

NR. 1, 7 Iunie 2006

Om de fier.

PAGINA 10

Esență de marketing.

PAGINA 23

Reforma fiscală în România.

PAGINA 29

Business Digest

Business magazine

GREUTĂȚILE NOULUI COD FISCAL



100 000 exemplare distribuite prin

CARGUS

ROMANIAN COURIER



oamenilor de afaceri și managerilor.

Oriunde ai exporta, acum e mai ușor.

BRD - Groupe Société Générale  ti oferă tot sprijinul pentru a- i dezvolta afacerile oriunde in lume!

Peste 360 de agen ii BRD - Groupe Société Générale  ti aduc la indemână consilierea de specialitate de care ai nevoie in activitatea de export. In plus,  ti oferim acces privilegiat la servicii de prospectare a pie telor străine  i de informare comerciala. E ti protejat impotriva riscului valutar precum  i impotriva riscului de neplată.  i, desigur,  ti oferim solu ii complete de finanțare.

Pe scurt, ai un aliat de Incredere pentru planurile tale de extindere.

BRD sus ine
IMM-urile exportatoare.

protecție / consiliere / finanțare



BRD
GROUPE SOCIETE GENERALE

TelVerde: 0800 804 804 www.brd.ro

Tot mai simplu

În afaceri internaționale îți trebuie o protecție adecvată.

Cu BRD ești apărat de riscurile activității de export.

Datorită instrumentelor de acoperire a riscului valutar, cunoști exact echivalentul în RON al veniturilor viitoare, putând astfel planifica în avans cheltuielile și fiind ferit de fluctuațiile cursului de schimb. Ai totodată la dispoziție produse documentare de acoperire a riscului de neplată sau de plată cu întârziere.

Toate acestea pentru ca să te simți în siguranță - oriunde în lume ai exporta.



BRD susține
IMM-urile exportatoare.

protecție / consiliere / finanțare



BRD

GRUPE SOCIÉTÉ GÉNÉRALE

TelVerde: 0800 804 804 www.brd.ro

Tot mai simplu

NOKIA Nseries



Folosește browser-ul mobil pentru a
asculta muzică. Descarcă și intră în ritm.

Navighează pe Internet cu MP3 player-ul și caută ultimele noutăți muzicale. Sau ascultă o melodie și află unde a fost înregistrată. Cu Nokia Nseries - o combinație între muzică, imagini, conectivitate și aplicații performante - atât de multe lucruri devin, dintr-odată, posibile. Explorează noua lume a performanței mobile multimedia la nokia.com/nseries

Club
NOKIA

Înscrie-te și bucură-te de avantaje la www.nokia.ro/clubnokia

Nokia Nseries
See new. Hear new. Feel new.



NOKIA
Connecting People



Ai verde pentru planurile tale

Credit pentru echipamente adaptat afacerii tale*



Dă viață ideilor tale de afaceri!

Proiectele tale merită să beneficieze de cele mai bune resurse.

Apelează la creditul pentru echipamente de la OTP Bank și inițiativele tale vor prinde contur!

*Dacă cifra de afaceri a firmei tale este de maximum 250 000 EUR.



OTP BANK

www.otpbank.ro

Call Center: 0800 88 22 88

CARGUS

ROMANIAN COURIER



www.cargus.ro

Safe Box * Safe Delivery



A F A C E R I P E R O A T E

15

ANI DE SIGURANȚĂ

Să împlinești 15 ani de activitate înseamnă o reușită în orice domeniu.

Cu atât mai mult în curierat și transporturi.

Secretul reușitei noastre? *Siguranța expediției...*

- ilustrată de procentul de nereușite de doar 0,002 %.
- cu care am obținut ratingul A+ din partea Centrului Român de Modelare Economică.
- pe care clienții au apreciat-o și urmare căreia au apelat, iarăși și iarăși, la serviciile noastre.

T.:004-021-9330-000 / F.:004-021-3510-200

cargus@cargus.ro

Consiliul Investitorilor Străini - recomandări pentru flexibilitatea pieței muncii

Autor



Adeseori, Consiliul Investitorilor Străini (CIS) este întrebat care sunt factorii luați în considerare de un investitor străin atunci când acesta decide să investească într-o anumită țară. Răspunsul nu este simplu, pentru că obiectivele unei companii pot să difere în mod fundamental.

Spre exemplu, dacă investitorul țintește piața locală, atunci este importantă dimensiunea pieței, dacă dorește doar să producă local, dar să își vândă produsele peste hotare, atunci dimensiunea pieței locale nu va influența decizia sa.

CIS este de părere că potențialele companii care doresc să investească într-o anumită țară, nu doar în România, vor lua întotdeauna în considerare stabilitatea politică a țării, mediul de afaceri, stabilitatea regimului fiscal și măsura în care acesta poate fi anticipat, disponibilitatea resurselor, pregătirea și costul forței de muncă, precum și capacitatea sistemului juridic de a

rezolva litigiile comerciale.

Potrivit investitorilor deja prezenți în România, forța de muncă relativ ieftină, calificată și educată a constituit un argument esențial în luarea deciziei de a investi în această țară. Din păcate, acest avantaj este amenințat de reglementări legale care nu sunt adecvate unei economii de piață. De ce ar renunța România, prin limitarea flexibilității pieței sale de muncă, la unul dintre avantajele sale în competiția cu țările din regiune și în atragerea investițiilor străine directe? De ce ar evita România modificarea Codului Muncii în vederea îmbunătățirii climatului de afaceri în beneficiul tuturor părților, inclusiv al angajaților? Un Cod al Muncii căruia îi lipsește flexibilitatea și care face anevoioasă angajarea unei persoane va crea un "cerc vicios" caracterizat prin mai puține locuri de muncă, mai puțini bani disponibili pentru consum, mai puține sume economisite pentru a fi investite în economie și, în cele din urmă, o creștere economică lentă.

Tocmai de aceea, de la publicarea lui în martie 2003, amendarea Codului Muncii a reprezentat permanent un subiect important de lobby pentru Consiliul Investitorilor Străini și reprezintă una dintre prioritățile agendei sale de lucru.

Consiliul Investitorilor Străini consideră că actualul Cod al Muncii, chiar de la intrarea în vigoare, a avut ca efect reducerea flexibilității pieței forței de muncă. În februarie 2005, CIS a publicat Cartea Albă, "Soluții imediate de creștere a investițiilor străine directe în România". Documentul arată că anumite clauze ale Codului Muncii sunt restrictive și trebuie revizuite pentru a asigura competitivitatea României. Realitățile unei competiții crescute vor deveni și mai acute după 2007 și România trebuie să fie pregătită pentru această provocare.

