+3)	sub 1 an	peste 1 an
0	1	2	3
Total din care:	9,792,476	7,055,826	2,736,650
Furnizori	8,985,620	624,870	2,736,650
Creditori diverși	28,124	28,124	-
Datorii față de fond mediu	-	-	-
Datorii cu personalul și asigurările sociale	52,140	52,140	-
Datorii cu statul - impozit profit, salarii, TVA	726,554	726,554	-
Leasing	-	-	-
Datorii cu asociații	38	38	-

Tabel 16 - Situația datoriilor 2017

- lei -

Datorii	Sold la	Termen de lichidare	
	31 decembrie 2017 (col 2+3)	sub 1 an	peste 1 an
0	1	2	3
Total din care:	12,258,561	9,521,911	2,736,650
Furnizori	11,451,892	8,715,242	2,736,650
Creditori diverși	33,074	33,074	-
Datorii față de fond mediu	-	-	-
Datorii cu personalul și asigurările sociale	22,064	22,064	-
Datorii cu statul - impozit profit, salarii, TVA	751,493	751,493	-
Leasing	-	-	-
Datorii cu asociații	38	38	-

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Rezerve legale

Rezervele legale sunt constituite aproximativ 5% din profitul brut de la sfârșitul exercițiului financiar, până în momentul în care totalul rezervelor legale dețin 20% din capitalul social nominal vărsat. Atunci când se calculează impozitul pe profit, rezervele sunt deductibile și nedistribuibile până în momentul în care societatea este lichidată.

Provizioane pentru riscuri și cheltuieli

Provizioanele pentru depreciere creanțe clienți ale firmei Cris Style Impex SRL pentru anul 2018 sunt prezentate în tabelul următor astfel:

Tabel 17 – Provizioane

- lei -

Denumirea provizionului	Sold la 1 ianuarie 2018	Transferuri*)		Sold la 31 decembrie 2018
		In cont	Din cont	
0	1	2	3	4=1+2-3
1. Provizioane pentru risc și cheltuieli	-	-	-	-
2. Provizioane pentru depreciere creanțe clienți	9.862	-	-	-
9.862				

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

➤ Situația modificărilor capitalurilor proprii

În structura capitalului propriu se includ: capitalul, prime de capital, rezerve din reevaluare, rezerve, rezultatul raportat și rezultatul exercițiului.

Situația modificărilor capitalurilor proprii ale societății Cris Style Impex S.R.L. pentru anul 2018 sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Tabel 18 – Situația capitalului propriu

- lei -

Elemente ale capitalului propriu	Sold la 01.01.2018	Sold la 31.12.2018
Capital subscris și vărsat	200	200
Rezerve de reevaluare	516.201	516.201
Rezerve legale	40	40
Alte rezerve	35.187	35.187
Rezultat raportat		
- sold creditor	30.418.126	33.520.111
- sold debitor	0	0
Rezultatul exercițiului financiar		
- sold creditor	3.303.596	3.952.789
- sold debitor	0	0
Repartizare profit	0	0
TOTAL CAPITALURI PROPRII	34.273.350	38.024.528

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

➤ Analiza principalilor indicatori economico – financiari

1. Indicatorii de lichiditate

- a) Indicatorul lichidității curente = $23.743.554/7.055.826 = 3,37$
- b) Indicatorul lichidității imediate = $17.212.159/7.055.826 = 2,44$

2. Indicatori de risc

- a) Indicatorul gradului de îndatorare = $0/23.694.509 = 0$
- b) Indicatorul privind acoperirea dobânzilor = $4.624.999/0 = 0$

3. Indicatorii de activitate

- a) Viteza de rotație a stocurilor = $9.351.385/5.070.579 = 1,84$
- b) Nr. de zile stocate = $5.070.579/9.351.385 \times 365 = 197,91$
- c) Viteza de rotație clienți = $7.366.921/18.613.489 \times 365 = 144,46$
- d) Viteza de rotație furnizori = $9.308.455/18.613.489 \times 365 = 182,53$
- e) Viteza de rotație a activelor imobilizate = $18.613.489/24.077.372 = 0,77$
- f) Viteza de rotație a activelor totale = $18.613.489/47.820.979 = 0,39$

4. Indicatori de profitabilitate

- a) Rentabilitatea capitalului angajat = $4.624.999/40.761.176 = 0,11$
- b) Marja brută din vânzări = $8.391.063/18.613.489 \times 100 = 45,08$

Sursa: realizat de autor pe baza datelor contabile ale societății Cris Style Impex S.R.L.

Concluzii

S.C. Cris Style Impex S.R.L este o societate comercială ce folosește metoda inventarului permanent. În cazul folosirii acestei metode, contabilitatea analitică a stocurilor se organizează după metoda global-valorică. Pentru stocuri, folosirea inventarului permanent presupune debitarea în cursul lunii a contului de stocuri cu intrările de bunuri prin creditul contului ce indică sursa de procurare și creditarea aceluiași cont și ieșirile din stoc aferente perioadei de gestiune.

S.C. Cris Style Impex S.R.L. folosește inventarul la *cost de achiziție*. Evaluarea stocurilor se face prin metoda FIFO, însă la vânzarea mărfurilor acestea se descarcă din gestiune la preț cu amănuntul, motiv pentru care se calculează adaosul comercial și T.V.A. neexigibilă aferente acestora. Metoda FIFO (First In-First Out) prezintă avantajul faptului că stocurile de mărfuri sunt evaluate la valorile cele mai recente și sunt, deci, mai aproape de valoarea economică. Dezavantajul acestei metode este faptul că ieșirile din stoc sunt supraevaluate într-o perioadă de scădere a prețurilor, deci conturile se corelează cu întârziere cu variația de preț. În cazul opus acestei perspective, în perioada de inflație folosirea acestei metode conduce la minimizarea cheltuielilor și la supraevaluarea rezultatului.

Pentru ținerea corectă a evidenței contabile și pentru înregistrarea corectă în contabilitate a mișcărilor stocurilor se folosesc o serie de documente necesare la recepția mărfurilor, pentru încărcarea în gestiune, pentru înregistrarea în evidența magazinelor și în contabilitate, pentru ținerea contabilității analitice pe sortimente de stocuri, pentru inventariere stocurilor, pentru stabilirea lunară a T.V.A. deductibila și T.V.A. colectată, etc.

Desfășurarea normală a procesului de desfacere este condiționată în primul rând de buna organizare și desfășurarea a procesului de aprovizionare. Un control riguros asupra mișcării și existenței stocurilor de mărfuri în cadrul societății se poate realiza numai dacă s-a asigurat consemnarea tuturor operațiilor economice în documentele primare. La o analiză mai atentă se poate aprecia că gestiunea analitică a stocurilor nu este numai o problemă internă a firmei. Metodele de evaluare a stocurilor au implicații financiare, ele antrenează efecte atât asupra rentabilității, cât și a fiscalității. Inventarierea corectă a stocurilor este o problemă de constituire a informației consolidată în situațiile financiar-contabile de sinteză și raportare care sunt standardizate.

În concluzie, S.C. Cris Style Impex S.R.L. își poate propune ca principale obiective:

- controlul gestiunii stocurilor pentru evitarea situațiilor de supra și sub-dimensionarea acestora; o propunere ar fi diminuarea stocurilor pentru produsele care nu se cer pe piață sau sunt în stoc de prea mult timp prin acordarea de promoții și vânzarea lor chiar și la prețul de cost și aprovizionarea ritmică și la timp cu produsele căutate pe piață printr-o analiză a pieței;
- creșterea vitezei de rotație a stocurilor în vederea realizării unor venituri cât mai rapide;

- introducerea unui sistem modern pentru identificarea produselor precum achiziționarea unor cititoare performante pentru a scana mai ușor marfa importată și depozitată pe categorii.

Sporirea relevanței, credibilității și transparenței informațiilor prezentate în situațiile financiare este un obiectiv necesar și important al oricărei societăți.

Bibliografie

1. Anghel M. G. - Analiză financiar-monetară, Editura Economică, București, 2016
2. Camelia I. Lungu, Chirața Caraiani, Cornelia Dascălu. (2013), Introducere în contabilitate, Bucuresti: ASE
3. David-Sobolevschi, I. (2015). Fundamente ale analizei economico-financiare. București: Editura Universitară
4. Hristea, A. (2013). Analiza economică și financiară a activității întreprinderii (Vol. I), București: Editura Economică
5. Petrescu, S. (2006). Analiză și diagnostic financiar-contabil. București: Editura CECCAR
6. Popescu. A. M. - Analiza și evaluarea întreprinderii, Editura Economică, București, 2015
7. Robu, V., Vasilescu, C. (2002). Analiză economico-financiară. București: Editura ASE
8. Vasile, R., Anghel, I., Șerban, E. (2014). Analiza economico-financiară a firmei. București: Editura Economică
9. Vasile R., Ion A. - Analiza economico-financiară a firmei, Editura Economică, București, 2014
10. Legea nr. 82/1991, Legea contabilității, modificata prin legea nr. 259/2007, M.O. nr. 506/27.07.2007, republicata in 2008, in Monitorul Oficial, Partea I nr. 454 din 18/06/2008
11. Ordin Nr. 1802/2014 din 29 decembrie 2014 pentru aprobarea Reglementarilor contabile privind situațiile financiare anuale individuale si situațiile financiare anuale consolidate
12. <http://www.contabilul.ro/>
13. <http://www.e-juridic.ro/>
14. <http://www.fiscalitatea.ro/>
15. <http://www.rdt-contabilitate.ro/>

APLICAȚII WEB DE BAZE DE DATE PENTRU AFACERI

Vlada Cristian Marius

Facultatea de Științe Economice

Specializarea: Contabilitate și Informatică de Gestiune

Abstract :

În contextul actual al economiei de piață și al mediului competitiv trebuie asigurat un acces rapid și sigur la date și informații. Având în vedere gradul și ritmul de dezvoltare a tehnologiei informației, organizațiile, în cadrul mediului de afaceri, trebuie să dețină cunoștințele necesare pentru a fi în ritm cu acestea și să adopte strategii specifice pentru asigurarea succesului. Dezvoltarea bazelor de date reprezintă un avantaj semnificativ în modul de organizare și funcționare al afacerilor.

De-a lungul timpului bazele de date au suferit masive dezvoltări în funcționare și utilizare, în prezent fiecare persoană fizică sau juridică interacționând cu acestea. Ele asigură creșterea productivității muncii și economisirii timpului la nivel de individ, precum și creșterea eficienței și profitabilității la nivel de organizație. În ceea ce privește mediul on-line și mai ales comerțul electronic acestea sunt indispensabile. În mediul actual, bazele de date, prin aplicațiile web asociate, au devenit foarte accesibile și fac parte din viața de zi-cu-zi a oricui, ele oferind informații structurate necesare în toate activitățile.

Prin prezenta lucrare, îmi propun să analizez importanța bazelor de date și aplicațiilor web în afaceri, pornind de la rolul și importanța sistemelor informative și ajungând la utilizarea bazelor de date în cadrul funcționării unei firme și a unui magazin on-line.

Vom lua în considerare o societate comercială ce își desfășoară activitatea în mediul on-line. Această firmă deține magazinul on-line "OnGomag" care are ca obiect comercializarea de produse și servicii auto.

Clienții sunt reprezentați de proprietari de autoturisme interesați de astfel de produse și servicii, precum și de pasionați care doresc să afle diverse informații din domeniu.

Aplicația software care găzduiește baza de date, sistemul de gestiune a bazei de date cea mai răspândită pentru utilizarea cu PHP, este MySQL, în mare parte pentru că se poate utiliza în mod gratuit.

În cadrul magazinului on-line se comercializează piese auto dar și servicii auto cum ar fi: înscrieri autoturisme, servicii de service auto, etc. prin colaborarea cu firme specializate care oferă astfel de servicii.

În cadrul magazinului oferim și informații utile, articole specifice domeniului auto, astfel încât clienții și utilizatorii noștri să fie atrași să se întoarcă în cadrul magazinului nostru.

Sistemul de magazin on-line conferă avantaje potențialilor cumpărători prin economisirea timpului de căutare a serviciilor și produselor la diverși furnizori. Acest lucru este foarte important, mai ales în condițiile actuale în care toate persoanele resimt presiunea lipsei de timp. De asemenea, există avantajul comparării prețurilor de la mai multe magazine, verificarea în timp util al stocurilor, etc.

APLICAREA LIMBAJULUI SQL ÎN CADRUL UNEI SOCIETĂȚI COMERCIALE

Utilizarea limbajului SQL în cadrul afacerii este foarte utilă luând în considerare întreaga organizație. Mai jos prezentăm utilizarea acestui limbaj privind relațiile de interconectivitatea dintre datele organizației și accesul la date prin comenzi simple realizate prin intermediul limbajului SQL.

Societatea comercială este structurată în mai multe departamente:

- Departament Personal

- Departament Financiar
- Departament Tehnic
- Departament Marketing/Promovare
- Departament Vânzări
- Departament Gestione

În cadrul firmei se disting următoarele entități:

- Angajați – reprezintă totalitatea angajaților din cadrul firmei
- Furnizori – reprezintă totalitatea furnizorilor de la care firma achiziționează produse și servicii
- Clienți - reprezintă totalitatea clienților care achiziționează produse și servicii de la firma noastră.

În cadrul gestiunii firmei există o multitudine de documente care trebuie asociate entităților și astfel trebuie asigurată o organizare și o gestiune foarte atentă a acestora. De asemenea, permanent este nevoie de accesarea diverselor informații care se referă la anumite entități, însă raportate la alte entități.

Dintre aceste documente amintim:

- Contracte
- Comenzi
- Facturi primite
- Facturi emise
- Etc.

Astfel, pentru fiecare entitate trebuie identificate și atribuite atribute pentru gestionarea cu acuratețe a acestora.

În cadrul bazei de date a firmei introducerea, actualizarea, regăsirea, raportarea și administrarea datelor se face conform prezentării de mai jos:

Tabel 1. Model structura in SQL a firmei

Departament	Angajați	Produse	Furnizori	Clienți
ID_Departament	ID_Angajat	ID_Produs	ID_Furnizor	ID_Client
Denumire departament	Nume	Denumire produs	Denumire Furnizor	User Client
	Prenume	Data intrare	Adresă	Nume client
	CNP	Preț	Denumire produs	Adresa
	Număr contract	Cantitate	Data intrare	E-mail
	Data contract	Caracteristici produse	Valoare	Telefon
	Funcție		Cantitate	
	ID_Departament		ID_Produs	
Comenzi	Cheltuieli	Cost produse vândute	Discount	
ID_Comandă	ID_Cheltuială	ID_Cost	ID_Discount	
Data comandă	Cont	Cont	Denumire	
Data livrare	Denumire	Denumire	Valoare	
Valoare	Valoare	Valoare	Data tranzacție	
Cantitate	Data tranzacție	Data tranzacție	ID_Comanda	
ID_Produs	ID_Comandă	ID_Comanda		
ID_Client				

ID_Discount			
ID Cheltuiială			
ID_Cost			

Descrierea tabelor

În cadrul tabelii "Departament" se vor introduce date pe baza câmpurilor "ID_Departament" și "Denumire Departament". Câmpul "ID_Departament" este de tip automat generat de sistem, este de tipul IDDE123456 și este unic. Câmpul "Denumire departament" este de tip free text. Scrierea, căutarea și raportarea se va putea realiza doar de către: Manager, Asistent manager și Departamentul Personal. Vizualizarea datelor – Read – va putea fi accesată de către tot personalul.

În cadrul tabelii "Angajați" datele se vor introduce pe baza câmpurilor "ID_Angajat", "Nume", "Prenume", "CNP", "Număr contract", "Dată contract", "Funcție". Câmpul "ID_Angajat" este generat automat de sistem, este de tip IDAN123456 și este unic. Câmpurile "Nume", "Prenume", "CNP", "Număr contract", "Funcție" sunt de tip free text; iar câmpul "Dată contract" este de tip DD/MM/YYYY. În cadrul acestei tabeli scrierea, căutarea, raportarea și vizualizarea vor fi restricționate către: Managerul General, Asistentul Manager și personalul din Departamentul Personal. Căutarea, raportarea și vizualizare vor fi restricționate către personalul Departamentului Financiar.

În cadrul tabelii "Produse" se vor introduce date pe baza câmpurilor "ID_Produs", "Denumire produs", "Dată intrare", "Preț", "Cantitate", "Caracteristici produse". Câmpul "ID_Produs" este generat automat de sistem și este de tip IDPR123456, unic. Câmpul "Denumire produs" este de tip free text; câmpul "Dată intrare" este de tip DD/MM/YYYY; câmpul "Preț" - RON; câmpul "Cantitate" – 1,2,3,etc; câmpul "Caracteristici produse" free tex. Scrierea va fi restricționată personalului din Departamentul Gestiune; căutarea și vizualizarea Managerului General, Asistentului Manager și personalului din departamentele Financiar, Vânzări, Gestiune, Tehnic; raportarea Managerului General și personalului din departamentele Vânzări și Gestiune.

Tabela "Furnizori" - datele se vor introduce pe baza câmpurilor "ID_Furnizor", "Denumire Furnizor", "Adresă", "Denumire produs", "Dată intrare", "Valoare", "Cantitate", "ID_Produs". Câmpurile "ID_Furnizor" și "ID_Produs" sunt generate automat de sistem și sunt de tip IDFU123456, respectiv IDPR123456, unice. Câmpurile "Denumire Furnizor", "Adresă", "Denumire produs" sunt de tip free text; câmpul "Dată intrare" este de tip DD/MM/YYYY; câmpul "Valoare" - RON; câmpul "Cantitate" (1,2,3 etc). Scrierea este restricționată Managerului General, Asistentului Manager și personalului din Departamentul Gestiune; căutarea, raportarea, vizualizarea vor fi restricționate Managerului General, Asistentului Manager, personalului din departamentele Vânzări, Gestiune și Financiar.

Tabela "Clienți" - datele se vor introduce pe baza câmpurilor "ID_Client", "User Client", "Nume Client", "Adresă", "E-mail", "Telefon", "ID_Comandă". Câmpul "ID_Client" sunt generate automat de sistem și este de tip IDCL123456, unic. Câmpurile "User Client", "Nume Client", "Adresă", "E-mail", "Telefon" sunt de tip free text. Scrierea este restricționată Managerului General, Asistentului Manager și personalului din Departamentul Vânzări; căutarea, raportarea, vizualizarea vor fi restricționate Managerului General, Asistentului Manager, personalului din departamentele Vânzări, Marketing și Financiar.

Tabela "Comenzi" – în cadrul acestei tabeli se vor introduce date pe baza câmpurilor "ID_Comandă", "Dată comandă", "Dată Livrare", "Valoare", "Cantitate", "ID_Produs", "ID_Client", "ID_Discount", "ID_Cheltuiială", "ID_Cost". Câmpurile "ID_Comandă", "ID_Produs", "ID_Client", "ID_Discount", "ID_Cheltuiială", "ID_Cost" sunt generate automat de sistem, unice, de tip IDCO123456, IDPR123456, IDCL123456,

IDDI123456, IDCH123456, IDCOS123456. Câmpurile "Dată comandă", "Dată livrare" sunt de tip DD/MM/YYYY; câmpul "Valoare" – RON; câmpul "Cantitate" – 1,2,3, etc. În cadrul acestei tabele căutarea, raportarea și vizualizarea vor fi restricționate către: Managerul General, Asistentul Manager și personalul din Departamentele Financiar, Vânzări, Gestione și Marketing.

În cadrul tabelii "Cheltuieli" datele se vor introduce pe baza câmpurilor "ID_Cheltuială", "Denumire", "Valoare", "Dată tranzacție". Câmpul "ID_Cheltuială" este generat automat de sistem și este de tip IDCH123456, unic. Câmpul "Denumire" este de tip free text; câmpul "Valoare" este de tip RON; câmpul "Dată tranzacție" este de tip DD/MM/YYYY. Vizualizarea acestor date este disponibilă Departamentului Financiar.

În cadrul tabelii "Cost produse vândute" datele se vor introduce pe baza câmpurilor "ID_Cost", "Denumire", "Valoare", "Dată tranzacție". Câmpul "ID_Cost" este generat automat de sistem și este de tip IDCOS123456, unic. Câmpul "Denumire" este de tip free text; câmpul "Valoare" este de tip RON; câmpul "Dată tranzacție" este de tip DD/MM/YYYY. Vizualizarea acestor date este disponibilă Departamentului Financiar.

În cadrul tabelii "Discount" datele se vor introduce pe baza câmpurilor "ID_Discount", "Denumire", "Valoare", "Dată tranzacție". Câmpul "ID_Discount" este generat automat de sistem și este de tip IDDI123456, unic. Câmpul "Denumire" este de tip free text; câmpul "Valoare" este de tip RON; câmpul "Dată tranzacție" este de tip DD/MM/YYYY. Scrierea și căutarea vor fi restricționate către personalul din Departamentul Vânzări.

În cadrul sistemului datele se vor putea actualiza pe baza permisiunilor acordate fiecărui membru al personalului, respectiv departamentelor.

În cadrul tabelilor sunt stabilite anumite chei primare, astfel:

- Tabela Departament – ID_Departament
- Tabela Angajat – ID_Angajat
- Tabela Produse – ID_Produs
- Tabela Furnizori – ID_Furnizor
- Tabela Clienți – ID_Clienți
- Tabela Comenzi – ID_Comandă
- Tabela Cheltuieli – ID_Cheltuială
- Tabela Cost produse vândute – ID_Cost
- Tabela Discount – ID_Discount

Fig. 1. Proiectarea relațiilor dintre tabele

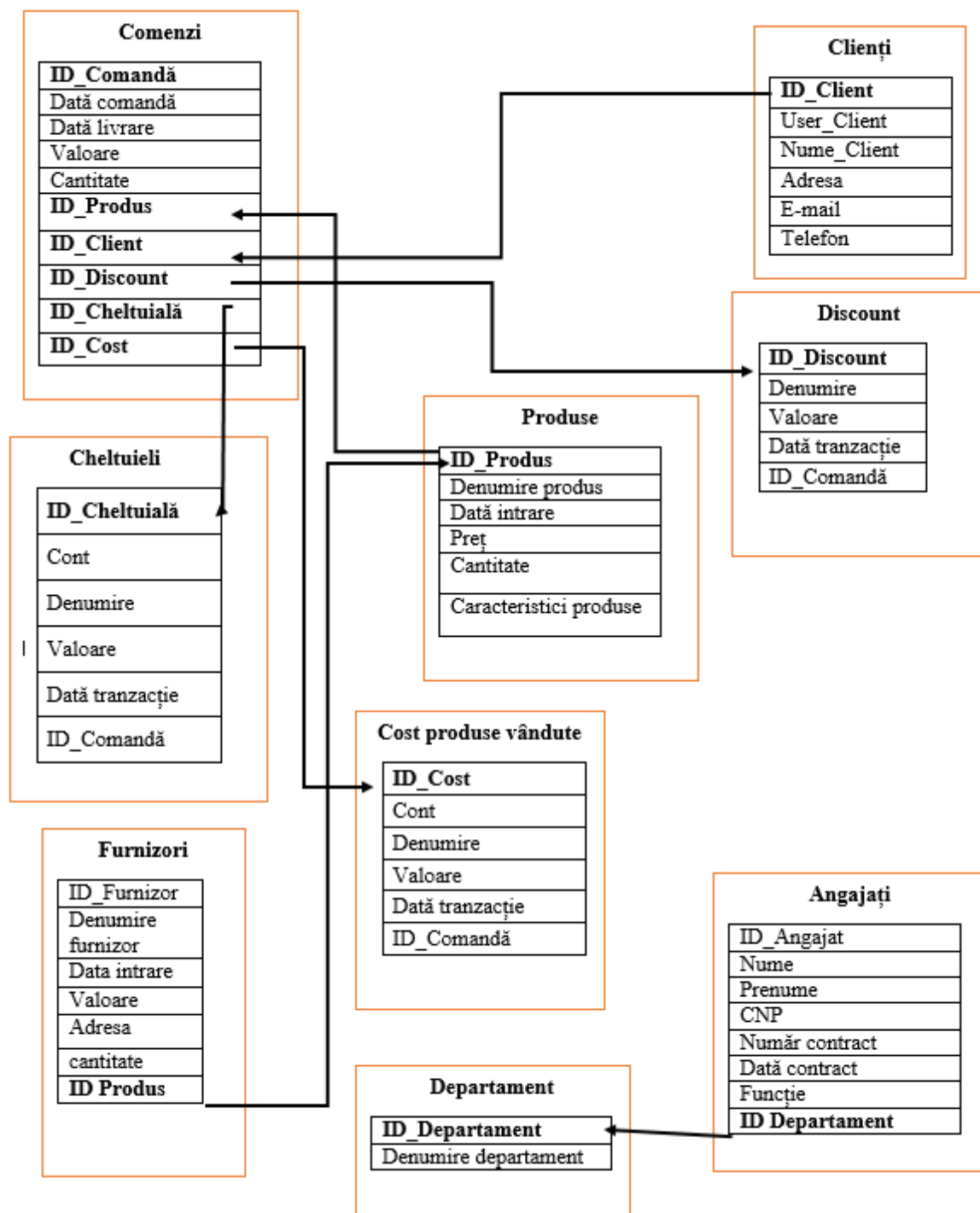
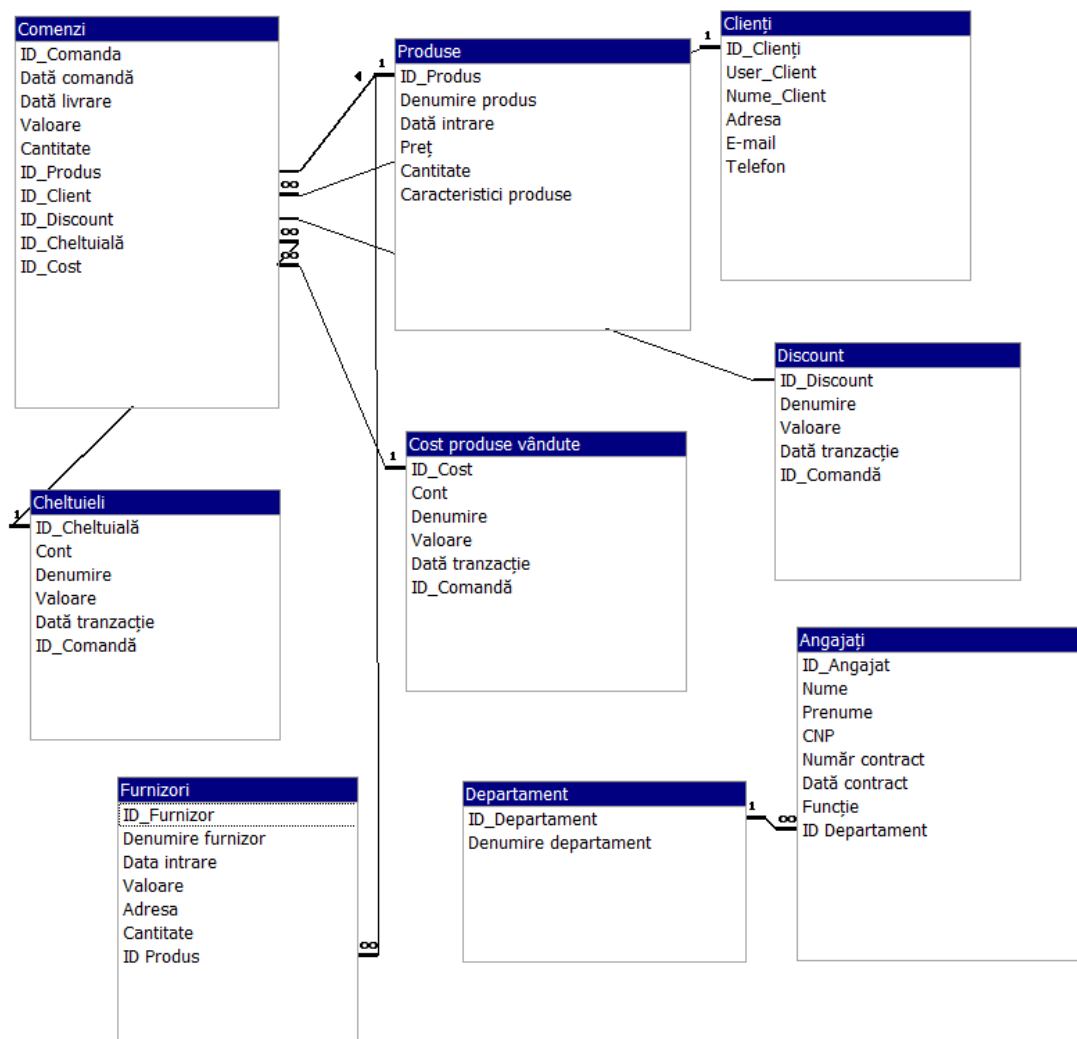


Fig. 2. Structura bazei de date

Relationships for OngoMag_1



LUCRUL CU DATELE ÎN LIMBAJUL SQL

Crearea și actualizarea datelor și înregistrărilor

Actualizarea bazei de date reprezintă modificarea unor tabele existente sau crearea unora noi. Modificarea tabelor reprezintă adăugarea, modificarea sau ștergerea unor linii din tabele. Pentru aceste operațiuni se utilizează următoarele instrucțiuni:

- INSERT – adăugarea de linii într-o tabelă
- UPDATE – modificarea de linii într-o tabelă
- DELETE – ștergerea de linii într-o tabelă
- CREATE TABLE – creare tabelă nouă

Exemplu:

- Tabela Furnizori – în cadrul acestei tabele pot fi actualizate câmpuri referitoare la: Denumire Furnizor, Adresă, Denumire produs, Dată intrare, Valoare, Cantitate, dar nu și ID_Furnizor câmp care este generat automat de sistem și este unic. Totuși, furnizorul nu se poate șterge din baza de date, deoarece datele sale sunt necesare pentru gestionarea facturilor acestuia.

Căutarea – regăsirea datelor

Prin intermediul funcției SELECT se realizează interogarea bazei de date. Această funcție, comandă realizează extragerea de date din baza de date. Această funcție este cea mai utilizată și se folosește pentru obținerea datelor dorite din baza de date.

Exemplu:

- Tabela Comenzi – se poate realiza o căutare după următoarele câmpuri: Dată comandă și Dată livrare – se pot introduce variabile de time range, respectiv valori minime și maxime de căutare; Valoare sau Cantitate – se pot introduce variabile de minim și maxim.

Selectarea tuturor coloanelor din tabela Comenzi

```
SELECT *
```

```
FROM Comenzi;
```

Selectarea comenzilor cu valori cuprinse între 200 și 220.

```
SELECT MIN (200), MAX (220)
```

```
FROM Comenzi;
```

Fig. 3. Afișarea comenzilor cu valori între 200 și 220

ID_Comanda	Valoare
1	210
2	215

În clauza SELECT se pot introduce și alte elemente, cum ar fi: expresii aritmetice, alias-uri de coloane, coloane concatenate, literal. Aceste opțiuni ajută pentru solicitarea de date și manipularea lor în funcție de scopurile interogării, de exemplu pentru executarea de calcule, legarea de coloane, afișarea șirurilor de litere din text, etc.

Raportarea

Folosind căutările din baza de date, conform celor de mai sus, putem genera rapoarte cu ajutorul funcției RAPORT. Rapoartele generate se pot salva în format: PDF, CSV.

Fig. 4. Raportul privind comenzile cu valori între 200 și

ID_Comanda	Valoare
1	210
2	215

220

Administrarea

Prin intermediul acestui modul, administratorul poate crea, șterge sau modifica funcțiile utilizatorului. Acest modul este separat de celelalte module ale utilizatorilor.

Rolurile de administrare sunt restricționate către personalul din departamentul tehnic. Administrarea bazei de date se poate face prin intermediul unor aplicații de administrare a bazelor de date, cum ar fi: Oracle SQL Developer. Utilizatorii aplicației sunt de trei tipuri: administratori, utilizatori și superutilizatori, având roluri și permisiuni diferite.

Administratorii pot gestiona toate obiectele aplicației și bazei de date. Superutilizatorii sunt persoane ca: Managerul general, Asistentul manager și personalul din Departamentul Personal. Membrii acestui grup de utilizatori pot crea, modifica sau șterge informațiile din tabela Angajați. Ceilalți utilizatori fac parte din grupul User și au permisiuni aferente acestui grup, după caz.

Acestea sunt operațiile principale care se pot executa în cadrul bazei de date. De asemenea există și alte tipuri de funcții care se pot utiliza:

- Funcția COUNT. Aceasta poate avea trei forme – COUNT(*), COUNT(expr), COUNT(DISTINCT expr).

COUNT(*) furnizează numărul de rânduri dintr-o tabelă care satisfac criteriul de selecție, incluzând rândurile duplicat și rândurile care conțin valori nule. Dacă se introduce funcția WHERE, atunci se furnizează numărul de rânduri care satisfac condiția din clauza WHERE.

COUNT(expr), pe de altă parte, furnizează numărul de valori nenule din coloana specificată prin expr.

COUNT(DISTINCT expr) furnizează numărul de valori distincte, nenule din coloana specificată de expr.

- Clauzele WHERE și FROM - aceasta limitează rândurile selectate. Aceasta trebuie să urmeze după clauza FROM. Clauza FROM trebuie să fie urmată de o condiție. Dacă această condiție este adevărată se vor furniza rândurile care îndeplinesc condiția. Clauza WHERE poate compara valori în coloană, valori literale, expresii aritmetice sau funcții. Ea restricționează cererea la rândurile care îndeplinesc o condiție, care este alcătuită din trei elemente: nume de coloană; operator de comparație; nume de coloană, constantă sau listă de valori.

Exemplu:

- În tabela Angajați se poate afla numărul de angajați dintr-un anumit Departament.

```
SELECT COUNT(*)
FROM Angajați
WHERE ID_Departament = 3;
```

Fig. 5. Situație angajați

ID_Angajat	Nume	Prenume	CNP	Număr contr	Data contract	Funcție	ID_Departan
1	Varan	Ion	1690512130025	1	01/09/2018	Manager General	1
2	Dobre	Corina	1780812220025	4	01/09/2018	Director Financiar	2
3	Dobre	Aurel	1760302422222	2	01/09/2018	Manager Tehnic	3
4	Voicu	Alina	1860512220022	3	20/09/2018	Asistent Manager	1
5	Voicu	Ioana	1880807320033	6	15/10/2018	Referent Marketing	4
6	Paraschiv	Adrian	1880508223322	7	16/10/2018	Referent Vanzari	5
7	Calita	Marius	1750912442356	5	20/09/2018	Gestionar	6
8	Boeriu	Marian	1880206442233	8	10/11/2018	Developer	3

Fig. 6. Interogarea privind numărul de angajați Departamentul Tehnic

```
SELECT Count(*)
FROM Angajați
WHERE ID_Departament=3;
```

Fig. 7. Returnarea rezultatului pentru numărul de angajați din Departamentul Tehnic

Expr1000
2

Fig. 8. Raport al numărului de angajați din Departamentul Tehnic

INTEGRAREA INFRASTRUCTURII APLICAȚIEI WEB CU BAZE DE DATE ÎN CADRUL DEPARTAMENTULUI FINANCIAR AL FIRMEI

În cadrul firmei OnGoMag aplicația web va avea un impact foarte mare în buna funcționare a acesteia. Aceasta reprezintă interfața cu utilizatorul, respectiv potențialul client. Interfața aplicației trebuie să fie prietenoasă cu utilizatorul, să fie inteligibilă și ușor de utilizat de către vizitatori.

