

LUCRĂTOR ÎN COMERȚ

Cod Nomenclator 5220.1.1

**Prof. univ. dr. Luminița Pistol
(Coordonator)**

Conf. univ. dr. Cezar Braicu

Conf. univ. dr. Gica Cruceru

Conf. univ. dr. Elena Gurgu

Conf. univ. dr. Raluca Zorzoliu

Lect. univ. dr. Ana Butnaru

Lect. univ. dr. Iulian Hurloiu

Lect. univ. drd. Elena Bică

Angela Cumpănașoiu

CUPRINS

Modulul I - Asigurarea calității

- 1.1. Aplicarea normelor de calitate în domeniul său de activitate*
- 1.2. Utilizarea metodelor standardizate de asigurare a calității*

Modulul II - Aplicarea normelor de sănătate și securitate în muncă

- 2.1. Identificarea riscurilor în muncă*
- 2.2. Aplicarea Prevederilor legale referitoare la securitatea și sănătatea în muncă*
- 2.3. Raportarea pericolelor care apar la locul de muncă*
- 2.4. Intervenția în caz de urgență*
- 2.5. Aplicarea procedurilor în caz de urgență și evacuare*

Modulul III - Aplicarea normelor de igienă, sanitar – veterinar și de protecția mediului

- 3.1. Menținerea igienei personale*
- 3.2. Menținerea igienei la locul de muncă*
- 3.3. Aplicarea normelor sanitar – veterinar la locul de muncă*
- 3.4. Aplicarea normelor de protecție a mediului la locul de muncă*

Modulul IV - Asigurarea cadrului general de desfășurare a activității punctului de vânzare

- 4.1. Efectuarea lucrărilor de curățenie și întreținere în vederea începerii activității*
- 4.2. Pregătirea echipamentelor, mărfurilor și documentelor în vederea desfășurării activității*
- 4.3. Pregătirea punctului de vânzare în vederea închiderii activității*
- 4.4. Menținerea aspectului estetic al punctului de vânzare*
- 4.5. Promovarea imaginii punctului de vânzare*

Modulul V - Prezentarea produselor și serviciilor aferente vânzării

- 5.1. Comunicarea în relațiile cu clienții*
- 5.2. Cunoașterea clientului și identificarea cerințelor acestuia*
- 5.3. Furnizarea informațiilor și argumentarea vânzării*
- 5.4. Prezentarea ofertei generale de produse și servicii aferente vânzării*
- 5.5. Comunicarea pretului produselor și serviciilor aferente vânzării*

Modulul VI - Realizarea vânzării

- 6.1. Vinderea produselor/ serviciilor*
- 6.2. Ambalarea produselor*
- 6.3. Livrarea produselor*
- 6.4. Completarea formelor de plată*
- 6.5. Încasarea valorii produselor vândute*

Modulul VII - Întocmirea situației vânzărilor și raportarea acesteia

- 7.1. Aspecte generale privind managementul vânzărilor de produse*
- 7.2. Organizarea evidenței primare a vânzărilor și documente primare justificative*
- 7.3. Raportarea situației vânzărilor*

Modulul VIII - Actualizarea stocurilor de produse

- 8.1. Verificarea stocurilor de produse*
- 8.2. Asigurarea stocului de rezervă*
- 8.3. Verificarea stării produselor din stoc*
- 8.4. Menținerea produselor din stoc în termenul de garanție/valabilitate*

Bibliografie

Anexe

Modulul 1 - Asigurarea calității

1.1. Aplicarea normelor de calitate in domeniul său de activitate

Calitatea produselor și serviciilor reprezintă una dintre cele mai importante forme de apreciere a capacității de concepție, a respectării disciplinei tehnologice și a atitudinii participative a personalului întreprinderii la perfecționarea activităților întreprinderii, creșterea productivității muncii, satisfacerea exigențelor clienților, mărirea competitivității produselor pe piață. O dată cu dezvoltarea producției de bunuri în a doua jumătate a secolului al XIX-lea au început să apară unele preocupări tehnico-științifice sistematice în domeniul calității, a căror evoluție s-a desfășurat în mai multe etape, cu caracteristici specifice: etapa inspecției calității, etapa controlului calității prin metode statistice, etapa asigurării calității și etapa calității totale.

Noua abordare a calității are în vedere controlul efectuat cu accentul pe prevenirea defectelor, cu un larg domeniu de activități controlate, de persoane și compartimente implicate:

- controlul calității începe de la proiectarea produsului și se termină cu livrarea acestuia către client;
- controlul este efectuat atât de personal de control specializat, cât și de către fiecare persoană implicată în procesul de fabricație;
- pentru a realiza obiectivele “asigurării calității” este necesară implicarea tuturor compartimentelor întreprinderii.

Transpunerea în practică a conceptului de asigurare a calității înseamnă că eforturile trebuie să fie orientate spre eliminarea defectelor, urmărindu-se înlocuirea controlului clasic, bazat pe constatare, cu tehnici de verificare și autocontrol al operatorilor, utilizate în toate etapele realizării produsului.

Activitățile de control desfășurate în sistemul de asigurare a calității devin control total, care se extinde la toate activitățile ce contribuie la asigurarea unui anumit grad de satisfacere a cerințelor clienților:

- controlul proiectului (de produs, de tehnologie);
- controlul documentelor, instrucțiunilor de lucru și de asigurare a calității sub aspectul clarității, al integrității etc.;
- evaluarea capabilității procesului de fabricație de a asigura obținerea produselor în conformitate cu cerințele de calitate, înainte de trecerea la fabricația de serie;
- controlul resurselor utilizate: evaluarea capacității furnizorului de a realiza produse de calitate, verificări și probe de recepție ale produselor aprovizionate, verificarea contractelor cu beneficiarul, verificarea cunoștințelor și aptitudinilor personalului etc.;
- controlul proceselor de fabricație etc.;
- controlul și încercarea produselor finite;
- controlul condițiilor de manipulare și depozitare;
- urmărirea comportării în exploatare a produselor, probe de fiabilitate și mentenabilitate.

Conceptul de “calitate totală” diferă esențial de preocupările care puneau accentul pe controlul calității și este înțeles ca o extindere a problematicii calității la toate funcțiunile și la toate nivelurile structurii organizatorice, de la directorul general la ultimul angajat, fiecare în parte trebuind să participe la procesul de îmbunătățire continuă a calității. Conceptul “calitate totală” are la bază următoarele principii:

- implicarea tuturor compartimentelor întreprinderii în realizarea și ameliorarea calității;

- în cadrul fiecărui compartiment toți salariații au atribuții precise privind
- calitatea;
- problema calității este în primul rând o problemă de evitare a noncalității (imperfecțiuni, neconformități, defecte etc.) dar totodată de creștere a nivelului calitativ al produselor sau serviciilor;
- toate etapele traiectoriei produsului sunt luate în considerare în vederea asigurării calității.

Implementarea principiilor calității totale este astăzi predominantă în întreprinderile moderne pentru că asigură satisfacerea cerințelor clienților, creșterea vânzărilor și reducerea costurilor prin evitarea risipei de timp, materiale și energie.

Trebuie precizat că unele aspecte ale managementului calității totale (TQM) sunt uneori denumite calitate totală (TQ). Conform standardului SR ISO 8402:1995, “managementul calității totale este un mod de conducere a unei organizații, concentrat asupra calității, bazat pe participarea tuturor membrilor acesteia și care vizează un succes pe termen lung prin satisfacerea clientului, precum și avantaje pentru toți membrii organizației și pentru societate”. Controlul calității totale trebuie considerat ca o componentă a managementului calității totale (TQM), iar rezultatul este calitatea totală.

Dezvoltarea conceptului de calitate în ultimele decenii

La începutul secolului XX s-a trecut în industria automobilelor, de la fabricația de tip artizanal, manufacturier, la producția de serie, fapt ce a schimbat modul de organizare și conducere a întreprinderii.

La sfârșitul secolului al XIX-lea și începutul secolului XX, Frederick W. Taylor (1856-1915) a formulat o serie de principii de conducere și organizare științifică a activităților din întreprindere care separă activitățile celor care proiectează de partea de execuție și control. Taylor a atribuit inginerilor și specialiștilor sarcina de a proiecta activitățile și a lăsat muncitorilor și inspectorilor (supervizorilor) responsabilitatea execuției și calității lucrărilor. Responsabilitatea pentru calitatea produselor o au executanții, care trebuie să execute produse conform cu specificațiile, iar aprecierea acestei conformități revine inspectorilor de calitate. Calitatea era asigurată, în principal, prin controlul final al pieselor, respectiv al produselor, urmărindu-se identificarea celor ne-conforme. Așadar, asigurarea calității cuprindea doar inspecția calității efectuată “post-proces”, în scopul de a stabili dacă este realizată conformitatea cu specificațiile pentru produse.

Sistemul taylorist a reușit să realizeze creșteri spectaculoase ale productivității, a condus la specializarea lucrărilor efectuate de indivizi, în particular la nivelul forței de muncă. Acestor avantaje li s-au contrapus o serie de trăsături negative:

- muncitorii nu înțeleg cum contribuie activitatea lor individuală la obiectivele întreprinderii;
- reacția inversă (feedback), a informațiilor către muncitori, necesară pentru reglarea proceselor, este deseori inadecvată sau chiar inexistentă;
- se asigură oportunități reduse muncitorilor pentru a participa la proiectele de îmbunătățire a calității.

În analiza făcută cu privire la viziunea întreprinderilor occidentale asupra calității, J.M. Juran observa următoarele aspecte :

- costurile și livrările constituiau priorități
- modalitatea de rezolvare a problemelor de calitate era acțiunea pe teren și nu satisfacerea necesităților clienților
- se acorda importanță îmbunătățirilor tehnice, inovatoare pentru atingerea nivelurilor standard ale calității
- calitatea era considerată o problemă a procesului de producție

- conducerea nu se implica în problemele calității ,responsabilitatea (în problema aceasta aparținând departamentului de calitate (sau nimănui)

La începutul anilor '80 conducerile întreprinderilor occidentale (și în special a celor americane) au înțeles rolul fundamental a două concepte:

1. importanța calității pentru succesul întreprinderii
2. considerarea calității ca obiectiv de management

Acest fapt a reprezentat pentru industriile occidentale un autentic punct de cotitură în domeniul calității, al relațiilor management – calitate și este consecința mai multor cauze:

- (a) pierderi importante datorită calității necorespunzătoare (masive retrageri de pe piață a produselor necorespunzătoare)
- (b) influența calității asupra cotei de piață și a nivelului beneficiului
- (c) invadarea pieței occidentale și americane cu produse japoneze de bună calitate și mai ieftine
- (d) semnalele de alarma privind evoluția calității produselor occidentale comparativ cu a celor japoneze.