La începutul lui 2005, Alianța Confederațiilor Patronale din România (ACPR) a adoptat punctul de vedere al Consiliului Investitorilor Străini privind





Noile reguli emise de banca națională: mai multă transparență și cerințe mai stricte de auditare a societăților de leasing

Șerban Toader

Dezvoltarea pieței de leasing din România

Leasingul este o metodă din ce în ce mai răspândită de finanțare în România, iar piața a cunoscut o creștere considerabilă. În 2005, valoarea totală a contractelor de leasing a fost de 1.039 milioane de euro, cu peste 43% mai mult decât valoarea înregistrată în 2004, în timp ce în perioada 1998 - 2004 creșterea a fost de zece ori mai mare conform unui raport din martie 2006 publicat de Ghișeu Bancar.ro.

Conform acestui articol, majoritatea contractelor de leasing sunt destinate automobilelor și altor vehicule, reprezentând 73% din total. Deși evoluția viitoare va fi mai lentă, în 2006 se așteaptă o creștere de 15% și este probabil ca piața să se extindă către noi domenii, unul dintre ele fiind cel imobiliar. Este, de asemenea, probabil ca piața să se concentreze la un număr restrâns de societăți de leasing.

Conform raportului Ghișeu Bancar.ro, piața de leasing este dominată de filiale ale marilor bănci care acoperă 55% din piața de leasing, în timp ce 30% este deținută de societăți captive, iar 15% de societăți independente. Sectorul este împărțit în două mari categorii, leasingul financiar și leasingul operațional, primul presupunând o achiziție la sfârșitul perioadei de leasing, în timp ce cel de-al doilea are mai mult caracterul unei închirieri, bunurile fiind returnate proprietarului la sfârșitul contractului. Leasingul financiar include în mod normal o opțiune de cumpărare a bunurilor la sfârșitul termenului prevăzut și poate fi mai profitabil decât o achiziție directă pentru că oferă avantaje fiscale și condiții mai bune de asigurare a bunurilor, întrucât societățile de leasing au o putere de negociere mai mare. Procedura obișnuită în cazul unui leasing financiar este ca utilizatorul să plătească un avans cuprins între 20% și 40%, urmat apoi de o serie de rate și de plata finală reprezentând 20% din valoarea reziduală.

Cumpărătorul final beneficiază de mai multe avantaje comparativ cu o cumpărare directă, iar societatea de leasing își poate recupera mai ușor bunurile decât ar fi posibil prin simpla vânzare pe credit în cazul în care utilizatorul nu și-ar plăti datoria. În prezent, majoritatea clienților societăților din sectorul leasingului sunt societăți comerciale, dar numărul persoanelor fizice care apelează la această formă de finanțare este în creștere, reprezentând în prezent aproximativ 10% din total.

În prezent nu există un model unic de reglementare a leasingului în Uniunea Europeană. În unele țări precum Franța, Grecia, Portugalia și Spania, leasingul este reglementat de banca centrală, așa cum se întâmplă și în România. În alte țări precum Germania, Belgia sau Finlanda, există o autoritate distinctă în domeniu. În unele state membre ale UE precum Marea Britanie, Austria, Irlanda sau Olanda, sectorul de leasing este autoreglementat. Până în prezent nu există indicii care să sugereze o mai mare centralizare a regulilor în cadrul UE, deși acest sector este supus unor standarde din ce în ce mai stricte pe măsură ce exigențele internaționale de raportare financiară sunt supuse unei presiuni mai mari în vederea asigurării unei transparențe crescute.

În România există două asociații de leasing, Asociația Societăților de Leasing din România (ASLR), și Asociația de Leasing și Servicii Financiare Nebancare (ALB). ASLR are 34 de membrii permanenți și 11 membrii asociați, în timp ce ALB

are 16 membrii permanenți. În ceea ce privește cota de piață însă, asociațiile sunt aproximativ egale ca acoperire. Membrii ALB includ majoritatea societăților mari de leasing care sunt asociate unor bănci. Mulți analiști se așteaptă ca pe termen scurt și mediu, filialele bancare să domine piața de leasing, nu numai datorită faptului că au acces mai ușor la finanțare din afara țării, dar și datorită faptului că pot oferi o gamă mai largă de servicii, spre exemplu asigurarea, precum și forme variate de credit. În total există în jur de 200 de societăți active în acest sector, dintre care majoritatea sunt mici și nu sunt membre ale nici uneia dintre cele două asociații. Instituțiile mai mici vor fi probabil nevoite să se dezvolte în nișe de piață dacă vor dori să supraviețuiască.

Noua legislație impune reglementări mai stricte

Sectorul a fost pentru prima oară reglementat prin Ordonanța Guvernului nr. 51 din 1997 privind operațiunile de leasing și societățile de leasing. Ulterior, Legea 571 din 2003 privind Codul Fiscal a definit diferențele dintre leasingul operațional și cel financiar.

Anul acesta legislația a fost actualizată pentru a armoniza piața românească a leasingului cu cea a băncilor care au făcut obiectul unei mult mai atente supervizări în ultimii ani. Prin Ordinul Guvernului nr. 28/2006 emis pe 26 ianuarie 2006 referitor la reglementarea activității desfășurate de instituțiile financiare nebankare, societățile de leasing vor fi supuse unei supervizări mai stricte din partea Băncii Naționale.

Principalele cerințe ale Ordinului sunt acelea că instituțiile financiare nebankare trebuie să constituie, să monitorizeze și să folosească provizioane pentru risc de credit, care vor fi deductibile fiscal la calculul impozitului pe profit. Clasificarea creditelor, precum și calculul provizioanelor cerute pentru riscul de credit și utilizarea acestora vor fi stabilite în conformitate cu reglementările Băncii Naționale cu privire la clasificarea creditelor și investițiilor și constituirea, monitorizarea și folosirea provizioanelor pentru riscul de credit. În plus, instituțiile financiare nebankare trebuie să emită proceduri interne aprobate de BNR pentru a-și desfășura activitățile în conformitate cu cele mai bune practici.