În cadrul aplicației web se pot crea mai multe funcționalități. Aceasta reprezintă magazinul on-line, dar poate avea și pagini destinate departamentelor firmei.

Astfel, pentru departamentul financiar, pot fi create tablouri de bord – dashboard-uri, prin intermediul cărora personalul poate avea acces în timp real la date, situații, rapoarte. În acest fel, prin intermediul privilegiilor acordate în funcție de useri, personalul din departamentul financiar poate genera rapoarte bazate pe funcții/interogări SQL.

În cadrul departamentului financiar sunt necesare tot felul de rapoarte pentru a asigura buna cunoaștere a firmei, a situațiilor clienților, furnizorilor, comenzilor, costurilor, etc.

Astfel de funcționalități ne ajută la o rambursare mai rapidă a cheltuielilor și la un control strict al pierderilor și fraudelor. Vom obține un control mai mare asupra procesării solicitărilor privind cheltuielile. Membrii departamentului financiar pot aproba sau respinge cu ușurință cheltuielile monitorizând și interacționând cu întreaga organizație. Se poate obține o abordare unitară asupra operațiunilor comerciale și financiare, a documentelor primite sau emise de către companie. De asemenea, se asigură în timp real accesul la informații datorită unui sistem de rapoarte flexibil și ușor de personalizat care permite managerilor să supervizeze și să analizeze principalele aspecte ale unei afaceri.

Mai jos vom prezenta câteva exemple de butoane relaționate ce pot ajuta departamentul financiar.

1. Prețul mediu al tuturor produselor

Se folosește interogarea SELECT AVG pentru obținerea prețului mediu al tuturor produselor.

```
SELECT AVG (Preț) AS PRET_MEDIU
```

```
FROM Produce;
```

Fig. 9. Situația produselor din magazin

ID_Produs	Denumire produs	Data intrare	Preț	Cantitate	Caracteristici produse
1	Huse auto	05/04/2019	200	10	tip Logan
2	Volan	05/04/2019	525	3	Volan sport utilizare generala, produc
3	Modul levier se	03/04/2019	2907	2	Compatibil Citroen, Peugeot
4	Bucsa, levier sc	03/04/2019	4	12	Producător: JP GROUP, Compatibil SI
5	Bucsa schimbare	03/04/2019	18	5	Producător: TOPRAN; Citroen, Peuge

Fig. 10. Returnarea rezultatului privind prețul mediu al produselor din magazin

PREȚ_MEDIU
730,8

2. Situația comenzilor din magazin

Se folosesc interogările SELECT și GROUP BY pentru a ordona comenzile după valoarea lor în cadrul tabelii Comenzi.

```
SELECT Valoare
FROM Comenzi
GROUP BY Valoare;
```

Fig. 11. Situația comenzilor

ID_Comanda	Valoare
1	210
2	215
4	16

3. Situația produselor vândute

Prin intermediul funcției SELECT se pot afla informațiile referitoare la produsele vândute.

```
SELECT * FROM Cost produse vândute;
```

4. Aflarea prețului celui mai scump produs

În cadrul tabelii Produse se utilizează funcția SELECT pentru furnizarea celui mai mare preț ca PrețMare.

```
SELECT MAX(Preț)
AS PrețMare
FROM Produse;
```

Fig. 12. Returnarea rezultatului privind prețul produsului cel mai scump

PrețMare
2907

1. Numărul de produse din magazin

În cadrul tabelii Produse se utilizează funcția COUNT pentru aflarea numărului de produse.

```
SELECT COUNT (ID Produs)
FROM Produse;
```

2. Situația furnizorilor ce au produse cu prețuri mai mici decât o valoare dată

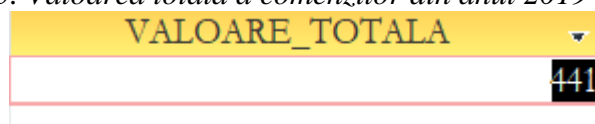
Se utilizează subinterogarea EXISTS care returnează ca fiind adevărate una sau mai multe înregistrări, conform solicitării noastre.

```
SELECT DenumireFurnizor
FROM Furnizori
WHERE EXISTS (SELECT DenumireProdus FROM Produse WHERE ID_Furnizor =
Furnizori.ID_Furnizor AND Valoare < 100;
```

3. Afișarea valorii totale a comenzilor din anul 2019

```
SELECT Sum(Valoare) AS VALOARE_TOTALA
FROM Comenzi
WHERE (((Comenzi.[Dată comandă])>2019));
```

Fig. 13. Valoarea totala a comenzilor din anul 2019



VALOARE_TOTALA
441

INTEGRAREA APLICAȚIEI WEB CU BAZE DE DATE ÎN CADRUL MAGAZINULUI ON-LINE

Vom prezenta mai jos baza de date a aplicației web ce va fi utilizată în cadrul magazinului on-line ”OnGomag”.

Baza de date este proiectată prin intermediul software-ului MySQL phpMyAdmin, iar rezultatul acesteia este afișat sub formă de tabele structurale.

Această aplicație web va avea o interfață care va ajuta utilizatorul în găsirea serviciilor și produselor căutate. Aceasta este realizată cu CSS și HTML pentru asigurarea unui design atrăgător și o afișare cât mai eficientă a produselor, astfel încât timpul clienților consumat în aplicație să fie cât mai bine distribuit pentru găsirea informațiilor necesare. Pentru a putea modifica conținutul site-ului în funcție de opțiunile selectate de utilizator fără a consuma multe resurse se folosește JavaScript. Limbajul de programare PHP rulează pe server, astfel, clientul nu are acces la el, asigurându-se un grad sporit de securitate.

Va avea loc o relație între administratorul paginii și posibilul client. Se va putea crea cont fiecărui user, sau se va putea cumpăra direct fără a se mai face cont. Comanda va fi confirmată prin intermediul e-mailului furnizat de client.

Interfața va fi facilă și ușor de utilizat de către vizitatori, clienți, cât și de către administrator.

Cea mai importantă funcție a aplicației web este cea de comandă, fiind urmată de cea de corespondență și informare, clientul urmând să primească tot ceea ce dorește la locația unde a stabilit în cadrul comenzii. Această interfață ajută la promovarea magazinului prin profesionalism și încredere din partea clienților.

Magazinul on-line este împărțit în patru pagini principale: Acasa, Despre, Servicii, Contacte.

Paginile principale sunt legate de alte pagini în funcție de dimensiuni ale textelor.

Cele patru pagini se pot accesa de pe orice device cu mare ușurință datorită modului în care au fost create (Responsive Web Design).

Baza de date aferentă magazinului on-line trebuie să fie foarte complexă.

Aceasta va fi alcătuită din 33 de tabele de mai multe tipuri:

- tabele ce conțin **informații** despre clienți, produse, comenzi și plăți (tabelele de bază);
- tabele ce conțin **legăturile** dintre clienți, produse, comenzi și plăți;
- tabele ce conțin **setări** ale aplicației;
- tabele ce conțin **rutele** aplicației și tabele ce conțin texte în diferite limbi utilizate în aplicație.

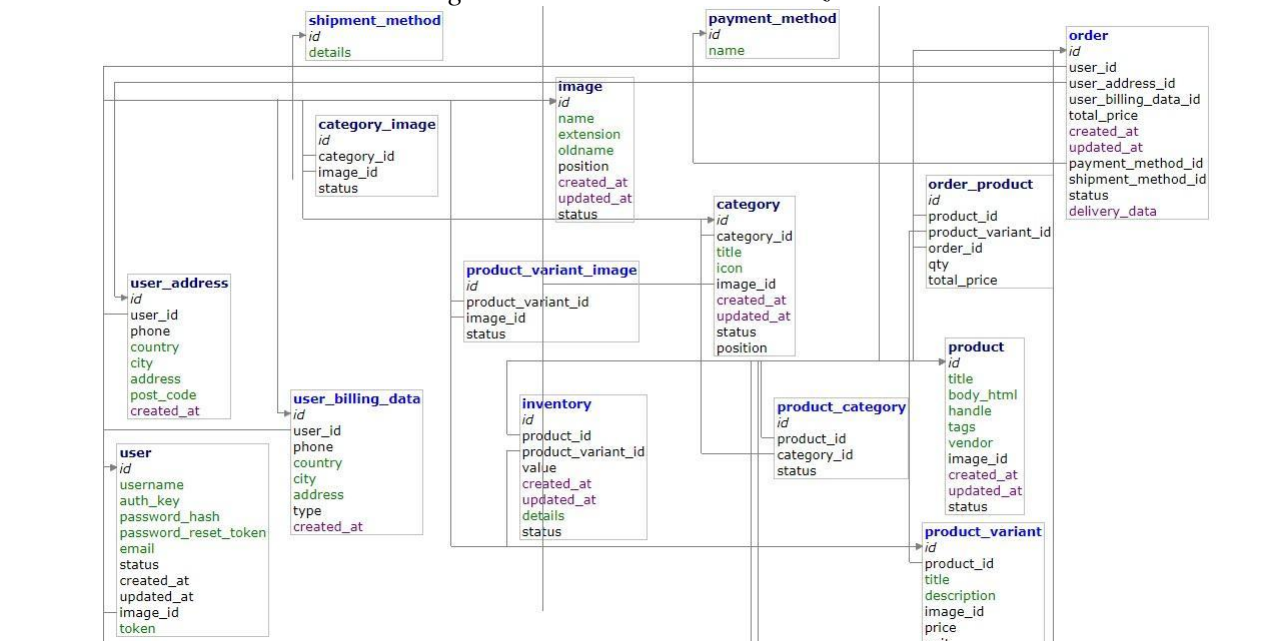
Tabelele, precum și câmpurile din baza de date a magazinului on-line vor fi denumite în limba engleză pentru că aceasta este limba cea mai utilizată în domeniu.

Pentru administrarea aplicației utilizăm software-ul Adminer, acesta fiind program pentru gestionarea conținuturilor în bazele de date MySQL.

Fig. 14. Prezentarea tabelelor din aplicația web cu baze de date

auth_assignment
 auth_item
 auth_item_child
 auth_rule
 braintree_address
 braintree_customer
 braintree_payment
 braintree_transaction
 cart
 category
 category_image
 email_template
 image
 inventory
 migration
 order
 order_product
 payment_card
 payment_card_type
 payment_charge
 payment_method
 product
 product_category
 product_image
 product_option
 product_variant
 product_variant_image
 shipment_method
 site_setting
 site_text
 user
 user_address
 user_billing_data

Fig.15. Extras din structura bazei de date



Tabel 2. Funcționalități tabele bază de date magazin on-line

Nume tabelă	Descriere funcționalități tabele
product user category order cart	Aceste tabele sunt tabelele de bază care definesc informații cu privire la produse, utilizatori/clienti, categorii produse, comenzi, cos.
image inventory product_option product_variant shipment_method user_address user_billing_data	La tabelele de bază avem nevoie de informații suplimentare. Pentru a nu îngreuna interogările, acestea vor fi stocate în tabele diferite.
category_image order_product	Tabele de legătură între tabelele de bază și tabelele cu informații suplimentare (extradata).
site_setting site_text email_template migration product_category product_image product_variant_image	Aceste tabele cuprind setările site-ului, datele aplicației.
auth_assignment auth_item auth_item_child auth_rule	Tabele care ocupă de administrarea secțiunilor în funcție de tipul utilizatorului logat în aplicație.
braintree_address braintree_customer braintree_payment braintree_transaction payment_card payment_card_type payment_charge payment_method	Se ocupă de metodele de plată, tranzacții etc.

În cadrul bazei de date se vor putea obține o multitudine de informații și rapoarte prin utilizarea funcțiilor și interogărilor.

Mai jos vom prezenta câteva exemple de utilizare a funcțiilor mai complexe în cadrul bazei de date bazate pe interogarea SELECT.

1. Afișarea comenzilor utilizatorului cu id-ul 25 în baza de date:
Selectarea tuturor datelor din tabela user pentru utilizatorul cu id 25.

```
SELECT *
FROM User WHERE ID = 25;
```

Selectarea tuturor comenzilor din tabela order pentru utilizatorul cu id 25.

```
SELECT *
FROM Order WHERE ID = 25;
```

Utilizarea funcției SELECT poate fi combinată cu funcția JOIN. Funcția JOIN se folosește pentru o reuniune a anumitor coloane din anumite tabele, respectiv listarea informațiilor din anumite tabele.

Funcția LEFT JOIN permite interogarea datelor din mai multe tabele. Funcția returnează toate rândurile din tabela din stânga și rândurile corespunzătoare din tabela din dreapta. Dacă nu există nicio corespondență, rezultatul din dreapta este NULL. Funcția LEFT JOIN returnează toate înregistrările din tabela din stânga, chiar dacă nu există corespondențe în tabela din dreapta.

Funcția de mai jos returnează toate produsele din comenzile utilizatorului cu id 25, respectiv selectează toate comenzile utilizatorului cu id 25 din tabela order, după care caută toate legăturile dintre comenzile găsite în tabela order_product, apoi din legăturile găsite caută produsele asociate din tabela product.

Fig. 16. Comenzile și produsele comandate utilizatorului cu id 25 în baza de date

```
select * from user where id = 25
```

id	username	auth_key	password_hash	password_reset_token	email	status	created_at	updated_at
25	Cristi	TVL-RHMOFHBvtapqac7P5is5NBTuQFys	\$2y\$13\$Ak/MqYN4FTKaeSxgBWazOunCzOap4ub5Om8JbVYxOcd07d0qrPsnu	NULL	crisi.vlada+2@gmail.com	10	1561202588	1561202588

```
1 înscriere (0.000 s) Editează, EXPLAIN, Export
select * from `order` where `order`.`user_id` = 25
```

id	user_id	user_address_id	user_billing_data_id	total_price	created_at	updated_at	payment_method_id	shipment_method_id	status	delivery_data
113	25	12	13	25	2019-06-22 16:03:41	2019-06-22 16:04:31	1	NULL	5	NULL
114	25	12	13	25	2019-06-22 16:05:15	2019-06-22 16:05:17	1	NULL	5	NULL
115	25	12	13	25	2019-06-22 16:05:23	2019-06-22 16:05:25	1	NULL	5	NULL

```
3 înscrieri (0.000 s) Editează, EXPLAIN, Export
select `order`.id as orderId, product.* from `order`
left join user on user.id = order.user_id
left join order_product on order_product.order_id = `order`.id
left join product on product.id = order_product.product_id
where user.id = 25
```

orderId	id	title	body_html	handle	tags	vendor	image_id	created_at	updated_at	status
113	19	Bujii	<h2> Bujii incandescente </h2>	Handle	tags	Bujii de Dedulesti	35	2019-01-05 17:27:06	2019-01-20 13:45:30	1
114	19	Bujii	<h2> Bujii incandescente </h2>	Handle	tags	Bujii de Dedulesti	35	2019-01-05 17:27:06	2019-01-20 13:45:30	1
115	19	Bujii	<h2> Bujii incandescente </h2>	Handle	tags	Bujii de Dedulesti	35	2019-01-05 17:27:06	2019-01-20 13:45:30	1

```
3 înscrieri (0.000 s) Editează, EXPLAIN, Export
select * from user where id = 25;
select * from `order` where `order`.`user_id` = 25;
select `order`.id as orderId, product.* from `order`
left join user on user.id = order.user_id
left join order_product on order_product.order_id = `order`.id
left join product on product.id = order_product.product_id
where user.id = 25;
```

2. Utilizarea funcției SELECT în baza de date pentru afișarea datelor de contact ale utilizatorului cu id-ul 25. Un utilizator poate avea mai multe adrese, astfel că stocarea acestora se va face în tabela user_address.

Fig. 17. Afișarea informațiilor despre adresele utilizatorului cu id 25

```
select `user_address`.* from `user`
left join `user_address` on `user`.`id` = `user_address`.`user_id`
where `user`.`id` = 25
```

id	user_id	phone	country	city	address	post_code	created_at
12	25	786864593	Rom	Bucuresti	Luntrei 2-4	1234	2019-06-22 16:04:06

```
1 înscriere (0.001 s) Editează, EXPLAIN, Export
select `user_address`.* from `user`
left join `user_address` on `user`.`id` = `user_address`.`user_id`
where `user`.`id` = 25;
```

3. Afișarea produselor din categoria cu id-ul 4, numele Arduino.

Într-o categorie există mai multe produse, dar și produsele pot aparține mai multor categorii și subcategoriilor.

Prima funcție returnează toate câmpurile din tabela category pentru înregistrarea cu id 4.

A doua funcție caută toate produsele din categoria cu nr. 4, trecând prin tabela de legătură product_category.

Pentru returnarea rezultatului se setează să se afișeze doar coloane din tabela product care corespund interogărilor de mai sus (*product.**).

Fig. 18. Produsele din categoria id 4, Arduino

```
select * from category where id = 4
```

id	category_id	title	icon	image_id	created_at	updated_at	status	position
4	2	Arduino	glyphicon glyphicon-import	NULL	0000-00-00 00:00:00	2019-01-20 13:04:31	0	3

1 înscrisere (0.000 s) Editează, EXPLAIN, Export

```
select product.* from category
left join product_category on product_category.category_id = category.id
left join product on product_category.product_id = product.id
where category.id = 4
```

id	title	body_html	handle	tags	vendor	image_id	created_at	updated_at	status
2	Injectoare	<p>BInjectoare </p>	Injectoare	arduino controller	china	34	NULL	2019-01-05 17:18:49	0
7	ProductTest7	ProductTest7	imageTest2	imageTest2	testVendor	8	2017-11-10 17:56:04	2019-01-20 12:56:01	0
8	ProductTest8	ProductTest8	imageTest3	imageTest3	testVendor	10	2017-11-10 17:58:04	2019-01-20 12:56:08	0
13	ProductTest13	ProductTest13	finalTestForThisDay	finalTestForThisDay	testVendor	24	2017-11-10 19:11:43	2019-01-20 12:57:20	0
14	ProductTest14	ProductTest14	finalTestForThisDay2	finalTestForThisDay2	testVendor	26	2017-11-11 19:03:54	2019-01-20 12:57:23	0

5 înscriseri (0.001 s) Editează, EXPLAIN, Export

```
select * from category where id = 4;

select product.* from category
left join product_category on product_category.category_id = category.id
left join product on product_category.product_id = product.id
where category.id = 4;
```

În urma utilizării acestei baze de date se pot obține diverse informații utile conducerii și aparatului decizional și pot conduce la dezvoltarea magazinului on-line și a afacerii.

Concluzii

Procesul competițional are loc în cadrul unui mediu comun tuturor firmelor concurente. Acest mediu devine mai complex și se modifică rapid datorită schimărilor tehnologice accelerate și competiției internaționale sporite. Astfel, devine o responsabilitate a conducerii firmelor să ia toate măsurile pentru a se adapta mediului concurențial și să se adapteze cât mai rapid modificărilor acestuia.

În condițiile societății informatizate conducerea firmei trebuie să dispună în timp real de informații, atât din interiorul, cât și din exteriorul firmei.

Această lucrare a avut la bază prezentarea importanței aplicațiilor web cu baze de date în creșterea eficienței economice a organizațiilor. Pe parcursul lucrării am încercat să prezint beneficiile acestor aplicații și am prezentat un exemplu practic pentru evidențierea acestor avantaje.

Pentru a supraviețui și a se dezvolta, societatea noastră trebuie să cunoască bine piața, să comunice cu aceasta, să-și mențină potențialii clienți cât mai informați, să recepționeze, să utilizeze și să decidă cât mai rapid pe baza informațiilor despre clienți, furnizori, produse, comportamentul și preferințele clienților, etc.

Aceste lucruri pot fi realizate prin utilizarea unui sistem informatic performant și, cu predilecție, a unei aplicații web cu baze de date ce ne ajută la gestionarea firmei și mai ales a magazinului on-line.

Am încercat să fac o prezentare de ansamblu a evoluției tehnologiei în prezent și a impactului ei asupra creșterii performanțelor prin reducerea timpului, ușurința muncii și creșterea acurateții informațiilor.

În cadrul lucrării am prezentat beneficiile aduse de sistemele de gestiune a bazelor de date în cadrul afacerilor, în cadrul departamentelor organizației, mai ales în cazul departamentului financiar și în cazul special al magazinelor on-line.

Bazele de date sunt foarte importante pentru eficientizarea activității profesionale și mai ales a mediului de afaceri, astfel crescând rezultatele pe o piață aflată în continuă dezvoltare. La fel ca și piața, și aplicațiile web se află în continuă și rapidă dezvoltare, astfel că, este necesar să fim permanent în pas cu noile modificări.

Sistemul de gestiune al bazei de date pe care l-am propus ne ajută în producerea informațiilor și pentru a sprijini luarea deciziilor la diferite niveluri ale managementului, dar și pentru ținerea de diverse evidențe și prelucrare a tranzacțiilor.

Scopul realizării acestui sistem în cadrul firmei noastre este de a realiza o mai bună comunicare în companie, de a îmbunătăți cooperarea și interacțiunea dintre diferite departamente precum: Financiar, Tehnic, Personal, Vânzări, Gestiune, Marketing și conducerea firmei.

La nivelul departamentului Financiar au fost prezentate câteva aspecte de bază care vor ajuta la îmbunătățirea activității acestora. Aceste funcționalități vor contribui la îmbunătățirea activităților de vânzări, marketing, financiar-contabilă, etc.

Dintre avantajele aplicării acestor soluții amintesc:

- furnizează instrumente pentru interogări și rapoarte ad-hoc
- furnizează funcționalități pentru interacțiunea cu alte module
- permite personalizări
- furnizează informații în timp real care pot ajuta la luarea rapidă de decizii
- ajută la creșterea eficienței și performanței firmei
- analizele și rapoartele ajută la planificări pe termen lung
- asigură integrarea informațiilor financiare
- asigură integrarea informațiilor despre comenzile clienților
- eficientizează relația cu furnizorii

Recomandările pentru dezvoltarea firmei se referă la dezvoltarea bazei de date pentru magazinul on-line. Acesta presupune ca prim pas integrarea bazei de date a firmei cu baza de date a magazinului on-line. În acest sens se va realiza un plan detaliat de dezvoltare și integrare a sistemului propus. Acesta va urma câțiva pași:

- analiză sistem existent
- analiză magazin on-line
- analiză cerințe
- proiectarea sistemului
- implementarea sistemului
- testarea sistemului
- evaluarea și îmbunătățirea sistemului.

BIBLIOGRAFIE

1. Acostăchioaie, D., Securitatea sistemelor Linux, Polirom, Iasi, 2003.
2. Anica-Popa L., Anica-Popa I. – Limbajul de programare Visual Basic – ghid de realizare a aplicațiilor de gestiune, Ed. InfoMega, București, 2004
3. Avram V. și colectiv – Birotică profesională, Editura Tribuna Economică, București, 2002
4. Baron C. – Sisteme informatice (*Integrarea aplicațiilor în sistemele informatice, Medii de programare și de gestiune a bazelor de date, Gestiunea bazelor de date în modul programat*), Editura Pro Universitaria, București, 2007
5. Baron C. – Informatică economică, Editura Pro Universitaria, București, 2006
6. Baron C. – Baze de date, Editura Cartea Universitară, București, 2006
7. Surcel T., Avram V., Apostol C-G., Avram D. – Birotică profesională, Editura Tribuna Economică, București, 2002
8. Tâmbulea L. – Microsoft Access pentru programatori, Editura Promedia Plus, Cluj-Napoca, 2002
9. Teodorescu A. – Lecții de Access, Editura Albastră, Cluj-Napoca, 2002
10. Ullman L. - PHP si MySQL pentru site-uri dinamice - Editura Teora, Bucuresti, 2006
- 11.
12. Ursăcescu M. – Sisteme informatice. O abordare între clasic și modern, Editura Economică, București, 2002
13. Zaharie D., Roșca I. – Proiectarea obiectuală a sistemelor informatice, Edi-tura DualTech, București, 2002
14. http://www.microsoft.com/romania/servere/sql/overview_1.msp
15. OSSTMM (*Open Source Security Testing Methodology Manual*), 2017
<http://www.isecom.org/research/osstmm.html>
16. OWASP (*Open Web Application Security Project*), 2017: <https://www.owasp.org/SecTools>, 2017: <http://sectools.org/>
17. *The Web platform: Browser technologies*, 2017: <https://platform.html5.org/>

ELABORAREA POLITICILOR PUBLICE IN ROMANIA

STUDIU DE CAZ: ANAF - DECLARATIA UNICA

Tudor Andreea Claudia

Facultatea de Stiinte Economice

Specialitatea Contabilitate si Informatica de Gestiune

Abstract:

Importanța, rolul și scopul sectorului public în societatea democratică dezvoltată necesită eforturi continue de creștere a eficienței, responsabilității și transparenței instituțiilor publice. Introducerea noului sistem de management public, în general, și dezvoltarea sistemului de elaborare a politicilor publice, în special, reprezintă una din principalele direcții de dezvoltare adoptate de majoritatea țărilor UE și OECD pentru a răspunde acestei necesități. Instrumente precum managementul orientat spre performanță, cadrul de cheltuieli pe termen mediu, abordarea participativă a procesului decizional și altele asemenea sunt dezvoltate și folosite pentru a asigura punerea în aplicare a principiilor guvernării democratice și concordanța cu nevoile reale ale societății.

Sistemul politicilor publice reprezintă ansamblul instrumentelor, procedurilor și arhitecturii instituționale, dezvoltat în scopul de a îmbunătăți în ansamblu calitatea și eficiența procesului de luare a deciziei. Pentru atingerea acestui scop, pe lângă o bună colaborare între nivelul politic și cel executiv al administrației precum și între administrația publică și societatea civilă, mai este necesară și dezvoltarea cunoștințelor și aptitudinilor tuturor actorilor cheie angrenați în procesul politicilor publice

Politicile publice reprezintă acțiuni realizate de către autorități (centrale sau locale) ca răspuns la problemele care vin dinspre societate. Cu alte cuvinte, se poate vorbi despre politici publice atunci când o autoritate publică, centrală sau locală, își propune, cu ajutorul unui program de acțiune coordonat, să modifice mediul economic, social și cultural.

ANAF - DECLARATIA UNICA

Toti contribuabilii care au efectuat rascumparari din fondurile de investitii in cursul anului 2018 au obligatia de a declara, pana la data de 15 martie 2019, veniturile realizate in anul fiscal 2018.

Declaratia unica se utilizeaza de persoanele fizice pentru declararea impozitului pe veniturile realizate si a contributiilor sociale datorate pentruanul 2018, precum si pentru declararea impozitului pe veniturile estimate si a contributiilor sociale datorate pentru anul 2019.

Declaratia se depune exclusiv prin mijloace electronice, respectiv prin intermediul Spatiului Privat Virtual sau prin intermediul site-ului e-guvernare (daca aveti o semnatura electronica calificata)

Ce trebuie sa fac?

Sectiunea A: Inregistrare in Spatiul Privat Virtual (SPV) (daca sunteti deja inregistrati in SPV urmati doar sectiunile B-E)

Sectiunea B: Accesarea SPV si descarcarea formularului Declaratiei Unice

Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice

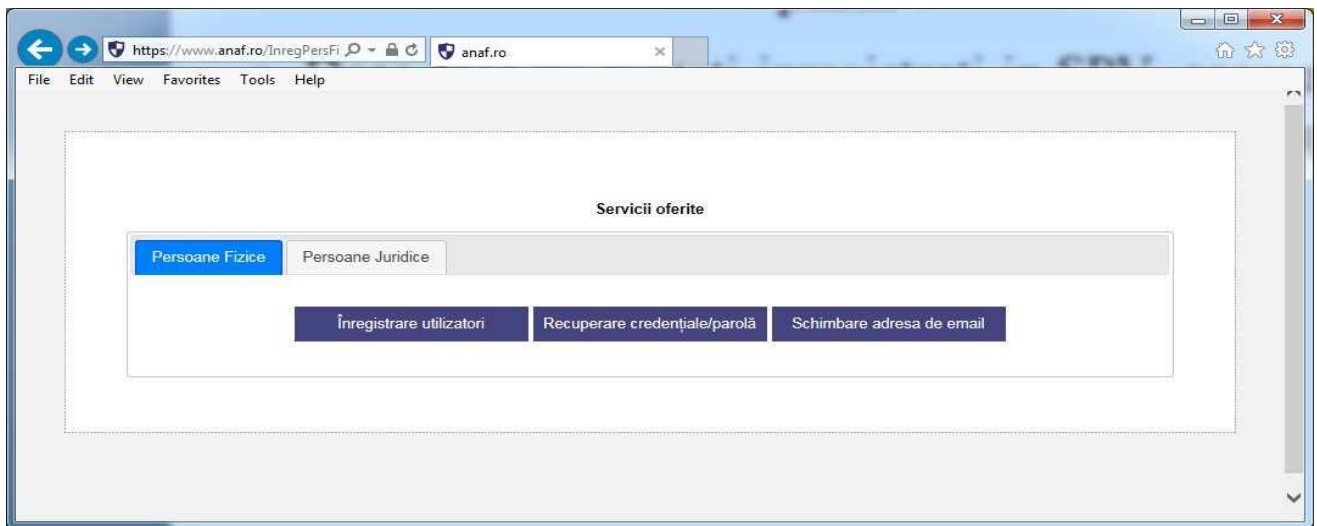
Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice

Sectiunea E: Efectuati plata impozitului, daca este cazul

A. Inregistrare in Spatiul Privat Virtual (SPV)

– pasul 1 Doar daca nu sunteti inregistrati in SPV, accesati linkul

www.anaf.ro/InregPersFizicePublic/ si apasati butonul “Inregistrare utilizatori”



A. Înregistrare în Spațiul Privat Virtual (SPV) – pasul 2 **COMPLETAȚI FORMULARUL AFISAT.**

Aveți nevoie de o adresă de e-mail validă.

Pentru a nu vă deplasa la un sediu ANAF, aveți nevoie de o decizie de impunere mai veche sau de scrisoarea trimisă de Ministerul Finanțelor în luna mai 2018 pentru înscrierea în SPV

Retineți numele de utilizator ales, precum și parola

Înregistrare utilizator:

Dacă ați primit din partea Ministerului Finanțelor Publice, în luna mai 2018, o scrisoare cuprinzând informații pentru înscrierea dumneavoastră în serviciul „Spațiul Privat Virtual” SPV fără a vă deplasa la unul din sediile Agenției Naționale de Administrare Fiscală, vă rugăm ca pe ecranul de aprobare, să selectați opțiunea “Verificare număr document”, iar câmpul “Număr document” să îl completați cu numărul de document notat din stânga sus.

CNP/NIF:

Prenume: ex: Ion

Nume: ex: Popa

Tip act de identitate: CI

Serie act identitate: ex: RD

Număr act identitate: ex: 123456

Tipul de aprobare: Verificare număr document

Pentru identificarea pe baza scrisorii primite de la MFP, prin poștă, introduceți numărul documentului aflat pe prima pagină, în stânga sus.

Număr document:

Nume utilizator: ex: ionpopa

Parolă:

Confirmare parolă:

Adresa de email: ex: ion.popa@gmail.com

Nr. telefon mobil:

Această informație este confidențială și va fi folosită strict în relația cu ANAF.

Sunt de acord să primesc atenționări prin email de la ANAF - Gratuit.

Sunt de acord să primesc atenționări prin aplicația Notif MFP de la ANAF - Gratuit. Descărcați aplicația pentru Android sau iOS.

Întrebare de siguranță: Care este culoarea preferată?

Răspuns Întrebare de siguranță: ex: Verde

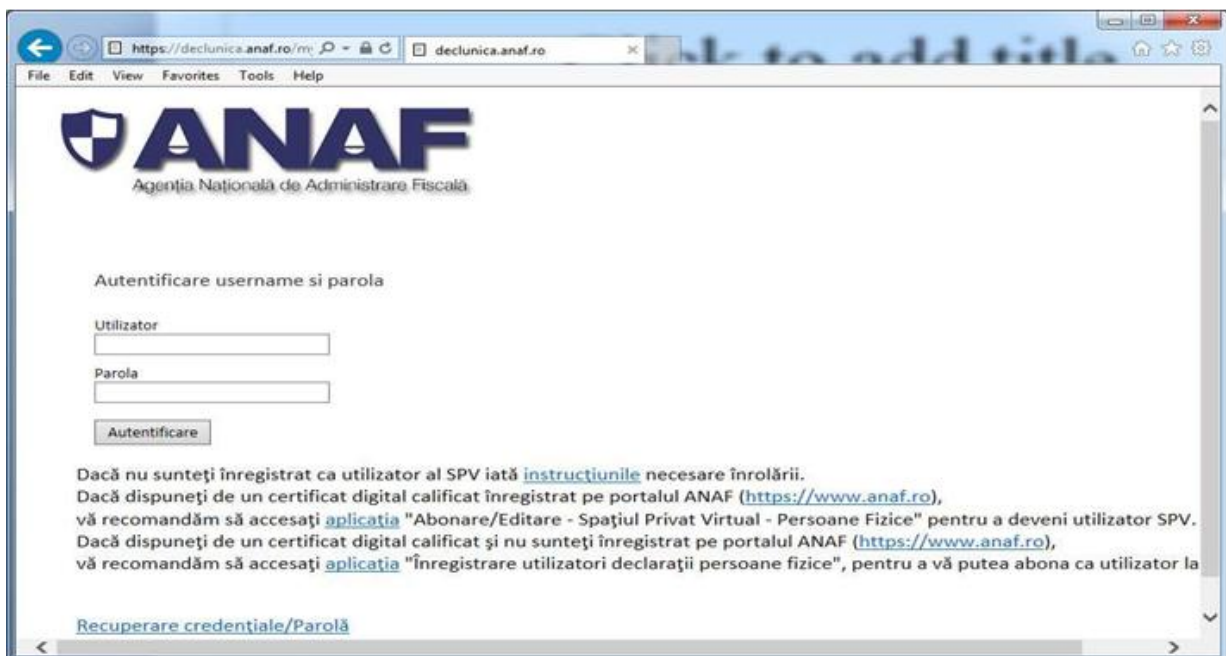
Sunt de acord cu Termenele și condițiile de utilizare a serviciului.