În consecință, S.U.A și țările occidentale au declanșat ample acțiuni de eliminare a handicapului în domeniul calității.

În 1984, Organizația internațională de standarde (International Standard Organization) redactează normele ISO 9000, publicate în 1987.

Normele ISO 9000 reprezintă o serie de standarde internaționale și recomandări pentru societățile de producție și servicii, având ca obiectiv de bază asigurarea și managementul calității. În întreprinderile care adoptă normele ISO 9000, calitatea devine obiectiv prioritar. Prin adoptarea normelor ISO 9000 se trece de la conceptul de control de calitate la conceptul de asigurare a calității.

Asigurarea calității având ca obiectiv fundamental satisfacerea necesităților clientului, la care participă în mod conștient întregul personal al întreprinderii și la care sunt antrenați furnizorii, subcontractanții, clienții, în spiritul îmbunătățirii continue, reprezintă noul concept de calitate, numit principiul calității totale.

În Europa, principiul este simbolizat TQ (Total Quality), în SUA-TQM (Total Quality Management) iar în Japonia CWQC (Company Wide Control QualityControlul calității pe întreaga companie).

Caracteristicile conceptului japonez de calitate

- activitățile pentru calitate sunt dirijate de managerul întreprinderii și la ele participa întregul personal și toate departamentele
- conducerea acordă atenție maximă calității
- difuzarea politicilor de calitate și controlul aplicării acestora
- punerea în practică a auditului calității
- activități de asigurare a calității pe întregul ciclu al procesului muncii de la planificare și dezvoltare până la procesele finale de vânzare și service post vânzare
- activități în grupuri participative
- educarea și instruirea în conceptual calitatii
- dezvoltarea și punerea în practică a tehnicilor de calitate
- extinderea sistemului de control de la industria prelucrătoare la toate sectoarele economiei naționale (bănci, turism, comerț, servicii)

Conceptul de calitate care a asigurat succesul extraordinar al economiei Japoniei conține o serie de elemente cheie:

- metode de calitate preventive
 - lucrul bine făcut de la început

- îmbunătățirea continua și căutarea soluției optime în productivitate, eficacitate, economie
- întreprinderea privită ca o mare familie, spirit de disciplină
- dorința de auto-depășire

Totalitatea activitatilor desfășurate într-o întreprindere precum și relațiile cu furnizorii și clienții trebuie să aibă ca obiectiv asigurarea calitatii.

Calitatea este o caracteristică esențială a produselor și serviciilor. Conform standardului SR ISO 8402 din 1995, calitatea reprezintă ansamblul de caracteristici ale unei entități care îi conferă acesteia aptitudinea de a satisface necesități exprimate sau implicite. În contextul acestei definiții, o entitate poate fi de exemplu un produs, un serviciu, un proces, o organizație, un sistem sau orice combinație a acestora.

Aplicând această definiție pentru produse, se consideră că prin calitatea produsului se înțelege capacitatea unui produs de a-și îndeplini funcțiile. În această noțiune se include caracteristici ale produselor cum sunt: durabilitatea, fiabilitatea, precizia, ușurința folosirii și reparării, precum și alte caracteristici.

Pentru înțelegerea cât mai exactă, fără echivoc, a noțiunii de asigurarea calității, în sensul standardelor din seria ISO 9000, sunt necesare unele definiții ale calității, acceptate la nivel internațional și prezentate în cele ce urmează.

Sistemul calității reprezintă ansamblul de structuri organizatorice, proceduri, procese și resurse necesare pentru implementarea managementului calității. Sistemul calității al unei organizații (companii, corporații, întreprinderi etc.) este destinat în primul rând să satisfacă necesitățile manageriale interne ale organizației.

Conducerea de la cel mai înalt nivel a unei întreprinderi trebuie să urmărească asigurarea tuturor condițiilor pentru obținerea calității prin implementarea în întreprindere a unui sistem al calitatii adaptat specificului activității și proceselor pe care le realizează.

Managementul calității reprezintă ansamblul activităților funcției generale de management care determină politica în domeniul calității, obiectivele și responsabilitățile și care le implementează în cadrul sistemului calității prin mijloace cum ar fi planificarea calității, controlul calității, asigurarea și îmbunătățirea calității.

Luând în considerare această definiție din SR ISO 8402, rezultă patru funcții principale ale managementului calității: planificarea, controlul, asigurarea calității și îmbunătățirea calității.

Planificarea calității constă din totalitatea activităților care stabilesc obiectivele și condițiile referitoare la calitate și la aplicarea elementelor sistemului calității.

Realizarea acestei funcții implică:

- a) proiectarea produsului: identificarea, clasificarea și determinarea caracteristicilor referitoare la calitate, precum și stabilirea obiectivelor, a condițiilor referitoare la calitate și a constrângerilor;
- b) planificarea managerială și operațională: pregătirea în scopul aplicării sistemului calității, inclusiv organizarea și programarea;
- c) elaborarea planurilor calității și prevederea de măsuri pentru îmbunătățirea calitatii.

În ceea ce privește expresia obiectivele calității, trebuie remarcat că cerințele clienților - destinatari ai produselor sau serviciilor devin obiective ale calității și generează sub-obiective cum sunt caracteristicile produselor/serviciilor, ale proceselor și ale controlului proceselor. Aceste obiective ale calității pot fi denumite obiective tactice sau operaționale ale calității. Spre deosebire de acestea, obiectivele strategice ale calității constituie o parte a planurilor de afaceri ale firmei și sunt stabilite de managementul de la cel mai înalt nivel al firmei. Astfel de obiective strategice ale calității sunt: performanțele produselor care trebuie realizate la nivel competitiv, îmbunătățirea calității în vederea creșterii vandabilității produselor și/sau a reducerii costurilor referitoare la calitate, performanțele proceselor majore ale firmei, de exemplu lansarea noilor modele de produse, service-ul pentru clienți etc.

Politica în domeniul calității este reprezentată de obiectivele și orientările generale ale unei organizații în ceea ce privește calitatea, așa cum sunt exprimate oficial de managementul de la nivelul cel mai înalt.

Controlul calității reprezintă ansamblul tehnicilor și activităților cu caracter operațional utilizate pentru satisfacerea condițiilor referitoare la calitate.

În contextul acestei definiții din SR ISO 8402, condițiile referitoare la calitate reprezintă exprimarea cerințelor sau transpunerea acestora într-un ansamblu de condiții exprimate calitativ sau cantitativ referitoare la caracteristicile unui produs sau serviciu, în scopul de a permite realizarea și examinarea acestuia (SR ISO 8402:1995, pct. 2.3). Este esențial ca toate cerințele exprimate și implicite ale clientului să fie reflectate în condițiile referitoare la calitate. Condițiile referitoare la caracteristici de calitate, exprimate cantitativ, cuprind, de exemplu, valori nominale, abateri limită și toleranțe.

Standardul SR ISO 8402 definește și noțiunea de evaluarea calității ca fiind examinarea sistematică a măsurii în care o entitate (produs, serviciu etc.) este capabilă să satisfacă condițiile specificate. O evaluare a calității poate fi utilizată pentru determinarea capacității furnizorului în ceea ce privește calitatea. În acest caz, în funcție de condițiile specifice, rezultatul evaluării calității poate fi utilizat în scopuri de calificare, aprobare, înregistrare, certificare sau acreditare.

Îmbunătățirea calității, ca funcție a managementului calității, are un rol dominant în reducerea costurilor. Noțiunea de îmbunătățirea calității are semnificația ansamblului de acțiuni întreprinse în întreaga organizație, pentru creșterea eficacității și eficienței activităților și proceselor, în scopul de a asigura avantaje sporite atât pentru organizație cât și pentru clienții acesteia (SR ISO 8402:1995, pct. 3.8).

După definirea termenilor cu privire la managementul calității se poate trece, în deplină cunoștință de cauză, la definirea noțiunii de asigurarea calității.

Asigurarea calității se definește ca ansamblul activităților planificate și sistematice, implementate în cadrul sistemului calității și demonstrate (dovedite, probate) atât cât este necesar pentru furnizarea încrederii corespunzătoare că o entitate va satisface condițiile referitoare la calitate (vezi SR ISO 8402, pct. 3.5). Se remarcă faptul că este vorba despre activități planificate și sistematice (realizate în cadrul sistemului calității), ceea ce implică planificarea calității, a tuturor activităților specifice referitoare la calitate, relevante pentru produse.

Asigurarea calității vizează, concomitent, realizarea unor scopuri interne și externe. De aceea se folosesc noțiunile de “asigurare internă” și “asigurare externă” a calității.

Asigurarea internă a calității sau, altfel spus, asigurarea calității cu scopuri interne, reprezintă totalitatea activităților care au scopul de a oferi încredere propriei conduceri ca este realizată calitatea dorită.

Asigurarea externă a calității sau asigurarea calității cu scopuri externe reprezintă totalitatea activităților care au scopul de a da încredere clienților (sau autorităților legale) că sistemul calității existent la furnizor va oferi produse sau servicii care vor satisface condițiile de calitate stabilite.

Multe dintre activitățile din domeniul asigurării calității au ca scop prevenirea deficiențelor de calitate, prin avertizarea din timp asupra neconformităților, abaterilor, defectelor posibile. Asigurarea care oferă încrederea asupra obținerii calității implică producerea de dovezi probatorii, se bazează pe fapte obținute prin observare, măsurare, încercare sau prin alte mijloace.

Pentru produsele simple, dovezile reprezintă de obicei metode de inspecție sau de testare a produsului. Pentru produsele complexe, dovezile nu se rezumă numai la datele provenite din inspecții și teste, ci și la analiza planurilor de asigurare a calității și la audituri

ale calității, efectuate în scopul de a determina dacă activitățile referitoare la calitate satisfac dispozițiile prestabilite și dacă aceste dispoziții sunt duse la îndeplinire în mod efectiv.

Trebuie remarcat că în concepția actuală, asigurarea calității se bazează în special pe măsuri preventive sub forma unor proceduri de control în toate etapele procesului de fabricație, începând de la concepția produsului și terminând cu livrarea acestuia la client.