Legislația adoptată în ianuarie 2006 are drept scop reducerea riscurilor cu care se pot confrunta societățile de leasing în urma acordării unor credite excesive, precum și protejarea beneficiarilor, prin a asigura, de exemplu, o povară rezonabilă a datoriei. Regulile sunt de asemenea destinate îmbunătățirii credibilității sectorului de leasing prin impunerea unor standarde de transparență și raportare financiară. Aceasta va conduce și la creșterea volumului de informații disponibile referitoare la piața de leasing românească, având în vedere că în prezent singura sursă de informații în acest domeniu sunt doar asociațiile de leasing. Reglementările sunt menite să permită o dezvoltare sănătoasă a creditelor în economia românească și o consolidare a stabilității pe piețele financiare, cu o transparență sporită a instituțiilor, precum și crearea unui mediu deschis în mod egal atât băncilor cât și instituțiilor financiare nebankare.

Noile reguli sunt destinate a controla nivelul creditului de consum din economie, care a condus la un deficit comercial în creștere, precum și a îmbunătăți stabilitatea și transparența

instituțiilor financiare. Nivelul minim al capitalului social necesar unei societăți de leasing a fost majorat de aproape cincisprezece ori, de la 50.000 RON la 200.000 de Euro, conform unui articol din ziarul Cotidianul din 26 aprilie 2006, care cita noile norme publicate în Monitorul Oficial ce guvernează reglementarea instituțiilor financiar nebankare. Conform noilor reglementări, majoritatea societăților de leasing trebuie să fie constituite ca societăți pe acțiuni, căzând astfel sub incidența unor reguli mai stricte de transparență a raportărilor financiare decât în cazul celorlalte societăți. În urma acestei schimbări, multe dintre societățile mai mici de leasing vor ieși de pe piață și este probabil ca, pe termen scurt, piața să se concentreze asupra acelor societăți de leasing asociate băncilor. Este însă de asemenea probabil ca firmele mici să fuzioneze în urma acestei noi cerințe, formând instituții mai puternice care ar putea oferi condiții mai bune clienților prin economii de scară.

Reglementările nu permit societăților de leasing să acorde facilități de depozit publicului, așa cum fac băncile, și le impun de asemenea să furnizeze către BNR detalii referitoare la portofoliile lor de credit, precum și alte informații cerute de banca centrală în scopuri statistice. De asemenea, companiile de leasing trebuie să îndeplinească criterii stricte de performanță economică și să asigure transparență în raportarea către acționari, precum și calificări profesionale ale managementului.

Noi cerințe în privința auditului

O schimbare importantă este aceea că, în conformitate cu noile cerințe, societățile de leasing trebuie să fie acum auditate.

Noile reglementări creează două categorii separate pentru societățile de leasing, dintre care una trebuie inclusă într-un registru special ținut de Banca Națională care trebuie să aprobe auditorii acestora. Cerințele de audit sunt destul de stringente și, în consecință, va fi important ca societățile de leasing să beneficieze de servicii profesionale din partea unor auditori cu experiență și cunoștințe în domeniu.

Noile reguli pun accentul pe transparență și guvernare corporativă. Raportarea financiară trebuie, de asemenea, să respecte anumite

Directive UE pentru exercițiul financiar ce se încheie la 31 Decembrie 2006, în timp ce începând din 2007 societățile de leasing din România vor trebui să respecte noi Directive UE referitoare la instituțiile de credit. În consecință, regulile ce se aplică pentru auditarea societăților de leasing românești devin tot mai stricte, impunându-se astfel tot



mai mult necesitatea ca aceste firme să apeleze la servicii profesionale din partea unui auditor cu experiență.

Un audit realizat în mod profesionist va căuta să confirme că situațiile financiare anuale ale societății (inclusiv contul de profit și pierderi, bilanțul contabil, situația fluxurilor de trezorerie, situația modificărilor în capitalurile proprii și notele la acestea) oferă o imagine corectă și fidelă a poziției financiare a societății și a performanței sale. Aceasta necesită

o profundă înțelegere a afacerii clientului, inclusiv a controalelor sale interne, suficiente pentru a permite identificarea și evaluarea riscurilor unor erori în situațiile financiare.

În funcție de mărimea societății, prima etapă va fi un audit „interimar”, în care auditorul va obține informații detaliate cu privire la afacerea clientului, a politicilor și practicilor sale contabile și a performanței sale financiare.

Tot în această etapă auditorul își va



elabora și planifica modul de abordare pentru auditarea conturilor semnificative și prezentarea informațiilor, inclusiv evaluarea controalelor interne.

Următoarea etapă va fi auditul „final” care va urma modelul tradițional, prin efectuarea procedurilor analitice și a testelor de detaliu.

Datorită specificității domeniului, auditorul trebuie să obțină dovezi suficiente de audit cu privire la investițiile, creanțele

și veniturile aferente activității de leasing (în special existența și evaluarea acestora). În timp ce existența investițiilor și creanțelor specifice activității de leasing nu creează probleme deosebite auditorilor, componenta de evaluare întâmpină mai multe dificultăți în practică.

Va fi deosebit de important ca auditorul să fie riguros și profesionist, să lucreze cu o echipă cu abilitățile profesionale corespunzătoare și să aibă un suport

tehnologic adecvat. De asemenea, este necesar ca auditorii să aibă experiență în domeniu și să lucreze în echipe multidisciplinare, alcătuite din specialiști în fiscalitate, IT și alte domenii aferente.

O atenție deosebită ar trebui acordată respectării de către societățile de leasing a acordurilor de credit. Societățile de leasing obțin finanțare din diverse surse precum bănci sau instituții specializate cum este Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare (BERD), și o posibilă nerespectare a condițiilor ar putea avea implicații serioase, fie în termeni de lichiditate/continuare a activității, fie sub forma de reclasificare a împrumuturilor pe termen lung în împrumuturi cu scadența mai mică de un an, în conformitate cu IAS 1.

Concluzie

Piața de leasing din România cunoaște o dezvoltare semnificativă în prezent și se extinde către noi domenii, preluând o parte din domeniul ce aparținea în mod tradițional băncilor. În același timp, sectorul se află într-un proces de maturizare, în care societățile mai mici vor fuziona probabil, constituindu-se în firme mai mari, încurajate fiind de regulile BNR referitoare la capitalul social minim. În cadrul modernizării generale a sectorului financiar românesc, societățile de leasing au făcut obiectul mai multor reglementări în urma recentelor măsuri elaborate de Banca Națională, care cer o mai mare transparență și standarde mai înalte de raportare financiară.