Sectiunea B: Accesarea SPV si descarcarea formularului Declaratiei Unice – pasul 1

- Accesati siteul ANAF (www.anaf.ro) si apasati butonul “Depunere Declaratie Unica”
- Adresa alternativa de depunere “Declaratia unica” este <https://declunica.anaf.ro>

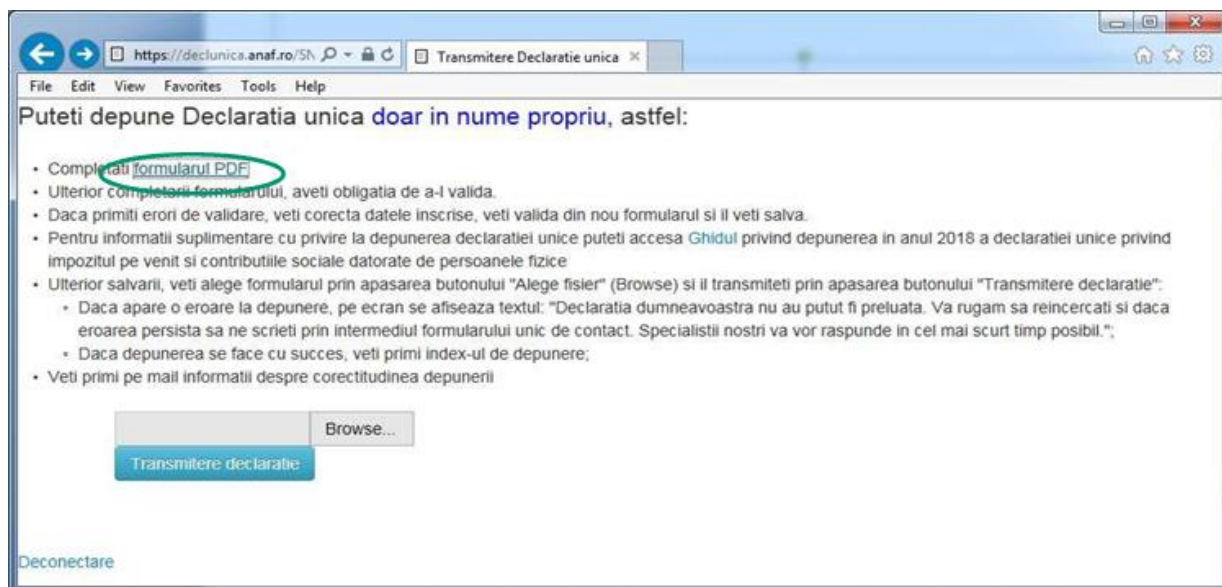


- Sectiunea B: Accesarea SPV si descarcarea formularului Declaratiei Unice – pasul
- Folositi numele de utilizator si parola aleasa la inregistrarea in SPV si apasati butonul Autentificare. Dupa aceea veti avea nevoie si de un cod de siguranta primit pe adresa de e-mail folosita la inregistrare pentru a accesa SPV.

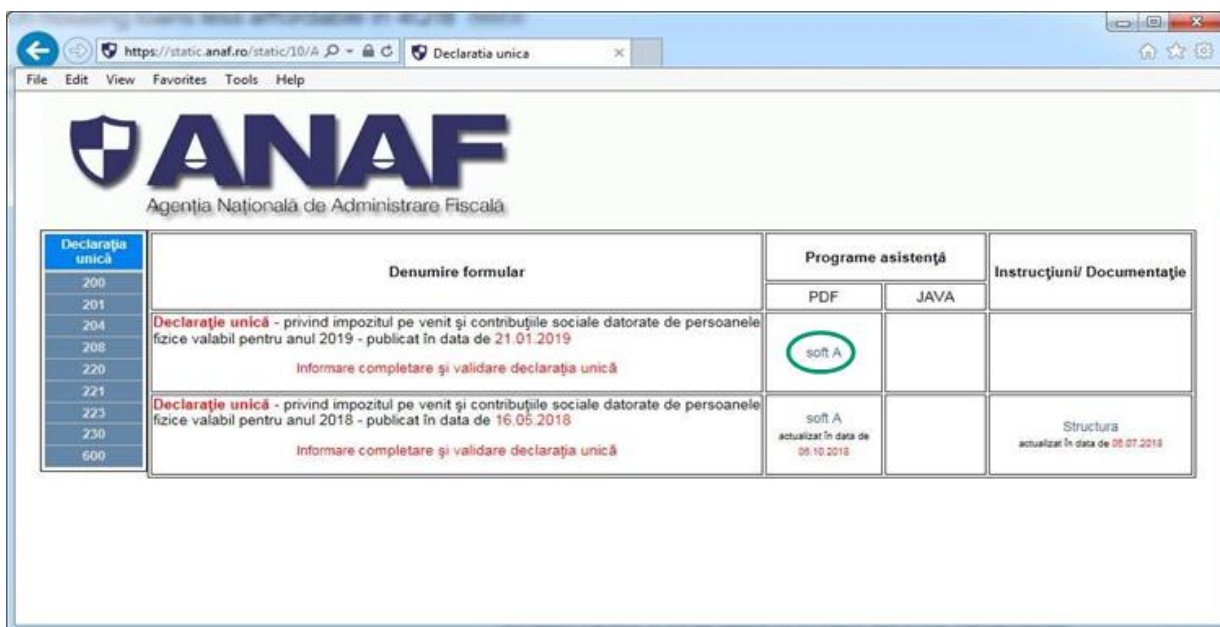


Sectiunea B: Accesarea SPV si descarcarea formularului Declaratiei Unice – pasul 3

- Descarcati formularul declaratiei unice prin accesarea linkului “Completati formularul PDF”



- Sectiunea B: Accesarea SPV si descarcarea formularului Declaratiei Unice – pasul 4
- Descarcati formularul pdf al Declaratiei Unice prin apasarea linkul soft A



Sectiunea B: Accesarea SPV si descarcarea formularului Declaratiei Unice – pasul5

- Salvati fisierul pdf al Declaratiei Unice pe calculatorul dvs. Asigurati-va ca aveti instalata ultima versiune a Adobe Reader, care poate fi descarcata de la

<https://get.adobe.com/ro/reader/>

https://static.anaf.ro/static/10/A... Declarația unica static.anaf.ro

File Edit Go to Favorites Help

1 / 3 107%

Sign In

Istoric versiuni Asistență Raportează o problemă tehnică

VALIDEAZA FORMULARUL

ANAF Agenția Națională de Administrare Fiscală

DECLARAȚIE UNICĂ Anexa nr.1
privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice

Versiune: A2.0.0/ 21.01.2019 Suma de control: 0 **FORMULAR NEVALIDAT**

A. DATE DE IDENTIFICARE A CONTRIBUABILULUI

A.1.Nume A.2.Inițiala tatălui A.3.Prenume A.4.Cod de identificare fiscală

A.5.Adresa

A.6.Telefon A.7.Fax A.8.E-mail A.9.Cont bancar (IBAN)

A.10.Nerezident A.11.Statul de rezidență A.12.Cod de identificare fiscală din străinătate

Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice– pasul 1

- In fisierul pdf salvat completati datele dvs de identificare.

declaratieUnica_2018.pdf - Adobe Acrobat Reader DC

Fișier Editare Vizualizare Fereastră Asistență

Pagina principală Instrumente declaratieUnica_20... x Conectare

1 / 7 94.6%

Partajare

VALIDEAZA FORMULARUL

ANAF Agenția Națională de Administrare Fiscală

DECLARAȚIE UNICĂ Anexa nr.1
privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice

Versiune: A2.0.0/ 21.01.2019 Suma de control: 0 **FORMULAR NEVALIDAT**

A. DATE DE IDENTIFICARE A CONTRIBUABILULUI

A.1.Nume A.2.Inițiala tatălui A.3.Prenume A.4.Cod de identificare fiscală

POPESCU MARIA 2010101010014

A.5.Adresa

BUCURESTI, SECTOR 2, STR. BUCURESTI. NR. 1

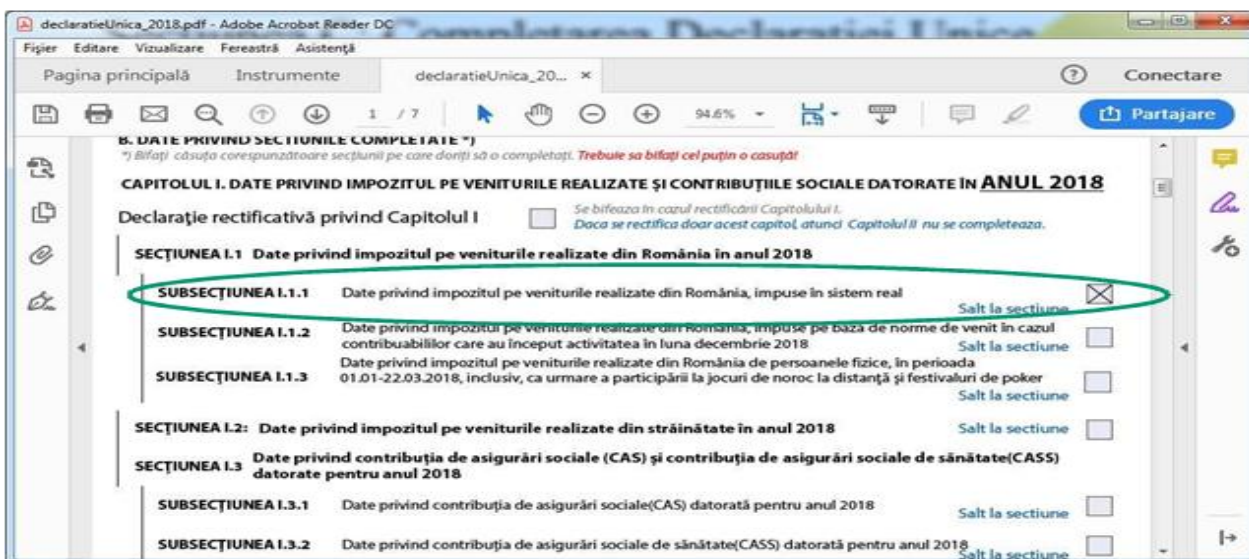
A.6.Telefon A.7.Fax A.8.E-mail A.9.Cont bancar (IBAN)

A.10.Nerezident A.11.Statul de rezidență A.12.Cod de identificare fiscală din străinătate

Începeți să tastati cu majuscule cod auto taxa, apoi selectati din lista valoarea dorita

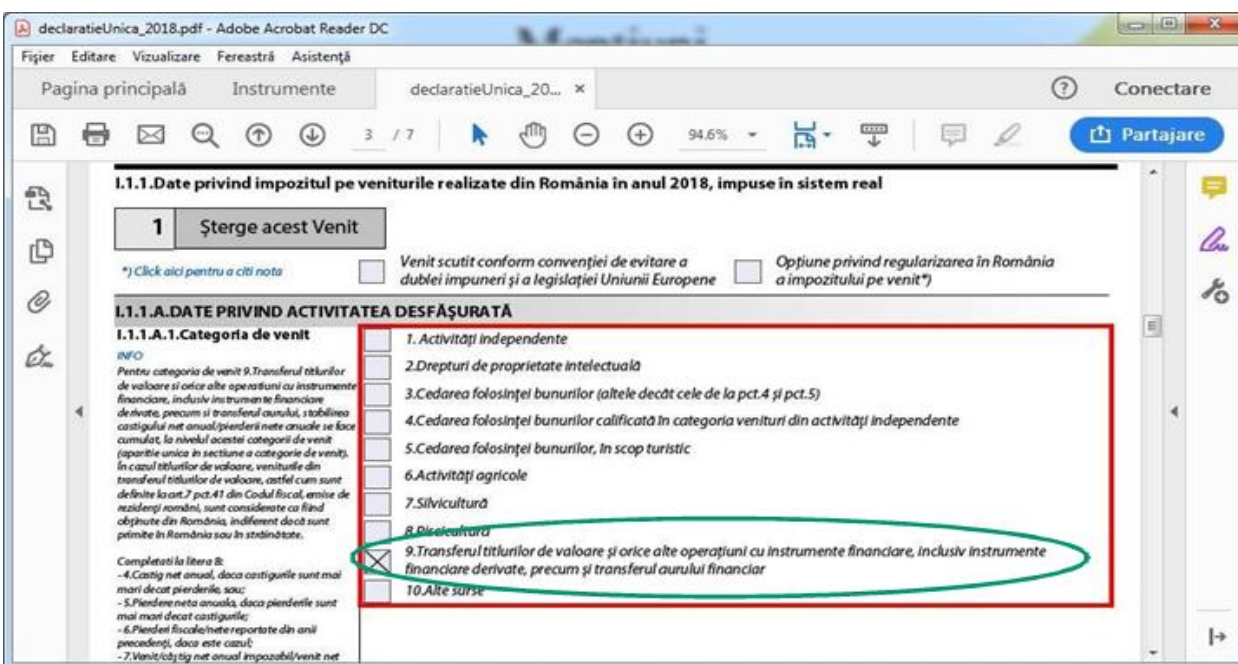
Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice – pasul 2

- Bifati la sectiunea 1 valoarea din subsectiunea I.1.1: “Date privind impozitul pe veniturile realizate din Romania, impuse in sistem real” si apasati “Salt la sectiune”



Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice– pasul 3

- La categoria de venit alegeți “9. Transferul titlurilor de valoare si orice alte operatiuni cu instrumente financiare, inclusiv instrumente financiare derivate si transferul aurului financiar”

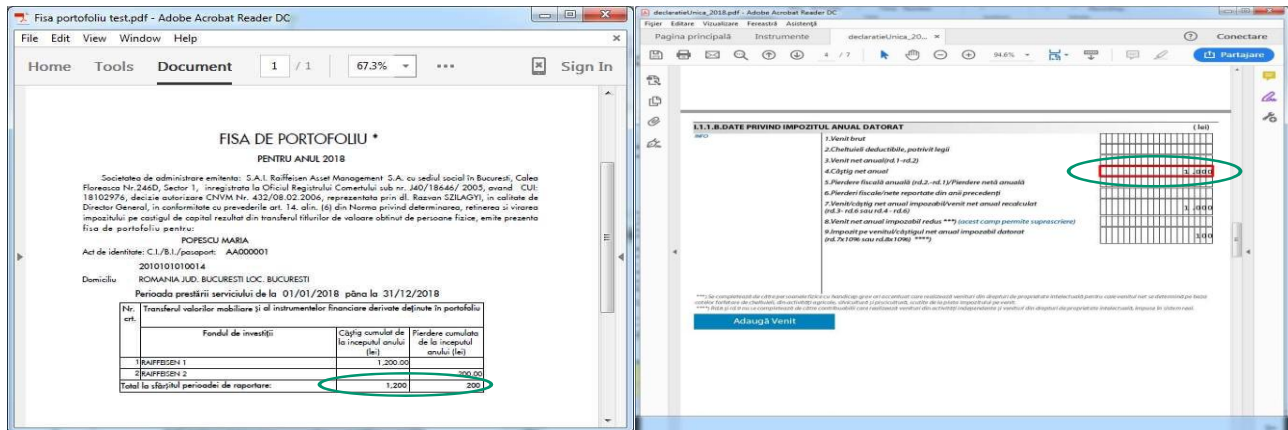


Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice – pasul 4

In baza fisei de portofoliu primite completati campul “Castig net anual” (in cazul in care castigurile sunt mai mari decat pierderile) sau campul “Pierdere neta anuala” (in cazul in care pierderile sunt mai mari decat castigurile)

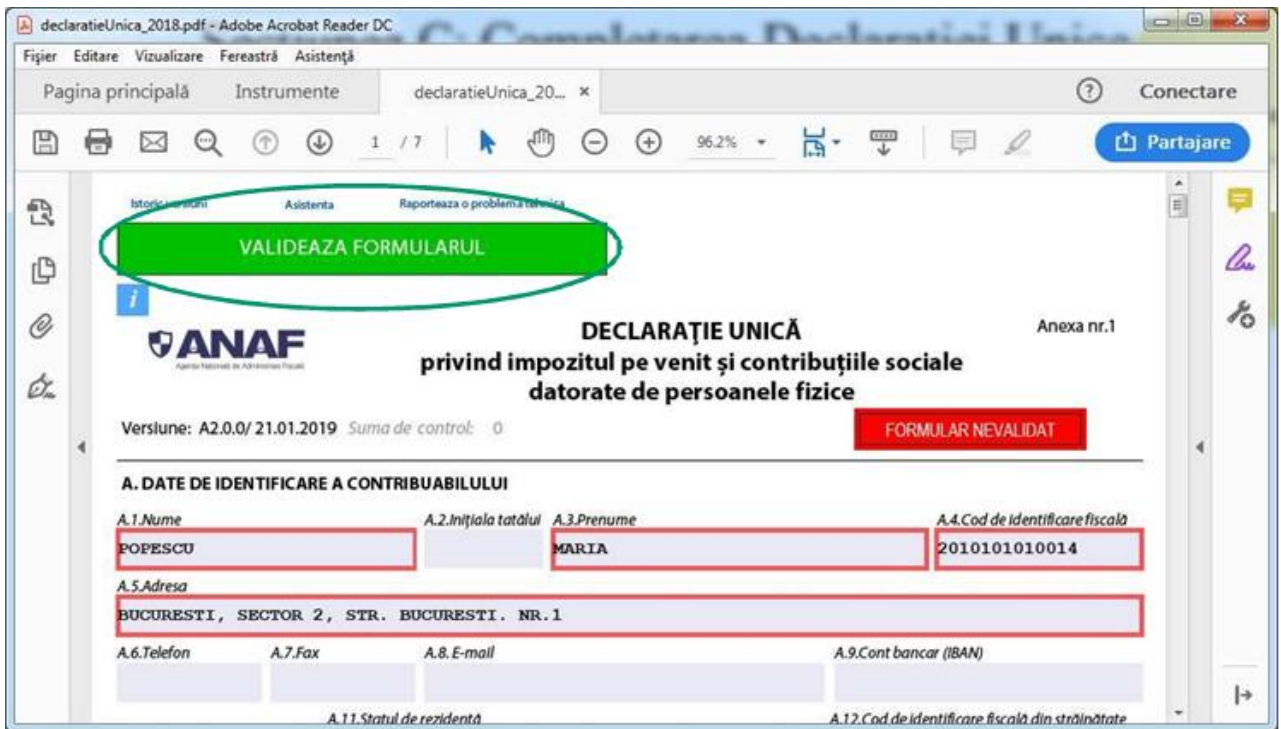
In cazul in care aveti pierderi reportate din anii precedenti completati campul respectiv

Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice – pasul 4 (exemplu)



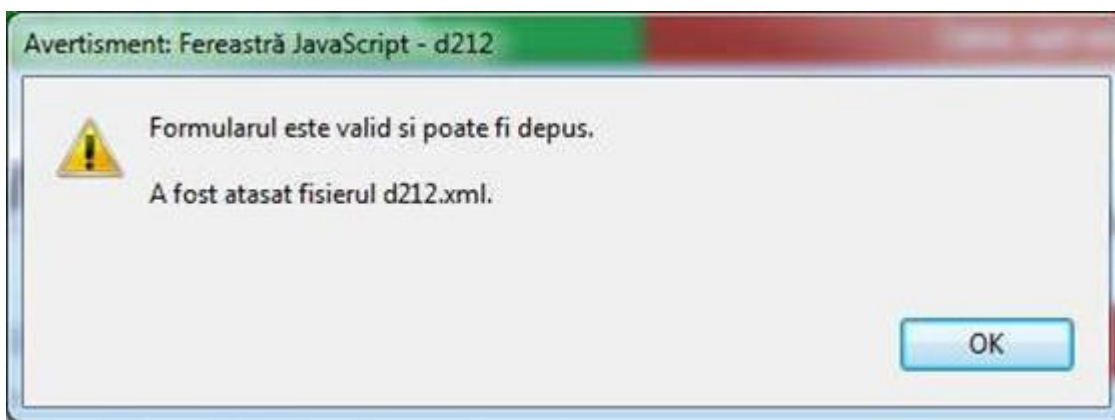
Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice – pasul 5

- Validati formularul pdf completat (pe prima pagina apasati butonul “VALIDEAZA FORMULARUL”).



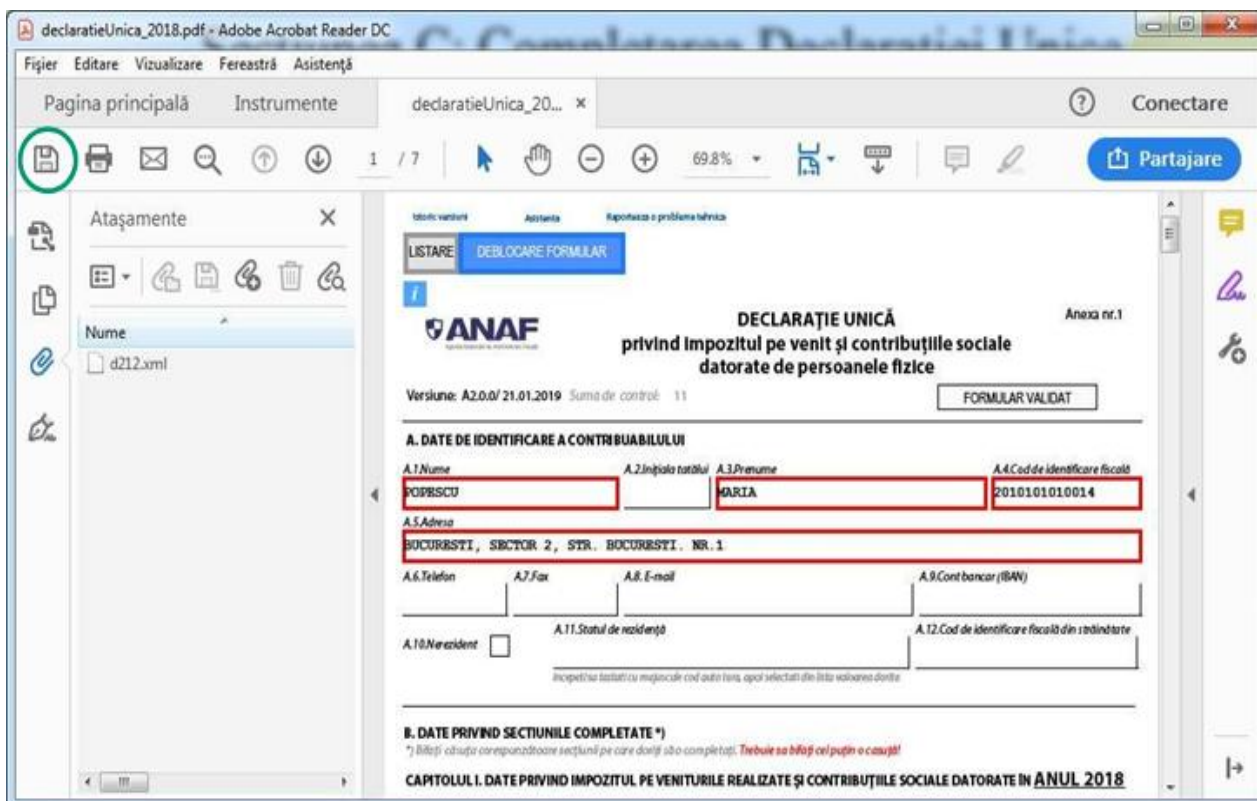
Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice – pasul 6

- Asteptati pana formularul este validat. Veti primi un mesaj de validare.



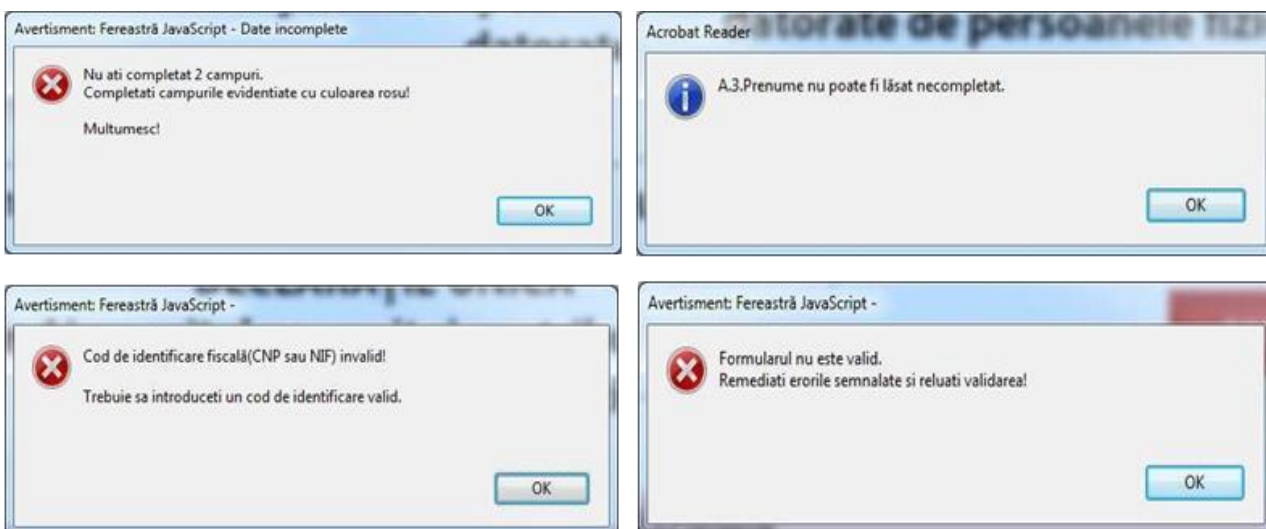
Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice –pasul 7

- Salvati fisierul validat.



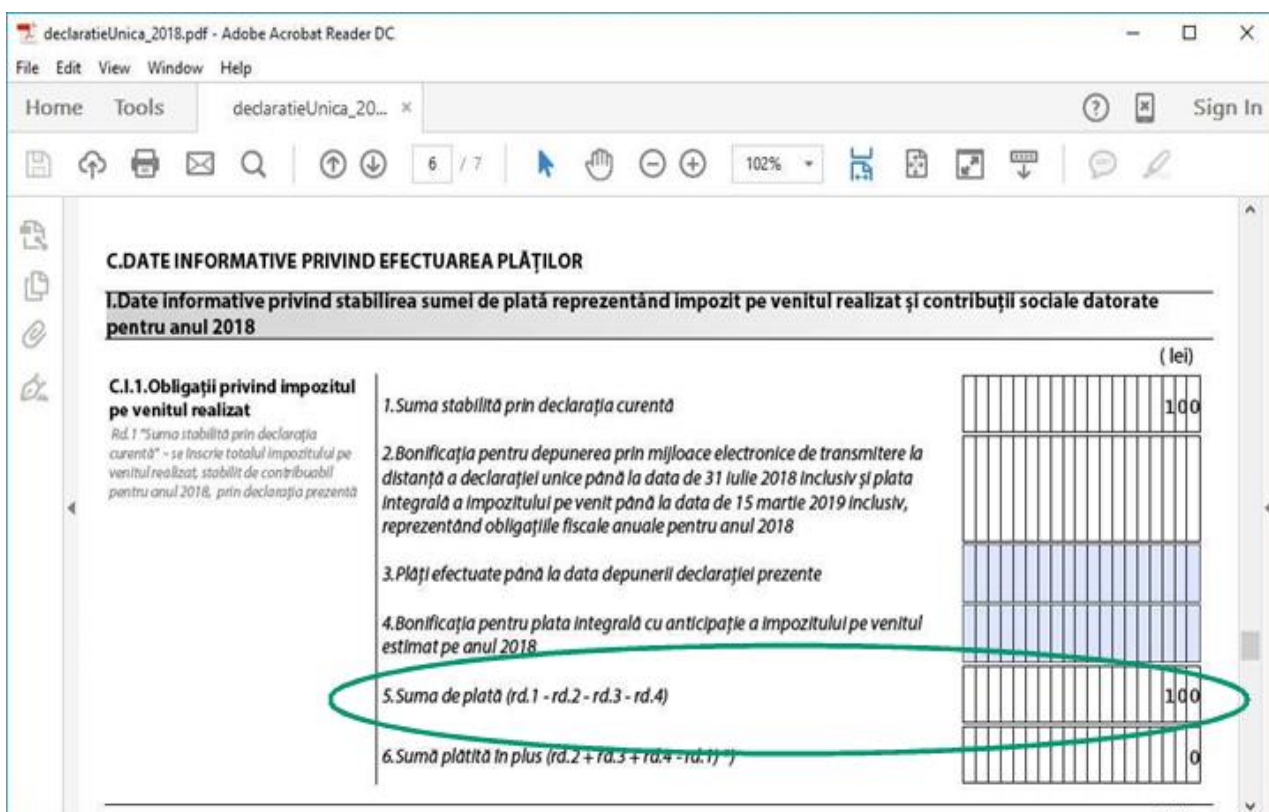
Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice –ce sa fac daca formularul nu este valid

- In cazul in care nu ati completat formularul corespunzator, veti primi diverse mesaje de eroare. Remediatii eroarea in functie de mesaj si incercati din nou sa validati formularul.
-



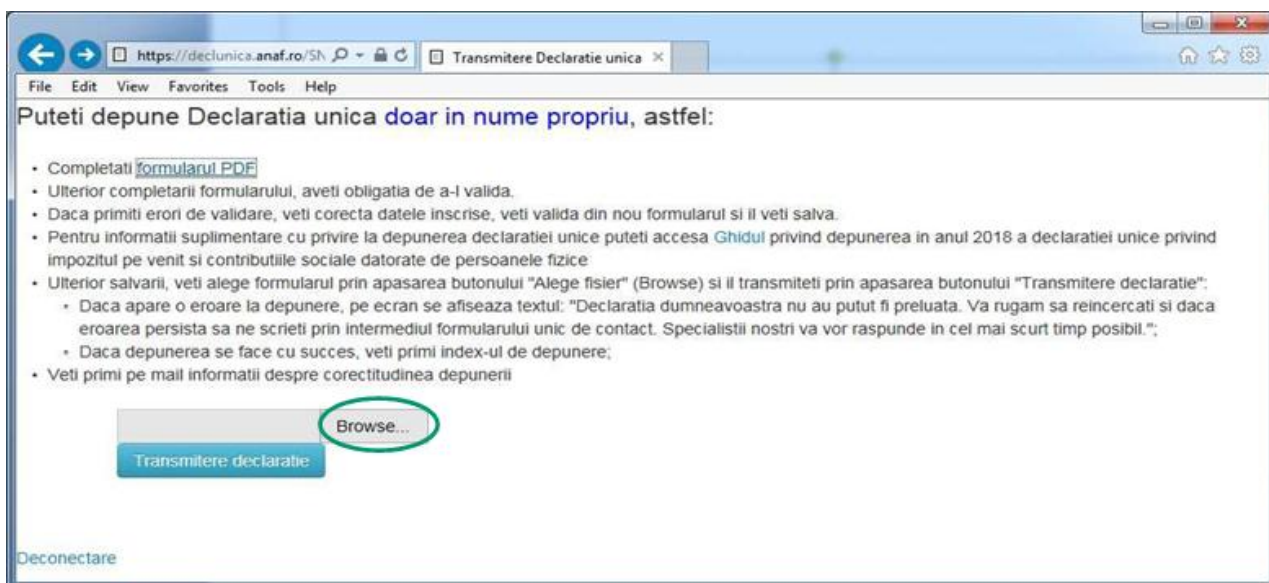
Sectiunea C: Completarea Declaratiei Unice – pasul 8

- Vizualizati suma de plata in sectiunea “C.I.1. Obligatii privind impozitul pe venitul realizat”



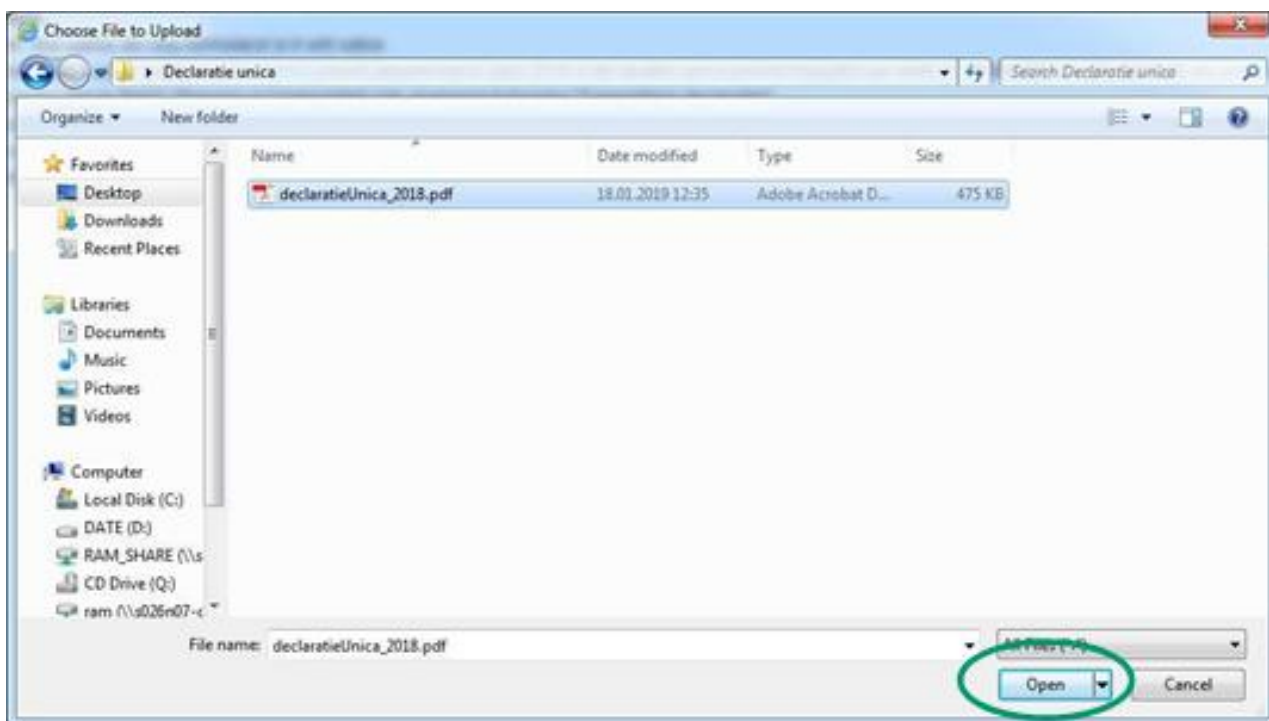
Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice – pasul 1

- Accesati din nou SPV prin apasarea butonului “Depunere Declaratie Unica” de pe site-ul ANAF. Apasati butonul “Browse” pentru a incarca fisierul pdf al Declaratiei Unice.