Există numeroase forme de activități ce aparțin funcției de asigurare a calității și care sunt efectuate în cadrul diferitelor compartimente functionale (tabelul 1.1) ale unei firme.

Tab. 1.1 Exemple de activități de asigurare a calității în diferite compartimente

Compartimentul	Activități de asigurarea calității
Marketing	Evaluarea produsului printr-un test de piață Utilizarea controlată a produsului Monitorizarea produsului Analize speciale Evaluări ale competitivității
Cercetare-dezvoltare	Analiza proiectelor Analiza fiabilității Analiza mentenabilității Analiza siguranței Analiza factorilor umani Analiza fabricației, inspecției și transportului Ingineria valorii Analiza autocontrolului
Relatii cu furnizorul	Calificarea proiectului furnizorului Calificarea proceselor furnizorului Evaluarea eșantioanelor initiale Evaluarea primelor loturi furnizate
Productie	Analiza capabilității proceselor Încercări înainte de lansare în fabricatie Analiza modurilor de defectare, a efectelor și a criticității lor (FMECA) Analiza planificării fabricației Evaluarea echipamentelor pentru control, măsurare și încercare Analiza autocontrolului în procesul de fabricatie Auditul calitatii produsului
Inspectie și încercari	Teste inter-laboratoare Precizia de măsurare a personalului de control tehnic
Service-ul clientilor	Auditul ambalării, transportului și depozitarii Evaluarea service-ului de mentenanță

Trebuie menționat că unele acțiuni referitoare la controlul calității și la asigurarea calității sunt interdependente (vezi SR ISO 8402:1995, pct. 3.4 și 3.5), însă cele două concepte nu sunt identice, ci trebuie să se constate că există o distincție între asigurarea calității și controlul calității; de aceea se consideră că controlul calității trebuie înțeles ca o componentă a asigurării calității. Controlul calității este acea componentă a asigurării calității care se referă la aplicarea mijloacelor practice (tehnici și activități operaționale) de garantare a calității produselor, așa cum este aceasta planificată în documentația tehnică. Controlul calității este efectuat asupra pieselor finite și produselor finale pe de o parte și asupra procesului de fabricație a produsului (monitorizarea procesului) pe de altă parte și este bazat pe constatarea calității obținute.

Asigurarea calității este funcția care cuprinde activitățile prevăzute în cadrul sistemului calității cu scopul eliminării factorilor și cauzelor non-calității, a defectelor, toate aceste activități având mai degrabă rol preventiv (și nu constatativ) și, totodată, urmărind calitatea în toate fazele realizării produsului, începând cu analiza calității proiectului produsului, pregătirea fabricației, controlul resurselor utilizate, controlul proceselor și al produselor finale și terminând cu controlul condițiilor de manipulare, depozitare și ambalare în vederea livrării. Funcției de asigurare a calității îi revine sarcina de a stabili și elabora mijloacele (documentație, audituri ale calității) care să demonstreze că acțiunile planificate și sistematice, prevăzute în cadrul sistemului calității, au fost în mod efectiv implementate în vederea obținerii calității.

O sinteză a principalelor activități de asigurare a calității, efectuate în principalele etape (faze) ale realizării produsului se poate prezenta astfel (SR ISO 9004-1994):

- asigurarea calității în activitatea de marketing;
- asigurarea calității în cercetare, dezvoltare, proiectare, specificare;
- asigurarea calității în aprovizionare;
- asigurarea calității proceselor de producție;
- asigurarea calității inspecțiilor, verificărilor, încercărilor;
- calitatea ambalării, depozitării, transportului;
- asigurarea calitatii activitatilor de montaj si service etc.

Terminologie

SR ISO 8402 din 1995, ediția a 2-a, definește termenii fundamentali referitori la conceptele calității, așa cum aceștia se aplica în toate domeniile, pentru elaborarea și utilizarea standardelor referitoare la calitate, precum și pentru o înțelegere reciprocă în comunicațiile internaționale.

În standard se definesc următorii termeni generali:

- entitate - ceea ce poate fi descris și luat în considerare la un moment dat;
- proces – ansamblu de resurse și activități interdependente care transformă datele de intrare în date de ieșire;
- produs - orice entitate susceptibilă să satisfacă o nevoie sau o dorință (obiect, serviciu, acțiune, idee, resursa, materie primă);
- serviciu - rezultat generat de activități la interfața dintre furnizor și client, precum și de activități interne ale furnizorului pentru satisfacerea necesităților clientului;
- activitate sau o prestație supusă schimbului esențial intangibil și care nu da naștere la nici un transfer de proprietate; un serviciu poate fi asociat sau nu unui produs fizic;
- procedura - mod specificat de a efectua o activitate;
- organizație - companie, corporație, firma, întreprindere sau instituție) sau o parte din acestea, cu statut de societate pe acțiuni sau nu, publică sau particulară, care are propriile sale funcții și propria sa administrație;
- structura organizatorică - responsabilități, autorități și relații dispuse într-o schemă, prin care o organizație își exercită funcțiile
- client - destinatar al unui produs oferit pe piața de un furnizor (producător);
- furnizor – organizație care oferă pe piața un produs clientului,
- contractant furnizor într-o situație contractuală;
- subcontractant - organizație care asigură prin relații de piață un produs furnizorului.

Calitatea – ansamblu de proprietăți și caracteristici ale unei entități, care îi conferă acestuia aptitudinea de a satisfacă necesități exprimate și implicite.

Aceste proprietăți și caracteristici se formulează astfel:

- în comenzi, contracte, solicitări în raporturile directe dintre beneficiar (utilizator, consumator) și producător (executant);
- prin standarde și norme acceptate de către furnizor și client;

- ca stare de fapt, determinările de produse existente pe piața și ale căror caracteristici, proprietăți trebuie să fie avute în vedere în privința unor solicitări echivalente sau de înlocuire/suplinire, de perfecționare.

Calitatea este formată din patru componente principale:

- a) caracteristicile produselor;
- b) prețul produselor;
- c) termenele de livrare
- d) serviciile oferite.

O importanță deosebită revine condiționării între valorile caracteristicilor și preț, ceea ce de regulă, este exprimat prin raportul calitate-preț.

a) Caracteristicile produselor se diferențiază la rândul lor, de la caz la caz, în funcție de specificul produselor și de cantitatea solicitată, cuprinzând:

- caracteristici constructive, definitoare ale soluțiilor adoptate (de ex. dimensiuni, masa, caracteristici ale principalelor subsansambluri, componente etc.);
- caracteristici funcționale- definitoare ale rezultatelor obținute în exploatare, în serviciu (de ex. viteză, randament, productivitate, fiabilitate, disponibilitate, mentenabilitate, consumuri specifice, consum de energie etc.);
- caracteristici economice-referitoare la un sistem de indicatori care definesc prin costuri și preturi efortul pentru realizarea produselor – iau în considerare și disponibilitățile executanților (resurse, mod de organizare a procesului productiv). Totodată acestea descriu și efortul necesar pentru exploatarea produselor
- caracteristici tehnologice – evidențiază posibilitățile de execuție într-un sistem tehnologic dat unei anumite solicitări de produs.

Sistemele de management al calitatii sau sistemele de asigurare a calitatii – trebuie întotdeauna înțelese ca niște sisteme specifice unei organizații.

Ele nu sunt unitare și de aceea sistemele de management ai calitatii nu pot fi standardizate. În schimb., pot fi standardizate recomandări și directive generale pentru sistemul de management al calitatii și elementele sale. În acest sens au apărut încă din anii '50 reglementări cu privire la asigurarea calitatii, pentru a stabili ca punctele de vedere și volumul sarcinilor conducerii întreprinderii cu privire la preîntâmpinarea defectelor să devină "o cerință a unui sistem de asigurare a calitatii".

Cerințele cu privire la măsurile de asigurare a calitatii ce urmau a fi luate; respectiv a fi dovedite, au fost în așa fel structurate, ordonate și descrise, încât ele să fie realizabile și apreciable. Scopul declarat a fost de la bun început nu acela de a înlocui normele de calitate specifice unui anumit produs, ci de a le completa oportun și de a asigura respectarea lor prin îmbunătățirea capacității întreprinderii de a realiza calitate.

În anii '80 au apărut într-o măsură tot mai mare reglementări specifice unei branșe sau la nivel național, care au creat piedici în desfășurarea comerțului. Între aceste standarde nu existau deosebiri de principiu, dar existau deosebiri de structură care au solicitat un efort sporit de organizare a documentației în unele organizații. În acest fel s-a impus discutarea unui standard unitar pe plan mondial, care să depășească specificul unei branșe. Comitetul ISO TC 176 a fost însărcinat să se ocupe de redactarea unei reglementări privind asigurarea calității, luând în considerare toate reglementările cunoscute la acea vreme.

ISO (Organizația Internațională de Standardizare) este o federație mondială a organismelor naționale de standardizare. Activitatea de pregătire a unui standard internațional, în mod normal, este desfășurată de comitetele tehnice ale ISO.

ISO 19011 a fost elaborat în comun de comitetul tehnic ISO/TC 176 "Managementul calitatii și asigurarea calitatii", subcomitetul SC3- Tehnologii suport împreună cu ISO/TC 207 "Management de mediu", subcomitetul SC2 Auditarea mediului și investigații conexe.

De la bun început s-a făcut deosebirea între: Linii directoare pentru managementul calitatii și elementele necesare; Standardul de demonstrație pentru un sistem de management al calitatii, ca dovada a sistemului.