În consecință, va fi în avantajul acestor societăți să se asigure ca sunt auditate în mod profesionist de un auditor ce deține cunoștințe specializate specifice sectorului, care să asigure respectarea noilor standarde de raportare financiară și a cerințelor de transparență. În același timp, un audit realizat în mod profesionist va crește credibilitatea situațiilor lor financiare, acționând ca o emblemă de probitate financiară și o bună guvernare corporativă. Trecerea către o mai mare transparență și un audit profesionist nu poate decât să contribuie la dezvoltarea acestui sector al pieței financiare române. ■

Șerban Toader, Audit Partner KPMG

Creșterea prețurilor după integrare ar putea urma scenariul din statele care au aderat în 2004

România s-ar putea confrunta, odată cu integrarea în Uniunea Europeană (UE), cu un fenomen de creștere a prețurilor similar cu cel înregistrat în țările care au aderat în 2004, în condițiile existenței unor factori de risc care pot acționa în direcția frânării dezinflației.

Calendarul și amploarea ajustărilor prețurilor administrate, precum și modificările din politica fiscală care vor avea loc în perioada următoare, reprezintă factori de risc, din perspectiva impactului asupra anticipațiilor inflaționiste, potrivit unui studiu al Comisiei Naționale de Prognoză (CNP).

Astfel, în perioada următoare vor avea loc noi ajustări ale prețurilor reglementate, în special la energie electrică, termică și gaze, care se vor regăsi în cheltuielile de întreținere a locuinței și, implicit, în indicele prețului de consum, în condițiile în care a fost revizuit calendarul de majorare a prețului de către autoritățile de reglementare.

Prețul gazelor naturale din producția internă ar urma să se alinieze la cele din import până la sfârșitul anului 2008, urmând ca, până la începutul anului 2007, să aibă loc liberalizarea completă a pieței energiei electrice, concomitent cu liberalizarea parțială a prețului la energie termică și renunțarea la tariful de referință de nivel național.

Un alt factor care va afecta inflația odată cu aderarea României la UE este armonizarea legislației fiscale cu acquisul comunitar în privința accizelor.

În domeniul accizelor armonizate, de la 1 ianuarie 2007, vor fi operate majorări la principalele grupe de produse supuse acestui regim, până la atingerea valorilor minime impuse (la benzina cu plumb, păcură, electricitate). În același timp, accizarea va fi extinsă și pentru alte produse (gazul natural utilizat drept combustibil pentru încălzire în scop comercial și necomercial).

Statele care au aderat la UE în 2004 au înregistrat creșteri semnificative ale prețurilor, care s-au atenuat parțial în 2005.

Astfel, în anul integrării, doar în trei din cele zece noi state membre, prețurile de consum au avansat într-un ritm mai

redus comparativ cu anul precedent, respectiv în Slovenia, Slovacia și Cipru. Cele mai ridicate rate ale inflației s-au înregistrat în Letonia (creștere de la 2,9% la 6,2%), Polonia (de la 0,8% la 3,5%), Cehia (de la 0,1% la 2,8%), Lituania (de la -1,2% la 1,2%) și Ungaria (de la 4,7% la 6,8%).

Principalele cauze care au stat la baza creșterii ratei inflației în noile state membre au fost majorarea prețurilor produselor alimentare, majorarea prețurilor la băuturi alcoolice și tutun - datorată obligativității alinierii accizelor -, suplimentarea cheltuielilor pentru sănătate și armonizarea legislației fiscale cu acquisul comunitar (TVA, taxe vamale, accize).

De asemenea, majorarea prețurilor pentru întreținerea locuinței, gaze și electricitate au accelerat inflația.

Pe de altă parte, este posibil ca prețurile de import să fi avut o influență favorabilă asupra celor interne, aprecierea monedelor naționale sau rata de schimb fixă reprezentând elemente de susținere în controlul inflației.

Pentru noile state membre, extinderea Uniunii a însemnat și începutul unei perioade de creștere economică, bazată, în principal, pe intensificarea cererii interne și pe investiții.

Studiul Comisiei de Prognoză menționează că în sprijinul procesului de dezinflație ar putea interveni o politică bugetară care prin ritmicitatea efectuării cheltuielilor, orientate în special către obiective productive, ar putea conduce la deficite echilibrate și la majorarea productivității muncii - implicit la creștere economică.

În schimb, creșterea peste așteptări atât a prețurilor internaționale la țiței și gaze naturale, cât și a prețurilor unor produse alimentare ar avea ca efect încetinirea sau chiar stoparea dezinflației, se mai arată în studiul Comisiei.

În România, alimentele și băuturile nealcoolice au o pondere mare, reprezentând circa 40% din coșul de consum, aproape dublu față de ponderile înregistrate în Cehia (20%), Slovacia (17%) și Ungaria (21%).

În ceea ce privește întreținerea locuinței, ponderea prețurilor legate de aceasta în coșul de consum, deși

este relativ mică în comparație cu celelalte țări, este a doua ca mărime după produsele alimentare. Astfel, orice modificare a prețurilor acestor grupe conduce la creșterea indicelui total din cauza ponderilor mari pe care le dețin în coșul de consum.

Pe baza presupunerii că în anul aderării ar putea avea loc și în România, majorări de preț la nivelul creșterilor medii din țările care au intrat în UE în 2004, pornind de la inflația anuală după aderare și evoluția pe grupe de mărfuri și servicii, Comisia a calculat valorile medii ale acestor indici. În urma aplicării acestor valori la ponderile grupelor respective din România, Comisia a încercat obținerea unui indice mediu total, rezultând o creștere, ca medie anuală, a prețurilor de consum în 2007 de 4,2%, cu 0,8 puncte procentuale sub prognoza oficială. "Este puțin probabil ca o medie a indicilor din noile țări membre să se aplice României, mai ales în cazul grupeii întreținerea locuinței, apă, electricitate, gaze și alți combustibili, unde estimăm că valorile vor fi considerabil mai mari. Totodată, trebuie menționat că valorile medii anuale, datorită metodei de calcul, sunt foarte sensibile atât la distribuția lunară, cât și la evoluțiile din anul anterior", precizează CNP.