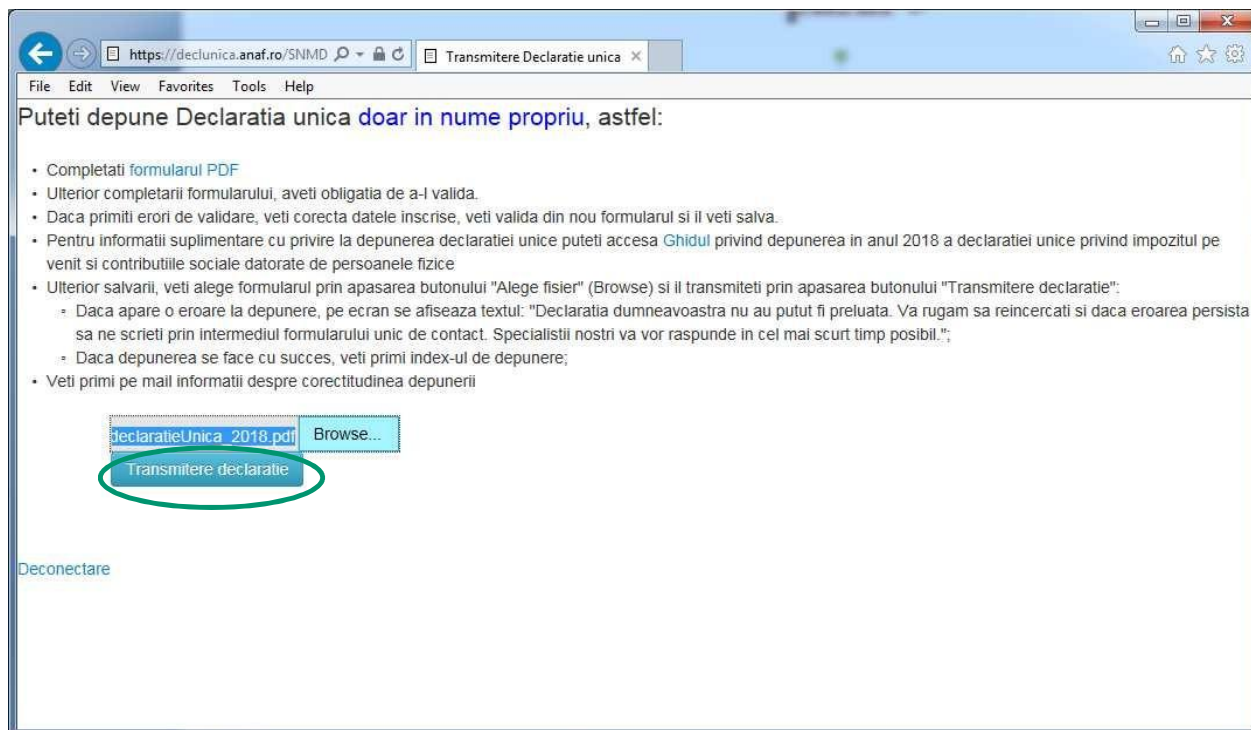
Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice – pasul 2

- Mergeti la adresa unde ati salvat fisierul pdf al Declaratiei Unice, pe care l-ati validat si salvat si apasati butonul "Open".



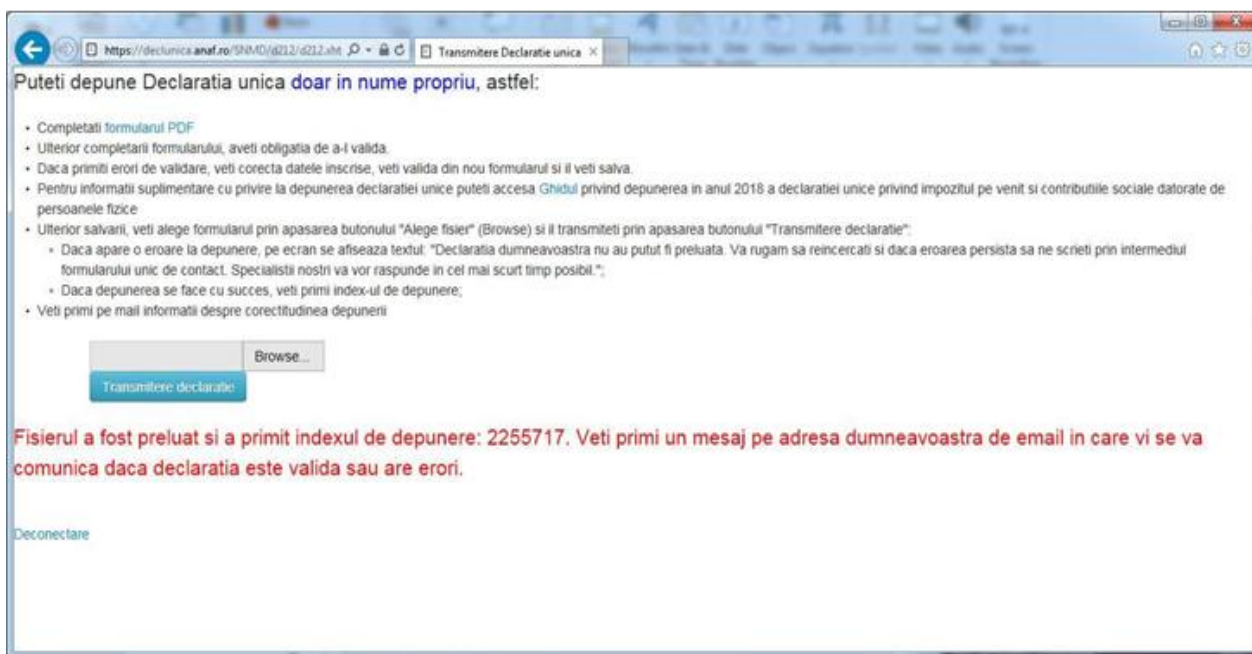
Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice – pasul 3

- Apasati butonul "Transmitere declaratie".



Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice – pasul 4

- Verificati daca fisierul a fost preluat. Vetii primi un mesaj in acest sens in browser-ul folosit



Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice – pasul 5

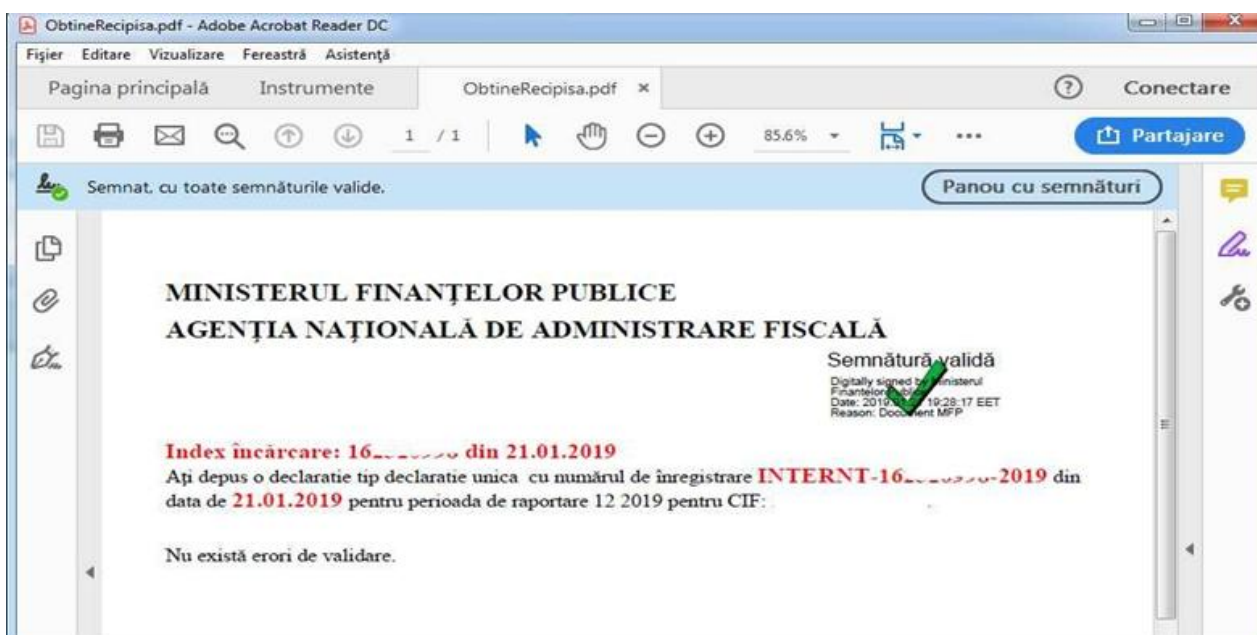
- Verificati in adresa de e-mail comunicata catre ANAF, la inscrierea in SPV, daca ati

primit e-mail-ul de confirmare si descarcati recipisa. Prelucrarea poate fi intr-una din starile: In prelucrare, Fisierul depus nu este un document valid, Documentul are erori de validare sau Documentul este valid.



Sectiunea D: Trimiterea Declaratiei Unice – pasul 6

- Verificati recipisa! In cazul in care declaratia este corecta veti primi mesajul ca “Nu exista erori de validare”. Daca primiti alt mesaj corectati eroarea si redepuneti declaratia



Mentiuni:

- Prin Declaratia Unica, persoanele fizice declara veniturile nesupuse impozitarii la sursa, atat din Romania, cat si din strainatate. In categoria veniturilor neimpozitate la sursa, care trebuie declarate prin intermediul Declaratiei unice, intra si veniturile din transferul titlurilor de valoare la organismele de plasament colectiv (fonduri de

investitii).

- Prin aceasta Declaratie se transmite autoritatii fiscale si estimarea veniturilor realizate in 2019. Contributia de asigurari sociale de sanatate (CASS) se datoreaza in situatia in care valoarea cumulata a veniturilor non-salariale depaseste plafonul de 12 salarii minime brute pe tara in vigoare la data depunerii declaratiei ($12 \text{ luni} * 2.080 = 24.960 \text{ RON}$). Se completeaza in Subsectiunea II.2.2
- Pentru contributia de asigurari sociale de sanatate(CASS) aferenta anului 2018 se completeaza subsectiunea I.3.2, doar daca veniturile non-salariale inregistrate in 2018 au depasit plafonul de 12 salarii minime brute pe tara ($12 \text{ luni} * 1900 = 22.800 \text{ RON}$).
- Incepand cu anul 2019 nu veti mai primi Decizie de impunere de la ANAF. Declaratia depusa reprezinta titlu de creanta si produce efecte juridice ale instiintarii de plata de la data depunerii acesteia, in conditiile legii. Prin declaratia unica investitorul va calcula impozitul si il va plati din proprie initiativa direct pana la data de 15 martie a anului in care depune declaratia.
- Recipisa si declaratia depusa pot fi vizualizate timp de 60 de zile de la depunere in sectiunea mesaje din Spatiul Privat Virtual, accesat de la adresa <https://pfinternet.anaf.ro>

Concluzii

Comparația dintre vechiul sistem de declarare și plată a impozitelor și contribuțiilor și noul sistem ne dă un semnal bun: mai puțină birocrație, de acum înainte, obligații de plată mai simple de înțeles și mai ușor de gestionat de către contribuabil.

Anul 2018 a fost de la debutul lui un an derutant pentru persoanele fizice ce obțin alte venituri decât cele din salarii și/sau pensii, prin introducerea declarației D600, amânarea termenului de depunere a acesteia urmată de eliminarea ei completă și apoi schimbarea mecanismului de declarare a veniturilor și de stabilire a impozitelor datorate în timpul anului fiscal. Prin introducerea declarației unice lucrurile se vor simplifica simțitor, contribuabilul nu va mai fi împovărat cu depunerea mai multor declarații, se va familiariza cu modul de stabilire a impozitului și contribuțiilor datorate (va ști ce plătește), nemaifiind presat de obligativitatea plăților anticipate, iar Fiscul își va ușura activitatea, având de prelucrat și urmărit o singură declarație"

Această nouă declarație, deși stufoasă -- ca număr de pagini, ține locul a nu mai puțin de șapte vechi declarații, care erau folosite în felul următor:

- pentru declararea veniturilor realizate în România în anul precedent se folosea D200, iar pentru cele din străinătate, se folosea D201;
- pentru a declara venitul estimat pentru anul curent declarării se folosea D220, iar, dacă era vorba de normele de venit pentru agricultură, se folosea D221;
- ca să declare veniturile ce constituiau plafonul minim de încadrare ca plătitor de contribuție la pensie (CAS) și/sau la sănătate (CASS), se folosea D600 (introdusă anul acesta, creând numeroase dificultăți în practică);
- persoanele care, deși nu obțineau venituri de niciun fel, nu erau asigurate la sănătate, dar voiau să fie, se foloseau de D604 ca să se asigure în sistem, iar, atunci când nu mai voiau, se retrăgeau prin formularul 605.

Aceste declarații aveau aveau termene de depunere diferite. Existența mai multor declarații cu termene de depunere diferite deruta contribuabilul. Acum se realizează simplificarea obligațiilor declarative, implicit, reducerea birocrăției.

Începând cu veniturile anului 2018, stabilirea impozitelor se va face de către contribuabil (autoimpunere), organele fiscale nu vor mai emite decizii de impunere. Acest lucru ne va permite să știm exact ce și de ce plătim. Nu mai ești obligat să plătești anticipat, ci ai opțiunea să faci asta. Înainte, în baza declarației 220, contribuabilul estima un venit pentru anul în curs și, apoi, organul fiscal, în baza lui D220, emitea decizia de impunere prin care stabilea obligația de plată anticipată. Acum, chestiunea asta a dispărut.

Contribuabilul care obține alte venituri decât cele din salarii/pensii nu mai e obligat să facă plăți anticipate la dările sale fiscale, dar, dacă vrea, poate să facă asta până la termenul impus de Codul fiscal. Și, arată legiuitorul, dacă alege să plătească mai devreme, primește bonificații de până la 5% din impozitul datorat. Deci, practic, plățile anticipate sunt posibile și încurajate, dar nu mai sunt obligatorii.

Bibliografie

1. Manual de politici publice: Marius Constantin Profiroiu, Elena Iorga;
2. ORDIN Nr. 49/2019 din 11 ianuarie 2019 pentru aprobarea modelului, conținutului, modalității de depunere și de gestionare a formularului "Declarație unică privind impozitul pe venit și contribuțiile sociale datorate de persoanele fizice"
3. <http://www.anaf.ro>

MASTER

RĂSPUNDEREA ȘEFULUI DE STAT

Clejanu Nicolae Lucian

Facultatea De Administratie Publica

Specializarea Puterea Executivă Și Administrația Publică

Abstract:

Demersul fundamental urmat în această lucrare este centrat pe analizarea și interpretarea unui set de neclarități referitoare la răspunderea șefului statului enunțate în Constituția României. În primul rând, această lucrare analizează construcția constituțională a acestei instituții prin prisma revizuirii Constituției din 1991 prin legea din 2003 în care se remarcă o tendința de limitare a prerogativelor prezidențiale și implicit a răspunderii șefului statului.

Experții în domeniu au identificat această trecere ca o modificare radicală în sistem marcând transgresiunea de la un sistem semiprezidențial la unul parlamentar. Această tranziție este supusă unor dezbateri intense, formal afirmându-se că regimul românesc emanat din Constituție este semiprezidențial.

Această lucrare identifică într-o primă fază principalele dimensiuni ale acestei tranziții, pentru că în a doua etapă să analizeze incompatibilitățile dintre practică constituțională și cea politică. În acest sens, se aduce în discuție problema sensibilă a imunității prezidențiale și aspectele paradoxale legate de responsabilitatea penală a președintelui în perioada post-2003. Structural, lucrarea este organizată în două părți interconectate ce au rolul de a ilustra o pluriperspectivă asupra răspunderii șefului statului în România. Astfel, în prima parte vor fi sintetizate principalele considerații asupra răspunderii juridice și sociale în conformitate cu Constituția revizuită a României. În continuare, se va accentua aspectul naturii juridice și a întinderii răspunderii șefului statului și formele de răspundere ale acestuia, subliniind discrepanțele dintre teoria constituțională și practică politică.

POZIȚIA ȘEFULUI STATULUI ÎN REGIMURILE POLITICO-CONSTITUȚIONALE

În cadrul sistemului instituțiilor constitutionale juridice și politice, șeful de stat ocupa un rol și o poziție dintre cele mai importante. În condițiile separațiilor puterilor, șeful statului poate fi însuși titularul puterii executive (de exemplu, în statele Unite ale Americii), poate fi un arbitru între puterile statului deținând totodată și unele prerogative care aparțin puterii executive (de exemplu, în Franța) sau poate să reprezinte un simbol al statului, o emanare a puterii legislative, responsabil față de aceasta (de exemplu, în Germania).

În țările care au păstrat formă de guvernământ monarhică, șeful statului (monarhul ereditar) nu deține responsabilități politice. În aceste state, guvernul este de fapt titularul puterii executive, monarhul păstrând numai anumite prerogative legate de reprezentarea statului pe planul relațiilor externe, păstrarea echilibrului între puterile statului și continuitatea autorităților statale.

Pentru a releva însemnătatea instituției șefului statului este suficient să amintim că, de fapt, în legătură cu prerogativele celui care se găsește în fruntea țării, regimurile constituționale au fost de fapt clasificate în regimuri prezidențiale, semiprezidențiale și parlamentare¹.

¹ Constanta Calinoiu, G. Duculescu, V. Duculescu — “Drept constituțional comparat, Ed. Lumina Lex, București, 1999, vol. II, pag. 950.

În regimurile prezidențiale, cum este de exemplu cel american, șeful de stat, care dispune de considerabile atribuții, este direct de popor, dar puterea să este contracartata de aceea a forumului legislativ (Congresul) pe care nu îl poate dizolva. În sistemul american, președintele nu are dreptul de inițiativă legislativă, acesta aparținând în exclusivitate, este obligat să obțină asentimentul Congresului pentru incheierea unor acorduri internaționale și avizul comisiilor sale de posibilitatea de a-l demite pe președinte și a-l trage la răspundere penală, în cadrul unei proceduri destul de complicate, care se numește, impeachment. Puterea judecătorească, absolut independentă, deși membri Curții Supreme sunt numiți de președintele statului, are dreptul să ia în discuție legalitatea și constituționalitatea chiar a actelor guvernului.

Președintele american dispune de nenumărate puteri, dar el este ales în baza unei proceduri democratice și cât se poate de eficiente de consultare a poporului, iar odată ales nu este cu nimic în afara sistemului de responsabilități. Adoptarea și aplicarea regimului prezidențial nu este, prin urmare, atât de mult influențată de tipul de atribuții pe care le deține președintele, de prerogative mai mari sau mai mici care aparțin acestuia, ci de modul în care se încadrează această putere (desigur, considerabil) în mecanismul de control Democratic. Sistemul prezidențial permite, deci, o autentică împlinire a aspirațiilor democratice, dar numai cu condiția ca el să fie raportat la un întreg sistem de norme și mecanisme de instituții și forme de control care să-i garanteze eficiența și stabilitatea.

Faptul că un președinte american a putut fi tras la răspundere în 1974 (Richard Nixon), iar altul supus judecării Senatului în 1998 (Bill Clinton) demonstrează forța și vitalitatea democrației americane, bazată pe tradiție, pe drepturile omului, dar și pe un sistem eficient de guvernare, care permite șefului de stat să exercite un număr extrem de mare de responsabilități, cu condiția de a le folosi corect și în serviciul întregii națiuni. Mai mult, în regimul prezidențial al Statelor Unite ale Americii, sistemul de frâne și contra-greutăți operează uneori chiar în cadrul aceleiași puteri. Alcătuirea Congresului pe baza bicamerale nu urmărește numai crearea senatului să se asigure o reprezentare paritară a statelor care formează federația nord americană ci, și că, fractionându-se puterea legiuitoare, aceasta să nu fie concentrată în mâinile unei singure adunări care, neam partindu-și atribuțiile cu nimeni ar putea dobândi un rol politic excesiv².

Spre deosebire de regimurile prezidențiale, regimurile semi prezidențiale păstrează alegerea directă a președintelui de către popor, dar îi conferă președintelui o serie de importante atribuții politice. Deși în sistemul semi prezidențial, șeful statului nu este în același timp și prim ministru, funcția de prim-ministru fiind separată de aceea de președinte, el poate prezida lucrările cabinetului, poate sesiza Curtea Constituțională și are dreptul de Veto legislativ, pe care îl are, desigur, și președintele american.

Regimul semi prezidențial caută să suplinească o serie de dezavantaje ale sistemului prezidențial, dar și de imperfecțiuni ale regimului parlamentar, la care ne vom referi în continuare. Între un sistem care acordă președintelui prerogative foarte largi și un sistem care nu îi acordă de loc, regimul semi prezidențial imaginează o cale de mijloc, în care președintele, ales de întregul popor, devine un arbitru între puterile statului, dar puterea executivă aparține de fapt guvernului, în fruntea căreia se afla primul-ministru. Aceasta reprezintă de fapt, prima și cea mai importantă deosebire între regimul semi prezidențial și cel prezidențial, deoarece regimurile prezidențiale președintele este totodată șeful puterilor executive.

Ca element comun între regimurile prezidențiale și semi prezidențiale se pot menționa posibilitatea de punere sub acuzare a președintelui în anumite situații grave, însă, în timp ce în

² Antonie Iorgovan, op. cit., vol. II, pag. 403

regimurile semi prezidentiale președintele poate dizolva parlamentul, acest lucru nu-l poate face niciodată președintele într-un sistem prezidențial, desigur, există și unele puncte de asemănare, care nu respectă pe deplin această democrație de puteri. Astfel, în regimurile semi prezidentiale președintele republicii prezidează Consiliul de Miniștri, fie de regulă (de exemplu, în Franța), fie numai în anumite situații (de exemplu, în România) implicarea directă în viața politică nu este posibilă în regimurile semi prezidentiale unde, deși președintele este ales prin vot direct, cu sprijinul unui partid sau anumitor partide, el nu poate desfășura totuși o activitate politică, deoarece prin definiție trebuie să adopte o poziție echidistantă față de diferitele forțe politice care participă la competiția pentru guvernare.

Atât în regimul prezidențial, cât și în regimul semi prezidențial, președintele nu are inițiativa legislativă, dar el poate opri adoptarea unor proiecte de lege, exercitându-și dreptul de veto, și să dispună trimiterea lor pentru o nouă discutare a camerei (sau camerelor), în scopul reexaminării proiectului pe care nu îl considera acceptabil. Atribuțiile de politică externă sau cele privind funcțiile militare ale președintelui în diverse sisteme sunt, în general, aceleași. La fel și cunoscutele prerogative care privesc amnistia și grațierea care, în regimul anumitor constituții, solicita și un aviz din partea Ministerului Justiției,

Exemplul clasic al regimului semi prezidențial îl constituie regimul politic francez, consacrat de Constituția Franței din 1953.

În legătură cu sistemul semi prezidențial francez mai trebuie subliniat că președintele dispune de dreptul de a lua măsuri excepționale când instituțiile republicii, independența națiunii, integritatea teritoriului sau îndeplinirea angajamentelor sale internaționale sunt amenințate într-un mod grav și imediat. Spre deosebire de sistemul românesc, unde președintele poate să prezideze ședințele guvernului, Constituția franceză menționează numai că președintele conduce ședința Consiliului de Miniștri, de unde se trage concluzia că această reglementare este obligatorie. În sistemul francez, președintele republicii poate să pronunțe dizolvarea Adunării Naționale, dar nu și a Senatului, dizolvarea Adunării Naționale este pronunțată însă numai după consultarea cu primul ministru și a președinților celor două camere, însă părerea acestora nefiind obligatorie³. În afara acestor atribuții, în Franța, președintele este ales pe 7 ani, este comandantul suprem al armatei, are dreptul de grațiere, adresează mesaje celor două camere ale Parlamentului,

Desemnează primul ministru, iar actele sale, cu excepția unor măsuri printre care decretul de aplicare a art. 16, necesită semnătura primului ministru sau a miniștrilor responsabili.

Un al treilea regim constituțional este cel parlamentar. Acest regim acordă o însemnătate considerabilă Parlamentului, care devine de fapt adevăratul forum politic de guvernare. Guvernul, condus de un prim ministru eficient și cu largi puteri, este obligat să dea socoteală Parlamentului, care îi poate retrage oricând încrederea, fără prea mari dificultăți, în condițiile în care apreciază că acesta nu-și îndeplinește mandatul. Președintele republicii este, în asemenea condiții, o figură mai mult decorativă, având atribuții de reprezentare și protocol, un rol politic minor, care este depășit de poziția proeminentă a primului ministru. Președintele republicii poate însă acționa cu succes în situații de criză, în care el este de fapt cel ce va conferi mandatul viitorului premier, o asemenea opțiune nu poate fi făcută însă nici ea direcționară, deoarece președintele va recurge la o anumită nominalizare numai după ce va avea girul forțelor politice și se va confrunța cu aceasta⁴.

Exemple clasice de regimuri parlamentare sunt în Europa (Germania și Italia) iar dintre fostele țări socialiste (Cehia, Slovacia, Ungaria, Slovenia și Albania). În Germania, potrivit Constituției din 1949, președintele reprezintă federația și încheie tratate, acreditează și primește trimișii diplomatice. Printre atribuțiile președintelui se pot menționa: numirea și revocarea judecătorilor, a funcționarilor federali, precum a ofițerilor și subofițerilor, exercitarea dreptului de

³ Antonie Iorgovan, op. cit., vol. II, pag. 407

⁴ Constantă Calinoiu, G. Duculescu, V. Duculescu, op. cit., vol. II,

grațiere, președintele putând delega unele din acele prerogative ale autorității, Pentru cazuri grave, Constituția instituie procedura punerii sub acuzare președintele republicii în fața Tribunalului Constituțional Federal pentru încălcarea voluntară a legii fundamentale sau a unei alte legi federale. Cererea de punere sub acuzare trebuie însă prezentată de cel puțin un sfert din membrii Bundestag-ului sau Bundesrat-ului, decizia de punere sub acuzare trebuie luată cu o majoritate de două treimi din membrii Bundestag-ului sau două treimi din Bundesrat. Acuzația va fi susținută în fața Tribunalului Constituțional de un reprezentant al adunării care a votat punerea sub acuzare.

Un exemplu singular de organizare politico-constituțională îl constituie regimul directorial, practicat în Franța în timpul revoluției franceze și, în prezent, în Elveția, care recunoaște un executiv colegial, ales de puterea legiuitoare pe termen determinat, pe care nu o poate însă dizolva și față de care este răspunzător.

În condițiile profundelor transformări politice care au avut loc în anii 90 în Europa centrală și de răsărit, fostele țări comuniste, care au abolit sistemul partidului unic economia planificată, au transformat structural cadrul lor legislativ și constituțional, preocupându-se de elaborarea unor noi legi fundamentale care să garanteze drepturile și libertățile cetățenilor, pluralismul politic, o funcționare armonioasă a instituțiilor statului, controlul constituționalității și aplicarea efectivă și imediată a angajamentelor internaționale în ordinea internă a statelor respective. Din acest punct de vedere este de remarcat că unele state foste socialiste s-au orientat spre modelul american (Rusia), altele spre modelul francez (Romania), iar altele spre modelul german (Slovenia, Croația, Cehia, Slovacia, Ungaria)⁵.

Apariția noțiunii de răspundere a șefului de stat în dreptul Constituțional internațional

Punerea sub acuzare a șefului de Stat își are originea în instituția similară apărută în dreptul constituțional englez cu privire la miniștri. După unii autori ⁶, chiar termenul din limba engleză (impeachment) a aparut legat de punerea sub acuzare a miniștrilor și nu a Președintelui de republică. Primul, impeachment” din istorie a fost înregistrat împotriva unui ministru al regelui Eduard al III-lea. Potrivit vechilor tradiții ale parlamentului britanic, Camera Comunelor, care reprezintă prin excelență comitatele și juca rolul unui fel de mare juriu al întregii Anglii, și-a arogat, la un moment dat, dreptul de a porni și susține acuzarea miniștrilor înaintea Camerei Lorzilor, care a fost considerată componentă în virtutea funcției sale inițiale de Curia Regi’, mai exact de Magnum Concilium, al regatului.

Impeachment-ul avea și o formă mai gravă, attainder -ul -care semnifica legea de condamnare votată de Cameră, fără a se acorda acuzatului beneficiul formelor juridice. Astfel, nu de puține ori aceste măsuri erau considerate ca foarte radicale și nedrepte.

Ulterior, după adoptarea constituțiilor Serise, noțiunea de, impeachment este reținută, ca regulă, pentru a evoca răspunderea șefului de stat într-un sistem republican, iar pentru a evoca instituția tragerii la răspundere a miniștrilor s-a impus sintagma responsabilitate ministerială. Punerea sub acuzare a miniștrilor a apărut ca efect firesc al conturării, la englezi, a principiului iresponsabilității regelui, principiu împrumutat și celorlalte popoare, care au avut o monarhie constituțională, fiind consacrat în primele constituții scrise. Constituția SUA, fiind o constituție republicană, ca simbol al independenței fostelor colonii față de coroană britanică, nu a făcut nimic altceva decât să extindă institutia. Impeachment -ului de la miniștri la șeful executivului-

⁵ Ioan Vida — “Puterea executivă și administrația publică”, Ed. Șansă, București, 1994, pag. 134

⁶ Esmein — “The Righteous Life of the English Ministers”, London, 1905, pag. 24

președintele republicii, devenit celebru textul după care Președintele poate fi pus sub acuzare de către Senat. După modelul american, toate constituțiile republicane, care au fost adoptate până în prezent, au consacrat și instituția tragerii la răspundere a Președintelui, menționându-se în majoritatea situațiilor și instituția tragerii la răspundere a miniștrilor, firește cu accentele din construcție, după cum ne aflăm în fata unui regim prezidențial, semi prezidențial sau parlamentar. Din acest context nu trebuie trasă concluzia că Președintele Republicii poate fi tras la răspundere pentru orice afirmație, pentru orice atitudine adoptată pe plan politic, dimpotrivă el se bucura de imunitate, tragerea la răspundere, fie politică, fie juridică nu intervine decât, în anumite situații ⁷.

Răspunderea șefului de stat în alte legislații contemporane

1. Marea Britanie

În sistemul politic al Marii Britanii, monarhia ocupa un rol important și reprezentativ. Deși atribuțiile monarhului sunt limitate, el exercita totuși unele prerogative în cadrul unui anumit mecanism politic, care face din Marea Britanie o țară parlamentară prin excelență.

La origine, ocuparea tronului britanic decurgea din afirmarea unor virtuți militare, pentru că apol, cu timpul, să se introducă o monarhie ereditară, care acceptă moștenitor de ambele sexe. Prerogativele regelui regelui au cunoscut o importantă involuție, ele descrescând pe măsură ce au sporit atribuțiile Parlamentului, monarhii care au încercat să suprimă libertățile au sfârșit prin a fi înlăturați de la tron, cum a fost cazul lui James al II-lea, care a fost forțat de revoluția populară ce a avut loc în anul 1168 să abdice, după care a fost proclamat cunoscutul Bill of Rights găsimu-se în conflict cu Parlamentul datorită intenției sale de a se căsători cu doamnă Simpson, o americană divorțată, care nu era considerată de britanici potrivită ca să devină regina lor, Eduard al VIII-lea a fost forțat să abdice în anul 1936.

În sistemul britanic se face o distincție între ideea de coroană și monarhie propriu-zisă., coroana este privită ca un concept juridic impersonal, însumând totalitatea puterilor, inclusiv prerogativele executivului. Așa cum se exprima S.B. Chrimes, regele este prin drept, ca și prin natură, mai curând un om muritor, dar coroana a devenit im personală, nemuritoare, un simbol al unității finale și al continuității scopurilor guvernării. În sistemul britanic, monarhul este numai o persoană fizică. Acesta nu va putea tras la răspundere prin exercițiul puterilor sale, din moment ce miniștrii Coroanei sunt responsabili, monarhul dispune de o serie de prerogative ca de exemplu, numirea primului ministru ⁸.

În trecut, au existat cazuri în care monarhii au exercitat un rol decisiv în desemnarea persoanelor care urma să îndeplinească funcția de prim ministru. Astfel, în 1834 William al IV-lea -a demis pe lordul Melbourne și l-a însărcinat pe Sir Robert Peel să formeze cabinetul ministerial deși acesta nu se bucura decât de sprijinul unei părți din numărul deputaților.

Există și posibilitatea când primul ministru dorește să transforme prerogativele sale altele persoane, din motive de sănătate sau vârsta înaintată. În anul 1863, când Harold Maemillan a demisionat din motive de sănătate, luarea în considerare a punctului sau de vedere a fost apreciată atât de importantă încât regina l-a desemnat pe Lordul Home ca succesor al său.

Monarhul britanic exercita o influență în ceea ce privește numirea miniștrilor, deși aceasta nu este hotărâtoare. El poate demite guvernul în mod implicit, prin demiterea primului ministru, deși aceasta nu este hotărâtoare. principiul responsabilității colective solicitând în asemenea situații ca toți miniștrii să demisioneze în mod solidar. În practică, un astfel de caz nu s-a mai produs însă din anul 1834. Doctrina britanică nu este unanimă în a aprecia dacă suveranul poate să demită un guvern care acționează într-un mod neconstituțional. Monarhul poate să dizolve Parlamentul, dar această măsură nu se poate face fără aviz, respectiv un ordin al Consiliului privat,

⁷ Antonie Iorgovan, op. cit., vol. II, pag. 415.

⁸ Constanta Calinoiu, G. Duculescu, V. Duculescu, op. cit., vol. I, pag. 346

condus de lordul prezident și o proclamație pentru care lordul cancelar își asumă responsabilitățile. Alte modalități prin care monarhia își poate manifesta influența în viața politică sunt: crearea pairilor, cu avizul primului ministru, exercitarea dreptului de veto în cazul unor legi (prerogativa care nu a mai fost folosită de pe timpul lui George al IV-lea) și grațierile.

În prezent, în exercițiul puterilor care îi raman, regina îndeplinește totuși unele funcții executive importante, în anumite situații precis limitate cum ar fi, de exemplu, cazul demisiei unui prim ministru. În discuțiile cu miniștrii, regina poate să prezinte propriile sale opinii și să primească informații din cele mai variate domenii. Dar, după cum se arată în literatura de specialitate, măsura în care un ministru se respecte dorințelor suveranului va depinde de personalitatea sa și cât de puternic se simte în această materie, plasându-se pe ea însăși deasupra politicii de partid..

Regina reprezintă totuși o forță unificatoare. Prin contactele sale personale cu conducătorii altor națiuni, regină este în situația de a putea influența și raporturile internaționale, îndeplinindu-și atribuțiile ceremoniale, regina conferă demnitate și încredere guvernului. Ca șef de stat și exemplu demn de urmat în viața religioasă, morală și de familie, regina unește de fapt întreaga națiune, ca șef al Commonwealth -ului, ea întărește legăturile cu celelalte popoare care fac parte din comunitatea britanică de națiuni.

Deși puterea reginei Marii Britanii este foarte limitată, ea continua să ramana un simbol al națiunii. Monarhul este un simbol mai personificat și mai atrăgător al unității naționale decât vagul concept de stat, drapelul sau chiar un președinte, iar sistemul ereditar rezolva cel puțin problema succesiunii. Fiind liberă de legături politice anterioare, monarhia are, mai presus de orice, o reputație de imparțialitate. Aceasta conduce spre o foarte largă acceptare a reginei că un simbolic șef și al Commonwealth-ului și adăugă semnificație și valoare oricărui sfat sau oricărei acțiuni întreprinse în aceste rare ocazii când ele sunt esențiale. În comparație, președintele Statelor Unite ale Americii are aproape jumătate din electoratul care a votat întruiva lui. Comparând instituțiile politice din Statele Unite ale Americii și Marea Britanie, Richard Cossman considera că țara să ar fi de fapt o monarhie deghizată, arătând ca singurul rival al republicii deghizate britanice ar fi instituțiile republicane deschise ale S. U. A.