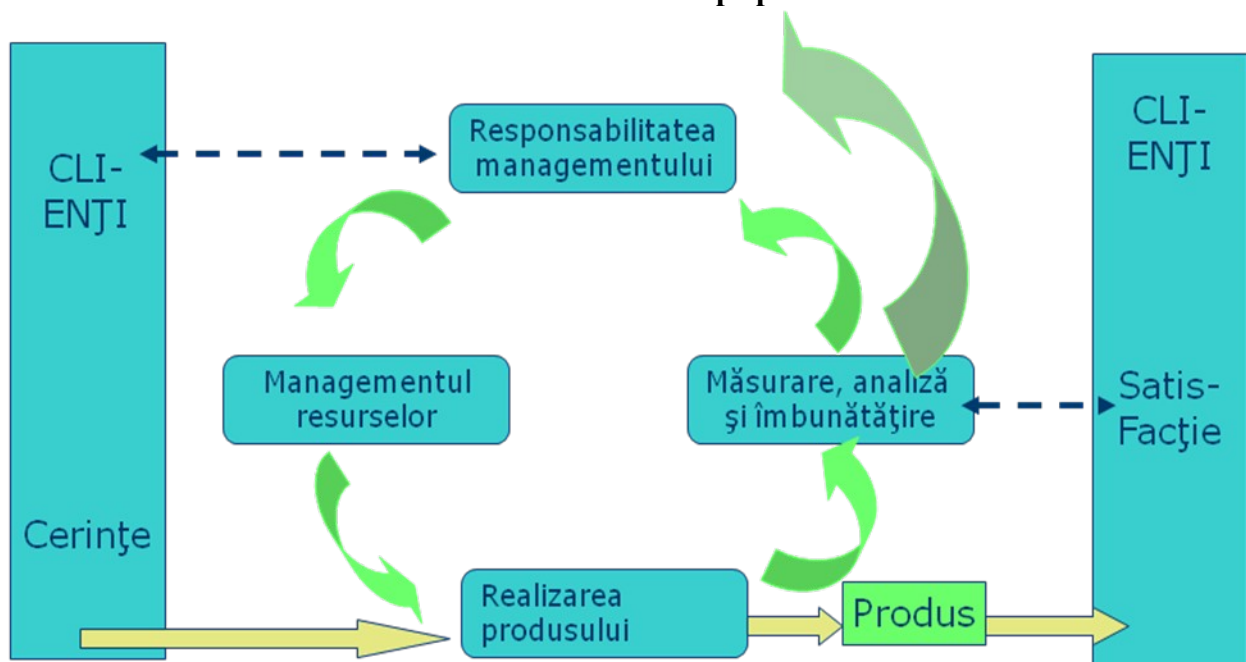
De la apariția lor în 1987, aceste standarde au fost preluate de cele mai multe țări membre ISO. Datorită faptului că organizațiile europene care se ocupa de standardizare, CEN și CENELEC, au ridicat seria de standarde ISO la rang de standarde europene sub denumirea EN. Ele au devenit obligatorii pentru țările membre ale UE și sunt recomandate cu insistența țărilor partenere. În România au fost adoptate aceste standarde sub titulatura SR EN ISO.

SISTEMUL CALITATII

- Specificarea calitatii (prescriere specificatii)
- Controlul calitatii
- Evaluarea calitatii (analiza)
- Îmbunătățirea calitatii
- Asigurarea calitatii
- Managementul calitatii

Sistemul de Management al Calitatii (SMC) conform SR EN ISO 9001:2008 – aplica îmbunătățirea continuă a produselor, proceselor, personalului.

Modelul unui SMC bazat pe proces



Armand Vallin Feigenbaum este cunoscut în special pentru conceptul de "**Total Quality Control**". Astfel principiul de baza al conceptului de calitate totală, care reflectă și diferența fundamentală față de alte concepte, constă în aceea că, "pentru a obține o eficiență corespunzătoare, ținerea sub control a calitatii trebuie să înceapă cu identificarea cerințelor de calitate ale consumatorilor și să înceteze doar după ce produsul a ajuns la consumator și acesta este satisfăcut". Total Quality Control înseamnă coordonarea acțiunilor lucrătorilor, a mașinilor și a informațiilor pentru atingerea acestui obiectiv.

În principala sa lucrare "Total Quality Control" considerată și în prezent de referință în domeniu, Feigenbaum formulează o definiție completă a conceptului TQC.

"Total Quality Control" reprezintă un sistem efektiv pentru integrarea eforturilor din toate compartimentele întreprinderii (marketing, proiectare, producție și service) privind

realizarea, menținerea și îmbunătățirea calității în scopul satisfacerii totale a clientului, în condiții de eficiență.

Feigenbaum opinează că un produs sau serviciu poate fi considerat de calitate superioară, numai atunci când satisface așteptările consumatorului. El acordă însă o importanță deosebită corelației dintre calitate și preț, demonstrând o "orientare spre costuri", în definitivarea calitatii produselor.

Feigenbaum formulează zece criterii cheie pentru succesul în calitate:

- Calitatea este un proces la nivelul companiei
- Calitatea este ceea ce clientul spune că este
- Calitatea și costul sunt o sumă și nu o diferență
- Calitatea cere fanatism individual și colectiv
- Calitatea este o formă de management
- Calitatea este etică
- Calitatea și inovația depind una de alta
- Calitatea cere îmbunătățire continuă
- Calitatea este calea productivității efective și solicită mai puțin capital
- Calitatea se implementează într-un sistem total care conectează compania cu clienții și furnizorii

De asemenea, Feigenbaum mai formulează o serie de principii ale calitatii totale:

- formularea clară a politicii calitatii;
- orientarea absolută spre client;
- integrarea activităților la nivelul întreprinderii;
- stabilirea clară a atribuțiilor și responsabilităților;
- stabilirea unor măsuri speciale de asigurare a calitatii la sub-furnizori;
- asigurarea echipamentelor necesare de inspecție și încercări;
- asigurarea unor procese, metode de supraveghere și a unui sistem informațional eficient, referitor la calitate;
- motivarea - pregătirea lucrătorilor în domeniul calitatii;
- evaluarea nivelului calitatii prin costuri; măsuri corective eficiente;
- supravegherea continuă a sistemului calitatii, cu asigurarea unui feedback informațional;
- audituri periodice ale sistemului calitatii.

El atrage atenția, deosebit, asupra faptului că, pe întreaga durată de viață a produsului, conducerea de vârf trebuie să se preocupe la satisfacerea nevoilor de continuă schimbare, ale cumpărătorului.

Feigenbaum se numără printre primii specialiști în domeniul calității, care a evidențiat faptul că fiecare din etapele "ciclului industrial" (industrial cycle) intervine în realizarea și asigurarea calitatii. Etapele acestui ciclu sunt considerate :

- marketingul,
- proiectarea,
- aprovizionarea,
- producția,
- ținerea sub control a producției,
- inspecțiile și încercările,
- transportul,
- instalarea la cumpărător și service-ul.

Kaoru Ishikawa- principala autoritate în domeniul calitatii în Japonia, a dezvoltat teoriile experților americani Juran, Deming și Feigenbaum. Asemenea acestora a promovat conceptual implicării tuturor compartimentelor întreprinderii în realizarea calitatii punând accentul pe un management participativ.

De asemenea este creatorul cercurilor de control a calitatii (quality control circles), denumite mai târziu “cercurile calității”, cu o foarte largă răspândire în Japonia. În 1962, JUSE- Japanese Union of Scientists and Engineers a inițiat primele cercuri ale calității. S-a ajuns ca în anii 1980-1990 să coexiste aproximativ 250.000 astfel de cercuri ale calității.

S-a creat un flux informațional în dublu sens (de sus în jos și de jos în sus) între grupurile participative de prim nivel (comitetul strategic) de al doilea nivel-grupurile de progres (compuse din persoane cheie ale întreprinderii) și de al treilea nivel –cercurile calității. Obiectivele cercurilor calității în perioada de început au fost:

- îmbunătățirea activității de conducere și a capacității manageriale a șefilor intermediari și superiori, sprijinind perfecționarea prin autodezvoltare
- crearea unui mediu conștient cu privire la importanța calității
- funcționarea unui nucleu de activitate participativă și formativă în fiecare departament, în care să se dezvolte aptitudinile umane, să se mărească gradual abilitățile angajaților

O consecință importantă a activității în cercurile calității a fost creșterea gradului de înțelegere între șefii diferitelor sectoare, între șefi și subordonați, în aceste cercuri fiind cuprinsă toată structura organizatorică și operativă a întreprinderii.

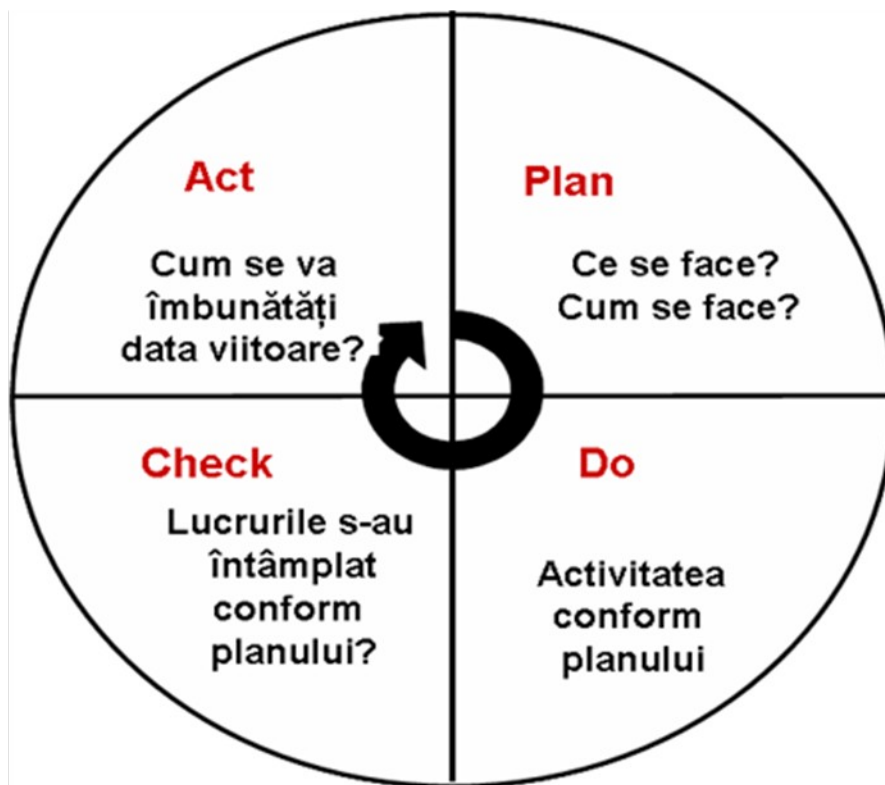
De asemenea Ishikawa este creatorul diagramei “cauza –efect”, diagrama Ishikawa (diagrama Fishbone) - aceasta diagramă este unul din cele mai utilizate instrumente ale calitatii. Deși este de acord cu conceptul TQC, dezvoltat de Feigenbaum, Ishikawa pledează pentru o abordare mai largă a calitatii, în afara domeniului strict profesional, apreciind că trebuie acordată mai multă încredere nespecialiștilor.