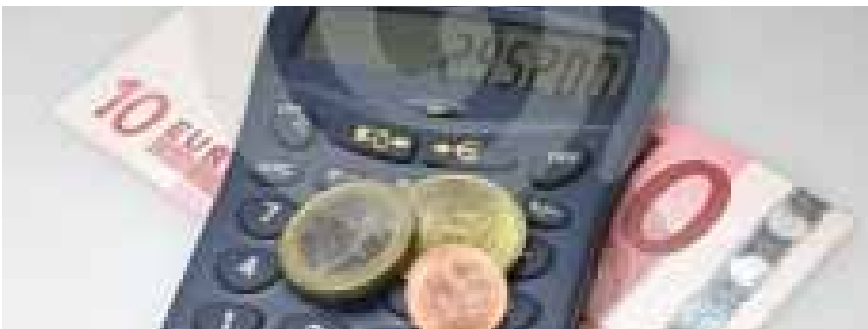
Aplicarea majorărilor de preț începând cu 1 ianuarie 2007 pentru unele produse cu prețuri administrate poate conduce la creșterea mediilor anuale în mod sensibil comparativ cu situația în care aceleași majorări de preț sunt aplicate la sfârșitul anului 2007.

Totuși, nivelul de 4,2% poate constitui o certificare a faptului că prognoza pentru anul 2007 este realizabilă, dacă nu intervin factori perturbatori, precum majorări exagerate ale unor prețuri internaționale sau ajustări substanțiale ale prețurilor administrate, se mai arată în materialul CNP.

BNR a anunțat pentru acest an o țintă de inflație de 5%, plus/minus un punct, iar pentru 2007 un nivel de 4% plus/minus un punct.

Governatorul băncii centrale, Mugur Isărescu a declarat la sfârșitul lunii mai că ținta de inflație ar putea fi atinsă în acest an, în funcție de modificările pe care Guvernul le va aduce calendarului de ajustare a prețurilor administrate, iar curba de inflație prognozată se va muta în 2007.

Rata inflației a scăzut anul trecut la 8,6% de la 9,3% în 2004, dar a depășit prognoza BNR, care a avut o țintă de 7,5% cu o variație de un punct procentual în plus sau în minus. Creșterea prețurilor administrate, cum ar fi cele la utilități, a fost unul dintre principalii factori care au determinat majorarea inflației. ■



CARGUS
ROMANIAN COURIER



**Livrare garantată
pâna în ora 10:00**

MATINAL



Pentru că timpul costă bani, îți garantăm tot cu bani
că expediția ta va ajunge de azi
pe mâine dimineață cel târziu la ora 10.00.

Cât de mult îți garantăm?
Integral - în cazul unei întârzieri,
îți returnăm prețul încasat.

Vă rugăm contactați Cargus pentru verificarea
disponibilității serviciului Matinal la destinația dorită.

T.:004-021-9330-000 / F.:004-021-3510-200
cargus@cargus.ro / www.cargus.ro

A căzut steagul din Belgrad

The Economist, 7 iunie 2006

Țările balcanice își doresc o uniune mai puternică, dacă nu între ele, atunci măcar cu restul Europei



Puțini au observat simbolismul tuturor acestora. Luni, 5 iunie, după votul parlamentului sârb, administratorul clădirii a dat jos steagul care, cu mici variații, fluturase în Belgrad încă din 1918. Parlamentul sârb a votat preluarea sarcinilor și a responsabilităților privind unirea cu Muntenegru, care a luat sfârșit atunci când locuitorii acestuia și-au votat independența la data de 21 mai. Un capitol al poveștii uniunii care a fost odată Iugoslavia s-a încheiat. Acolo unde cândva era o țară, acum sunt șase.

Și, în curând, s-ar putea să fie șapte. Este probabil ca următorul pas, dificil de altfel, să fie Kosovo, unde majoritatea populației albaneze insistă să-și obțină independența față de Serbia anul acesta. Acolo, tensiunea este în creștere. Luni, câțiva lideri sârbi din partea nordică a provinciei au proclamat „stare de urgență” și au refuzat orice contact cu guvernul din Kosovo. Diplomații se tem că, dacă situația nu este abordată cu grijă, provincia poate fi împărțită în mod oficial în enclave imposibil de guvernate și dominate de sârbi într-un stat albanez.

Dar, pe când dezastrul iugoslav se apropie de sfârșit, devine evident că locuitorii acestei regiuni au nevoie de o uniune din ce în ce mai puternică și nu de una din ce în ce mai slabă. În ciuda războaielor din anii 1990, există fragmente de „teritoriu” iugoslav, deținut în comun, atât din punct de vedere economic, cât și cultural, ce reapar. Poate părea un lucru minor, dar modul în care foștii iugoslavi au votat unul pentru celălalt la concursul Eurovision de luna trecută este grăitor. Uitați-vă pe spatele unui pachet de ciocolată din Serbia și veți găsi o listă cu toți importatorii din toate statele fostei Iugoslavii.

Este puțin probabil ca aceste mici țări balcanice să prospere izolate fiind. Ele au nevoie nu doar de o cooperare mai strânsă în teritoriul care a fost cândva Iugoslavia, ci și de beneficiile pe termen lung oferite de integrarea în Uniunea Europeană. Cu toate acestea, este alarmant faptul că mulți politicieni europeni par să ia în calcul posibilitatea de a bloca drumul către Bruxelles și de multe ori pentru niște motive (ostilitate față de Turcia, neliniște față

de mâna de lucru ieftină care dă năvală în Europa de Vest) care au foarte puțin de-a face cu Balcanii. În Franța, candidatul la președinție Nicolas Sarkozy a discutat despre o încetare a dezvoltării UE până când aceasta nu își va reorganiza instituțiile. Cancelarul Germaniei, Angela Merkel, a sugerat că țările balcanice trebuie să se mulțumească cu ceva mai puțin decât calitatea de membru deplin. Edmund Stoiber, primul-ministru al Bavariei și conducătorul partidului partener nou înființat în guvernul condus de dna Merkel, spune că dezvoltarea UE ar trebui să se oprească la integrarea Croației.

Dar mulți consideră că ar fi o greșeală să le spui țărilor balcanice că trebuie să aștepte până când UE se modernizează ca să se poată integra la rândul lor. Conducătorilor statelor balcanice le va fi mai ușor să-și impună reformele economice și instituționale, foarte necesare, deși dureroase, dacă le vor putea oferi votanților, în mod realist, perspectiva de a fi admiși în UE. Mai e încă nevoie de multă muncă. Statele balcanice sunt slabe, la fel ca și modul în care impun legea. Securitatea la frontiere este adesea laxă, iar eforturile depuse de poliție împotriva crimei și traficului organizat nu sunt eficiente. Totuși, uneori, UE poate pune lucrurile în mișcare. În noiembrie care a trecut, Bosnia a demarat discuțiile pentru un acord cu Bruxelles, ceea ce se consideră, în general, primul pas pentru admiterea deplină. Numai pentru a demara aceste discuții, autorităților bosniace li s-a cerut să îndeplinească o listă de 16 condiții fundamentale primite de la Bruxelles cu doi ani înainte, condiții care vizează orice, de la restructurarea sectorului energetic și până la ameliorarea problemelor de ordin vamal, fiscal și menținerea ordinii.