2. Statele Unite ale Americii

Dacă tot am menționat despre Statele Unite ale Americii, despre care am vorbit în general și în secțiunea în introductiva a acestui capitol să vedem care este răspunderea șefului de stat al acestei federații. Președintele american este o figură proeminentă a întregii vieți politice, dispunând prin tradiție de importante prerogative, fiind comandantul suprem al forțelor armate, șeful diplomației și conducătorul partidului aflat la Casa Alba, ales odată la patru ani prin votul electorilor, el nu răspunde în fața Parlamentului și nu poate fi silit să demisioneze dacă este pus, în minoritate, cum se întâmplă cu un prim ministru dintr-un regim parlamentar.

Cu toate acestea, el nu are dreptul să dizolve Parlamentul și să procedeze la organizarea unor noi alegeri. În conformitate cu amendamentul XXII din 1951, nimeni nu poate fi ales președinte mai mult de două mandate. Franklin Delano Roosevelt a fost ales președinte de patru ori, aceasta constituind singura excepție din viața politică americană.

Cabinetul prezidențial este alcătuit din miniștri, secretari de stat și șefi de departamente, numiți de șeful executivului și răspunzător față de el. Ei nu sunt membrii ai Parlamentului și nu participa la dezbaterile acestuia. În sistemul prezidențial din Statele Unite ale Americii nu există, ca în sistemele europene, un Consiliu de Miniștri, organ colectiv, care s-ar întruni și ar adopta decizii. În sistemul american ultimul cuvânt în ceea ce privește adoptarea hotărârilor îi revine Președintelui, iar nu secretarilor de stat. . Există și cazuri în care anumiți consilieri sau asistenți prezidențiali au dispus de o mai mare influență decât membri ai cabinetului , astfel, poate fi

menționat colonelului House, foarte apreciat de președintele Wilson, Sherman Adams în timpul lui Eisenhower, Theodore Sorenson în timpul lui J. F. Kennedy, Henry Kissinger în timpul lui Nixon, dar ulterior acesta a devenit secretar al Departamentului de Stat ⁹.

Așa cum am mai arătat, puterile președintelui american sunt foarte mari, el dispune de prerogative importante în ce privește acțiunea guvernamentală, fiind șeful statului, dar și al întregii puteri guvernamentale. El este asistat de 15 secretari (miniștri), care sunt colaboratori individuali ai președintelui și instalați la conducerea unor departamente pentru a executa politica sa, fiind personal responsabil față de președinte. Președintele poate, în mod discreționar, să-i numească sau să-i înlăture din funcție. Puterea președintelui asupra departamentelor este cu atât mai mare cu cât "spoil system" permite o reînnoire a administrației când un partid succede celuilalt. În jurul președintelui funcționează numeroase oficii, agenții și administrații, precum și comisii. Dintre acestea se pot menționa, numai cu titlu de exemplu Agenția Centrală de Investigații (C.I.A.), Consiliul Național al Securității, Comisia Energiei Atomice, Administrația, etc

Limitele puterii prezidențiale sunt instituționale, dar mai ales politice. Cele instituționale derivă din separația puterilor în stat, iar cele politice sunt legate de raportul de forțe între președinte și Congres, uneori foarte dificil, în situațiile în care majoritatea este deținută de partidul advers. Fondatorii Constituției americane au imaginat acest sistem deoarece nu au dorit ca președintele să fie dependent de Congres, ceea ce a făcut, de altfel, să se instituie un sistem electoral complicat, dar care în fond asigură o anumită independență președintelui, care nu este ales de Congres.

Mecanismul alegerii președintelui cuprinde declarația de candidatură, cu alte cuvinte exprimarea dorinței sale de a candida, și apoi un drum lung până la alegerea sa drept candidat al partidului pe care îl reprezintă, de către Convenția națională a partidului în cauză. Între declarația de candidatură și desemnarea candidaților de către convențiile naționale se desfășoară desemnarea delegaților la nivel local. Acest lucru se face, așa cum s-a arătat, în cadrul unor adunări, fie în sistemul alegerilor primare, când alegătorul nu votează pe însuși candidatul, ci alegerea delegaților partidului fiecărui stat la Convenția națională. Primele alegeri primare se desfășoară, de regulă, în micul stat New Hampshire, care este considerat un barometru al viitoarelor alegeri. Există însă, pe plan local, și sistemul așa denumit caucus -urilor, când desemnarea candidaților se face în cadrul unor adunări restrânse ale conducătorilor locali. Desemnarea candidaților este punctul de pornire al angajării partidului în viitoarea competiție electorală. Fiecare partid își organizează separat convenția sa națională în cadrul căreia desemnează personalitatea preferată. După ce partidele își desemnează candidatii, aceștia se angajează în competiția electorală și participă la marea confruntare care va duce, în final la instalarea uneia sau celeilalte dintre personalități la Casa Albă ¹⁰.

În Statele Unite ale Americii, președintele nu este ales în mod direct de popor, ci de marii electori, al căror număr este egal cu cel al deputaților și senatorilor, luați împreună (538, ceea ce implică o majoritate de 270 de voturi). Ponderea votului popular nu coincide cu numărul de electori care vor sprijini candidatura unui candidat sau altuia, deoarece statele mari dispun de un număr mai mare de electori, iar câștigătorul alegerilor într-un stat va dispune de toți electorii acestuia.

Astfel la alegerile din 1992, președintele Bill Clinton a obținut 44.908.24 voturi și 370 de electori, în timp ce contracandidatul său, fostul Președinte George Bush, deși a obținut 39.102.343 voturi, și-a asigurat numai 168 de voturi ale marilor electori. În 1996, Bill Clinton a obținut 379 de voturi ale electorilor din 31 de state (50% din voturile alegătorilor), Robert Dole

⁹ Constanta Calinoiu, G. Duculescu, V. Duculescu, op. cit., vol. I, pag. 72.

¹⁰ Ioan Muraru, Simina Tanasescu, op. cit., pag. 282

159 de voturi ale alegătorilor din 19 state (42% din sufragii), iar candidatul independent Ross Perot, deși a întrunit 8% din voturile populare, nu a obținut nici un elector.

În cazul în care nu există majoritatea voturilor marilor electori, președintele este ales de Camera Reprezentanților.

Au fost astfel aleși Thomas Jefferson în 1800 și John Quincy Adams în 1824. În practică sistemului electoral american s-au înregistrat și defectiuni, cazuri când unul sau mai mulți electori au exprimat alte opțiuni ¹¹.

De menționat este că în sistemul politic american există și un vicepreședinte, desemnat în același timp cu președintele.

Astfel, au fost vicepreședinți John Adams și Thomas Jefferson, care au devenit ulterior președinți. În zilele noastre, vicepreședintele este, de fapt, un partener al președintelui, participând împreună cu acesta pe fîciet-ul republican sau democrat. De obicei, Vicepreședintele este selectat nu atât dintre persoanele foarte apropiate de președintele, ci dintre cele opuse, căutându-se a se neutraliza un rival periculos, sau a se apropia conducătorul unei alte grupări care se bucura de popularitate în rândurile partidului. În perioada în care președintele este în funcție, vicepreședintele îndeplinește funcția de președinte al Senatului, dar el nu are dreptul să voteze decât în cazurile de paritate. Sfera atribuțiilor pe care președintele le conferă Vicepreședintelui este mai largă sau mai restrânsă, în funcție de personalitatea Vicepreședintelui, de calitățile sale, de natura relațiilor care se stabilesc cu președintele etc.

În ceea ce privește instituția prezidențială americană, mai trebuie subliniată legătura care există între președinte și mijloacele de informare. Dată fiind mărimea unui stat precum S. U. A., președintele se adresează națiunii prin radio sau televiziune, solicitând sprijinul, dând explicații, justificând anumite acțiuni politice etc. Relațiile dintre președinte și diferitele grupuri de presiune sau asociații profesionale diferă. Astfel, s-a spus în doctrina ¹² că dacă F.D. Roosevelt a fost într-un anumit sens primul radio-presedinte, J.F. Kennedy a fost, prin exelentă, primul TV-presedinte”. Ca și Roosevelt înaintea lui, când acesta a utilizat radioul, Kennedy a sesizat semnificatia televiziunii pentru el și pentru Casa Alba. O cale de acces direct, instantaneu și masiv către public. Nici cea mai mare dibăcie în raporturile cu presa n-ar fi putut să schimbe situația dezavantaajoasă a unui președinte demoacrat ales împotriva a 84% din ziare (dirijate de republicani), cu ajutorul televiziunii, acest handicap a fost totuși depășit.

În ceea ce privește relația dintre președintele american și Congres, se citează fluctuația practicilor prezentării mesajelor de către președintele american în fața Congresului. Lordul Bryce scria într-un articol, 1900 că dorințele președintelui exprimate într-un mesaj, nu au mai mult efect asupra congresului decât un articol dintr-un ziar proeminent. În schimb, Woodrow Wilson, care a reabilitat importanța programului prezidențial, avea să spună că, președintele trebuie să apară în fata națiunii ca șef al partidului său și în calitate de șef executiv. El trebuie să fie preocupat de conducerea legislativă și de punerea în aplicare a legii, ca exponent al națiunii în toate domeniile, inclusiv în cele mai delicate și mai importante afaceri externe”.

Cu toate acestea, relațiile dintre președinte și Congres nu au fost ușoare, în unele cazuri președinții americani înregistrând eșecuri datorită opoziției manifestată de Congres. Cel mai răsunător a fost refuzul Senatului de a ratifica Tratatul de la Versailles, ceea ce a determinat de atunci președinții americani să recurgă tot mai fregvent la practică unor acorduri executive.

În dinamica relațiilor dintre președinte și Congres un rol important îl îndeplinesc și relațiile cu, speaker’-ul (președintele Camerei Reprezentanților), se aminteste astfel, ca al 35-lea. Speaker”, Joseph Cannon, a refuzat o invitație la dîneu făcută de președintele Theodore Roosevelt,

¹¹ Astfel, la elegerile din 1976, Ronald Reagen, pe atunci guvernator al Californiei a obținut un vot al unui elector din Washington

¹² Cămil Mureșan, Alexandru Vianu — “Președinte la Casa Alba”. Ed. Gama, București, 1993. Pag. 89

deoarece aflase că va fi tratat ca egal în rang cu ministrul justiției. Ca președinte al Camerei Reprezentanților, democratul Carl Albert și-a inaugurat activitatea arătând că funcția să este a treia ca importanță în stat și ca, speaker” -ul este pivotul întregului Congres.

Din toate cele arătate mai sus rezultă că președintele american dispune de foarte multe prerogative și atribuții, atât de ordin politic, cât și pe plan statal, funcția să este, evident, prima ca importanță în sistemul politic american, dar nu ar trebui, în nici un caz, să se estimeze ca ea este cu totul lipsită de dificultăți și ar putea permite președintelui, în pofida puterilor sale, să instaureze un regim autoritar. După cum remarca F.D. Roosevelt. președinția nu este numai un Serviciu administrativ ea este ultimul dintre acestea, ea este mai mult decât o funcție de inginerie, eficiența sau ineficiența. Ea este în mod proeminent un loc de conducere morală. Toți marii noștri președinți au fost lideri ai gândirii în vremurile când anumite idei istorice să fie clarificate în viața națiunii”.

3. Elveția

În Elveția, Constituția, datorită regimului politic specific pe care-l consacra, nu face o referire specială asupra răspunderii președintelui confederației, care este unul dintre miniștri (al Consiliului Federal), ci se mulțumește să rețină, în art. 102 pct. 16, ca întreg Consiliul Federal da socoteală de gestiunea să în fața Adunării Federale, la fiecare sesiune ordinară prezintă acesteia un raport asupra situației Confederației atât în interior, cât și în exterior și supune atenției ei măsurile pe care le considera utile pentru sporirea prosperității comune”. Se consacra, deci, o răspundere exclusiv politică.

4 Italia

În art. 90 din Constituția Italiei, după care Președintele Republicii nu este responsabil de actele efectuate în exercițiul funcțiunii, cu excepția cazurilor de, înaltă trădare sau de atentat contra Constituției”, ipoteze în care este pus sub acuzare de către Parlament, reunit în ședința comună, cu majoritatea absolută a membrilor săi, competența de a judeca acuzarea aparținând, potrivit art. 134 Constituție, Curții Constituționale tlermeni în care se face judecata Curții Constituționale au fost dezvoltăți prin Legea constituțională nr.1/1953.

5. Germania

Un text oarecum asemanator ca și conținut, dar mai dezvoltat sub aspect procedural, găsim și în Legea fundamentală a R.F.Germaniei (art. 61), fiind conturate următoarele principii: punerea sub acuzare a Președintelui Federal se poate face pentru violarea cu intenție a legii fundamentale sau a altei legi federale, cererea de punere sub acuzare trebuie să fie susținută de cel puțin 25 % din membrii Bundestagului sau, după caz, Bundesratului; decizia de punere sub acuzare se poate lua separat de fiecare camera, cu o majoritate calificată de 2/3, acuzarea trebuie să fie susținută de un membru al camerei respective, care face parte din semnatarii cererii de punere sub acuzare. Competența de a judeca punerea sub acuzare aparține Tribunalului Constituțional Federal, care, dacă apreciază ca acuzarea este întemeiată îl declară pe președinte decăzut din funcțiile sale, ca măsură provizorie, după votul camerei de punere sub acuzare, Tribunalul Constituțional poate reține pe Președinte de la exercitarea funcțiilor sale (un fel de suspendare), în caz de suspendare sau de expirare prematură a funcției, puterile Președintelui sunt exercitate de președintele Bundesratului.

CONCLUZII

Având în vedere cele prezentate până acum, concluzionăm că protecția mandatului prezidențial nu este incompatibilă răspunderii titularului sau pentru modul cum îl exercită. Protecția mandatului își găsește justificarea numai dacă el este exercitat în scopul și în limitele care i s-au stabilit prin Constituție. Lipsa de răspundere ar fi un *cec alb* pentru executarea ireponsabilă a mandatului.

Considerăm că analiza regimului juridic al răspunderii Președintelui trebuie începută de la principiul constituțional al imunității sale, instituit prin art. 84, și al imposibilității tragerii la răspundere juridică pentru voturile și opiniile politice exprimate în exercitarea mandatului, specifică și parlamentarilor.

Prin actele și faptele săvârșite în exercițiul mandatului, înțelegem formele de activitate compatibile cu funcția, sau, altfel spus, acele modalități prin care se concretizează realizarea prerogativelor constituționale ale șefului de stat.

Ca urmare, trebuie astfel să facem distincție între două categorii de acte și fapte ale Președintelui:

- cele prin care el își duce la îndeplinire mandatul, caz în care se bucură de o protecție juridică specială;
- cele prin care se exprimă ca simplu cetățean, situație în care Președintele se bucură de acele garanții pe care Constituția le asigură tuturor cetățenilor, care sunt egali în fața legii și a autorităților publice.

Constatăm că legea fundamentală a României consacră două texte exprese răspunderii șefului de stat: **art.96**, care instituie răspunderea penală a Președintelui, sub forma punerii sub acuzare, și **art. 95** consacrat suspendării din funcție a șefului de stat, calificată de unii autori ca răspundere politică sau administrativ-disciplinara a Președintelui.

Legiuitorul constituent român, la fel ca și legiuitorul constituent din alte țări, consacră două texte '*institutivei raspunderii*' Președintelui României, dar această soluție tehnică nu rămâne fără consecințe în ceea ce privește natura răspunderii la care se referă fiecare text și regimul juridic aplicabil.

Astfel, din economia art.84, denumit '*Incompatibilitati și imunitati*', pentru discuția noastră interesează numai alin.(2), care consacră imunitatea Președintelui, ca principiu '*complet pe plan politic*', respectiv alin.(3), care consacră o importanță excepție de la această regulă, anume posibilitatea înlăturării imunității Președintelui și a punerii sale sub acuzare pentru o faptă deosebit de gravă - înaltă trădare.

Art.95 aparent se referă la o instituție distinctă că esența de instituția raspun_derii, anume la '*suspendarea din functie*', în realitate, însă, reglementează tocmai răspunderea politică a Președintelui Republicii, textul nu consacră numai sancțiunea suspendării, ci și sancțiunea demiterii Președintelui prin referendum. Dacă încercăm să căutăm corespondențe în dreptul comparat, vom constata că acest text se apropie foarte mult de art.60 alin.(6) din **Constituția Austriei**, care consacră, la fel ca și Constituția României, un regim semi-prezidențial atenuat. Există, după părerea noastră două deosebiri esențiale, una însemnă o soluție mai bună în textul austriac (dizolvarea de drept a Parlamentului în cazul refuzului revocării prin referen_dum) și altă înseamnă o soluție mai bună în textul românesc (procedura de suspen_dare și demitere nu se declanșează că joc politic pur și simplu, ci numai '*in cazul săvârșirii unor fapte grave*' prin care Președintele a încălcat Constituția). Ambele texte se referă, însă, la răspunderea politică a Președintelui Republicii și nu la răspunderea penală, mai exact la răspunderea administrativ-disciplinara a Președin_țelui, ca să respectăm terminologia cu care operăm.

Prin urmare, putem susține faptul ca Președintele României nu poate fi tras la răspundere pentru declarații, inițiative etc. efectuate în exercitarea misiunilor prevăzute de art.80 din Constituție și a prerogativelor recunoscute de Constituție în îndeplinirea acestor misiuni.

Ca excepție de la această regulă, cu un grad mai mare de extensie, mai frecventă, ne apare tradițională răspundere politică sau, în terminologia lucrării noastre, răspunderea administrativ-disciplinară; consacrată de art.95; iar pentru fapte deosebit de grave sub aspect politic, ce pot dobândi și o semnificație penală, este reglementată și răspunderea penală (pentru înaltă trădare), sediul materiei fiind art.84 alin.(3).

Dincolo de aceste aspecte, pentru actele sale administrative, Președintele, în baza art.21 coroborat cu art.49 din Constituție, poate purta și o răspundere administrativ-patrimonială, că, orice autoritate a administrației publice, în condițiile dreptului comun al contenciosului administrativ .

Astfel din cele prezentate mai sus, reiese ca răspunderea Președintelui poate fi de natură exclusiv politică sau de natură juridică.

Consider că din coroborarea tuturor dispozițiilor constituționale rezultă următoarele forme de răspundere aplicabile Președintelui României:

- Răspunderea penală, reglementată de art. 96 din Constituție.
- Răspunderea politică, sau administrativ disciplinară, sub forma suspendării din funcție, prevăzută de art.95 din prezența lege fundamentală.
- Răspunderea administrativ patrimonială, rezultată din coroborarea art.126 alin.(6) și art.52 din Constituție, raportate la Legea nr. 554/2004 a contenciosului administrativ.
- Răspunderea care îi revine în regim de drept comun, ca simplu cetățean, și care este fundamentată pe principiile constituționale privind egalitatea tuturor în fața legii și a autorităților publice, fără privilegii și discriminări, coroborat cu acela că nimeni nu este mai presus de lege, precum și din îndatorirea fundamentală instituită prin art.1 alin.(5), privind respectarea Constituției, a supremației sale și a legilor.

BIBLIOGRAFIE:

1. Antonie Iorgovan -, *Tratat de drept administrativ*, Ed. Nemira, București, 1996;
2. Constantă Calinoiu, G. Duculescu, V. Duculescu - . *Drept constituțional comparat*”, Ed. Lumina Lex, București, 1999;
3. Cristian Ionescu —, *Instituții politice și drept constituțional . Fundației România de mâine*”, București, 1999 -
4. Florina Ruxandra Jipa—, *Președinți*”, Ed. Era, București, 1999 -
5. George Barligeanu, Laura Mihaela Ștefan, Minodora Achim — .. *Răspunderea Juridică*, Ed. Tribuna Economică, București, 1999 -
6. Gheorghe Boboș, Gheorghe Vlădica Rațiu — *.Răspunderea, responsabilitatea și constrângerea în domeniul dreptului*”, Ed. Argonaut, Cluj-Napoca, 1996.
7. Ioan Muraru, Simina Tanăsescu _” *Drept constituțional și instituții politice*”, Ed. Lumina Lex, București, 2001:
8. Ion Deleanu —, *Instituții și proceduri constituționale*”, Ed. Servo-Sat, Arad, 1999;
9. Liviu Giurgiu, Aurel Segarceanu, Costin Horia Rogovean — . *Drept administrativ*” Ed. Sylvi, București, 2001 -
10. Ioan Vida —, *Puterea executivă și administrația publică*”, Ed. Șansă, București, 1994
11. Ion Rusu — *Președintele României*”Ed. Lumina, București, 1996
12. Lumina Dragne-Dr. *Constituțional și instituții politice*-Ed. Universul Juridic
13. Maria Năstase — *Drept constituțional și instituții politice*”, Ed. Sylvi, București, 2001.

ADOPTAREA ACTELOR ADMINISTRATIVE LA NIVELUL ADMINISTRAȚIEI PUBLICE LOCALE

Mihăiță I.Nicoleta – Adriana
Facultatea de Administrație Publică
Master Puterea Executivă și Administrația Publică

Abstract:

Decizia în administrația publică a devenit un instrument al guvernării moderne. O bună guvernare impune existența unui personal profesionist, capabil să facă față solicitărilor cetățenilor, să acționeze în mod etic și transparent, funcționari care să se implice activ în procesul de reformă a sistemului administrației publice, dornici să se alinieze strategiilor din spațiul administrativ european.

Având în vedere transformările majore prin care trece administrația publică, pregătirea profesională teoretică și practică a personalului care își desfășoară activitatea în acest domeniu devine un factor cheie, o preocupare constantă, pentru a putea înțelege caracterul specializat și complex al activității administrative.

Dezideratul principal al instituțiilor publice este acela de a oferi servicii de calitate tuturor cetățenilor - succesul acțiunilor întreprinse depinde de deciziile luate de persoanele investite cu putere de decizie.

Procesul decizional este ansamblul etapelor și fazelor parcurse în pregătirea, adoptarea, aplicarea și evaluarea consecințelor deciziei manageriale.

Orice decizie presupune: o bază de informații ample și certe (sigure); un proces rațional (de gândire, de înțelegere); obiective (scopuri precise, concrete, măsurabile), manifestarea voinței (opțiunea).

Odată conștientizată existența unei probleme care trebuie rezolvată, decidenții (guvernării, primării, viceprimării, consilierii, managerii) trebuie să ia o decizie, să stabilească o strategie care să conducă la rezolvarea sau măcar la ameliorarea problemei constatate. După adoptarea deciziei, faza inițierii proiectului aparține trecutului. Se întâmplă deseori ca un proiect respins de mai multe ori, fiind considerat inoportun să fie adoptat în cele din urmă.

ADOPTAREA ACTELOR ADMINISTRATIVE LA NIVELUL SECTORULUI 2 AL MUNICIPIULUI BUCUREȘTI

Situat în partea de nord-vest a Bucureștiului, Sectorul 2 al Municipiului București se întinde pe o suprafață de 32 km pătrați și are o populație de 374.647 locuitori (la data de 01.01.2016), iar vârsta medie a locuitorilor este de 42,8 ani.

În această zonă se află mai multe lacuri naturale Tei, Plumbuita, Fundeni, Pantelimon al căror nume au constituit sursa de inspirație pentru denumirea cartierelor din sector.

Denumirile străzilor din sectorul 2 – Olari, Făinari, Mătășari, Căraușilor, etc. amintesc despre faptul că în această zonă a Bucureștiului, la începutul secolului XIX se întâlneau negustorii de cereale și meșteșugarii.

Aici găsim cele mai multe lăcașuri de cult din capitală: mănăstiri, biserici vechi, schituri, locuri de închinăciune, ridicare de domnitori, boieri sau negustori - conform statisticilor în sectorul 2 funcționează 58 de biserici și 2 mănăstiri.

În sectorul 2 își desfășoară activitatea cel mai mare număr de unități de învățământ preuniversitar în comparație cu celelalte sectoare ale Capitalei.

Locuitorii Sectorului 2 trăiesc într-un număr de 149.711 locuințe, utilizează 861 de străzi, beneficiază de 30 de parcuri, 7 piețe.

Sectorul 2 dispune de o rețea semnificativă de unități sanitare care asigură servicii medicale atât pentru cetățenii sectorului, cât și pentru cetățenii capitalei sau țării (Fundeni, Floreasca etc.), dar infrastructura și dotările existente necesită reabilitări și completări în vederea îmbunătățirii actului medical -se impune implicarea administrației publice locale în dezvoltarea și implementarea programelor de sănătate publică.

Serviciile de asistență socială oferite la nivelul Sectorului cuprind servicii pentru copii, tineri, familii, servicii pentru persoanele cu handicap, pentru persoane vârstnice, precum și servicii destinate altor categorii de persoane ori familii, aflate în situații specifice de vulnerabilitate sau de risc de excludere socială (persoane fără adăpost, victime ale violentei în familie, etc.)

Economia Sectorului 2 al Municipiului București trebuie analizată ținând cont de faptul că acesta este parte integrantă a capitalei țării, cel mai important centru politic, economic și cultural-științific. Mediul economic este deosebit de atractiv datorită structurii instituționale existente, a forței de muncă înalt calificată și sistemului de comunicații mai dezvoltat – cea mai mare cifră de afaceri se înregistrează în comerț, urmat de industrie, servicii și activități de construcții.

Activitatea economică intensă a permis și o dinamică accentuată a serviciilor, atât din punct de vedere al volumului cât și al diversității. Se remarcă o predominanță a serviciilor de tip: financiar, consultanță în afaceri, transport, depozitare, servicii pentru populație, servicii turistice, de publicitate și advertising.

Pentru reușita în îndeplinirea politicii și obiectivelor sale Primaria Sector 2 se bazează în primul rând pe valorile umane ale organizației. Cunoștințele, experiența și profesionalismul funcționarilor publici din aparatul administrativ al Primăriei Sector 2 au o contribuție definitorie în rezolvarea cu succes a tuturor situațiilor care pot apărea (prestabilit sau întâmplător) în cazul administrării unei comunități urbane de dimensiuni considerabile .

Valorile asumate de aceștia prin vocea primarului sunt: „respect față de lege și cetățean, performanță, disciplină, integritate, onestitate, spirit de echipă, capacitate de inovare, egalitate de șanse și responsabilitate socială”.

Conform *Regulamentului de Organizare și Functionare*, primarul, viceprimarul , secretarul, împreună cu aparatul de specialitate al primarului constituie o structură funcțională cu activitate permanentă, denumită „Primăria Sectorului 2 al Municipiului București” care duce la îndeplinire hotărârile consiliului local și dispozițiile primarului, soluționând problemele curente ale colectivității locale. Sectorul 2 al Municipiului București are un primar și un viceprimar, aleși în condițiile legii, pe o perioadă de 4 ani. Primarul îndeplinește o funcție de autoritate publică, este șeful administrației publice locale din Sectorul 2 și al aparatului de specialitate, pe care îl conduce și îl controlează.

La nivelul Primăriei Sectorului 2 al Municipiului București Direcția Administrație Publică Locală asigură serviciile de secretariat pentru Consiliul Local Sector 2, precum și pe cea de evidență, gestionare și comunicarea actelor administrative emise la nivelul autorității administrației publice locale Sector 2 și are printre principalele atribuții organizarea ședințelor ordinare/ extraordinare sau convocate de îndată ale Consiliului Local Sector 2.

Structura organizatorică a Direcției Administrație publică Locală este următoarea:

- I. Serviciul Administrație Publică Locală;
- II. Biroul Arhivă;
- III. Biroul Evidență Electorală.

Primarul Sectorului 2 al Municipiului București emite dispoziții

Proiectul de dispoziție poate fi inițiat de orice direcție/compartiment a aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 2, precum și a acelor din instituțiilor subordonate Consiliului Local Sector 2 al Municipiului București (Administrația Domeniului Public Sector 2, Poliția Locală Sector 2, Direcția Venituri Buget Local Sector 2, Administrația Piețelor Sector 2, Direcția Generală de Administrare a Patrimoniului Imobiliar Sector 2)

Aceste proiecte se întocmesc în minim 2 exemplare însoțite de referatele de specialitate semnate ierarhic în cadrul direcției/instituției inițiatoare. Pot exista situații în care aceste direcții/instituții comunică doar referatele de specialitate și solicită printr-o adresa Direcției Administrație Publică Locală - Serviciului Administrație Publică Locală întocmirea proiectului de dispoziție aferent referatului.

Ulterior proiectul de dispoziție este înaintat către Cabinetul Secretarului Sectorului 2, care îl analizează sub aspectul tehnicii legislative în vederea avizării de legalitate, după ce este avizat, acesta este înaintat la Cabinetul Primarului Sector 2 pentru a fi semnat.

În cazul în care sunt necesare modificări/ completări acesta este returnat inițiatorului în vederea elaborării în forma solicitată.

Dispoziția semnată de Primarul Sectorului 2 este înregistrată în Registrul Dispozițiilor Primarului Sectorului 2- numărul acordat din registru fiind menționat pe toate exemplarele dispoziției. Această operațiune se efectuează în cadrul Serviciului Administrație Publică Locală.

În termen de 5 zile de la emitere, dispoziția se comunică de către Serviciul Administrație Publică Locală, Prefectului Municipiului București în vederea exercitării controlului de legalitate prevăzut de lege.

Unul sau mai multe exemplare al dispoziției astfel înregistrată se returnează inițiatorului, iar un exemplar original împreună cu un exemplar al referatului de specialitate, precum și toate documentele anexate emise în procedura de comunicare a dispoziției se îndosariează în cadrul serviciului sus- menționat, în vederea arhivării. Totodată Dispoziția se comunică, în copie, tuturor factorilor interesați în vederea luării la cunoștință și punerii în aplicare, astfel cum se menționează în finalul acesteia.

Monitorizarea aplicării Dispozițiilor Primarului Sectorului 2 al Municipiului București se realizează tot la nivelul Direcției Administrație Publică Locală – Serviciul Administrație Publică Locală, în acest sens compartimentul inițiator al proiectului de act administrativ va transmite trimestrial o situația referitoare la aplicarea acestor dispoziții- acestea fiind centralizate în Registrul electronic privind aplicarea Dispozițiilor Primarului Sectorului 2. Toate dispozițiile care nu au fost aplicate, precum și motivul neaplicării lor, sunt centralizate, pe baza datelor înscrise în registrul electronic de persoana responsabilă din partea Serviciului, situația rezultată fiind înaintată ierarhic către Secretarul și Primarul Sectorului 2 al Municipiului București.

Consiliul Local al Sectorului 2 al Municipiului București adoptă hotărâri

Orice proiect de hotărâre înscris pe ordinea de zi a ședinței de consiliu poate fi modificat/ completat prin amendament. Acesta se formulează în scris și se comunică Secretarului Sectorului 2 înainte de ședință, sau poate fi formulat în timpul ședinței atât verbal, cât și în scris.

Serviciul Administrație Publică Locală desfășoară activități specifice în vederea îndeplinirii de către Secretarul Sectorului 2 a atribuțiilor prevăzute în Legea nr.215/2001 privind administrația publică locală, republicată, cu modificările și completările ulterioare, fiind direct implicat în procesul de adoptare a actelor administrative, în sensul că verifică, definitivează și elaborează, după caz, proiectele, în acest sens având următoarele atribuții:

1. Transpune proiectele de hotărâre aprobate în ședințele C.L.S.2¹³ în hotărâri ale Consiliului Local Sector 2 și le înaintează spre verificare șefului de serviciu;
2. Înaintează spre semnare, hotărârile aprobate Președintelui de ședință (acesta semnează inclusiv anexele la hotărâri) și pentru contrasemnare „pentru legalitate”, Secretarului Sectorului 2. Anexele sunt „vizate spre neschimbare” pe fiecare pagină, la Cabinet Secretar.
3. Înregistrează hotărârile C.L.S.2 în „Registrul de hotărâri C.L.S. 2” și asigură arhivarea electronică a acestora;
4. Întocmește Anunțul Public privind hotărârile adoptate la ședința C.L.S.2 care se înregistrează la Cabinet Secretar și semnat de Secretarul Sectorului 2. Acesta este afișat în locul special amenajat la sediul Primăriei Sectorului 2, pe baza Procesului- Verbal de afișare contrasemnat de reprezentantul Poliției Locale Sector 2- responsabil cu afișajul la sediul primăriei;
5. Întocmește adresele de comunicare a hotărârilor C.L.S.2 adoptate către Instituția Prefectului Municipiului București, Primăria Municipiului București (Cabinet Secretar General și Direcția Administrație Publică), Primarul Sector 2, Viceprimarul Sector 2, C.L.S.2, directorii executivi ai direcțiilor P.S.2¹⁴, instituții/servicii aflate în subordinea C.L.S.2, către structurile care au promovat proiectele de hotărâri aprobate în ședința C.L.S.2 și către toți factorii interesați; adresele sunt verificate iar în cadrul direcției, înregistrate la Cabinet Secretar și semnate de către Secretarul Sectorului 2;
6. Completează Tabelul cu hotărârile C.L.S.2 propuse spre publicare în Monitorul Oficial al Municipiului București și îl înaintează, pentru avizare, la Cabinet Secretar Sector 2 și pentru aprobare la Primarul Sectorului 2;
7. Înregistrează adresele de comunicare către Instituția Prefectului Municipiului București, Primăria Municipiului București și Primarul Sectorului 2 în Registrul special de comunicare a hotărârilor C.L.S.2 și a dispozițiilor P.S.2;
8. Transmite Instituției Prefectului Municipiului București, în vederea exercitării controlului de legalitate, hotărârile C.L.S.2 adoptate, cu adresă de înaintare, atât pe suport de hârtie, cât și pe suport electronic (CD) în termen de cel mult 10 zile de la adoptare;
9. Transmite hotărârile C.L.S.2 adoptate, cu adresă de înaintare și însoțite de Tabelul cu hotărârile C.L.S.2 propuse spre publicare în Monitorul Oficial al Municipiului București, atât pe suport de hârtie, cât și pe suport electronic (CD) Primăriei Municipiului București (Cabinet Secretar General și Direcția Administrație Publică);
10. Transmite hotărârile C.L.S.2 adoptate, cu adresă de înaintare, atât pe suport de hârtie, cât și pe suport electronic (CD) conducerii P.S.2 (Primar, Viceprimar, Secretar Sector 2) și C.L.S.2, directorilor direcțiilor P.S.2 și instituțiilor și serviciilor publice aflate sub autoritatea C.L.S.2;
11. Transmite hotărârile C.L.S.2 adoptate celorlalți factori interesați, pe suport de hârtie, prin poștă, cu confirmare de primire. *Borderoul pentru serviciul de transmitere corespondență* completat, cât și confirmările de primire se arhivează;
12. Publică pe site-ul P.S.2 hotărârile C.L.S.2 adoptate (cu sau fără anexe, așa cum este menționat în corpul H.C.L.S.2¹⁵) și Procesul verbal de ședință (al ședinței anterioare) aprobat în ședința C.L.S.2;
13. Pregătește pentru arhivare, în dosare distincte, proiectele de hotărâre, documentația aferentă și alte documente S.A.P.L.¹⁶ (dosarul de ședință), pe de-o parte, și hotărârile C.L.S.2 și

¹³ C.L.S.2. = Consiliul Local al Sectorului 2.