Pentru a se diferenția de opiniile lui Feigenbaum, începând cu anul 1968, Ishikawa și-a denumit propriul concept "Company Wide Quality Control" (CWQC). Cele trei componente de bază ale Company Wide Quality Control sunt:

- asigurarea calitatii;
- tinerea sub control a calitatii;
- tinerea sub control a costurilor, cantitatilor și termenelor de livrare

Tinerea sub control a tuturor activitatilor - PDCA

Aplicarea ciclului PDCA la procese conform notei din clauza 0.2 a ISO 9001



Ciclul PDCA

“**PLAN**” stabilește obiectivele și procesele necesare pentru a obține rezultate în conformitate cu cerințele clientului și cu politicile organizației;

“**DO**” implementează procesele;

“**CHECK**” monitorizează și măsoară procesele și produsele față de politicile, obiectivele și cerințele specificate pentru produs și raportează rezultatele;

“**ACT**” aplică acțiuni pentru îmbunătățirea continuă a performanței procesului.

Supravegherea și îmbunătățirea activităților se poate realiza parcurgând cele patru etape ale ciclului PDCA (Plan-Do-Check-Action).

Cele patru faze ale ciclului sunt următoarele:

1. Faza de planificare (**PLAN**).

Această fază constă din recunoașterea și definirea necesității îmbunătățirii. Deoarece satisfacerea cerințelor clienților este punctul central, se analizează deosebirile dintre necesitățile clienților (obținute prin cercetarea pieței) și performanțele proceselor (obținute ca informații feedback). În această fază trebuie să fie luate decizii asupra obiectivelor de realizat, a schimbărilor care sunt necesare, tipurilor de măsurare a performanțelor care vor fi utilizate, precum și cine va fi responsabil și pentru ce anume.

Pentru observarea și analiza cauzelor principale ale problemelor de calitate în vederea elaborării planului de îmbunătățire, se pot aplica instrumente și tehnici statistice cum sunt: fișe de control, histograme, diagrame Pareto, diagrame de corelație.

2. Faza de executare (**DO**). Se aplică pe scară mică, în scopul testării, planul de îmbunătățire, elaborat în faza de planificare, cu implicarea tuturor angajaților. Aceasta va include instruirea în metodele științifice, examinarea informațiilor feedback obținute de la clienți cu privire la așteptările acestora, colectarea informațiilor statistice din procese, înțelegerea controlului și variațiilor proceselor, formarea echipelor de lucru pentru proiectele de îmbunătățire și comunicarea succeselor rezultate. În această fază va avea loc implementarea pe scară mică a oricărei schimbări sau oricărui test planificat și vor fi colectate datele rezultate.

3. **Faza de verificare (CHECK).** În faza de verificare sunt investigate rezultatele implementării pe scară mică a planului de îmbunătățire. Această verificare implică măsurarea și observarea efectelor oricărei schimbări sau oricărui test, efectuate în faza de executare, analiza rezultatelor precum și analiza măsurii în care diferențele dintre necesitățile clienților și performanțele proceselor au fost micșorate prin adoptarea planului.

4. **Faza de acțiune (ACT).** În această fază se ia decizia asupra implementării planului: schimbările vor fi adoptate sau abandonate în funcție de rezultatele fazei precedente. Se va obține feedback-ul din procese și de la clienți după implementarea pe scară mare a planului.

Astfel de informații vor oferi o evaluare reală a succesului planului. Dacă rezultatele fazei de verificare nu arată îmbunătățiri semnificative în satisfacerea cerințelor clienților trebuie să fie elaborate planuri alternative și trebuie reînceput alt ciclu PDCA.

Ishikawa dă o dimensiune internă principiului orientării spre client:

- el atribuie această calitate-client- persoanelor implicate în procesul de realizare a produselor în diferite compartimente ale întreprinderii (marketing, proiectare, producție, vânzări etc.), consacându-le "client interni", spre deosebire de beneficiarii finali ai produselor care sunt "clienți externi".

Acest principiu ("next process is your customer") va deveni unul din principiile de baza ale managementului total al calitatii.

O altă contribuție importantă a lui Ishikawa o reprezintă clarificarea unor aspecte statistice ale asigurării calitatii. Plecând de la premisa că nu este posibilă ținerea sub control a calitatii fără utilizarea unor metode statistice, el clasifică aceste metode în trei categorii, în funcție de dificultatea aplicării lor.

Metodele statistice propuse de Ishikawa pentru ținerea sub control a calității

Nr. crt.	Metode statistice elementare	Metode statistice intermediare	Metode statistice avansate
1.	Diagrama Pareto	Teoria supravegherii statistice	Proiectare avansată (asistată de calculator)
2.	Diagrama cauza-efect	Controlul statistic prin esantionare	Analiza multicriterială
3.	Stratificare	Metode de estimare statistică și de testare a ipotezelor	Metode de cercetare operațională
4.	Fisa de verificare	Metode de analiză senzorială	
5.	Histograme	Metode de proiectare-experiment	
6.	Diagrama de corelație		
7.	Diagrama de control statistic a procesului		

În opinia lui Ishikawa, metodele statistice intermediare și avansate sunt destinate specialiștilor, în timp ce metodele statistice elementare (considerate "instrumente de bază" ale calității), ar trebui să fie însușite de întregul personal al întreprinderii începând cu conducerea de vârf și până la ultimul lucrător. Pe baza experienței dobândite în aplicarea celor șapte instrumente de bază, Ishikawa ajunge la concluzia că circa 95% din problemele care se pot

ivi in cadrul unei întreprinderi, în domeniul calitatii, pot fi soluționate cu ajutorul unor instrumente.

Ishikawa considera ca rezultatele mai bune înregistrate de industria japoneza, comparativ cu cea occidentala, s-ar datora modului diferit de abordare a calitatii, la nivelul întreprinderii. In tarile vest-europene asigurarea calitatii reprezintă apanajul specialiștilor, in Japonia preocuparea pentru calitate este totala si permanenta.

1.2. Utilizarea metodelor standardizate de asigurare a calității

Instrumente statistice si de management al calității

În vederea stabilirii, controlului și verificării caracteristicilor de calitate ale produselor, pentru controlul proceselor, evitarea neconformităților, analiza problemelor de calitate și îmbunătățirea calității, se folosesc instrumente și tehnici statistice.

Instrumentele și tehnicile statistice pot fi aplicate pentru următoarele activități (cf. SR EN ISO 9004-1:1998):

- analiza pieței;
- proiectarea caracteristicilor produsului;
- controlul proceselor și determinarea capabilității acestora;
- determinarea nivelurilor calității în planurile de eșantionare utilizate în controlul statistic de recepție;
- analiza datelor, evaluarea performanțelor și analiza neconformităților;
- îmbunătățirea proceselor;
- evaluarea securității și analiza riscurilor.

Organizațiile care implementează un sistem al calității trebuie să identifice corect instrumentele și tehnicile statistice necesar a fi aplicate, având în vedere importanța acestora pentru controlul diferitelor faze ale proceselor organizației.

Aplicarea metodelor statistice în industrie reprezintă un compromis între statistica pură și realitățile practice industriale. Metodele statistice, așa cum sunt ele de fapt aplicate în cadrul controlului total al calității, nu reprezintă o știință exactă, caracterul lor fiind puternic influențat de factorii interumani, de condițiile tehnologice, de considerațiile economice etc.

Trebuie menționat faptul că deosebit de important este impactul pe care la avut asupra mentalității în industrie însăși filosofia introdusă de metodele de control statistic al calității.

Cunoașterea și utilizarea instrumentelor și tehnicilor statistice este absolut necesară în organizația care implementează un sistem de asigurare a calității. Principalele instrumente si metode statistice utilizate au fost prezentate in tabelul din pagina anterioara.

Reprezentarea grafică a datelor.

Datele experimentale pot fi reprezentate grafic cu ajutorul punctelor, liniilor, suprafețelor și al altor forme geometrice. Există multe posibilități de întocmire a graficelor utilizate obișnuit în controlul calității, dintre care pot fi menționate:

Graficul sub formă de bare (coloane) se recomandă pentru analiza comparativă a mărimii cantităților unor elemente.

Graficul liniar este folosit pentru a urmări variația în timp a unei caracteristici de calitate a produsului sau a unui parametru economic: vânzări, încasări, profit etc. Se recomandă, de exemplu, pentru a urmări variația în timp a numărului de defecte ale produsului, a gradului de utilizare a mașinilor etc.

Graficul circular se întocmește atunci când se urmăresc proporțiile diferitelor părți componente ale unui ansamblu de date. Se poate folosi pentru a analiza producerea defectelor pe tipuri de defecte, pentru a clasifica vânzările de produse etc.

Graficul bandă are aceleași funcțiuni ca și graficul circular pentru că prezintă proporțional sau în valori absolute ponderile diferitelor elemente componente într-un ansamblu de date.

Diagrama arbore este utilizată pentru indicarea relațiilor dintre un subiect și elementele sale componente. Această diagramă recurge la descompunerea sistematică a unui subiect în elementele sale componente pentru indicarea legăturilor logice și secvențiale. Diagrama arbore poate fi utilizată în planificarea și în rezolvarea problemelor în care se urmărește realizarea unui obiectiv (scop, efect) prin aplicarea unor măsuri sau metode. Diagrama se aseamănă cu un arbore, cu un număr crescător de ramuri.

Procedura pentru utilizarea acestui instrument este următoarea:

- a) Se enunță clar și simplu subiectul ce urmează să fie studiat sau obiectivul care trebuie atins.
- b) Se definesc categoriile principale ale subiectului, respectiv măsurile ce se pot aplica pentru realizarea obiectivului fixat.
- c) Se construiește diagrama prin așezarea subiectului (respectiv obiectivului) într-o casetă în partea stângă a colii de hârtie. Se ramifică categoriile principale lateral înspre dreapta în vederea descompunerii lor.
- d) Pentru fiecare categorie principală se definesc elementele componente și sub-elementele.
- e) Se ramifică lateral înspre dreapta elementele componente și sub-elementele pentru fiecare categorie principală.
- f) Se analizează diagrama pentru a se asigura că nu există lacune în ordinea secvențială sau logică.

Pentru toate tipurile de date necesare la construirea diferitelor tipuri de grafice se completează formulare de colectare a datelor. Formularul de prelevare a datelor este utilizat pentru culegerea și înregistrarea datelor în timpul controalelor sau verificării în scopul de a obține o imagine clară a faptelor, de a facilita analizele produsului, ale procesului de fabricație sau ale calității serviciului prestat.