Odată cu integrarea Bulgariei și a României, UE se va întinde în jurul unei zone cunoscute ca zona balcanică de vest — Albania și toată fosta Iugoslavie, mai puțin norocoasa Slovenia (care este deja admisă). Dar dacă zona balcanică de vest este exclusă, perspectivele acesteia de reformă și cooperare sunt sumbre. Aproape toate încercările de modernizare ulterioare războiului impuse în această regiune până în prezent se datorează influenței exercitate de Bruxelles și promisiunii, oricât ar fi ea de nesigură, de arborare a unui alt steag, albastru cu stele aurii. ■





Compania de Servicii IT SITA S.R.L.
Str. Poni 14-151, 020101, Nr. 14-151, 020101
E-mail: office@sitars.ro, info@sitars.ro
Web: www.sitars.ro

Firma noastra va sta la dispozitie cu urmatoarele servicii IT

- Servicii si mentinenta a echipamentelor de calcul si a perifericelor
- Administrarea Sistemelor Informatice (inclusiv consultanta de specialitate)
- Realizarea Rezelor Informatice (cabluri structurate voce - date, retele de telefonie)
- Realizarea conexiunilor la Internet (inclusiv asigurarea unui canal permanent de acces)
- Comercializarea de calculatoare, servere si echipamente periferice
- Realizarea de aplicatii informatice (software) pentru diverse domenii de activitate
- Realizarea site-urilor web si aplicatii online



Accurate
Reliable
Practical

„Cum putem evita cele două extreme: un prea mare despotism în lansarea ordinilor sau, practic, absența oricărui ordine? Soluția mea este să se depersonalizeze emiterea ordinilor și toate persoanele implicate să se reunească pentru a analiza situația și a-i descoperi legea căreia trebuie să i se supună.”

Marz Parker Follet

Test pentru relațiile de comunicare manageriale

INTRODUCERE

Testul pentru relațiile de comunicare manageriale cuprinde 80 de afirmații adevărat/fals privind cunoașterea metodelor de comunicare verbală. Temele abordate includ comunicarea cu subalternii, colegii de muncă și superiorii; introducerea schimbării; comunicarea verbală și non-verbală. Testul are un limbaj facil și vizează mai mult principiile de bază și simțul comun, decât teoria.

INSTRUCIUNI DE RĂSPUNS

Citiți fiecare afirmație și indicați răspunsul dumneavoastră prin încercuirea lui A (adevărat) sau a lui F (fals).

La unele afirmații va fi mai greu să hotărâți ce să alegeți. Totuși, încercuiți una dintre cele două variante.

1. Angajații care sunt bine informați vor lucra mai eficient. A F
2. Aprecierea sarcinilor bine îndeplinite va duce la creșterea motivației angajatului. A F
3. Angajații trebuie avertizați din timp de acele schimbări care îi afectează direct. A F
4. Politicile companiei nu trebuie comunicate decât nivelului managerial. A F
5. Angajații trebuie descurajați să sugereze modalități alternative de a presta o activitate. A F
6. Influența managerului crește de obicei atunci când cere sfaturi de la angajați. A F
7. Orice comunicare importantă este fie verbală, fie scrisă. A F
8. Dacă ar fi ascultați, mulți angajați ar putea contribui la productivitatea companiei. A F
9. Un manager trebuie să scrie cât mai multe comunicări. A F
10. Pentru o comunicare eficientă, sălile de conferință trebuie amenajate în sistem sală de clasă. A F
11. Procesele verbale din cadrul ședințelor pot fi foarte folositoare dacă sunt notate doar deciziile, nu și discuțiile. A F
12. Situațiile diferite cer stiluri diferite de abordare. A F
13. Uneori, plângerile privind condițiile de muncă reflectă sentimentele rănite ale angajatului. A F
14. Cu cât gradul de competență al managerului este mai mare, cu atât își înțelege mai bine angajații. A F
15. Pe cât posibil comunicarea managerului cu superiorul său se va face în scris. A F
16. Managerii trebuie să analizeze plângerile din perspectiva angajaților. A F
17. Memo-urile dintre departamente vor fi păstrate la dosar pentru a se stabili responsabilitatea deciziilor luate. A F
18. Productivitatea companiei ar putea crește dacă pauzele de cafea ar fi folosite ca ocazii de întâlnire între manageri și superiorii acestora. A F
19. Evaluarea performanței angajaților se va face întotdeauna în scris. A F
20. Angajaților trebuie să li se dea doar informațiile care să le asigure un grad de confort. A F
21. A vorbi personal cu cineva este mult mai eficient decât a vorbi la telefon. A F
22. Volumul discuțiilor la locul de muncă poate indica entuziasmul angajaților. A F
23. Angajații rezervați trebuie încurajați să vorbească în cadrul ședințelor de rezolvare a problemelor, chiar dacă contribuția acestora poate încetini mersul ședinței. A F
24. Recrearea și pauzele pentru angajați sunt neproductive. A F
25. Pentru a putea fi înțeles, un manager trebuie să se exprime corect în scris. A F
26. O educație precară nu este, de obicei, o cauză pentru lipsa de comunicare. A F
27. Conflictele trebuie evitate în cadrul întâlnirilor. A F
28. Un manager poate verifica dacă un angajat este atent prin urmărirea expresiei faciale a acestuia. A F
29. Comunicarea se realizează, de obicei, mai eficient dacă managerul nu menajează sentimentele angajatului. A F
30. Eficiența comunicării va crește dacă managerul face parte „din gașcă”. A F
31. Managerul trebuie să aibă disponibilitatea de a privi lucrurile din mai multe perspective. A F
32. Un manager bun mai mult ascultă decât vorbește. A F
33. O comunicare eficientă se realizează numai atunci când receptorul înțelege pe deplin mesajul. A F