¹⁴ P.S.2. = Primăria Sectorului 2.

¹⁵ H.C.L.S.2 = Hotărârea Consiliului Local Sector 2.

¹⁶ S.A.P.L. = Serviciul Administrație Publică Locală.

adresele de comunicare a hotărârilor C.L.S.2 adoptate, pe de altă parte; inventariază dosarele și le predă, pe bază de proces verbal, la arhiva instituției.

14. Întocmește Procesul verbal al ședinței, pe baza înregistrărilor audio/video realizate în timpul ședinței C.L.S.2, care cuprinde informații cu privire la data, ora, locul desfășurării ședinței, parcurgerea etapelor procedurale cu privire la aducerea la cunoștința publică a ordinii de zi etc., prezența consilierilor locali, amendamente la ordinea de zi, după caz, dezbaterile, votul acordat pentru fiecare punct aflat pe ordinea de zi, votul acordat de fiecare consilier local în parte, expunerea motivată a Secretarului Sector 2, în situația în care nu contrasemnează hotărârea, *în condițiile art. 48 alin. 1 din Legea nr. 215/2001 republicată, cu modificările și completările ulterioare*, orice alte situații care apar în timpul ședinței;

15. Înaintează Procesul verbal de ședință, după verificare ierarhică în cadrul direcției, Secretarului Sector 2 pentru avizare; afișează Procesul verbal de ședință în locul special amenajat la sediul P.S.2, în termen de 3 zile de la desfășurarea ședinței C.L.S.2; pe baza Procesului- Verbal de afișare contrasemnat de reprezentantul Poliției Locale Sector 2- responsabil cu afișajul la sediul primăriei;

16. Comunică la cerere hotărârile C.L.S.2 adoptate în anul în curs atunci când acest lucru este solicitat fie de structura care a promovat proiectul de hotărâre; fie de o altă structură decât cea care a promovat proiectul de hotărâre sau de o persoană fizică/ juridică care este îndreptățită să ceară comunicarea hotărârilor. Acesta se realizează după o procedură clar stabilită pentru fiecare situație în parte. Consultarea anexelor la H.C.L.S.2 se face la Centrul de Relații cu Publicul, în prezența permanentă a responsabilului S.A.P.L., pentru a se evita sustragerea sau fotografierea uneia sau a mai multor file din anexele consultate; la sfârșitul consultării, petentul va menționa pe cererea depusă „Am consultat anexele H.C.L.S.2 solicitate”, data, ora, semnătura.¹⁷

Rapoartele de activitate ale Unității Administrativ Teritoriale Sector 2 al Municipiului București

Conform prevederilor *Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată*, autoritățile administrației publice centrale și locale sunt obligate să stabilească regulile procedurale minimale aplicabile pentru asigurarea transparenței decizionale în cadrul acestora.

Transparența decizională în cadrul administrației publice are drept scop sporirea gradului de responsabilitate a administrației publice locale față de cetățeni ca beneficiari ai deciziei administrative, precum și stimularea participării active a acestora în procesul de luare a deciziilor administrative și de elaborare a actelor normative.

În acest sens, la nivelul Sectorului 2 al Municipiului București este în vigoare *Hotărârea Consiliului Local Sector 2 nr. 85/2015 pentru aprobarea Regulamentului privind stabilirea procedurilor și modalităților de aducere la cunoștința publică a proiectelor și actelor administrative cu caracter normativ ale autorităților administrației publice locale ale Sectorului 2 al Municipiului București*.

În aplicarea prevederilor art.7 alin.(7) din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, a fost desemnată o persoană din cadrul Direcției Administrație Publică Locală, pentru relația cu societatea civilă la nivelul Consiliului Local al Sectorului 2 al Municipiului București .

¹⁷ În cazul în care solicitarea copiilor HCLS2 se face în baza Legii nr. 544/2001, privind accesul la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare, solicitarea va fi soluționată conform prevederilor acestui act normative.

În baza prevederilor Legii nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, Consiliul Local al Sectorului 2 al Municipiului București publică anual un raport referitor la aplicarea acestui act normativ, la care au acces toți cetățenii interesați și care este făcut public pe site-ul Primăriei Sectorului 2 al Municipiului București.

În temeiul actului normativ anterior invocat, Consiliul Local al Sectorului 2 al Municipiului București aduce la cunoștință publică, pe site-ul www.ps2.ro, proiectele de hotărâri ce urmează a fi dezbătute în ședințele Consiliului Local Sector 2 al Municipiului București și afișează pe site-ul propriu toate hotărârile adoptate cât și dispozițiile cu caracter normativ emise de Primarul Sectorului 2 al Municipiului București, la care au acces toți cetățenii interesați.

Exemplificare: Raportul privind transparența decizională la nivelul Sectorului 2 al Municipiului București, pentru anul 2018

Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, reglementează dreptul cetățenilor de a participa la luarea deciziei administrative prin trimiterea în scris de propuneri, sugestii și opinii cu valoare de recomandare privind un anumit proiect de hotărâre sau dispoziție cu caracter normativ. La nivelul Unității Administrative Teritoriale Sector 2 al Municipiului București, în anul 2018 fiind înregistrate în acest sens cincisprezece propuneri/sugestii/proiectul bugetului general al Sectorului 2 pe anul 2018¹⁸, precum și un număr de 247 propuneri / sugestii / opinii la proiectul de hotărâre privind instituirea taxei de habitat cu destinația specială de salubritate.

Consiliul Local al Sectorului 2 al Municipiului București s-a întrunit, în anul 2018, într-un număr de 15 ședințe ordinare/extraordinare/ de îndată, toate fiind publice. La aceste ședințe au participat, în calitate de invitați, reprezentanți ai Instituției Prefectului Municipiului București și reprezentanți ai unor servicii și instituții publice de interes local. De asemenea, s-a asigurat accesul reprezentanților mass – media locale și centrale, precum și reprezentanți ai cetățenilor.

Conform art.11 din Legea nr. 52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, s-au întocmit procesele verbale de ședință în care s-a consemnat în scris toate prezentările, opiniile, comentariile, interpelările, răspunsurile, rezultatul voturilor, din cele 15 ședințe ale Consiliului Local Sector 2.

Procesele – verbale au fost făcute publice prin afișare la sediul Primăriei Sectorului 2 al Municipiului București și pe site-ul instituției.

Din numărul total de 441 de proiecte de hotărâre, un număr de 5 proiecte de hotărâre au fost supuse dezbaterii publice, au fost afișate pe site-ul Primăriei Sectorului 2, astfel încât părțile interesate și anume cetățenii, asociații și organizații cetățenești, organizații non-guvernamentale, societățile comerciale respectiv, instituțiile de interes public aflate sub autoritatea Consiliului Local Sector 2 să aibă posibilitatea de a-și exprima punctele de vedere, de a aduce îmbunătățiri la propunerile prezentate. Toate acestea fiind consemnate în Minuta¹⁹ ședințelor publice.

Cele 5 proiecte sunt:

- ✓ proiectul de hotărâre privind aprobarea bugetului general al Sectorului 2 al Municipiului București;
- ✓ proiectul de hotărâre privind aprobarea măsurilor de dezvoltare a Serviciului public de salubritate a Sectorul 2 prin implementarea accelerată a prevederilor PNGD²⁰ 2014-2020, Strategiei de dezvoltare pe termen mediu și lung a serviciului de salubritate în Municipiul

¹⁸Proiectul bugetului general al Sectorului 2 pe anul 2018 a fost adus la cunoștința publică în termenele și în condițiile prevăzute de Legea nr. 273/2006, privind finanțele publice locale, cu modificările și completările ulterioare.

¹⁹ Minuta = documentul scris (procesul verbal) în care se consemnează în rezumat punctele de vedere exprimate de participanți la o ședință, precum și rezultatul dezbaterilor.

²⁰PNGD = Planul Național de Gestionare a Deșeurilor.

București și a Regulamentului serviciului de salubritate a Sectorului 2 al Municipiului București;

✓ proiectul de hotărâre privind asigurarea unui climat de recreere în parcurile și locurile de joacă aflate în administrarea Administrației Domeniului Public Sector 2;

✓ proiectul de hotărâre privind reglementarea activității de ridicare a vehiculelor staționate neregulamentar pe partea carosabilă a drumurilor publice aflate în administrarea Consiliului Local Sector 2 al Municipiului București;

✓ proiectul de hotărâre privind instituirea taxei de habitat cu destinația specială de salubritate și aprobarea Regulamentului privind implementarea, determinarea cuantumului, încasarea și administrarea taxei de habitat cu destinația specială de salubritate pentru utilizatorii casnici (persoane fizice) pe raza Sectorului 2 al Municipiului București.

În anul 2018 Consiliul Local Sector 2 al Municipiului București a adoptat un număr de 407 de hotărâri.

Pentru 2 hotărâri ale Consiliului Local Sector 2 au fost formulate acțiuni în instanță, ceea ce a condus la emiterea unui act administrativ de încetare a aplicabilității acestora.

Tabel 3.1 Raport transparență Sectorul 2, pentru anul 2018

Nr. crt	Denumire	Nr
1.	Proiecte de acte administrative/normative adoptate în anul 2018	407
2.	Proiecte de acte administrative/normative anunțate în mod public:	407
	✓ pe site-ul propriu	407
	✓ prin afișare la sediul propriu	407
	✓ prin mass-media	-
3.	Numărul ședințelor Consiliului Local Sector 2 anunțate prin:	15
	✓ afișare la sediul propriu	15
	✓ publicare pe site-ul propriu	15
	✓ mass-media	-
4.	Numărul ședințelor care nu au fost publice, cu motivația restricționării accesului	-
	✓ informații exceptate	-
	✓ vot secret	-
	✓ alte motive (care ?)	-
5.	Numărul estimat al persoanelor care au participat efectiv la ședințele publice (exclusiv funcționarii)	800
6.	Numărul total al proceselor verbale ale ședințelor Consiliului Local Sector 2	15
7.	Cereri exprimate pentru furnizarea de informații referitoare la proiectele de acte administrative/normative	5
	✓ solicitare de persoane fizice	3
	✓ asociații de afaceri sau alte asociații legal constituite	2
8.	Numărul ședințelor publice organizate pentru proiectele de hotărâre supuse dezbaterii publice	5
	✓ la cererea asociațiilor legal constituite	2
	✓ desfășurate în prezența mass-media	2
9.	Numărul total al recomandărilor primite	252

Nr. crt	Denumire	Nr
10.	Numărul total al recomandărilor incluse în proiectele de acte normative	-
11.	Numărul acțiunilor în justiție pentru nerespectarea prevederilor legii privind transparența decizională intentate administrației publice locale	3
	✓ rezolvate favorabil reclamantului	-
	✓ rezolvate favorabil instituției	-
	✓ în curs de soluționare	3

Sursa: autorul pe baza informațiilor de pe site-ul www.ps2.ro/ transparență decizională

Tabel 3.2 Numărul proiectelor și a hotărârilor aprobate în Ședințele C.L.S.2. din anul 2018

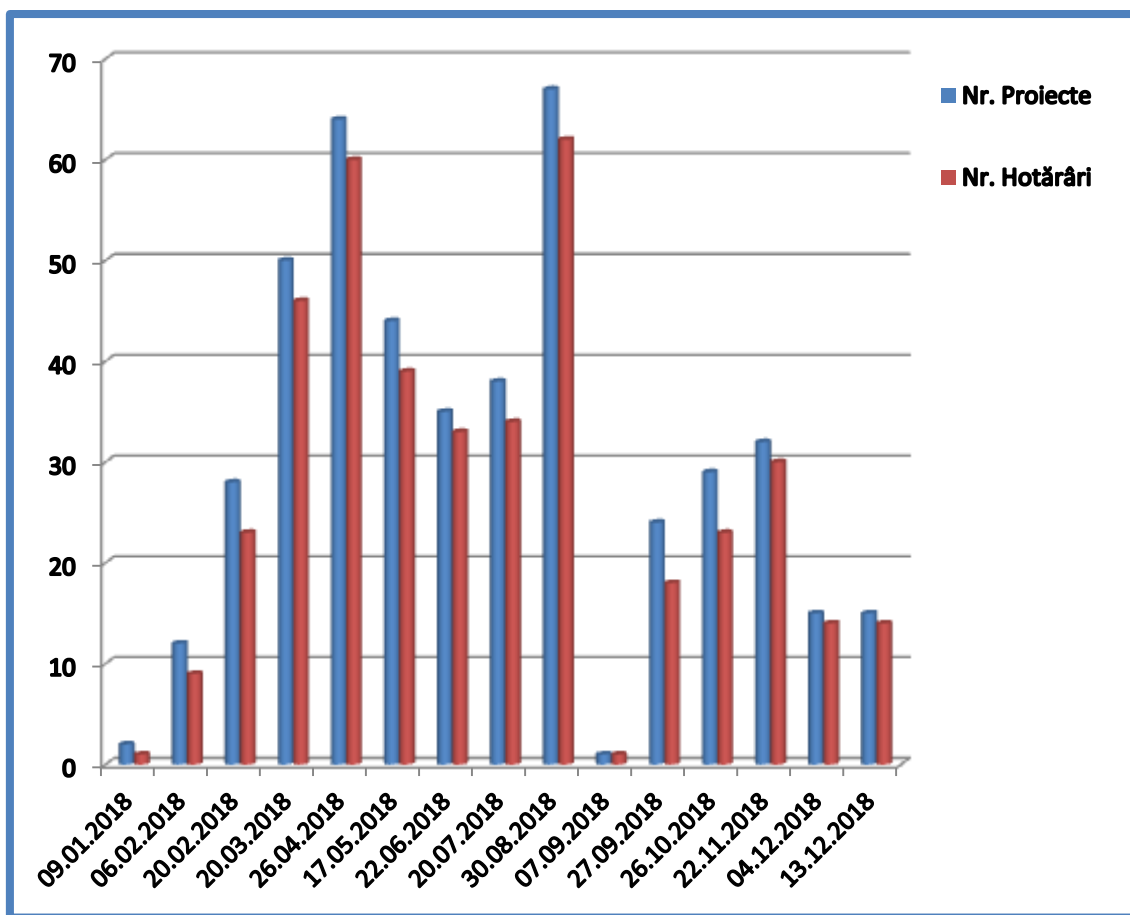
Nr.crt.	Data ședinței	Tipul ședinței	Nr. Proiecte	Nr. Hotărâri
1.	09.01.2018	Ordinară	2	1
2.	06.02.2018	Extraordinară	12	9
3	20.02.2018	Ordinară	28	23
4.	20.03.2018	Ordinară	50	46
5.	26.04.2018	Ordinară	64	60
6.	17.05.2018	Ordinară	44	39
7.	22.06.2018	Ordinară	35	33
8.	20.07.2018	Ordinară	38	34
9.	30.08.2018	Ordinară	67	62
10.	07.09.2018	De îndată	1	1
11.	27.09.2018	Ordinară	24	18
12.	26.10.2018	Ordinară	29	23
13.	22.11.2018	Ordinară	32	30
14.	04.12.2018	Ordinară	15	14
15.	13.12.2018	Extraordinară	15	14

Sursa: autorul

Din tabelul alăturat se poate observa că în decursul unui anului 2018, Consiliul Local Sectorului 2 al Municipiului București s-a întrunit în ședințe cel puțin o dată pe lună; mai mult, în lunile februarie, septembrie și decembrie s-au ținut câte două ședințe pe lună.

Numărul hotărârilor aprobate/emise este totdeauna mai mic sau cel mult egal cu cel al proiectelor supuse spre aprobare.

Figura 3.1 Reprezentare grafica privind hotărârile adoptate de Consiliul Local Sector 2 în anul 2018



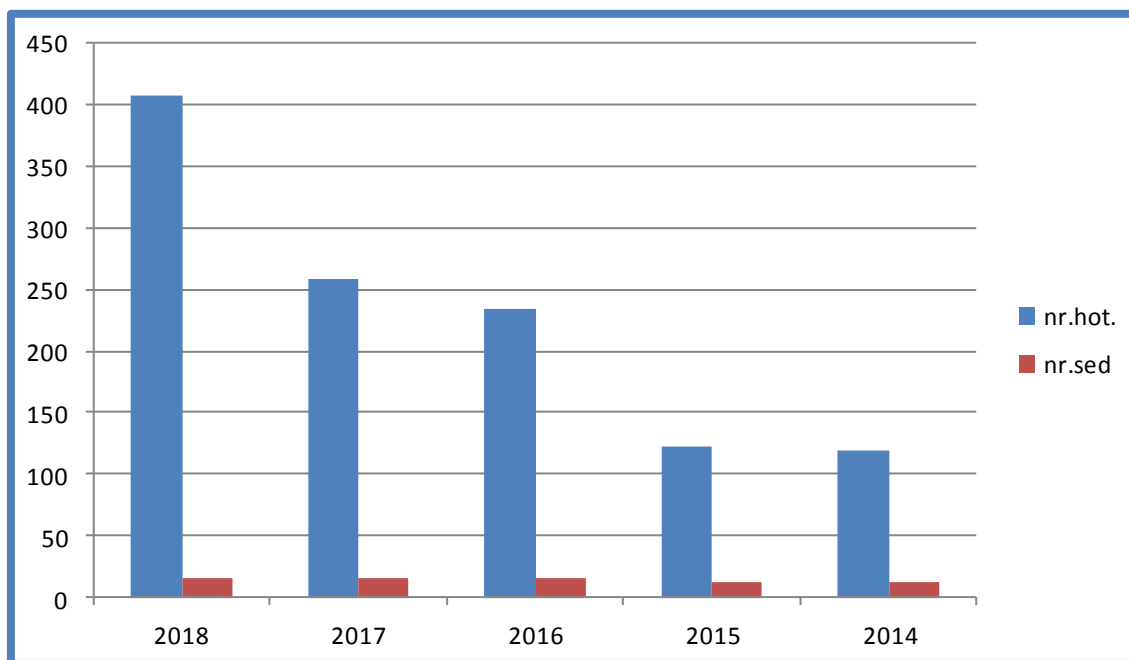
Sursa: autorul

Tabel 3.3 Analiză comparativă privind hotărârile adoptate de Consiliul Local Sector 2 într-un interval de 5 ani

Anul	2018	2017	2016	2015	2014
Nr. hot.adoptate	407	259	234	123	120
Nr. ședințe de consiliu	15	15	16	12	12

Sursa: autorul

Figura 3.2 Reprezentare grafica privind hotărârile adoptate de Consiliul Local Sector 2 într-un interval de 5 ani



Sursa:autorul

Exemplificare: Acte administrative/ hotărâri adoptate de Consiliul Local al Sectorului 2 al Municipiului București

Cazul 1. Exemplu de act normativ, respectiv proiect de hotărâre propus spre aprobarea Consiliului Local Sector 2 → aprobat → contestat în instanță → revocat → reformulat și propus din nou spre aprobare Consiliului Local Sector 2 → adoptat într-o nouă variantă, cu referire la: *Hotărârea privind aprobarea Regulamentului de încasare și administrare a taxei de habitat cu destinația specială de salubritate în Sectorul 2 al Municipiului București*²¹.

În vederea alinierii la normele europene, Consiliul Local al Sectorului 2 prin H.C.L.nr..325/2018 a adoptat măsurile de dezvoltare a Serviciului public de salubritate a Sectorului 2 prin implementarea accelerată a prevederilor PNGD 2014-2020, Strategiei de dezvoltare pe termen mediu și lung a serviciului de salubritate a Sectorului 2 al Municipiului București, incluzând și măsuri referitoare la taxa de salubritate în sarcina beneficiarului Sector 2. Stabilirea cuantumului acestei taxe speciale, a avut în vedere, în primul rând, un impact cât mai redus asupra veniturilor populației, pentru anul 2019, nivelul acesteia fiind propus la valoarea minimă rezultată prin actualizarea tarifului vechi, cu indicii prețurilor de consum. Astfel că, pe ordinea de zi a ședinței de consiliu din data de 13.12.2018 a fost propus spre aprobare *proiectul de hotărâre privind aprobarea Regulamentului de încasare și administrare a taxei de habitat cu destinația specială de salubritate în Sectorul 2 al Municipiului București*.

Proiectul a fost aprobat cu un număr de 21 de voturi PENTRU și 4 voturi IMPOTRIVĂ, dintr-un total de 25 de voturi exprimate de consilierii locali prezenți²².

²¹ sursa de informare: www.ps2.ro/consiliul-local/proiecte-de-hotarari.

²² Consiliul Local al Sectorului 2 este format din 27 consilieri locali aleși în condițiile Legii nr. 115/2015 pentru alegerea autorităților administrației publice locale, pentru modificarea Legii administrației publice locale nr.215/2001, precum și pentru modificarea și completarea Legii nr.393/2004 privind Statutul aleșilor locali, rectificată.

Astfel a fost emisă Hotărârea Consiliului Local Sector 2 nr.392 din 13.12.2018 *privind aprobarea Regulamentului de încasare și administrare a taxei de habitat cu destinația specială de salubritate în Sectorul 2 al Municipiului București*. Hotărârea a fost avizată pentru legalitate în temeiul art.117, lit.,a' din Legea nr.215/2001, republicată, semnată de președintele de ședință, comunicată către Prefectură în termen de 10 zile de la adoptare conform normelor legale în vigoare.

Ulterior, folosindu-se de dreptul de a contesta în Instanța de Contencios Administrativ, un consilier nemulțumit de decizia ce s-a luat, a acționat în instanță Unitatea Administrativ Teritorială Sector 2, Primarul Sectorului 2, Consiliul Local Sector 2 cerând suspendarea executării H.C.L.S2 nr.392/218.

Instanța acceptă cererea de suspendare, iar prin Încheierea din data de 29.01.2019 Tribunalul București a dispus suspendarea executării.

În consecință a fost inițiat un proiect de hotărâre pentru încetarea aplicabilității H.C.L. nr. 392/2018 *privind aprobarea Regulamentului de încasare și administrare a taxei de habitat cu destinația specială de salubritate în Sectorul 2 al Municipiului București*, precum și a H.C.L. S2 nr.395/2018 *privind aprobarea cuantumului taxei de habitat cu destinația special de salubritate pentru anul 2019, în Sectorul 2 al Municipiului București*.

Acest proiect a fost pe ordinea de zi a ședinței de consiliu local din data de 12.02.2019.

Supus la vot proiectul de hotărâre a fost adoptat cu 25 voturi PENTRU și 1 ABȚINERE, dintr-un total de 26 de voturi exprimate de consilierii locali prezenți la ședință.

Ulterior analizând rapoartele direcțiilor din cadrul aparatului de specialitate al Primarului Sectorului 2 al Municipiului București și ale serviciilor publice de interes local aflate sub autoritatea Consiliului Local al Sectorului 2, precum și prevederile legislației aplicabile în domeniul salubrității, este promovat *proiectul de hotărâre privind instituirea taxei de habitat cu destinația de salubritate și aprobarea Regulamentului privind implementarea, determinarea cuantumului, încasarea și administrarea taxei de habitat cu destinația specială de salubritate pentru utilizatorii casnici(persoane fizice) pe raza Sectorului 2 al Municipiului București*.

Pentru a respecta art. 2 al Legii nr.52/2003 privind transparența decizională în administrația publică, republicată, care prevede informarea în prealabil, din oficiu, a persoanelor asupra problemelor de interes public care urmează să fie dezbătute de autoritățile administrației publice centrale și locale, precum și asupra proiectelor de acte normative; consultarea cetățenilor și a asociațiilor legal constituite, la inițiativa autorităților publice, în procesul de elaborare a proiectelor de acte normative și participarea activă a cetățenilor la luarea deciziilor administrative și în procesul de elaborare a proiectelor de acte normative, acest proiect a fost supus dezbaterii publice și discutat în ședințe publice organizate la sediul Primăriei Sectorului 2 în data de 29.01.2019, respectiv 05.02.2019.

Proiectul sus-menționat a fost înscris pe ordinea de zi a ședinței Consiliului Local Sector 2 care a avut loc în data de 21.02.2019.

Supus la vot este aprobat cu următorul cvorum: 22 voturi PENTRU; 4 voturi ÎMPORTIVĂ; 1 NU VOTEAZĂ. La ședință au fost prezenți toți cei 27 consilieri locali al Sectorului 2.

Astfel Consiliul Local luând în considerare proiectul de hotărâre, în urma stabilirii rezultatului votului valabil exprimat emite H.C.L.S.2 nr 32 din data de 21.02.2019 *privind instituirea taxei de habitat cu destinația de salubritate și aprobarea Regulamentului privind implementarea, determinarea cuantumului, încasarea și administrarea taxei de habitat cu destinația specială de salubritate pentru utilizatorii casnici(persoane fizice) pe raza Sectorului 2 al Municipiului București*.

Președintele de ședință a semnat hotărârea adoptată, iar în temeiul art.47 din Legea nr.215/ 2001, republicată, Secretarul Sectorului 2 contrasemnează pentru legalitate.

Hotărârea a fost comunicată Primarului și Prefectului în termenul legal²³ și a fost publicată în Monitorul Oficial al Municipiului București Anul XV, Nr. 2, Februarie 2019, pag.230, în prezent producându-și efectele.

Cazul 2. Exemplu de act administrativ, respectiv proiect de hotărâre propus spre aprobare Consiliului Local Sector 2 fără a avea aviz de legalitate din partea Secretarului Sectorului 2 → retras de pe ordinea de zi a ședinței → reintrodus pe ordinea de zi a următoarei ședințe de consiliu → aprobat cu obiecțiuni de nelegalitate din partea Secretarului Sectorului 2 → contestat de Instituția Prefectului → revocat → reformulat → propus din nou spre aprobare fără aviz de legalitate → aprobat cu obiecțiuni din partea Secretarului Sectorului 2 al Municipiului București, cu referire la *Hotărârea pentru aprobarea Metodologiei de emitere a Autorizației privind desfășurarea activităților prevăzute de grupele CAEN 561- restaurante, 563- Baruri și alte activități de servire a băuturilor și 932- Alte activități recreative și distractive, pe raza sectorului 2 al Municipiului București*²⁴.

În temeiul art.475, alin.(3) din Legea nr.227/2015 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare, persoanele a căror activitate este înregistrată în grupele CAEN²⁵ 561- restaurante, 563- Baruri și alte activități de servire a băuturilor și 932- Alte activități recreative și distractive, sunt obligate la plata unei taxe pentru eliberarea /avizarea anuală a autorizației privind desfășurarea acestor activități, în funcție de suprafața aferentă activităților respective, taxă ce se constituie venit la bugetul local al unității administrativ- teritoriale pe raza căreia se desfășoară activitatea.

Considerând că H.C.L.S.2 nr.72/2018, hotărârea care reglementează nivelul Sectorului 2 al Municipiului București cele prezentate mai sus, nu mai este acoperitoare ca urmare a declinării competențelor de către Direcția Sanitară Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor București, Inspectoratul pentru Situații de Urgență „Dealul Spirii” București – Ilfov, Direcția de Sănătate Publică București și Agenția pentru Protecția Mediului București, pe motiv că „întreaga răspundere, pentru emiterea acestor acte administrative, este în sarcina Primăriei/Consiliului Local”, s-a considerat oportun promovarea unui proiect de hotărâre prin care să se modifice procedurile de autorizare.

Pe ordinea de zi a ședinței Consiliului Local al Sectorului 2 al Municipiului București din data de 21.02.2019 a fost înscris *proiectul de hotărâre pentru aprobarea Metodologiei de emitere a Autorizației privind desfășurarea activităților prevăzute de grupele CAEN 561- restaurante, 563- Baruri și alte activități de servire a băuturilor și 932- Alte activități recreative și distractive, pe raza sectorului 2 al Municipiului București.*, proiect care nu a fost avizat pentru legalitate de Secretarul Sectorului 2.

În plenul ședinței s-au adus argumente pro și contra, proiectul în cauză generând numeroase polemici și în cele din urmă a fost retras de pe ordinea de zi de către inițiator²⁶.

Convins fiind de utilitatea și oportunitatea sa, inițiatorul repropune spre adoptare proiectul mai sus menționat, în ședința de Consiliul Local din data de 29.03.2019.

²³ art.48, alin.(2) din Legea 215/2001 „nu mai târziu de 10 zile lucrătoare de la data adoptării”.

²⁴ sursa de informare: www.ps2.ro/consiliul-local/proiecte-de-hotarari.

²⁵ CAEN = **cod CAEN**, clasificare și codificare a activităților din economia națională, aprobată prin H.G. nr. 656/1997, cu modificările ulterioare. Clasificarea este aliniată la NACE (Nomenclatorul de activități economice din Uniunea Europeană) și CITI (Clasificarea Internațională Standard (rev. 3), adoptată de O.N.U. în luna februarie 1989.

²⁶ Retragerea unui proiect de hotărâre de pe ordinea de zi a ședinței Consiliului Local nu poate fi făcută decât de inițiator.

Nici de acesață dată proiectul de hotărâre nu a primit aviz de legalitate din partea Secretarului Sectorului 2 al Municipiului București, acesta comunicând în scris „*obiecțiunile privind elementele de nelegalitate identificate în cuprinsul proiectului de hotărâre*”, una dintre acestea fiind „în situația în care, pentru anumite tipuri de construcții/ activități actul normativ de nivel superior (Hotărârea Guvernului nr. 571/2016) prevede avizarea/autorizarea privind securitatea la incendiu, emiterea autorizației de desfășurare a activității de alimentație publică de către Primar, în lipsa actelor privind securitatea la incendiu, contravine legii “.

Supus la vot proiectul este aprobat cu 14 voturi PENTRU, 1 vot ÎMPOTRIVĂ; 10 ABȚINERI; 1 NU VOTEAZĂ, dintr-un total de 26 de consilieri locali prezenți la lucrările ședinței. Astfel, Consiliul Local al Sectorului 2 emite hotărârea nr. 65/29.03.2019

După adoptarea H.C.L. Sector 2 nr.65 din data de 29.03.2019, la sediul Prefecturii Municipiului București conducerea Primăriei Sectorului 2 s-a întâlnit cu Prefectul Municipiului București, întrevedere la care au participat și reprezentanții Inspectoratului pentru Situații de Urgență „Dealul Spirii” București- Ilfov, precum și reprezentanții Direcției Sanitar Veterinară și pentru Siguranța Alimentelor București.

Ca urmare a verificării de legalitate a actelor administrative - conform atribuțiilor ce revin Prefectului Municipiului București, acesta a dispus reanalizarea și modificarea hotărârii elaborate, în sensul conformării dispozițiilor acestuia cu actele normative în vigoare, concluzionând că metodologia aprobată prin această hotărâre permite în mod nelegal emiterea autorizației de desfășurare a activităților de alimentație publică, solicitând totodată răspuns în termen legal cu privire la soluția adoptată, ca urmare a comunicării plângerii prealabile, formulată împotriva H.C.L. S2 nr.65 / 29.03.2018.

În aplicarea dispozițiilor legale s-a impus promovarea *unui proiect de hotărâre privind revocarea H.C.L. S.2 nr 65/2019 pentru aprobarea Metodologiei de emitere a Autorizației privind desfășurarea activităților prevăzute de grupele CAEN 561- restaurante, 563- Baruri și alte activități de servire a băuturilor și 932- Alte activități recreative și distractive, pe raza sectorului 2 al Municipiului București*, acesta fiind înscris la poziția 25 pe ordinea de zi și aprobat în ședința Consiliului Local Sector 2 din data de 17.05.2019 cu un cvorum de 21 voturi PENTRU și 2 NU VOTEAZĂ, din totalul de 23 consilieri prezenți la lucrările ședinței.

Revocarea este operațiunea juridică prin care organul emitent dispune retragerea propriului act fie din proprie inițiativă, fie ca urmare a dispozițiilor organului ierarhic superior.

Pentru a se evita blocajul activității de emitere a autorizațiilor la nivelul Poliției Locale Sector 2 și asigurarea continuității activității de avizare în condiții de legalitate s-a promovat un nou *proiect de hotărâre pentru aprobarea Metodologiei de emitere a Autorizației privind desfășurarea activităților prevăzute de grupele CAEN 561- restaurante, 563- Baruri și alte activități de servire a băuturilor și 932- Alte activități recreative și distractive, pe raza sectorului 2 al Municipiului București*, înscris la poziția nr.46 pe ordinea de zi a ședinței din 17.05.2019.

Nici acest proiect nu a avut aviz de legalitate din partea Secretarului Sectorului 2.

Supus la vot a fost aprobat cu 15 voturi PENTRU; 5 ABȚINERI și 4 NU VOTEAZĂ, dintr-un total de 24 consilieri locali prezenți²⁷. Luând în considerare proiectul de hotărâre, în urma stabilirii rezultatului votului valabil exprimat, Consiliul Local al Sectorului 2 emite H.C.L.S.2 nr. 144 din data de 17.05.2019.

²⁷ La începutul ședinței au fost prezenți în sala 23 consilieri locali, iar în timpul ședinței a fost validat un nou consilier local, validarea producându-se ca urmare a vacantării unui loc, prin demisia unui alt consilier local.

Concluzii

Administrația publică organizează și asigură executarea prevederilor Constituției, ale tuturor actelor normative și ale celorlalte acte juridice emise de autoritățile statului de drept în conformitate cu legea. Această activitate este realizată de către autoritățile administrației publice.

Procesul decizional este prezent și atunci când sunt prestate sarcini sau activități măsurabile, dar și atunci când sunt semnate documente oficiale de către un primar, ministru, conducător sau președinte de stat. Astfel spus, deciziile sunt o componentă de bază a activității zilnice a funcționarilor publici și a aleșilor locali, și cu ajutorul lor se realizează în mare parte activitatea de administrație publică.

Putem spune că un proces decizional bun poate fi asociat cu succesul pe termen lung al instituției.

Prin adoptarea unei decizii administrative aceasta devine obligatorie pentru toți aceia cărora le este adresată: decizia poate atrage sancțiuni asupra celor care nu se conformează prevederilor sale, tocmai de aceea este foarte important ca *statul și funcționarul* să dea fiecăruia dintre actele sale *amprenta legalității*.

Activitatea ce se desfășoară la nivelul administrației locale are drept scop satisfacerea nevoilor cetățenilor în litera și spiritul legii - orice act administrativce urmează a fi adoptat de Consiliul Local sau emis de Primar trebuie să fie analizat atât din punctul de vedere al legalității cât și din punctul de vedere al oportunității.

Pentru ca aceste lucruri să se poată realizat într-un mod eficient și într-un timp rezonabil este necesar ca toți factorii implicați, indiferent că sunt aleși locali sau funcționari publici, să aibă cunoștințe temeinice în mai multe domenii: juridic, economic, tehnic, administrativ, asistență socială, etc.

Este adevărat că nu poți impune factorilor decizionali să fie experți în toate domeniile profesionale, pentru asta trebuie aleși specialiști care să facă parte din aparatul de specialitate al primarului și din structura instituțiile aflate sub autoritatea Consiliului Local a căror expertiza să fie folosită în folosul comunității locale.