Procedura de întocmire a unui formular de colectare a datelor implică următoarele etape:

- a) Se stabilește scopul colectării datelor referitoare la produs, proces sau serviciu: cunoașterea datelor de măsurare a unei caracteristici, identificarea celor mai frecvente defecte etc.
- b) Se identifică datele necesare pentru realizarea scopului.
- c) Se determină modul de analiză a datelor și cine va realiza această analiză.
- d) Se stabilește structura formularului pentru colectarea datelor. Se prevede o rubrică pentru înregistrarea informațiilor referitoare la: cine colectează datele; unde, când și cum au fost colectate datele.
- e) Se experimentează formularul prin colectarea și înregistrarea datelor.
- f) Dacă este necesar, se analizează și se revizuieste formularul, pentru definitivarea formei acestuia.

Histograma se utilizează pentru reprezentarea grafică a dispersiei unor valori analizate, prin dreptunghiuri, astfel încât înălțimea fiecărui dreptunghi să fie proporțională cu numărul de valori ale datelor dintr-un interval determinat. Histogramele permit comunicarea vizuală a informațiilor referitoare la comportarea unui proces și luarea deciziilor referitoare la îmbunătățirea calității realizate de acel proces. În prezent histogramele sunt accesibile din orice tip de programe de editări grafice MS-Office sau MathLab/MathCad.

Analiza prin stratificare. Atunci când procesul analizat prin măsurători este atât de complex încât cauza unui efect sau a unei dispersii (împrăstieri) a valorilor măsurătorilor efectuate nu rezultă clar, poate fi utilă reprezentarea datelor măsurate în două sau mai multe subpopulații (histograme) numite straturi, corespunzătoare diferitelor cauze. Stratificarea

este o metodă de identificare a surselor de variație a datelor culese, prin gruparea lor în funcție de diferiți factori. Stratificarea poate fi făcută, de exemplu, prin gruparea datelor pe tipuri de mașini, de materiale, de metode de prelucrare, pe operatori, pe schimburi etc. Stratificarea se poate aplica asupra graficelor liniare, histogramele, diagramele de corelație, fișelor de control etc.

Dacă, de exemplu, se folosesc două tipuri de materiale, diferența în caracteristicile acestora poate fi evidențiată întocmind histograme separate pentru fiecare material.

Diagrama cauză-efect. Diagrama cauză-efect sau diagrama Ishikawa este un instrument utilizat pentru analiza și reprezentarea grafică a relațiilor dintre un efect dat (de exemplu, variațiile unei caracteristici de calitate) și cauzele sale posibile. Această diagramă evidențiază, prin urmare, legătura (relația) între cauze-factori de influență și un efect – o caracteristică de calitate. Cele mai multe cauze posibile pot fi clasificate, după importanță, în cauze principale (majore), cauze secundare, terțiare etc. pe diferite niveluri de importanță, astfel încât reprezentarea grafică seamănă cu scheletul unui pește. De aceea, procedeul este cunoscut și sub denumirea de diagrama (“fishbone”)- “os de pește”.

Procedura de construire a diagramei cauză-efect include parcurgerea următoarelor etape:

- a) Se definește efectul sau caracteristica de calitate analizată, în mod clar și concis.
- b) Se definesc cauzele principale posibile sau factorii principali care influențează caracteristica de calitate.

Diagramele de acest tip sunt utile pentru:

- ◆ identificarea cauzelor ce stau la originea unor efecte negative sau, dimpotrivă, a unor efecte pozitive în desfășurarea unui proces;
- ◆ analiza condițiilor necesare pentru ameliorarea calității unui produs sau serviciu, sau pentru o mai bună aprovizionare materială sau pentru reducerea costurilor;
- ◆ eliminarea condițiilor ce cauzează respingerea unui produs sau reclamații din partea clienților;
- ◆ educarea și capacitatea personalului în luarea de decizii și în acțiunile cu caracter corectiv.

c) Se începe construirea diagramei, prin înscrierea efectului într-o casetă din partea dreaptă a foii de hârtie la capătul liniei principale și prin poziționarea cauzelor principale drept “canale de alimentare” pentru caseta “Efect”.

d) Se dezvoltă diagrama printr-o analiză profundă și prin completarea tuturor cauzelor secundare, terțiare etc. de la nivelurile următoare și se continuă această procedură la nivelurile de ordin mai înalt.

O diagramă bine întocmită nu va avea ramificații (ramuri) cu mai puțin de două niveluri, ci va avea multe ramificații pe trei sau mai multe niveluri.

e) Se selectează și se identifică un număr mic (3 la 2) de cauze de nivel mai înalt care sunt susceptibile să aibă influențe semnificative asupra efectului și care necesită acțiuni ulterioare, cum ar fi colectarea datelor, eforturi pentru control etc.

Diagrama cauză-efect se poate întocmi în scopuri diferite, de exemplu:

- care sunt cauzele ne-realizării unei caracteristici de calitate impuse;
- care sunt cauzele creșterii numărului de exemplare cu defecte într-un proces de producție;
- care sunt cauzele scăderii vânzărilor, a productivității scăzute, a creșterii reclamațiilor de la clienți etc.

1. Construirea unei diagrame cauză-efect este posibilă prin aplicarea tehnicii brainstormingului asupra tuturor cauzelor posibile și apoi organizarea acestora în cauze principale, cauze de nivel 1, de nivel 2 etc.

2. Brainstormingul se poate considera ca o dezbatere de idei și constă în explorarea cauzelor care sunt la originea problemei analizate.

Pentru îmbunătățirea calității produselor se acționează asupra defectului cu ponderea cea mai mare (în cazul prezentat, abaterile dimensionale), elaborându-se măsuri clare de remediere, după identificarea tuturor locurilor de muncă la care au apărut astfel de defecte.

Prin utilizarea diagramei Pareto s-a constatat că:

- 20% din cauze conduc la 80% din defecte;
- 80% din cifra de afaceri este realizată cu 20% din clienți;
- 80% din absențele de la serviciu sunt produse de 20% din personal;
- 80% din costurile noncalității sunt cauzate de 20% din tipurile de defecte;
- 80% din producția de porumb a SUA se produce pe 20% din suprafața agricolă.

Fișa de control. O fișă de control este un instrument utilizat pentru compararea grafică a datelor performanțelor procesului cu "limitele de control" trasate ca linii limită pe fișă. O fișă de control este o diagramă pe care sunt trasate limita de control superioară și limita de control inferioară, precum și o linie centrală corespunzând nivelului mediu dorit al caracteristicii de calitate. Pe fișa de control sunt reprezentate valorile unor parametri statistici pentru o serie de eșantioane sau subgrupuri ordonate cronologic sau după numerele eșantioanelor selectate în secvența regulată de producție.

Un prim obiectiv al unei fișe de control este de a evidenția variațiile în proces datorate unor cauze speciale. Termenul: "cauze desemnabile" sau speciale are o semnificație deosebită și este important să se înțeleagă această semnificație pentru a înțelege conceptul fișei de control

Variațiile în proces pot fi generate de două categorii de cauze: a) aleatorii, adică datorate numai întâmplării; b) desemnabile, adică datorate unor factori specifici "speciali". În mod ideal, numai cauzele aleatorii (sau "comune") trebuie să fie prezente într-un proces. Un proces care se desfășoară fără cauze de variație desemnabile, astfel încât în proces nu intervin modificări sistematice, se află "în stare de control statistic", sau pe scurt "sub control". Fișa de control pentru un astfel de proces are toate punctele care reprezintă parametrul statistic între limitele de control statistic.

Diagrama de flux

Diagrama de flux este un instrument util în analiza unui produs sau serviciu, această reprezentare grafică evidențiind transformările produsului sau serviciului respectiv la trecerea prin diversele etape ale procesului de producție. Diagrama de flux facilitează vizualizarea sistemului în totalitatea sa, identificarea posibilelor puncte cu dificultăți și localizarea activităților de control.

Analiza matricială

Analiza matricială este o tehnică simplă, dar foarte eficientă, pentru compararea diferitelor grupe de categorii implicate în problemele de calitate. Astfel de categorii pot fi reprezentate de:

- operatori;
- producători;
- mașini;
- furnizori; etc.

Toate elementele incluse într-o astfel de categorie trebuie să realizeze același tip de activitate. Unii specialiști consider acest tip de matrice ca fiind o diagramă Pareto bidimensională.

Instruirea personalului – element de bază al asigurării calității resurselor umane

Una dintre funcțiile importante ale asigurării calității în întreprinderile furnizoare de produse și/sau servicii este instruirea personalului. Calitatea produselor și/sau a serviciilor este influențată direct de nivelul calitativ al instruirii personalului în domeniul calității. Instruirea personalului este o condiție importantă a asigurării calității.

Standardele din seria ISO 9000 cer ca sarcinile care necesită calificări specifice să fie identificate și pentru aceste sarcini să fie alocat personal calificat corespunzător, pe baza cunoștințelor profesionale, a instruirii și experienței personale. Personalul întreprinderii trebuie să aibă un anumit nivel de cunoștințe privind calitatea și cerințele sistemului calității, astfel încât angajații să posede capacitatea de a sugera modificări care să conducă la îmbunătățirea calității. Întreaga activitate de instruire va fi planificată, programată și înregistrată, iar înregistrările referitoare la instruire trebuie să includă necesitățile de instruire identificate, modalitățile de instruire planificate și cele efectiv realizate. Rezultatele instruirii trebuie analizate periodic, astfel încât deficiențele în instruire să poată fi remediate și să se poată stabili modul de îmbunătățire a programelor și metodelor de instruire utilizate. Multe firme încorporează activitățile de instruire în schemele de apreciere a personalului, dar analizele instruirii trebuie să fie mai frecvente decât o dată pe an, așa cum se face de obicei pentru aprecierea individuală. Monitorizarea continuă a activităților de instruire este esențială pentru evaluarea eficacității acestora.

Activitățile de instruire a personalului au ca obiective principale:

- dobândirea de către angajați a aptitudinilor, cunoștințelor tehnice și referitoare la calitatea lucrărilor, precum și obținerea certificării personalului;
- instruirea asupra tehnicilor statistice;
- dezvoltarea potențialului de resurse umane, pentru a face față necesităților viitoare de forță de muncă ale întreprinderii.