34. Sarcasmul trebuie folosit din când în când cu anumiți angajați pentru a-i determina să se schimbe. A F
35. De obicei, angajații lucrează mai bine când nu li se spune prea mult despre calitatea performanțelor lor. A F
36. Repetarea a ceea ce s-a spus este o bună modalitate de a verifica faptul că ai înțeles mesajul. A F
37. În conversație, pauza după o argumentație poate fi interpretată ca un acord. A F
38. De obicei, oamenii nu sunt foarte atenți la lucrurile cu care nu sunt de acord. A F
39. Managerii cu un vocabular bogat pot comunica mai bine cu angajații. A F
40. Un manager trebuie doar să raporteze problemele superiorului său, nu să le rezolve. A F
41. Consilierea și comunicarea sunt esențiale pentru un bun management. A F
42. Persoana care stă în capul mesei din sala de conferințe ar prefera să fie cel care prezidează ședința. A F
43. Participarea nu ar trebui să implice acceptarea de către manageri a soluțiilor angajaților. A F
44. Deoarece tonul vocii poate modifica înțelesul unor cuvinte, mesajele ar trebui redactate în scris, atunci când este posibil. A F
45. Discuțiile dintre angajați pot duce la scăderea productivității. A F
46. Dacă managerii nu pot evalua situațiile, aceștia nici nu vor putea comunica eficient. A F
47. Un bun ascultător are tendința să deseneze în timp ce i se vorbește. A F
48. Angajații lucrează mai eficient dacă sunt pe deplin informați. A F
49. Dacă angajații își plimbă privirea sau schimbă poziția picioarelor în timp ce îl ascultă pe manager, acest lucru e nesemnificativ și nu ar trebui să-l afecteze pe manager. A F
50. Nu merită să se dea atenție la locul de muncă unui zvon care nu are baze reale. A F
51. Anumite aviziere cu deciziile companiei ar trebui postate în spații din cadrul întreprinderii în care nu se lucrează. A F
52. Persoanele care prezidează ședințele încetinesc de multe ori mersul acestora. A F
53. Faptul că la o întâlnire îți muți scaunul mai în spate poate indica dezinteres. A F
54. Angajații comunică de obicei managerului atunci când nu înțeleg ceva. A F
55. Angajatul are ca responsabilitate primară să asculte și să înțeleagă ceea ce îi comunică managerul. A F
56. Atunci când mesajele sunt transmise verbal de la o persoană la alta, apar cele mai multe deformări ale mesajului inițial. A F
57. Majoritatea întâlnirilor dintre manager și superior ar trebui să fie formale și programate cu regularitate. A F
58. Se vor oferi toate informațiile disponibile înainte de a se face orice schimbare. A F
59. Modificările la nivelul politicii companiei care par controversate ar trebui doar anunțate, fără alte discuții. A F
60. Explicarea principiilor comunicării va ameliora aproape întotdeauna comunicarea. A F
61. Comunicarea eșuează de obicei atunci când managerul nu ține cont de sentimentele angajaților. A F
62. Adresarea unor întrebări este o metodă bună de a verifica dacă mesajul a fost înțeles. A F
63. O doză de umor va ameliora întotdeauna comunicarea. A F
64. Avizierele ar trebui folosite exclusiv pentru anunțurile din partea management-ului. A F
65. Toate ședințele de rezolvare a problemelor ar trebui să aibă o secretară și un președinte formal. A F
66. Productivitatea ar crește dacă managerii ar alocă mai mult timp discuțiilor cu angajații. A F
67. Toate deciziile la nivelul departamentelor ar trebui luate de către manager. A F
68. Urmărirea expresiei faciale a vorbitorului îmbunătățește comunicarea. A F
69. Discutarea unei decizii după ce aceasta a fost luată conduce în mod obișnuit la scăderea productivității. A F
70. Atunci când politicile companiei sunt clar înțelese de către manager se poate presupune că acestea vor fi înțelese și de către angajați. A F
71. Comunicarea este mai eficientă atunci când angajații se simt liberi să discute orice subiect cu managerul lor. A F
72. Poate apărea situația unei comunicări excesive. A F
73. Furnizarea unor informații detaliate cu privire la o schimbare va diminua o eventuală reacție de rezistență la aceasta. A F
74. Toată lumea înțelege ce înseamnă management participativ. A F
75. Afișele ar trebui postate lângă biroul managerului, pentru că astfel vor fi citite mai repede. A F
76. Anunțurile făcute în cadrul unei discuții personale sunt de preferat celor făcute în scris. A F
77. Angajații cu mai puțină educație de specialitate sunt în mod obișnuit mai puțin eficienți în ceea ce privește comunicarea. A F
78. Avertizările privind sancțiuni posibile în caz de nerespectare a unui ordin din partea managerului vor diminua eficacitatea respectivului ordin. A F

79. Majoritatea angajaților au formație similară și ar trebui cu toții tratați în același mod.

A F

80. În momentul comunicării, preocuparea principală a managerului ar trebui să fie faptele reale.

A F

CALCULAREA PUNCTAJULUI

Dacă ați răspuns la un item cu adevărat și acesta se regăsește în lista de mai jos ca adevărat, îl încercuiți. Dacă ați răspuns la un item cu fals și acesta se regăsește în lista de mai jos ca fals, îl încercuiți.

ADEVĂRAT

1	2	3	6	8	11	12	13	16	18	21
22	23	26	28	31	32	33	36	38	41	42
43	46	48	51	52	53	56	58	61	62	63
66	68	71	72	73	76	78				

Total item-uri adevărate

FALS

4	5	7	9	10	14	15	17	19	20	24
25	27	29	30	34	35	37	39	40	44	45
47	49	50	54	55	57	59	60	64	65	67
69	70	74	75	77	79	80				

Total item-uri false

Totalizați punctele încercuite de la adevărat și fals - acesta este punctajul dumneavoastră total brut

Total punctaj brut

CUM SE COMPARĂ PUNCTAJELE?

Pentru a vă compara cu alți manageri, folosiți tabelul de mai jos. Acest test se bazează pe rezultatele unui eșantion internațional de 1895 de manageri. Identificați punctajul dumneavoastră total și apoi citiți cărei categorii de mai sus??? îi corespunde. O categorie corespunzătoare de 5 înseamnă că vă încadrați în procentul de 5% de manageri cu cele mai slabe abilități privind relațiile de comunicare bazate pe principiile prezentului test. Un punctaj de 75 de puncte sau mai mult înseamnă că vă aflați în procentul de 25% de manageri cu cele mai dezvoltate abilități privind relațiile de comunicare. O categorie cu punctaj mai ridicat reprezintă o eficacitate sporită a relațiilor de comunicare față de o categorie cu punctaj mai scăzut.