În cazul instituțiilor și a autorităților administrației publice hotărârea finală trebuie justificată în funcție de criterii de tipul: eficiență, eficacitate, constrângeri legale, imagine publică, impact asupra comunității – deoarece acestea, spre deosebire de sectorul privat, sunt supuse influențelor și cerințelor colectivității, pentru motivul că funcționează din banii contribuabilului.

Decizia finală nu numai că trebuie justificată, ci trebuie să aibă în vedere aplicabilitatea și efectele pe care le poate produce în viitor în societate.

O decizie poate suferi unele transformări la aplicarea sa în practică, pentru că mediul în care acționează este într-o continuă transformare.

Problemele cu care se confruntă instituțiile publice sunt extrem de diverse. Problemele diferitelor colectivități sunt cunoscute cel mai bine de organele administrației publice de la acel nivel, de aceea este indicat ca aceștia să se preocupe de rezolvarea lor.. Organele administrative superioare nu ar trebui să intervină decât în măsura în care deciziile organelor inferioare vin în contradicție cu dispozițiile exprese ale deciziilor adoptate de ele.

Valabilitatea unei decizii administrative este dată de dispozițiile în vigoare ale legii, de aceea este important ca decidenții să cunoască temeinic și la zi legislația.

Succesul unei decizii luate este condiționat și de luarea în considerare a influenței factorilor de mediu, care acționează din afara administrației și care se referă la schimbări ale situației politice sau economice, sau la rezultatele pe care le așteaptă cetățenii. O decizie poate suferi unele transformări la aplicarea sa în practică, pentru că mediul în care acționează este într-o continuă transformare.

Decizia administrativă produce efecte prin simplu fapt al adoptării sale. După adoptare, aceasta devine obligatorie pentru toți aceia cărora li se adresează. Decizia poate atrage sancțiuni asupra celor care nu se conformează prevederilor sale.

Intrarea în vigoare a GDPR²⁸ a adus o serie de schimbări și în domeniul administrației publice, mai ales în ceea ce privește liberul accesul la informațiile publice care conțin date cu caracter personal. Pentru a păstra o regulă de baza în domeniu, și anume transparența decizională se impune transpunerea directivelor GDPR în legislația care guvernează administrația publică. Lipsa unor norme clare duce la apariția unor confuzii și a unor restricții excesive. Acest lucru este dăunător deoarece ignorarea procesului de protejare a datelor cu caracter personal poate genera situații grave- pornind de la utilizarea datelor personale în alte scopuri decât cele agreate de persoana în cauză sau și mai grav există posibilitatea furtului de identitate, fiind sancționată drastic. La polul opus, anonimizarea exagerată poate denatura actul administrativ și poate îngrădi dreptul cetățenilor la o informare corectă și transparentă.

Una dintre soluțiile de a crește eficiența administrațiilor publice o reprezintă informatizarea acestora. Odată cu intrarea României în Uniunea Europeană, cu libera circulație a cetățenilor, aceștia doresc să fie tratați și să beneficieze de aceleași facilități ca și cei din restul Uniunii.

Rețelele sociale online pot contribui la promovarea inițiativelor instituțiilor publice pentru informarea cetățenilor și în beneficiul acestora. O transparență mai bună a serviciilor administrațiilor publice are avantajul de a valorifica dialogul cu cetățenii spre îmbunătățirea proceselor interne de comunicare ale primăriilor. O utilizare eficientă a rețelilor sociale online poate ajuta administrația publică să înțeleagă mai bine nevoile cetățenilor, să răspundă mai prompt nevoilor acestora și să implice cetățenii în decizii menite să contribuie la dezvoltarea socio-economică a comunităților.

Administrația publică modernă este dependentă de automatizarea proceselor, administrația publică locală are nevoie de cele mai eficiente instrumente informatice pentru a-și îmbunătăți activitatea. Este esențială crearea unui sistem ușor de înțeles, clar și precis și promovarea neutralității tehnologice prin utilizarea unor software-uri adecvate.

Orice cetățean are nevoie de activitatea administrativă, fiecare dintre noi am interacționat cu un funcționar public și de aceea ne dorim ca prin activitatea lor să ne rezolvăm cât mai rapid și eficient problemele. Existența unei administrații eficiente și democratice reprezintă unul dintre cele mai importante criterii care definesc modernitatea unei țări.

BIBLIOGRAFIE:

1. Armenia Androniceanu, *Management public*, Editura Economică, București, 1999.
2. Antonie Iorgovan, *Tratat de drept administrativ*, vol. I și II, ediția a IVa, Editura All Beck, București, 2005.
3. Dragoș Dincă, *Tehnici și metode de elaborare și adoptare a deciziei administrative*,
4. Ioan Vida, *Puterea executivă și administrația locală*, Editura Monitorul Oficial, București, 1992.
5. Georgeta Ghețe, Anton Dobrescu Parlăgi, *Managementul Administrației Publice Locale*, Editura Economică, București, 1999.
6. Mihaela Onofrei, *Ghidul de instrumente și bune practici în procesul decizional public*.

²⁸ GDPR = General Data Protection Regulation, Regulamentul General Privind Protecția Datelor a fost creat cu scopul de a reglementa modul în care datele personale ale Cetățenilor Uniunii Europene sunt protejate de companii precum și de a înlocui Directiva 95/46/EC Privind Protecția Datelor.

7. Mihaela Onofrei, Gheorghe Filip ,*Elemente de știința administrației* , Editura Junimea, Iași, 2004.
8. Paul Marinescu, *Managementul Instituțiilor Publice* , București, 2014.
9. Radu Ionescu, *Drept administrativ*, Editura Didactică și pedagogică, București, 1970.
10. Verginia Vedinaș, *Drept administrativ*, ediția a IIIa revăzută și actualizată, Editura Universul Juridic, București, 2007.
11. *Constituția României* așa cum a fost modificată și completată prin Legea de revizuire a Constituției României nr.429/2003, republicată de Consiliul Legislativ.
12. *Legea 188/1999 privind Statutul Funcționarului Public.*
13. *Legea Nr. 24 din 27 martie 2000 Republicată privind normele de tehnică legislativă pentru elaborarea actelor normative, republicată, cu modificările și completările ulterioare.*
14. *Legea nr.215/2001 privind administrația publică locală, republicată, cu modificările și completările ulterioare.*
15. *Legea 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public*
16. *Legea 52/ 2003 privind Transparența decizională în administrația publică republicată, cu modificările și completările ulterioare.*
17. *Legea 161/2003 privind unele măsuri pentru asigurarea transparenței în exercitarea demnităților publice, a funcțiilor publice și în mediul de afaceri, prevenirea și sancționarea corupției, cu modificările și completările ulterioare.*
18. *Legea nr. 115/2015 pentru alegerea autorităților administrației publice locale, pentru modificarea Legii administrației publice locale nr. 215/2001, precum și pentru modificarea și completarea Legii nr. 393/2004 privind Statutul aleșilor locali, cu modificările și completările ulterioare.*
19. *Legea nr. 393/2004 privind Statutul aleșilor locali, cu modificările și completările ulterioare.*
20. *Legea contenciosului administrativ nr. 554/2004, cu modificările și completările ulterioare.*
21. *Legea Nr. 340 din 12 iulie 2004 republicată privind prefectul și instituția prefectului republicată, cu modificările și completările ulterioare.*
22. *O.G. nr. 35/2002 pentru aprobarea Regulamentului-cadru de organizare și funcționare a consiliilor locale, cu modificările și completările ulterioare.*
23. www.ps2.ro / *Consiliul local.*
24. ww.ps2.ro / *Transparență decizională.*
25. www.ps2.ro / *Planul de Dezvoltare Durabilă a Sectorului 2.*

RISCURI MAJORE DE FRAUDĂ ÎN DOMENIUL ACHIZIȚIILOR PUBLICE

Stănescu Alexandra

Facultatea de Științe Economice
Master Contabilitate Audit și Consultanță

Abstract:

În dinamica actualului mediu economico-social, informația comportă un caracter însemnat, prin aceea că persoana care deține o informație veridică, fiabilă, conformă cu realitatea și cu standarde general recunoscute (în speță, cele contabile) este o persoană mai puternică și aptă să decidă în modul cel mai pertinent cu putință.

Veridicitatea informațională este asigurată prin recurgerea la serviciile profesionale ale auditorilor financiari care, prin demersul lor, furnizează o asigurare rezonabilă, printr-o opinie nedistorsionată, independentă, asupra gradului în care situațiile financiare reflectă o imagine fidelă, respectiv asupra faptului că situațiile respective nu sunt viciate de fraude sau erori semnificative.

Auditul este un domeniu de vârf al teoriei și practicii economico-financiare, care se interpune între producătorii și utilizatorii informației auditate, ambele grupări resimțind nevoia și utilitatea opiniei exprimate de auditor privind atestarea sincerității situațiilor financiare, cu confirmarea respectării prevederilor legale în vigoare și a principiilor de performanță managerială, respectiv economicitatea, eficiența și eficacitatea. Amploarea auditului este susținută și prin caracterul interdisciplinar al acestuia, auditorul trebuind să stăpânească și să aplice cunoștințe din varii domenii, precum: contabilitate, fiscalitate, etică, analiză economico-financiară, matematică, informatică precum și din domeniul juridic.

FRAUDA ȘI EROAREA ÎN AUDIT

Complexitatea activității de audit derivă din faptul că, fie și în condițiile cu care acesta este reglementată în detaliu, nu există o rețetă universal valabilă care, o dată aplicată, să asigure un audit complex și un rezultat garantat. Nu numai în literatura de specialitate, dar, încă din prefața Normelor Naționale de Audit, se precizează ca este „imposibil să fie stabilite norme de audit și servicii conexe care să se aplice de o manieră universală la toate situațiile cu care un auditor se poate confrunta; în consecință, auditorul trebuie să considere normele adoptate ca principii fundamentale care trebuiesc urmărite în activitatea lor. Procedurile necesare pentru punerea în lucru a acestora sunt lăsate la judecata fiecărui membru și variază în funcție de circumstanțele fiecărui caz.”²⁹ Altfel spus, raționamentul auditorului va preleva în ultimă instanță, acest principiu fiind ridicat la rang de normă profesională.

Conform Dicționarului Explicativ al Limbii Române, fraudă este definită ca înșelăciune, act de rea-credință săvârșit de cineva, de obicei pentru a realiza un profit material de pe urma drepturilor altuia; Hoție; Sumă sustrasă prin înșelăciune, prin fraudare; Sustragere de bunuri materiale pentru a obține un profit, păgubind pe altul; Sumă de bani sustrasă prin înșelarea încrederii.

Obiectivul auditului a suferit o trecere treptată de la detectarea fraudelor și erorilor către stabilirea măsurii în care situațiile financiare respectă obiectivul de imagine fidelă. Cu toate acestea, un sondaj realizat printre utilizatorii situațiilor financiare auditate a relevat faptul că mulți dintre aceștia cred în continuare că detectarea fraudelor constituie scopul principal al

²⁹ CECCAR – Norme naționale de audit, 1999, Editura CECCAR, București

auditului. Se pare că această percepție a utilizatorilor este generată de tendința acestora de a extinde fraudele ne semnificative la nivelul situațiilor financiare în ansamblul lor. Publicul consideră că auditorii trebuie să informeze terțele persoane dacă descoperă că directorii companiei auditate sunt implicați în fraude sau alte acte ilegale, de aici și caracterul fraudei de factor generator de Audit Expectation Gap.

Chiar dacă terții se așteaptă ca auditorul să comunice orice fel de fraudă părților interesate, nu aceasta este misiunea pe care și-o asumă auditorul. În plus, o astfel de atitudine este susținută de determinarea faptului că o anumită acțiune este ilegală, lucru ce poate implica exercitarea unor competențe juridice pe care auditorul nu le deține; sau în cadrul întreprinderii pot exista acțiuni legale, frauduloase, care sunt irelevante în raport cu situațiile financiare, și nu au efecte semnificative asupra acestora.

Normele internaționale de audit precizează că termenul de „fraudă” se referă la o acțiune cu caracter intenționat, întreprinsă de una sau mai multe persoane din rândul conducerii, salariaților sau terților, acțiune care are ca efect o interpretare eronată a situațiilor financiare. De regulă, prin fraudă se urmărește obținerea unor avantaje financiare injuste sau ilegale.

Frauda poate fi evidențiată, conform standardelor internaționale, ca urmare a manipulării sau modificării înregistrărilor sau documentelor – falsificarea lor în scopul denaturării sau ascunderii adevărului. Deturnarea unor active sau furtul acestora se apropie foarte mult de o faptă cu caracter voit, alocarea acestora necorespunzătoare a unor active, ceea ce poate conduce chiar la înrăutățirea situației financiare a companiei auditate, cu consecințe directe asupra continuității activității acesteia. Eliminarea sau omiterea efectelor unor tranzacții din înregistrări sau documente sau înregistrarea în tranzacții fără substanță, în scopul cosmetizării situațiilor financiare fac parte din categoria evenimentelor frauduloase, ca și aplicarea greșită, în mod intenționat, a politicilor contabile în vederea prezentării unor situații financiare care să inducă în eroare utilizatorii. Deși fraudă este un concept juridic vast, auditorul este preocupat de acțiunile frauduloase care cauzează o denaturare semnificativă în situațiile financiare. Este posibil ca denaturarea situațiilor financiare să nu fie obiectul unor fraude. Auditorii nu stabilesc din punct de vedere legal dacă fraudă a apărut sau nu. Frauda care implică unul sau mai mulți membri din conducere sau din structura însărcinată cu guvernarea este denumită „fraudă managerială”; fraudă care implică numai angajații unei entități este denumită „fraudă cu asocierea angajaților”. În oricare din cele două cazuri, pot exista asocieri cu terțe părți din afara entității în vederea săvârșirii fraudelor. Atunci când auditorul ia în considerare fraudă, există două tipuri de denaturări intenționate care sunt relevante – denaturări apărute în urma raportării financiare frauduloase și denaturări apărute din delapidarea activelor.

Caracterul de fraudă al unei operațiuni nu se poate stabili decât în instanță. Astfel, din moment ce auditorul nu are responsabilitatea de a demonstra fraudele din punct de vedere juridic, preocuparea sa este direcționată mai curând către acțiuni suspecte de fraudă, decât către fraude dovedite. Prin urmare, auditorul trebuie să facă diferența dintre o “fraudă prezumată” și o “fraudă dovedită”. Se consideră “fraudă prezumată” când există circumstanțe care sugerează o acțiune frauduloasă și care ajung la cunoștința auditorului pe parcursul misiunii de audit.³⁰

Raportarea financiară frauduloasă presupune denaturări sau omisiuni intenționate ale valorilor sau prezentărilor de informații în situațiile financiare, în scopul inducerii în eroare a utilizatorilor. Raportarea financiară frauduloasă poate implica:

- Fapte de înșelăciune, cum ar fi manipularea, falsificarea sau modificarea înregistrărilor contabile sau a documentelor justificatoare pe baza cărora sunt întocmite situațiile financiare.

³⁰ Mircea Boulescu, M. Mares, M. Ghita – « Fundamentele auditului », 2001, pag.54]

- Interpretarea eronată sau omiterea intenționată a evenimentelor, tranzacțiilor sau altor informații semnificative în situațiile financiare
- Aplicarea greșită în mod intenționat a politicilor contabile aferente evaluării, recunoașterii, clasificării, prezentării sau descrierii de informații.
- Delapidarea activelor presupune furtul activelor unei entități. Delapidarea activelor poate fi realizată printr-o varietate de modalități (incluzând chitanțe frauduloase, furt de active fizice sau necorporale sau determinarea unei entități să efectueze o plată pentru bunuri și servicii nerecepționate). Delapidarea este adesea însoțită de înregistrări sau documente false ori care induc în eroare, cu scopul de a tăia lipsa activelor.

Frauda presupune motivația de a săvârși o fraudă și oportunitatea evidentă de a face astfel. Indivizii pot fi motivați să delapidaze active deoarece, de exemplu, au tendința de a cheltui mai mult decât își pot permite. Raportarea financiară frauduloasă poate fi comisă deoarece conducerea este supusă presiunilor, din exteriorul sau interiorul entității, de a atinge o țintă de câștiguri preconizată (și poate nerealistă) – în special având în vedere că, pentru conducere, consecințele în cazul neîndeplinirii obiectivelor financiare pot fi semnificative. O oportunitate evidentă pentru raportarea financiară frauduloasă sau pentru delapidarea activelor poate exista atunci când un individ crede, de exemplu, că se poate eluda controlul intern, deoarece individul respectiv se află într-o poziție de încredere sau are cunoștință despre existența unor curenți specifice la nivelul sistemului de control intern.

Cercetătorul în domeniul fraudelor Dr. Donald R. Cressey a elaborat conceptual de triunghi al fraudei. Conform acestui concept, există trei elemente care stau la baza comiterii fraudelor:

- opportunity – oportunitate
- rationalization – justificare
- financial pressure – presiune financiară

Oportunitatea se referă la situațiile și circumstanțele care favorizează comiterea fraudelor. Oportunitatea este elementul care poate fi influențat și controlat cel mai eficient. O acțiune importantă pentru a reduce manifestările criminale constă în evaluarea oportunităților de comitere a fraudelor și reacționarea corespunzătoare. Reacționarea la riscurile de fraudă include utilizarea și dezvoltarea controlului intern în scopul reducerii și înlăturării oportunităților de comitere a fraudelor.

Justificarea se referă la necesitatea oamenilor să-și justifice acțiunile frauduloase în propria minte. Justificarea de obicei nu este cunoscută altor persoane și din aceste considerente este dificil a fi detectată.

Presiunea financiară sau stimulentele ajută la stabilirea motivelor și a momentului când se comite fraudă. Frauda are loc atunci când presiunea depășește și în cele din urmă înfrânge onestitatea oamenilor. Astfel presiunea sau stimulentele devin o motivație a actului fraudulos. Deseori presiunea și stimulentele comiterii fraudei se asociază cu:

În cazul în care compania poate stabili când și unde au loc asemenea presiuni/stimulente, ea poate utiliza această informație în activitatea de prevenire și detectare a fraudelor și să întreprindă măsuri de diminuare a acestor presiuni în sensul reducerii riscului de comitere a fraudelor.

Un program eficient de prevenire a fraudelor poate să sporească presiunea și stimulentele ca angajații să manifeste un comportament onest, deoarece compania evidențiază preocuparea de a detecta și a întreprinde măsuri adecvate împotriva fraudelor. De asemenea, acest program trebuie să fie orientat asupra tuturor laturilor triunghiului fraudei, iar cheia prevenirii fraudelor constă în spargerea acestui triunghi.

Factorul distinctiv între fraudă și eroare este dat de acțiunea fundamentală care are ca rezultat denaturarea din situațiile financiare, și anume dacă această acțiune este intenționată sau neintenționată. Spre deosebire de eroare, fraudă este intenționată și presupune, de regulă,

tănuirea deliberată a faptelor. Deși auditorul poate fi capabil să identifice potențiale oportunități de săvârșire a fraudelor, este dificil, dacă nu chiar imposibil, ca auditorul să determine intenția, în special în probleme care implică raționamentul conducerii, cum ar fi estimările contabile și aplicarea corespunzătoare a principiilor contabile.

Datorită inerentelor limitări ale activității de audit, se manifestă un risc inevitabil ca declarările eronate semnificative din situațiile financiare cauzate de fraude, și într-o măsură mai mică, de erori, să nu poată fi detectate. Descoperirea ulterioară a unor declarații eronate semnificative în situațiile financiare, rezultate din fraude sau erori, existente în cursul perioadei acoperite de raportul auditorului nu indică, prin ea însăși, că auditorul nu a reușit să fie consecvent principiilor de bază și procedurilor esențiale ale activității de audit. Dacă auditorul a fost sau nu consecvent în aplicarea acestor principii și proceduri se determină prin aplicarea conformității procedurilor de audit întreprinse în circumstanțele respective și a raportului de audit bazat pe rezultatele respectivelor proceduri de audit.

„Eroarea” se referă la o greșeală neintenționată apărută în situațiile financiare, conform standardelor internaționale de audit. Erorile trebuie să fie accidentale, iar persoanele responsabile de producerea lor trebuie să nu fi realizat și nici să nu se fi așteptat să realizeze vreun câștig personal de pe urma acestora, diferența dintre o eroare și orice altă neregulă constă în intenție. Chiar și așa, nu puține sunt cazurile în care erorile au aceleași consecințe ca și fraudele, iar în situațiile de acest gen, auditorii trebuie să se asigure că nu este vorba despre o fraudă. Erorile pot fi generate de cele mai multe ori de greșeli matematice sau contabile apărute în cadrul estimărilor, calculelor sau al înregistrărilor contabile; trecerea cu vederea sau interpretarea greșită a unor fapte cu incidență semnificativă asupra situațiilor financiare sau chiar aplicarea greșită a politicilor contabile din necunoaștință de cauză. Denaturările din situațiile financiare pot apărea din fraude sau erori. Termenul „eroare” se referă la o denaturare neintenționată apărută în situațiile financiare, inclusiv omiterea unei sume sau a unei prezentări, precum o greșeală apărută în colectarea sau procesarea datelor pe baza cărora se întocmesc situațiile financiare, o estimare contabilă incorectă apărută din trecerea cu vederea sau interpretarea greșită a faptelor sau o greșeală în aplicarea politicilor contabile referitoare la evaluare, recunoaștere, clasificare, prezentare sau descriere de informații.

Riscul producerii fraudelor și erorilor

Deși auditorul nu este și nu poate fi ținut responsabil pentru prevenirea și detectarea fraudelor și erorilor, această responsabilitate și riscul cel mai mare îi aparțin conducerii. Prin activitatea desfășurată, auditul situațiilor financiare poate juca un rol pozitiv în prevenirea producerii fraudelor și erorilor, de cele mai multe ori prin descurajarea apariției acestora.

Condițiile și evenimentele care sporesc riscul de fraude sau erori se referă în principal la carențele în funcționarea sistemelor de contabilitate și control intern sau la neconcordanțele controalelor interne. În afară de acestea, se mai poate adăuga și integritatea sau competența îndoielnică a conducerii, o astfel de situație poate genera, în ultima instanță, inclusiv retragerea auditorului din respectiva misiune. Indiciile care denotă o astfel de situație pot fi: o persoană sau un grup de persoane domină conducerea companiei auditate și nu există un control eficient exercitat de acționari asupra acestora; constatarea unui eșec continuu în funcționarea sistemului de control sau în corectarea principalelor slăbiciuni ale structurii controlului intern; sau există schimbări frecvente în structura personalului cheie din compartimentul financiar-contabil sau schimbări frecvente ale juriștilor și auditorilor companiei. Auditorul completează propriile cunoștințe despre activitățile entității prin chestionarea conducerii cu privire la evaluările riscului de apariție a fraudei făcute de conducere și la sistemele existente de prevenire și detectare a acesteia. În plus, auditorul chestionează conducerea cu privire la sistemele contabile și de control

intern stabilite pentru prevenirea și detectarea erorilor. Din moment ce conducerea este responsabilă de sistemele contabile și de control intern ale entității, este adecvat ca auditorul să chestioneze conducerea cu privire la modul în care își onorează aceste responsabilități.

Natura, întinderea și frecvența evaluărilor conducerii sunt relevante pentru înțelegerea de către auditor a mediului de control al entității. De exemplu, faptul că managementul nu a efectuat o evaluare a riscului sau a fraudei poate fi un indiciu al lipsei de importanță pe care conducerea o acordă controlului intern. Este, de asemenea, important ca auditorul să înțeleagă proiectarea sistemelor contabile și de control intern din interiorul entității. Pentru proiectarea unor astfel de sisteme, conducerea emite raționamente documentate asupra naturii și întinderii procedurilor de control pe care alege să le implementeze și asupra naturii și întinderii riscurilor pe care alege să și le asume. Ca rezultat al acestor chestionări ale conducerii, auditorul poate afla, de exemplu, că managementul a ales în mod conștient să accepte riscul asociat unei lipse a segregării sarcinilor. Informațiile obținute din aceste chestionări pot fi utile, de asemenea, la identificarea factorilor ce duc la apariția riscului de fraudă, care pot afecta evaluarea auditorului referitoare la riscul ca situațiile financiare să conțină denaturări semnificative cauzate de fraudă.

Existența unor presiuni neobișnuite în cadrul sau asupra conducerii cum ar fi scăderea semnificativă a profitului, în măsura în care aprecierea performanțelor conducerii, și implicit, veniturile acesteia sunt legate de evoluția profitului; adoptarea unei politici agresive de expansiune, care generează o insuficiență a capitalului de lucru (fondul de rulment); realizarea unor produse sau servicii care impun un ritm accentuat al investițiilor; personalul din compartimentul de contabilitate este presat să elaboreze situații financiare într-un neobișnuit de scurt.

De asemenea, existența unor tranzacții neobișnuite, care pot genera fraude sau erori ca urmare a faptului că acestea fie nu sunt cuprinse în sistemul de control intern, fie sunt atât de complexe încât, în mod inevitabil, sunt greșit înțelese sau contabilizate. Ca exemple putem urmări tranzacțiile neobișnuite care au loc în perioada închiderii exercițiului financiar cu un impact semnificativ asupra profitului; plățile neobișnuit de mari pentru unele servicii.

Conducerea companiei auditate este responsabilă de organizarea, implementarea și supravegherea, pe o bază continuă, a sistemelor de contabilitate și de control intern. Totuși auditorul trebuie să fie conștient că existența unor astfel de sisteme reduce, dar nu elimină, posibilitatea apariției de fraude și erori, din cauza limitărilor inerente.

Încă din etapa de planificare a auditului, auditorul trebuie să evalueze riscul de apariției unor erori sau fraude care pot genera un impact semnificativ asupra situațiilor financiare. Astfel, pe baza evaluării riscului de audit, auditorul trebuie să elaboreze programe de proceduri de audit cu ajutorul cărora să obțină o asigurare rezonabilă a faptului că situațiile financiare, în ansamblul lor, toate erorile și fraudele semnificative vor fi identificate.

Nu este de așteptat însă ca auditorii să pună în aplicare proceduri care să conducă la descoperirea de erori sau fraude asupra situațiilor financiare și nu pot fi ținuți responsabili pentru nedetectarea unor astfel de nereguli.

De obicei în cazul în care auditorul suspectează existența unei fraude sau erori cu impact semnificativ, el recurge la extinderea ariei de aplicabilitate a procedurilor de audit, până când ajunge la convingerea că neregula respectivă a fost fie corectată, fie reflectată corespunzător în situațiile financiare auditate.

În cazul în care auditorul are certitudini cu privire la existența unor erori sau fraude cu impact semnificativ, acesta va trebui să ia în considerare efectul acestora asupra situațiilor financiare și a raportului de audit; evaluarea sistemului de control intern, având în vedere atât posibilitatea apariției unor evenimente similare, cât și necesitatea extinderii procedurilor de audit; acțiunile propuse de management în vederea prevenirii apariției unor noi nereguli.

În ciuda eforturilor sale, auditorul este supus riscului inevitabil ca unele erori semnificative din situațiile financiare să nu fie detectate, chiar dacă auditul este planificat și realizat corespunzător.

Studiile de caz prezentate evidențiază faptul că pentru a combate fraudă economică, pe lângă control intern, audit intern este necesară și existența unei culturi organizaționale, a unui cod etic și a unui sistem de management al riscurilor.

Cazuri de infraționalitate economică la nivel național ³¹ „Turnuri” antebelice (1865)

Unii din cele mai mari *scandaluri* financiare din România a fost afacerea Strussberg. În 1865, statul român a concesionat concernului prusac cu același nume porțiuni însemnate din rețeaua de transport feroviar. Afacerea a fost făcută cu ajutorul unor membri importanți din conducerea statului, România plătind cu 27 de milioane de lei aur mai mult decât în cazul în care ar fi concesionat altor companii. Între timp, Strussberg a dat faliment, iar statul român a fost nevoit să răscumpere obligațiunile emise de concern, ceea ce a dus la o avalanșă de pierderi pentru economia țării.

Afacerea Skoda (1933)

În anul 1933 se declanșează cel mai mare scandal de corupție din perioada interbelică: afacerea *Skoda*. Statul român încheiase cu uzinele cehești *Skoda* un contract pentru achiziții de armament: firma din Pilsen urma să livreze armatei române 600 de tunuri de calibru mare și muniția aferentă iar suma care ar fi trebuit plătită urca până la 40 miliarde lei. Aceasta sumă colosală într-un contract cu statul a atras un întreg cortegiu de mituri și trădări, personajul principal fiind reprezentantul *Skoda* la București, fostul colonel în armata austro-ungară, Bruno Seletzki. Acesta a fost încolțit la București după modelul Al Capone: neplata impozitelor.

Inspectorii fiscalului român, picați pe neașteptate la sediul *Skoda* au avut o surpriză de proporții: seifurile firmei erau înșesate cu documente militare secrete, practic fiecare hârtie din Ministerul de Război avea o copie în arhiva Seletzki. Văzându-se depășiți de evenimente, inspectorii fiscali au chemat un procuror militar, care la rândul lui a fost uimit de ceea ce a găsit.

Surprizele s-au ținut lanț în acea zi de 10 martie 1933: însuși Bruno Seletzki a venit la *Skoda*, iar când și-a dat seama că a fost prins a făcut apel la prietenii săi din guvernul României.

Urmarea: chiar ministrul Justiției, Mihai Popovici le ordona anchetatorilor să părăsească sediul firmei și să îl lase în pace pe Seletzki. Corupția cangrenase întreg Guvernul.

Guvernul țărănist al lui Alexandru Vaida-Voevod a fost dărâmat după doar 9 luni de guvernare: inspectorii financiari au fost înștințați că reprezentanța *Skoda* la București nu-și plătea impozitele. *Skoda* datora statului român impozite de 25 milioane lei.

Afacerea *Skoda* a fost de obicei interpretată în cheie politică, drept o campanie de înlăturare a țărăniștilor de la guvernare. Însă acțiunile ministrului Justiției *Mihai Popovici* la sediul firmei *Skoda* indica clar implicarea acestui ministru în protejarea spionului Bruno Seletzki.

Când anchetatorii au fost siliți să părăsească sediul *Skoda* au lăsat în urma lor jandarmi care să păzească actele. Toți anchetatorii prezenți la sediul *Skoda* au afirmat la proces că după primele telefoane ale ministrului Popovici au chemat o grupă de jandarmi și au înființat posturi de santinelă la intrarea în clădire și lângă seifurile înșesate cu dosare. Nici până în ziua de azi nu se știe cine a dat ordinal de ridicare a santinelor.

După plecarea oficialilor români fi a jandarmilor Bruno Seletzki intrat în sediul firmei, a rupt sigiliile și a ars toată arhiva. Însă arhiva *Skoda* caer ar fi putut dovedi vina era deja

³¹ Dumitrescu Alin”Detectarea fraudelor și erorilor în auditul financiar:miză oportunitate și responsabilitate ”, Editura Mirton, Timișoara, 2010

transformată în cenușă. Bruno Seletzki avea să declare în cursul procesului că a primit permisiunea de rupe sigiile chiar de la ministrului Justiției *Mibai Popovici*.

Întâmplările din 1993 aveau să fie cunoscute doar de participanții direcți la evenimente doar pentru puțină vreme. Străduințele guvernului Vaida Voievod de a mușamalizat cazul au eșuat.

Singurul acuzat Bruno Seletzki a fost și singurul condamnat la 5 ani închisoare din care a executat doar trei ani. Pe tot parcursul anului 1993 presa bucureșteană a relatat asiduu despre "Afacerea Skoda" și încrengăturile ei politice. Însă după căderea guvernului Vaida Voievod "Afacerea Skoda" a dispărut brusc din atenția opiniei publice, iar misterele ei au rămas în continuare nerezolvate.

Falimentul Bancorex (1999)

Bancorex a dat faliment în 1999. Banca Mondială aprecia atunci că paguba depășește 2 miliarde EURO și este nevoie de alocarea a 6 % din PIB pentru acoperirea acesteia. Întregul sistemul bancar a fost în pericol de colaps. Cea mai sănătoasă bancă românească a momentului, BCR a fost mărită de-a sila cu *Bancorex*, iar datoriile au fost garantate de stat și preluate de AVAS urmând a fi plătite necondiționat și recuperate. Nu s-a făcut mai nimic, nici pentru recuperarea pagubelor, nici pentru pedepsirea exemplară a vinovaților de dezastru.

La finele anului 1998, *Bancorex* înregistra pierderi de 1.680 miliarde lei vechi, care se adăugau miilor de miliarde adunate în perioada postdecembristă.

Ca să evite colapsul, în 1999, prin ordonanța de urgență, guvernul a „iertat" *Bancorex* de datorii de 4.182 miliarde lei vechi, paguba rezultată din acordarea de credite neperformante unor agenți economici, 60% dintre ei privați, aflați în stare de insolvabilitate.

Cu toate ștergerile de datorii, *Bancorex* nu s-a redresat, iar Banca Mondială a cerut imperios declararea stării de faliment, estimând pagube de peste 2 miliarde de dolari. Primele dosare penale privind *Bancorex* datează din 1997 și au fost instrumentate de Serviciul de Combatere a

Corupției și Criminalității Organizate din Parchetul General. În acea perioadă au fost deschise nu mai puțin de 13 dosare penale care îl priveau pe Răzvan Temeșan, președintele *Bancorex*.

Astăzi, când BCR a fost cumpărată de Erste Bank Austria, spectrul *Bancorex* bânuie mea: până în 2013, România ar putea plăti 1,8 miliarde EURO ca ajutor de stat pentru litigiile și obligațiile *Bancorex*.

Vânzarea de aproape 62% din acțiunile BCR către Erste Bank a adus statului român 3,75 miliarde EURO. Din acești bani se scad peste 1,5 miliarde EURO, sumă aferentă pachetului de acțiuni de 25% deținut și vândut de Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD) și Corporația Financiară Internațională (IFC), astfel încât statului român îi vor reveni 2,25 miliarde EURO pentru un pachet de aproape 37% dintre acțiuni. Din aceste 2,25 miliarde EURO se vor scădea datoriile falimentarei *Bancorex* — bancă fuzionată prin absorbție cu BCR în 1999. Numai că nimeni nu poate ști exact în acest moment care va fi suma reală rămasă în buzunarele statului după stingerea tuturor litigiilor în care a fost, este și va fi implicată Erste Bank, ca urmare a activităților *Bancorex*.

Restructurarea *Bancorex* și fuzionarea sa prin absorbție cu BCR s-a decis în 1999, prin Ordonanța de urgență 39. Aceasta decidea ca statul român să preia toate împrumuturile neperformante ale băncii conduse de Răzvan Temeșan și Vlad Soare, iar BCR să absoarbă toate celelalte activități ale *Bancorex*. Tot atunci, statul acorda garanții nelimitate pentru eventualele pretenții judiciare ale păgubiților și anagajamentele extrabilanțiere asumate de *Bancorex*. Practic, fuziunea celor 2 bănci a însemnat preluarea de către buget, implicit de către contribuabili, a

tuturor datoriilor Bancorex. Odată cu privatizarea BCR, prima etapă cu BERD, AFC și Asociația salariaților și a doua, cu Erste Bank s-a pus problema legitimității ajutorului de stat de care a beneficiat s-au va beneficia astfel BCR. Conform legii, arbitru a fost Oficiul Concurenței, care a cerut Ministerului de Finanțe și Autorității pentru Valorificarea Activelor Statului (AVAS) să limiteze, ca timp și ca sumă garanțiile pentru expunere, statului în legătură cu obligațiile Bancorex. Tot Consiliul concurenței a fost cel care a decis că BCR nu a beneficiat de ajutoare de stat până la data privatizării cu Erste Bank, motiv pentru care a validat acordarea lor în perioada următoare și avalidat ca legale și competitive procedurile de privatizare.