Se recomandă ca toți angajații să beneficieze de o instruire asupra instrumentelor și tehnicilor statistice de bază și a importanței aplicării acestora pentru îmbunătățirea calității. Alte obiecte ale programului de instruire pot fi:

- sistemul calității,
- organizarea lucrului în echipă, etc.

Timpul și banii cheltuiți pentru asigurarea unei instruirii relevante și eficiente a personalului firmei sunt rareori irosite.

Instruirea personalului în domeniul calității cuprinde cunoștințe teoretice și experiență practică:

- cunoștințele teoretice se referă la managementul și asigurarea calității, metode de inspecție, tehnici statistice și instrumente statistice ale calității etc. și pot fi obținute în cadrul studiilor universitare sau prin participarea la seminarii de specialitate;
- experiența practică este esențială pentru exercitarea eficientă a funcției calității, mai ales atunci când, de exemplu, se pune problema implementării unui sistem al calității sau a exercitării unei funcții de auditor al calității;
- pentru o funcție de inspector (controlor) de calitate este preferabil să existe o experiență prealabilă în producție;
- pentru funcția de director al calității este de preferat ca persoana respectivă să fi exercitat anterior funcția de director de uzină sau de șef al unui centru de profit;
- pentru funcția de auditor al calității este de dorit o persoană cu experiență diversificată, în proiectare, producție și management.

Cea mai bună instruire a personalului în domeniul calității se obține în cazul acelor cariere profesionale la care actualizarea cunoștințelor teoretice alternează cu experiența practică. Se recomandă ca departamentul "Resurse umane" să administreze instruirea în domeniul calității în acest spirit și să mențină evidența acestor instruirii succesive.

Forța motrice a stimulării comportamentului uman este necesitatea. Pentru activitatea comportamentului personalului în raport cu calitatea trebuie să se stimuleze această necesitate de a o face. În conformitate cu studiile psihologului american Maslow, necesitățile umane sunt necesități de ordin superior și inferior.

Experții în Calitatea Totală recunosc potențialul acestor necesități în a determina un comportament adecvat pentru calitate sub toate aspectele. Procesul de dezvoltare a personalului la nivelul operatorilor se desfășoară într-o succesiune de faze. Prima fază, numită de autodezvoltare se activează când persoana percepe că există posibilități potențiale de promovare pe un post mai important, la un salariu mai bun.

Elemente ale abordării	Definire elemente
Denumire proces	Recrutarea, instruirea, constientizarea, motivarea, evaluarea și dezvoltarea resursei umane
Indicatori de performanță	Numarul de ore de instruire interna-externa/ angajat. Nr. studiilor de evaluare a satisfactiei personalului. Valoarea neconformitatilor datorate erorilor umane. Nr. studiilor de evaluare a satisfactie personalului. Nivelul de satisfactie al personalului. Numar de angajati nemotivati. Fluctuatia personalului.
Proprietar de proces	Responsabil resurse umane
Intrări	a) obiectivele privind dezvoltare companiei; b) obiective privind dezvoltare individuala angajatilor; c) constatari si rezultate ale auditurilor interne si externe efectuate care au avut loc in intervalul respectiv de timp de la ultima analiza si modul de rezolvare al neconformitatilor impreuna cu actiunile corective/ preventive intreprinse; d) feedback-ul de la clienti si parteneri rezultat in urma studiilor de evaluare efectuate; e) stadiul actiunilor corective si preventive; f) actiunile de monitorizare a analizelor de management efectuate anterior; g) schimbari in mediul interne sau extern al firmei care ar putea sa influenteze sistemul de management al calitatii; h) recomandari si directii potentiale de imbunatatire. i) eficacitatea globala a SMC in realizarea obiectivelor calitatii; j) considerente asupra actualizarii SMC in concordanta cu schimbarile aduse de introducerea unor noi tehnologii, unor noi strategii de piata, de modificarea conditiilor sociale si in general orice modificari care duc la modificarea proceselor, procedurilor de lucru si a documentelor SMC. l) reclamatii si modul de rezolvare al lor; m) rezultatele activitatii de benchmarking; n) alti factori care pot avea un impact asupra companiei, cum sunt cei financiari, sociali sau conditiile de mediu si modificarile legislatiei si ale reglementarilor relevante.
Iesiri	Fise de evaluarea a personalului Programe de instruire Chestionare de evaluare a satisfactiei personalului Fise de post Programe de imbunatatire a activitatii
Proces din amonte	Procese interne de management, asigurare de resurse, adaugare de valoare și procese de sustinere

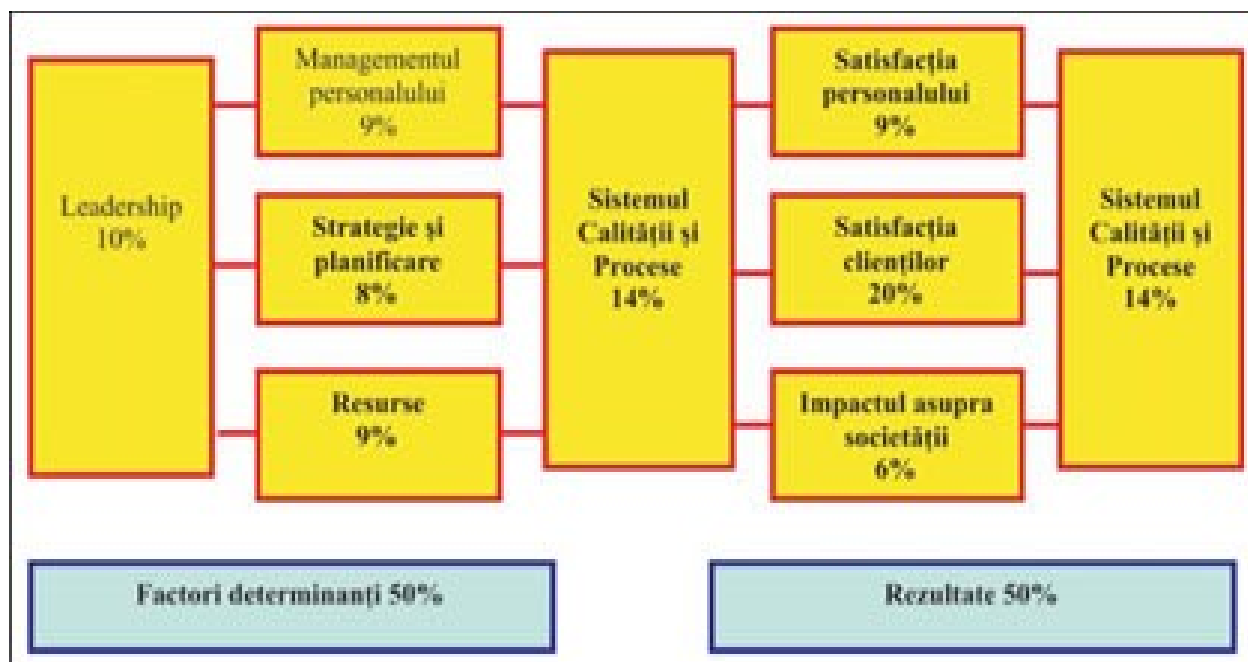
Furnizor de proces	Managementul companiei.
Proces din aval	Strategii si politici de personal Programe de instruire.
Client intern	Directorul General. Sefii de departamente. Personalul firmei.

Asigurarea si managementul calitatii

Contribuția lui Edward Deming în domeniul managementului calitatii, a fost recunoscuta în tara sa de origine - S.U.A abia începând cu anul 1980, an in care s-a tras pentru prima data semnalul de alarma in legătura cu progresele spectaculoase ale industriei japoneze. Lucrarea sa de referință, în acest domeniu, "Programul in 14 puncte", a apărut in 1982. În ultimii ani, conceptele lui Deming au fost preluate si in tarile vesteuropene. Programul este destinat conducerii întreprinderii, pe care Deming o considera responsabila pentru asigurarea cadrului necesar acestei îmbunătățiri, respectând cele "14 puncte".

1. Asigurați îmbunătățirea continua a calitatii produselor si serviciilor, pe baza unui plan, pentru a deveni competitivi si pentru a putea armana in afaceri.
2. Adoptați o noua filozofie, renunțând la "nivelul acceptabil" al calitatii.
3. Renunțați la controlul integral al produselor, introducând metodele de control statistic, pentru a stabili conformitatea cu cerințele specificate.(Este preferabilă prevenirea defectelor identificării lor)
4. Solicitați dovezi din partea furnizorilor, privind evidenta statistica a calitatii. Afacerile se bazează, in prezent, mai mult pe calitate, decât pe preț: eliminați furnizorii care nu fac dovada unei asemenea evidente.
5. Descoperiți problemele. Conducerea este cea care trebuie sa se ocupe de imbunatatirea continua a tuturor proceselor din fiecare etapa a dezvoltării produsului, începând cu proiectarea si pana la asigurarea service-ului in utilizare.
6. utilizați metode moderne de instruire a întregului personal din întreprindere.
7. Asigurați tuturor angajaților instrumentele necesare pentru desfășurarea corespunzătoare a activităților. Responsabilitatea șefilor de echipa trebuie concentrata pe calitate, iar conducerea trebuie sa fie pregătita sa acționeze imediat, pe baza rapoartelor acestora, referitoare la deficiențele constatate.
8. Eliminați frica, încurajați comunicarea, astfel încât fiecare angajat sa-si poată prezenta punctul de vedere in mod deschis.
9. Înlăturați barierele dintre compartimentele întreprinderii. Formați echipe, cuprinzând persoane din compartimente diferite (cercetare, proiectare, producție, desfacere) pentru identificarea problemelor si prevenirea lor in procesele ulterioare.
10. Eliminați afișele, sloganurile specifice muncii forțate. Înainte de a urmări creșterea productivității, asigurați-va ca aceasta nu este în defavoarea calitatii, pe care trebuie sa o îmbunătățiți continuu.
11. Revedeți timpii de muncă normați, astfel încât sa nu devină un obstacol in calea productivității sau a calitatii.
12. Eliminați toate obstacolele care-i împiedica pe oameni sa fie mândri de munca lor.
13. Introduceți un program riguros de instruire a personalului, in concordanta cu evoluția procedeeor, metodelor si tehnicilor utilizate in toate compartimentele întreprinderii.
14. Creați o structura corespunzătoare, la nivelul conducerii de vârf, care sa asigure îndeplinirea celor 13 puncte anterioare.