Categorii corespunzătoare

5 15 25 35 45 55 65 75 85 95

Punctaje totale brute

0-44 45-46 47-50 51-52 53-54 55-56 57-58 59-60 61-64 65-80

DIAGRAMĂ PROFIL

Procent

5 15 25 35 45 55 65 75 85 95



Relații de comunicare management

Hașurați în categoria corespunzătoare punctajul din secțiunea de mai sus "CUM SE COMPARĂ PUNCTAJELE?"

CE SE EVALUEAZĂ?

Ceea ce se măsoară prin acest test este amploarea cunoștințelor privind metodele solide de comunicare cu membrii echipei. Nu se poate susține, bineînțeles, că toate afirmațiile considerate de test ca adevărate sunt cu siguranță adevărate sau că toate afirmațiile considerate de test false sunt cu adevărat false. Totuși, se poate susține că toate afirmațiile luate per ansamblu reflectă ceea ce evaluează testul.

Puteți verifica singuri presupunerile din cadrul testului analizând fiecare afirmație și constatând dacă testul o consideră general adevărată sau general falsă. Următoarele afirmații oferă o idee despre ceea ce se consideră a fi adevărat.

•Angajații care sunt bine informați vor lucra mai eficient.

•Influența unui manager crește atunci când acesta cere sfatul angajaților săi.

•Plângerile privind condițiile de lucru pot reflecta câteodată sentimentele rănite ale unui angajat.

•Managerii ar trebui să analizeze plângerile angajaților din perspectiva angajatului.

•Volumul de discuții de la locul de muncă poate indica entuziasm.

•Un bun manager ascultă mai mult decât vorbește.

•Oamenii nu ascultă de obicei lucruri cu care nu sunt de acord.

Acest test a fost elaborat de către W. J. Reddin, E.K. Stewart și K. J. Rowell

© W.J. Reddin, 1991





Our Client, a well-known multinational consultancy firm based in Bucharest, requires two Managers and several Senior Consultants to join its expanding and highly profitable Transaction Services team.

The successful candidate will have responsibility for:

- the planning and management of mid to large scale transactions,
- co-coordinating financial due diligence work and reporting accountant work (including working capital reports, profit estimates etc),
- reporting directly to the Director/Partner and acting as the main point of contact with our client.
- to work as part of full service diligence team (including tax and legal specialists),
- liaising and building relationships with financial advisors/investment banks, legal advisors, commercial diligence providers, corporate lenders, investors and other stakeholders on an agreed scope of work.

Requirements:

- Experience in financial due diligences or in audit are preferred but not essential.
- Previous experience within a multinational company. Experience in a Big Four accountancy firm would be desirable

Suitable candidates are invited to forward their resumes at **office@applesearch.co.uk**. Only the ones selected will be contacted.

Tel.: 00-40-21-303 96 53/4; Fax::00-40-21-650 05 93;
GSM: 00-40-722 641 910



Our client, a multinational consulting company with a rapidly expanding management consultancy practice in Romania, needs 2 Senior Managers.

Responsibilities:

- The first will develop our client's growing post-merger integration service line. The second will specialize in the banking sector.
- The roles will be to sell and deliver large change management projects with a likely duration of over 12 months. Local consultants will form the majority of the consulting team to support the role.
- strategy, restructuring / re-engineering, business intelligence, business integration and merger as well as large scale and complex project management and the full range of human capital services.

Requirements:

- significant experience in consulting and a strong record of delivering results and retaining clients
- On time, profitable project management
- Excellent communication skills directed to all levels
- Team leadership, motivation and development
- It is likely that the successful candidate will have a strong technical background and excellent numeric and IT skills. Fluency in English is essential.

Our client offers a competitive salary and performance related bonus. The opportunities for advancement, locally and within the global practice, to the highest levels are excellent.

Suitable candidates are invited to forward their resumes at **office@applesearch.co.uk**. Only the ones selected will be contacted.

Tel.: 00-40-21-303 96 53/4; Fax: 00-40-21-650 05 93;
GSM: 00-40-722 641 910



Business Development Manager

Our client is an international company which has invested in the electricity distribution network in Romania. Our client is looking for an experienced manager with knowledge of wholesale energy or trading environments and good communication skills.

He or she must be proactive, able to conduct intensive independent field work, help create a successful business strategy.

Responsibilities:

- Local support to traders carrying out wholesale transactions with electricity and CO2 emission certificates on a respective market from the central Trading desk in Prague – participation in setting a business strategy and specific recommendations for realizing business transactions;
- Carrying out analyses of price development and conditions for trading on energy markets;
- Evaluating local market risks;
- Promoting business interests of the Company in the given location;
- Regular communicating with the central Trading desk in Prague.

Requirements:

- Excellent written and spoken knowledge of the local language and English;
- University degree in economics;
- Experience in foreign companies with trading or consulting background is a big plus;
- Thorough knowledge of energy sector is preferred but not essential.

Please send your C.V at **office@applesearch.co.uk**.

Tel.: 00-40-21-303 96 53/4; Fax: 00-40-21-650 05 93;
GSM: 00-40-722 641 910



Our Client, a Multinational Consultancy Company is currently seeking a HR Manager to report to a foreign HR Director; the position is based in Bucharest and requires 5 countries; The HR Manager is expected to be promoted at HR Director in 1 year.

Job Responsibilities:

- Work closely with function leaders to address issues relative to talent acquisition and retention.
- Manage workforce planning, sourcing, assessment and selection.
- Keep abreast of information and changes which impact the conditions of employment. Understand the legal and regulatory frameworks in which the firm operates and ensures compliance.
- Align/develop employee benefits programs consistent with organizational strategy.
- Professional Development.
- Effectively manage data and HR transactions through information systems to enhance operational efficiency and HR services delivered.
- Provide counsel, support, and guidance to, and assure development of, junior staff.

Requirements:

- 8-10 years relevant HR generalist experience in large organization
- Thorough knowledge of Romanian Labor Legislation
- Excellent written and verbal communication skills
- Sense of urgency and a proactive approach
- Passion and commitment for teamwork, and, ethical and professional conduct
- Positive outlook, resilience and flexibility necessary to work in ambiguous environment with changing priorities
- Frequent foreign travel
- The successful candidate will report the HR Director, Balkan Region.

Please send your C.V at **office@applesearch.co.uk**.

Tel.: 00-40-21-303 96 53/4; Fax: 00-40-21-650 05 93;
GSM: 00-40-722 641 910