Guvernul s-a conformat și în 2006 a emis Ordonanța 33, prin care plafona potențialul ajutor de stat dat pentru Erste-BCR la 1,8 miliarde EURO, adică la jumătate din suma încasată în urma privatizării 3,75 miliarde EURO. Ordonanța a stabilit și o limită de timp pentru formularea acestor solicitări: 31 decembrie 2013. Ministrul Sebastian Vlădescu anunța că ajutorul de stat, deja solicitat de BCR, dar nerecuperat de AVAS de la debitori, depășește 900 milioane EURO.

Din 2000 datează și o hotărâre de guvern prin care Ministerul Finanțelor garanta necondiționat în numele statului plata sumelor care fac obiectul litigiilor din instanțele de judecată în care este implicată defuncta Bancorex, în limita sumelor de 38 miliarde lei vechi și 116 milioane USD, sume incluse în cuantumul potențialelor ajutoare de stat.

La finalizarea procesului de privatizare a BCR, statul român a încasat peste 2 miliarde EURO, contravaloarea pachetului de 36% din acțiunile BCR. Această sumă este certă și nu a fost afectată de eventualele datorii sau compensații pe care statul român trebuia să le acopere în urma absorbției Bancorex de către BCR. Garanțiile acordate cumpărătorului Erst Bank nu reprezintă nici un fel de suplimentare a obligațiilor pe care statul român și le-a asumat la momentul absorbției Bancorex. Aceste obligații există pentru statul român, indiferent de cine este proprietarul băncii. E vina instituțiilor statului o Bancorex nu a fost corect administrată și că post-fuziunea cu BCR, din 1999 și până în prezent, nu s-a reușit recuperarea pierderilor de la beneficiari sau vinovați. Nota de plată pentru tunul Bancorex ajunge tot la contribuabili.

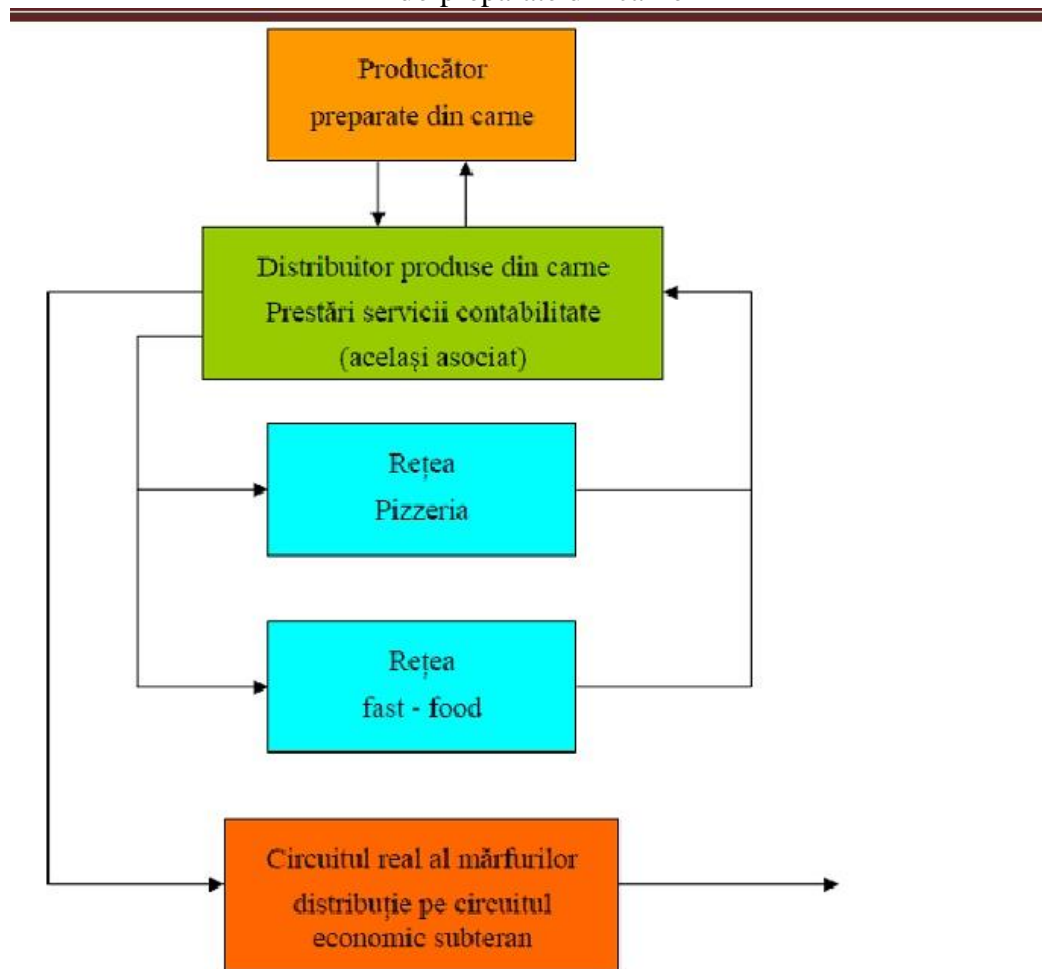
Cazul fast-food

O societate comercială producătoare de produse din carne facturează către un distribuitor care aproviziona o rețea de pizzerii și fast-food. Profitând de rulajul mare pe care îl avea și o firmă de prestări servicii contabile prin care “controlă” rulajele acestei rețele, acesta întocmea facturi fictive de aprovizionare și de vânzare societăților cărora le presta servicii contabile, realizând astfel circuitul legal al mărfurilor.

În realitate, produsele din carne aveau un circuit subteran în care, sub etichete false de mărfuri din import, reușea să vândă la un pret de 8 ori mai mare decât pretul plătit furnizorului initial. Astfel în decursul unui an, a reușit să prejudicieze statul cu ~250.000 RON impozit pe profit și cu 120.000 RON TVA .

Cazul a fost preluat de Parchetul de pe lângă Judecătoria sectorului unde avea domiciliul fiscal distribuitorul, iar una dintre greșelile care au dus la descoperirea acestui caz a fost o de sincronizare a facturilor de intrare – ieșire la nivel de rețea.

Figura nr. 1- Schema circuitului evazionist al societății producătoare de preparate din carne



Cazuri de infracționalitate economică la nivel internațional ³²

Cazul ENRON

O examinare a documentelor companiei, interviuri cu angajații și analiza contabilității și a celei efectuate de experți a aratat ca Enron își majora veniturile, de exemplu tratând venitul rezultat din vânzările intragrup ca și parte componentă a cifrei sale de afaceri. Enron și-a mărit artificial profiturile raportate înregistrând imediat chiar veniturile aferente unor contracte ce urmau să se deruleze pe 10 ani. Și-a transferat debitele între entități partenere care de fapt îi aparțineau (deși auditorii au definit aceste tranzacții drept extra bilanțiere) și a folosit aceste entități pentru a-și manipula conturile la sfârșitul fiecărui trimestru și a folosit derivate și alte tranzacții financiare complexe în același scop. Grupul a practicat și o strategie destul de agresivă de evitare a plății taxelor. Pentru perioada 1996 – 2000 grupul trebuia să plătească taxe în valoare totală de 1.79 miliarde USD, pentru care a obținut o reducere totală de 381 milioane USD.

³² Michael C. Knapp, “Contemporary auditing : real issues and cases”, Ediția a VI-a , Editura [S.I.] : Thomson South-Western, 2006

Singurul an în care Enron și-a platit în totalitate impozitele (din aceasta perioada) a fost 1997 – pentru care a platit taxe în valoare de 17 milioane USD. Raportul ulterior al comitetului special de investigație a dezvăluit o parte din aceste strategii, multe dintre ele fiind practicate și de alte companii mari.

Enron a acționat însă mai agresiv și mai amplu în planul promovării unei imagini a companiei drept o entitate dinamică, cu nivel redus al datoriilor, venituri mari și profituri mai substanțiale decît cele reale. Astfel, persoanele din conducerea superioară și de la vânzări au efectuat presiuni atît asupra personalului mediu de conducere cît și asupra auditorului extern, Arthur Andersen.

O alta modalitate de aranjare a conturilor trimestriale – s-a constatat ca la sfârșitul fiecărei perioade de raportare compania înregistra tranzacții cu parteneri chiar în ultima săptămîna a trimestrului, iar la începutul următorului trimestru aceste tranzacții erau anulate. Astfel, partenerul lui Parmalat, LJM2 Coinvestment, înregistra în octombrie 2000, 24 investiții (de la fondarea sa în 1999). Jumătate dintre aceste investiții fuseseră făcute în ultima lună a trimestrului și 9 în ultima saptamîna a exercițiului financiar. Investigația ulterioară a aratat multe din aceste tranzacții au fost reluate /anulate și faptul că LM a facut profit pe fiecare tranzacție. Deci se ridică întrebarea asupra legitimității acestor vânzări. Astfel de tranzacții, derulate și cu alte entități care aveau conexiuni cu Enron, au ajutat grupul în 2 moduri: i-au ajutat să-și reducă pe termen scurt nivelul datoriilor dar au și creat standarde de prețuri – ce au fost ulterior folosite pentru a aloca valori semnificative activelor, plecând de la stații de tensiune pîna la instrumente derivate.

Enron a intrat în tranzacții cu instrumente derivate cu aceste entități pentru a proteja activele volatile la momentul raportărilor trimestriale și pentru a-și mări artificial valoarea activelor deținute. De asemenea aceste instrumente derivate au fost folosite pentru a ascunde pierderile datorate stocurilor, pentru a-i ascunde datoriile imense provocate de finanțarea unor noi afaceri neprofitabile, inclusive cele de distribuție pentru clienți noi și pentru a mari valoarea noilor activități nu prea solide, inclusive asociațiile sale în domeniul de fibră optică. Pentru unele din aceste active, cum ar fi acțiunile tranzacționate pe piață, nu există prea mare flexibilitate pentru determinarea valorii juste a aceluia active, aceasta fiind cea stabilită de piață, la prețul cotelat și pierderea sau câștigul vor fi incluse în venitul net. Dar, pentru anumite active, cum ar fi contractele pe termen lung din domeniul energiei. Pentru care nu exista tranzacții transparente, Enron a fost cel care a trebuit sa stabilească valoarea justă. Jim Chanos, președinte al Knykos Associates, un fond de investiții care a profitat de declinul acțiunilor Enron a declarat ca nu a existat un instrument/organism independent de control a acestei piețe (a valorilor contractelor pe termen lung din domeniul energiei) timp de 24 luni și că practic nu a existat o piață deschisă în acest domeniu.

În notele la raportul anual pentru anul 2000 Enron a scris: “ Este necesar raționamentul profesional pentru a interpreta datele pieței și pentru a utiliza diferitele ipoteze despre piață sau metodologii de evaluare ce pot afecta valorile juste estimate”.

Enron a susținut că a avut un rol deosebit în crearea unora dintre aceste piețe și chiar a pretins că a inițiat anumite tratamente contabile pentru astfel de active.

Printr-un contract încheiat între Enron și Quaker Oats, Enron a fost de acord să furnizeze către fabricile Quaker energie în funcție de necesitățile acesteia, de la gaz natural și electricitate pînă la mîna de lucru pentru întreținerea cazanelor și a conductelor și a pieselor de schimb și a garantat către Quaker ca acesta își va reduce astfel nota la energie cu 4.4 milioane usd. Pentru acest contract ce se întindea pe 10 ani. Enron a estimat un profit de 36.8 milioane USD și a înregistrat în contabilitate 23.4 milioane USD încă înainte de a efectua vreo operație cu Quaker. Conform regulilor contabile acest tratament este permis în cazul bunurilor, cum ar fi gazul natural și electricitatea.

Dar regulile sunt mai stricte în privința serviciilor, pentru care practic nu există previziuni de piață. Profiturile provenite din aceste contracte se presupune ca sunt înregistrate ca venituri în avans, transformându-se în fiecare an într-o fracțiune de venituri realizate.

Deoarece majoritatea profiturilor așteptate în contractul cu Quaker erau provenite din servicii și din bunuri, Enron a folosit o metodă discutabilă de contabilizare, denumită “alocarea veniturilor”. Efectul real al acestui tratament complex a fost de a redefini drept bunuri unele dintre sumele plătite de Quaker pentru servicii și în acest fel de a crea profituri de contabilizat.

Conform acestui sistem contabilii de la Enron au creat o noua categorie de “venituri alocate”. Acestea nu se bazau pe ceea ce Quaker plătise pentru energie sau servicii ci pe cifrele pe care Enron pretindea ca reflectau valoarea de piață a bunurilor și serviciilor. Reevaluarea a relevat diferențe semnificative față de valoarea raportată a acestui contract. Enron ar fi câștigat numai un adaos redus din furnizarea de gaz și energie către Quaker, pe baza cifrelor inițiale care au fost utilizate în calcularea contractului. Dacă se lua în calcul i discountul annual acordat lui Quaker Enron ar fi ieșit în pierdere. Cu toate acestea alocarea veniturilor a permis companiei să pretindă că a înregistrat un profit mare aferent acestui contract. Întrebat dacă această mișcare este ilegală un fost contabil de la Enron a spus: “Cu siguranța este o metodă de ocolire, și agresivă”.

Una peste alta, conform declarațiilor foștilor angajați ai lui Enron, compania a înregistrat profituri de 85 milioane USD (pe baza acestui procedeu ce se baza pe cotația pieței) din 12 afaceri, inclusiv Quaker, care ar fi trebuit înregistrate ca venituri în avans. În unele cazuri astfel de profituri au provenit din servicii de genul schimbării de becuri și instalare filtru aer condiționat. Tot potrivit declarațiilor unor foști angajați Enron, recunoașterea unor astfel de profituri anterior realizării lor era crucială deoarece altfel în unele cazuri nu ar fi depășit perioada afacerii respective. De exemplu, Enron obișnuia să subestimeze prețurile bunurilor în ultimii ani ai derulării unui contract potrivit celui mai scăzut cost al lui Enron. Acest lucru a fost dificil de contestat de auditori deoarece nimeni nu poate spune cu siguranța care va fi prețul gazelor naturale în următorii ani. De asemenea, alte tipuri de prețuri cotate de Enron, cum ar fi distribuția de electricitate, aparțineau unor piețe cu lichiditate redusă, pe care practice o domina Enron, deci putea stabili (virtual) ce preț vroia. Sume și mai mari și mai dubios înregistrate, erau cele provenite din serviciile estimate a fi prestate în cadrul contractului cu Quaker. Enron a prezis că va putea presta servicii pentru 15 fabrici având o margine de 50%. Tot foștii angajați au declarat că Enron putea să-și mărească limitele la servicii pentru ca de fapt nimeni nu putea să le prezică cu acuratețe. Enron a înregistrat profituri de 250 milioane USD din previzionarea rezultatelor unor astfel de proiecte, în ultimii trei ani, cu toate că unele dintre aceste proiecte nu au fost terminate.

Potrivit lui Charles Mulford, profesor de contabilitate la Institutul Tehnologic din Georgia un indice al faptului ca Enron era în dificultate a fost declinul raportului dintre numerarul provenit din exploatare și venitul său. Un astfel de declin apare atunci când o companie raportează venituri care nu sunt dublate și de încasări. În cazul Enron acest indice a scăzut în 1997, 1998 și 1999. Deși în 2000 a crescut, acest indice s-a înrăutățit notabil în ultimele două trimestre înaintea refacerii rapoartelor Enron.

O alta modalitate la Enron a fost de a încheia orice afaceri, numai pentru a mari anumite poziții din contabilitate.

Falimentul s-a declarat în decembrie 2001 și fostul CEO, împreună cu alții, a fost găsit vinovat de spalare de bani.

În iunie 2002 un juriu din Statele Unite a găsit firma de consultanță Arthur Andersen vinovată de obstrucționarea justiției prin distrugerea unor documente legate de căderea gigantului Enron. Acest scandal a însemnat pentru această firmă cu o vechime de 89 de ani sfârșitul.

Cazul WorldCom

Această fraudă de aproape patru miliarde de dolari a zguduit bursele din întreaga lume, devalorizând dolarul și amenințând economiile dependente de moneda americană, WorldCom avea probleme financiare încă de la începutul anului 2002 și anunțase un plan de restructurare: reducerea operațiunilor internaționale și concedierea a 17.000 de angajați (20% din personal), pentru economii de 0,9 miliarde USD pe an. În mai, co-fondatorul Bernie Ebbers, cel care a construit compania prin mai mult de 75 de achiziții, a demisionat din funcția de director executiv, tot din cauza unor probleme financiare. Pe 25 iunie 2002, directorul financiar este concediat ca urmare a descoperirii unor înregistrări contabile incorecte de circa 3,8 miliarde USD. Cheltuielile au fost înregistrate drept investiții, micșorându-se astfel cheltuielile operative și mărin artificial ebitda, profitul net și cash flow. Datorita acestor practici contabile incorecte profitul a fost mărit artificial cu 3,8 miliarde de dolari.

Potrivit dezvăluirilor, șeful Departamentului contabilitate a înregistrat premeditat cheltuielile operaționale pentru ultimele cinci trimestre drept investiții de capital, fapt ce a determinat o creștere a lichidităților și a ratei profitului. Descoperirile au obligat WorldCom să înregistreze ceea ce ar fi fost profit drept pierdere în aceste cinci trimestre, profitul aferent acestor perioade - 1,4 miliarde de dolari, respectiv 130 de milioane de dolari pentru primele trei luni din 2002 - devenind prin urmare o pierdere cumulată de aproximativ 2,5 miliarde de dolari. Lucru care dă lovitură de grație companiei ce avea deja datorii de 30 de miliarde de dolari, aducând-o în pragul falimentului.

Securities Exchange Commission (SEC) ia măsuri pentru evitarea distrugerii documentelor și pentru înghețarea activelor iar pe 26 iunie Justice Department începe investigația, la doar o zi după ce au fost descoperite metodele contabile neortodoxe ce au determinat creșterea artificială a profitului cu 3,8 miliarde USD. De fapt SEC se exprimase și înainte într-un comunicat, că neregulile contabile comise de compania de telecomunicații sunt de „o dimensiune fără precedent”, ceea ce de fapt era adevărat, acest scandal întrecându-l pe cel provocat de Enron în 2001.

WorldCom a fost auditată de Arthur Andersen până la finele primului trimestru 2002, când a fost înlocuită de KPMG. Andersen a mai auditat Enron, Qwest Communications care a fost investigată contabil de autoritatea de reglementări din SUA, precum și Global Crossing, care în ianuarie a declarat falimentul.

După aflarea vestii, acțiunile WorldCom s-au prăbușit la 3,5 miliarde USD, față de maximul istoric de 200 miliarde USD.

Problemele contabile au complicat demersurile companiei pentru atragerea unei finanțări de 3 miliarde USD, fapt ce i-a provocat printre altele, falimentul.

Târâtă în acest scandal a fost și Bank of America, ce a fost acuzată că a vândut obligațiuni în valoare de miliarde de dolari ale companiei Worldcom, ascunzând investitorilor situația financiară reală a acesteia.

Cazuri de infractionalitate referitoare la anunțul/invitația de participare

Speța: Autoritatea contractantă a atribuit contractul de servicii fără lansarea adecvată a unei proceduri competitive, încălcând astfel principiul transparenței.

Neregula: Autoritatea contractantă a încheiat cu un operator economic contractul de dirigenție de santier, valabil până la data de 31.12.2013. Contractul a fost atribuit în urma desfășurării procedurii de licitație deschisă. Ulterior, după expirarea contractului menționat mai sus, autoritatea contractantă a încheiat un alt contract de servicii dirigenție șantier cu un alt operator economic. Procedura de achiziție a acestor servicii a fost achiziție directă. Deși valoarea celui de al doilea contract se înscria sub echivalentul a 15.000 Euro, care ar fi dat dreptul autorității contractante să achiziționeze în mod direct serviciile respective, având în vedere că

valoarea estimată inițială a achiziției de dirigenție de șantier a fost una de 443.121,00 lei, se impunea ca autoritatea contractantă să atribuie noul contract printr-o procedură care să asigure respectarea principiilor care guvernează legislația în materie de achiziții publice. Prin decizia luată de atribuire a celui de al doilea contract de servicii de dirigenție șantier în cadrul proiectului, prin achiziție directă, autoritatea contractantă a încălcat prevederile legislației în materie de achiziții publice, în vigoare la momentul respectiv, deoarece această achiziție nu e distinctă și face parte din același proiect. Deși contractul de finanțare și legislația specifică achizițiilor publice îl obligau pe beneficiar să atribuie contractul de achiziție publică prin realizarea unei proceduri competitive (licitație deschisă), acesta din proprie inițiativă și pe propria răspundere, a stabilit în mod contrar neefectuarea unei astfel de proceduri, invocând dificultățile întâmpinate în implementarea proiectului. Autoritatea contractantă a încălcat prevederile legislației în materie de achiziții publice, în vigoare la acel moment, care reglementau obligativitatea de a nu diviza pe loturi obiectul contractului de achiziție publică pentru a eluda aplicarea prevederilor specifice din domeniul achizițiilor publice, respectiv de a nu diviza obiectul unui contract astfel încât acest contract să fie încheiat prin încredințare directă și nu ca urmare a parcurgerii fiecărei etape a unei proceduri de atribuire a unui contract de achiziție publică. Încadrarea în OUG 66/2011 Procent corecție: Corecție financiară 100% la valoarea contractului atribuit prin achiziție directă conform partea 1, litera A, punctul 1 - Nepublicarea unui anunț de participare din Anexa la HG 519/2014.

CONCLUZII

Evaziunea fiscală, economia subterană, spălarea banilor reprezintă un flagel care pentru unii participanți la viața economică transformă țara noastră într-un „paradis fiscal”.

Fără a da vina pe nimeni, însăși membrii executivului recunosc că marile neîmpliniri și catastrofe ale perioadei de tranziție se datorează în cea mai mare parte activității mai puțin eficiente, a guvernelor și a parlamentului aflate la conducere, ce n-au avut capacitatea și n-au fost interesați de crearea de instrumente necesare cu care să se poată duce o luptă cu corupția și crima organizată.

Criza de autoritate din societatea românească, necorelarea activității celor două camere și neimplicarea efectivă, lipsa unui personal bine pregătit al Ministerului Finanțelor Publice, care să asigure un control eficient, lacunele legii, toate acestea au contribuit la creșterea și diversificarea fenomenului de evaziune fiscală, care a vlăguit bugetul statului român.

Este un demers ambițios și nerealist să se mizeze în totalitate pe o reducere a fraudei fiscale pentru creșterea încasărilor statului și diminuarea deficitului public. Pe termen lung însă, măsurile de reprimare a fraudei fiscale pot avea efect dacă conduc la o modificare durabilă a relațiilor dintre stat și contribuabilii săi.

Viitorul țării noastre depinde în acest moment de eliminarea stării de complacere și indiferență, dar și de interesul autorităților statului de a elimina presiunea fiscală.

Fără ordine în viața economică, socială și politică a României, aceasta va rămâne ca un tren gata să deraieze în orice moment.

Obiectivul fundamental al elaborării Codului fiscal l-a constituit armonizarea cu legislația fiscală a Uniunii Europene precum și asigurarea concordanței cu acordurile fiscale internaționale la care România este parte.

La elaborarea Codului fiscal s-au avut în vedere mai multe obiective, între care:

- urmărirea și înțelegerea de către plătitorii de taxe a sarcinilor fiscale ce le revin;
- existența informării necesare asupra principiilor, mecanismelor și procedurilor;
- analiza cu ușurință, de către plătitorii de impozite și taxe, a influenței deciziilor lor de management financiar asupra sarcinii lor fiscale.

Prin adoptarea Codului fiscal au fost aduse o serie de îmbunătățiri cadrului legislativ al principalelor impozite și taxe, respectiv: impozitul pe profit; impozitul pe venit; impozitul pe veniturile microîntreprinderilor; impozitul pe veniturile obținute în România de nerezidenți și impozitul pe reprezentanțe; taxa pe valoarea adăugată; accizele; impozitele și taxele locale.

Începând cu aceeași dată a intrat în vigoare și **Codul de procedură fiscală**, care reglementează drepturile și obligațiile părților din raporturile juridice fiscale privind administrarea impozitelor și taxelor datorate bugetului de stat și bugetelor locale, prevăzute de Codul fiscal. Prevederile codului se aplică și pentru administrarea drepturilor vamale, precum și pentru administrarea creanțelor provenind din contribuții, amenzi și alte sume ce constituie venituri ale bugetului general consolidat, potrivit legii.

Din analiza datelor și aspectelor prezentate se pot trage câteva **concluzii** în ceea ce privește manifestarea fenomenului de fraudă și cauzele acesteia, precum și asupra măsurilor luate de organele de control pentru diminuarea acesteia.

Evaziunea fiscală și mai ales fraudă fiscală au efecte negative asupra volumului veniturilor colectate la bugetul statului și drept urmare și asupra posibilităților de satisfacere a nevoilor sociale care se asigură pe seama acestor resurse colectate.

Așa cum am mai arătat, acest fenomen a fost uneori stimulat chiar prin lipsa unei legislații clare în domeniul fiscal sau, uneori, parcă anume emisă spre a favoriza acest fenomen.

Să ne aducem aminte de prevederile Legii nr. 12/1991 privind impozitul pe profit, care a acordat scutiri de la plata impozitului pe profit, pe perioade diferite, în funcție de activitatea desfășurată, singura condiție impusă fiind funcționarea societăților comerciale respective încă o perioadă egală cu perioada de scutire dar fără a impune condiția realizării de profit, cel puțin egal cu profitul scutit și în cazul nerespectării acestei condiții, impozitarea diferenței de profit nerealizat. A fost suficient pentru a se înființa societăți comerciale în lanț care realizau profituri uriașe pe perioada de scutire de la plata impozitului pe profit, pentru ca apoi, de multe ori în prima lună după ce deveneau plătitoare de impozit, să înregistreze pierdere.

Prin O.G. nr. 70/1994 privind impozitul pe profit, această scutire a fost abrogată, rămânând valabilă doar pentru societățile înființate anterior intrării în vigoare a prevederilor ordonanței, cu condiția realizării de venit încă o perioadă egală cu perioada de scutire, dar fără a preciza care este mărimea veniturilor care trebuiau realizate. Mai mult, această ordonanță se publică în Monitorul Oficial în luna august 1994, deși ea a intrat în vigoare la data de 1 ianuarie 1995, acordându-se astfel șansa de a se constitui în această perioadă noi societăți comerciale care au beneficiat în continuare de scutiri de la plata impozitului pe profit.

În baza O.U.G. nr. 24/1998 privind regimul zonelor defavorizate au fost acordate scutiri de la plata impozitului pe profit, pe o perioadă de 10 ani de la declararea zonelor defavorizate (1 aprilie 1999), agenților economici care își au sediul și își desfășoară activitatea în aceste zone. Nici acest act normativ nu impune niște limite pentru mărimea sau valoarea investițiilor realizate, în majoritatea cazurilor a avut loc doar „un transfer de activitate” de la societățile comerciale existente, plătitoare de impozit pe profit, către noile societăți constituite de către aceeași administratori, cu același sediu social și angajând personalul pe care anterior îl disponibilizase, pentru a respecta doar condițiile necesare obținerii certificatului de investitor.

Discriminările făcute prin O.G. nr. 24/2001 privind impunerea microîntreprinderilor, între societățile comerciale care se încadrează în această categorie și care sunt obligate la plata impozitului pe venit, uneori de 3-4 ori mai mare decât ar fi impozitul pe profit, fără posibilitatea legală de a renunța la acest mod de impunere, și societățile comerciale plătitoare de impozit pe profit care pot opta să devină plătitoare de impozit pe venit, i-au determinat pe cei din prima categorie să recurgă la soluții prin care să părăsească statutul de microîntreprindere, soluții de cele mai multe ori nelegale.

Interpretarea actelor normative în mod diferit de către organele de control și de cele mai multe ori în mod opus interpretării date de agentul economic, ajutată chiar de Ministerul Finanțelor Publice prin adresele, soluțiile și interpretările în favoarea sa, nu de puține ori conduc la adevărate „negocieri” și „tratative oneroase” pentru organul de control, favorizându-se astfel corupția până la niveluri înalte.

Intervențiile dese și uneori presiunile exercitate asupra organelor de control de către demnitarii publici și persoane cu putere de decizie politică pentru „diluarea” rezultatelor controlului, au consecințe negative asupra bugetului de stat prin neîncasarea la acesta a unor sume importante.

Având în vedere multitudinea neajunsurilor și criticilor aduse actualului sistem de impunere a profitului societăților comerciale, consider că se impune reglementarea cel puțin a următoarelor probleme:

1. cota cheltuielilor de protocol admisibilă din punct de vedere fiscal să nu mai fie dependentă de profitul realizat ci de cifra de afaceri, deoarece aceste cheltuieli sunt mai mari la începutul activității unei societăți, când aceasta se face cunoscută în mediul de afaceri și își stabilește relațiile de afaceri cu viitori parteneri, situație ce impune purtarea de discuții, tratative, care toate generează efectuarea de cheltuieli cu mese, cadouri, protocol, sau chiar deductibilitatea integrală a acestor cheltuieli o anumită perioadă de la înființarea societății;

2. neimpozitarea profitului, respectiv a diferențelor nefavorabile, rezultate din cedarea sau scoaterea din folosință a imobilizărilor, aceste sume urmând a afecta sursele proprii de finanțare a societății;

3. excluderea din baza de impozitare a profitului aferent veniturilor înregistrate dar neîncasate, prin deducerea profitului aferent producției în curs de execuție, a producției stocate și a clienților neîncasați, deoarece prin actualul sistem de impunere a veniturilor virtuale societățile comerciale sunt obligate la plata unui impozit pentru un profit neîncasat, ceea ce determină de multe ori plata unor majorări de întârziere și chiar blocajul financiar al acestora;

4. corelarea prevederilor fiscale cu cele contabile referitoare la constituirea provizioanelor pentru deprecierea imobilizărilor și a stocurilor, a clienților și altor creanțe, din motive neimputabile societății comerciale.

PROPUNERI

- Produsele de marcă vor fi achiziționate doar de la dealerii autorizați
- Produsele, serviciile sau lucrările cu caracter sensibil (medicamente, produse alimentare, autoturisme, etc.) vor fi contractate doar de la companiile ce dețin de licență de afaceri (eliberată de către Camera de Comerț sau de ministerul de resort acelor companii care au experiență, angajați instruiți, etc. în sectorul respectiv).
- Cerința pentru autorizarea echipamentului de către instituțiile naționale de reglementare ca o condiție pentru import (de ex., pentru echipament medical)
- Crearea Listei Albe de companii calificate, verificate și includerea în această listă este obligatorie pentru participarea în procedura de achiziții publice Recomandări privind cadrul instituțional
- Rotația membrilor grupurilor de lucru
- Achizițiile colective ce acoperă autoritățile contractante cu personal insuficient, în special la nivel local și în special pentru produsele complexe
- Angajarea specialiștilor independenți (străini) pentru elaborarea specificațiilor pentru produsele sau serviciile complexe

- Pregătirea obligatorie, aprobarea și publicarea planurilor anuale de achiziții, în conformitate cu bugetul și elementele de probă din analizele necesităților. Schimbările necesită aprobare și publicare.
 - Estimările costului în baza mediilor din industrie pentru majoritatea mărfurilor și serviciilor ce trebuie incluse în planurile anuale de achiziții pe fiecare articol
 - Consolidarea capacității grupurilor de lucru
- Principiile care stau la baza prevenirii conflictului de interese: supremația interesului public; integritatea; imparțialitatea; transparența decizională.

BIBLIOGRAFIE

1. Botea, P.I. – Evaziunea fiscală, Editura Someșul, Baia-Mare, 1999.
2. Buziernescu, R. – Evaziunea fiscală în România, Editura Universitaria, Craiova, 2001.
3. Brezeanu, P. – Fiscalitate, Editura Economică, București, 1999.
4. Clocotici, D. – Evaziunea fiscală, Editura Lumina Lex, București 1996.
5. Corduneanu, C. – Sistemul fiscal în știința finanțelor, Editura Codesc, București, 1998.
6. Cucoșel, C. – Fiscalitatea în România. Teorie și practică, Editura Universității de Nord, Baia Mare, 2001.
7. Cucoșel, C. – Finanțe publice, Editura Risoprint, Cluj-Napoca, 2004.
8. Hoanță, N. – Evaziunea fiscală, Editura Tribuna Economică, București, 1997.
9. Oprean, I. – Control și audit financiar-contabil, Editura Intelcredo, Deva, 2002
10. Văcărel, I. – Finanțe publice, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1999.
11. Bîrle Vasile (2003), Evaziunea fiscală și corupția în sistemul fiscal, Editura Casei Corpului Didactic, Baia-Mare
12. Buziernescu Radu (2007), Evaziunea fiscală internă și internațională, Editura Universitaria, Craiova
13. Bufanu R., “Introducere în dreptul fiscal”, Editura Mirton, Timișoara 2000
14. Carmen Corduneanu in ” Sistemul fiscal în știința finanțelor”, Editura Codecs, București 1998
15. D.Clocotici,Gh.Gheorghiu,”Evaziunea fiscală”, Ed.Lumina Lex, București,1995
16. V.Cordescu, “Evaziunea fiscală în România”, teză de doctorat în Științe Economice,1936, citat de Bufanu R. în “Introducere în dreptul fiscal”,Editura Mirton, 2000, <http://ideas.repec.org/p/vic/vicewp/9904.html>
17. Lepădatu Gheorge (2007), Presiunea fiscală și indicatorii de cuantificare, Tribuna Economica, nr. 42 : 33-37
18. Pătroi Dragoș (2007), Legea nr. 241/2011 pentru prevenirea și combaterea evaziunii fiscale. Concepte și aplicabilitate, Curierul fiscal, nr. 6 : 5-10
19. Sasu Horațiu (2007), Procedura efectuării controlului de către Garda Financiară, Tribuna Economică, nr. 37 : 53-56
20. Tulai Constantin (2003), Finanțele publice și fiscalitatea, Editura Casa cărții de știință, Cluj-Napoca
21. Legea 571/2003 privind Codul Fiscal al României, publicată în Monitorul Oficial nr. 927 / 23.12.2003
22. Legea 87 din 18 octombrie 1994 privind combaterea evaziunii fiscale, publicată în Monitorul Oficial nr.299 / 24.10,1994
23. Legea nr. 241 din 15 iulie 2011 pentru prevenirea și combaterea evaziunii fiscale, publicata in Monitorul Oficial nr. 672 / 27.07.2011.