Modelul de excelență al fundației premiul Român pentru Calitate “J.M.Juran” bazat pe 9 criterii



Joseph Moses Juran, cel care este supranumit astăzi «seniorul calității mondiale», născut în Brăila, iar la vârsta de 8 ani s-a stabilit cu familia în nordul S.U.A., în statul Minnesota, la Minneapolis.

Pentru rezolvarea sistematică a problemelor, Juran considera ca sunt necesare două faze:

1. faza de "diagnostic" (analiza problemei), care conduce de la un simptom la cauza sa
2. faza "terapeutică" (eliminarea cauzelor), în care se stabilește terapia necesară pentru rezolvarea problemelor.

În concepția lui Juran, calitatea înseamnă "corespunzător pentru utilizare" (fitness for use). El se număra printre primii care au susținut faptul că nu trebuie abordată calitatea ca o entitate omogenă, același produs trebuind să satisfacă cerințele diferite ale clienților.

Abordarea calitatii prin prisma procesului de producție trebuie înlocuită cu o abordare cuprinzătoare, la nivelul întreprinderii, asigurându-se conlucrarea în acest sens a tuturor compartimentelor. În opinia lui Juran, o importanță deosebită o prezintă, apoi, inițierea unui program general de instruire, la toate nivelele managementului, în scopul îmbunătățirii continue a calitatii.

Certificarea și acreditarea calitatii

Pentru a corespunde condițiilor de calitate, deci pentru a fi apte de utilizare, orice produs, proces sau serviciu trebuie să fie conforme cu anumite specificații cuprinse într-un referențial de calitate prestabilit.

Conformitatea cu specificațiile tehnice este certificată de o organizație independentă, obiectivă, numită «terță parte». Certificarea este o acțiune oficială prin care se demonstrează că o «entitate» (produs, proces, serviciu, persoană, organizație etc.) este conform unor specificații prestabilite. Această certificare garantează cu o anumită probabilitate că «entitatea» certificată poate face față cerințelor unor comenzi ulterioare care se înscriu în specificații.

Referențialul de calitate poate fi un standard, caiet de sarcini, specificații tehnice, alte documente care stipulează o serie de condiții pe care trebuie să le îndeplinească «entitatea» care se dorește a fi certificată. Rezultatul activității de certificare este o «entitate» certificată

pentru care organismul independent emite un act de recunoaștere a conformității numit certificat de conformitate sau emite o marcă de conformitate (pentru certificare).

În standardele europene din seria EN 45000 referitoare la certificare și acreditare, adoptate ca standarde în România prin traducere, se definește certificatul de conformitate ca fiind documentul emis pe baza regulilor unui sistem de certificare, ce indică existența încrederii adecvate că un produs, proces sau serviciu, corespunzător identificat, este în conformitate cu un anumit standard sau cu un alt document normativ (vezi SR EN 45011:1553).

Recunoașterea oficială a competenței unui organism de certificare (sau a unui laborator pentru un tip de încercare dat) se realizează prin acreditare. Scopul principal al acreditării este de a ține sub control organismele de certificare din punctul de vedere al aptitudinii acestora de a stabili corect caracteristicile unei entități. Certificarea se poate aplica următoarelor categorii de “entități”:

- produse;
- servicii;
- procese;
- persoane;
- întreprindere.

Pentru un produs, procesul de calificare constă în măsurarea diferenței între ce s-a specificat și ce s-a obținut în realitate, pentru a se demonstra (a se verifica) dacă produsul prezintă conformitate. Conformitatea produsului cu specificațiile tehnice rezultă:

- din proiectare: traducerea corectă a necesităților exprimate de clienți în specificații tehnice;
- din procesele de fabricație: capabilitatea permanentă a proceselor de fabricație de a produce în perfectă conformitate cu specificațiile tehnice.

Avantajele certificării produselor sunt:

- asigură promovarea exporturilor și accesul facil pe anumite piețe internaționale;
- se asigură depășirea concurenței și câștigarea de clienți noi;
- se pot crea condiții avantajoase de desfacere;
- se asigură menținerea sau creșterea competitivității ;
- crește nivelul de încredere al beneficiarului în produsele oferite,

Organismele de certificare a produselor, a sistemelor calității, a personalului etc. trebuie să respecte anumite criterii generale pentru a fi recunoscute la nivel național sau european ca fiind competente și fiabile să asigure funcționarea unui sistem de certificare a produselor, sistemelor calității, personalului etc. Astfel de criterii generale sunt stipulate în standardele europene EN 45011, EN 45012 și EN 45013 care au fost preluate integral sub forma standardelor românești seria SR EN 45000, după cum urmează: SR EN 45011:1553 – Criterii generale pentru organismele de certificare ce efectuează certificarea produselor; SR EN 45012:1553 – Criterii generale pentru organismele de certificare ce efectuează certificarea sistemelor calității; SR EN 45013:1553 – Criterii generale pentru organismele de certificare ce efectuează certificarea personalului.

Aceste criterii generale, reglementate de standardele menționate, servesc pentru:

- a) recunoașterea competenței organismelor de certificare de a efectua activități de certificare; această confirmare a competenței se realizează prin acreditarea organismelor;
- b) acorduri între organisme de certificare;
- c) acorduri între organisme naționale responsabile pentru recunoașterea competenței organismelor de certificare;

d) desemnarea organismelor de certificare de către guvernele membre ale CEN (Comitetul European de Standardizare) și CENELEC (Comitetul European de Standardizare în Electrotehnică), pentru scopuri de reglementare.

Organismul de certificare trebuie să mențină un sistem de înregistrare adaptat condițiilor proprii și conform cu toate reglementările existente. Înregistrările trebuie să demonstreze modul în care fiecare procedură de certificare, inclusiv rapoartele de încercare și inspecție, a fost aplicată.

Toate înregistrările trebuie arhivate în siguranță pe o perioadă adecvată și păstrate în condiții de securitate și de confidențialitate pentru client, dacă legea nu prevede altfel.

Organismul de certificare este obligat să dispună de un manual al calității și de proceduri documentate care stabilesc modul prin care se asigură satisfacerea criteriilor din standardele menționate. Informațiile furnizate de aceste documente trebuie să cuprindă cel puțin:

1. declarația referitoare la politica în domeniul calității;
2. scurtă descriere a statutului juridic al organismului de certificare;
3. prezentare a organizării organismului de certificare;
4. numele, calificările, experiența și mandatul conducătorului executiv și ale personalului de certificare, atât din interiorul, cât și din exteriorul organismului;
5. detalii despre măsurile referitoare la instruirea personalului de certificare;
6. organigrama care indică ierarhia, responsabilitățile și repartizarea funcțiilor, începând cu conducătorul executiv;
7. detalii despre procedurile documentate de evaluare a încercărilor produsului, efectuate inițial și cu ocazia auditului;
8. prezentare generală a gamei de facilități de încercare adecvate activităților sale;
9. detalii despre procedurile documentate de supraveghere a titularilor de licență;
10. listă a subcontractanților săi și detalii despre procedurile documentate de evaluare și de urmărire a competenței lor;
11. detalii despre procedurile de recurs.

Certificarea conformității produselor este în general o acțiune voluntară. Produsele certificate primesc un certificat de conformitate eliberat de către un organism terț independent și pot utiliza marca de conformitate aplicată pe produs. Dreptul de a utiliza certificate sau mărci de conformitate este acordat printr-o licență (pentru certificare).

În ceea ce privește încercările pentru certificarea produselor (etapa nr. 2), acestea pot fi:

- încercări de tip;
- încercări de tip și supraveghere în comerț;
- încercări de tip și supraveghere în fabricație;
- încercări de tip urmate de supraveghere în comerț și fabricație;
- încercări de tip și certificare sistem;
- certificare sistem și acceptarea controlului făcut de producător;
- încercări pe loturi;
- încercări 100%.

Certificarea sistemului calității

Certificarea sistemului calității unui furnizor reprezintă confirmarea, de către un organism de certificare, că sistemul calității al furnizorului satisface criteriile pentru sistemele calității din standardele europene, referitoare la sistemul calității, din seria EN 25000 și anume: EN 25001, EN 25002 sau EN 25003. Atunci când se utilizează un alt standard sau un alt document normativ decât cele de mai sus, organismul de certificare are responsabilitatea de a demonstra că acestea au în vedere un sistem al calității de nivel și conținut comparabile.

Organismul de certificare acordă furnizorului dovada satisfacerii criteriilor pentru sistemul calității întreprinderii sub forma unui certificat pentru sistemul calității.

Certificarea conformității sistemelor calității nu este obligatorie, dar poate înlocui parțial sau total certificarea produsului. Într-adevăr, prin certificarea sistemului calității se obține o asigurare că furnizorul este capabil să furnizeze produse conforme cu standardele sau alte documente normative adecvate. Evaluarea independentă a sistemului calității al unui furnizor în raport cu criteriile definite, constituie prin sine însăși o categorie de certificare, dar poate constitui și baza unei asigurări pentru certificarea produselor.

Certificarea sistemului calității implementat în întreprindere se mai numește și certificare de întreprindere, aceasta furnizând încrederea în capacitatea și competența producătorului de a furniza produse conforme.

Certificatul pentru sistemul calității, eliberat de organismul de certificare pentru a fi o dovadă de competență, poate fi prezentat clienților pentru a le obține încrederea în produsele achiziționate și pentru câștigarea de noi clienți.

Totodată, la alegerea organismului de certificare se are în vedere zona geografică unde se intenționează să se realizeze cucerirea și menținerea de noi piețe pentru produsele realizate. De exemplu, pentru câștigarea pieței în Germania se va alege unul dintre următoarele organisme: DQS, TÜV-CERT, Lloyd's Register, Germanischer Lloyd, Det Norske Veritas, Bureau Veritas etc.

- La noi în țară, prin HGR-167/6.04.1992 s-a constituit „Sistemul național de certificare a calității” care cuprinde “ansamblul organismelor de certificare a produselor și serviciilor, organismelor de certificare a sistemelor calității, organismelor de certificare a personalului, organismelor de acreditare a laboratoarelor de încercări, precum și ansamblul laboratoarelor acreditate de încercări”.

Certificarea sistemelor calității presupune parcurgerea mai multor faze.

Pentru exemplificare, certificarea sistemelor calității de către organismul TÜV-CERT (Rheinland - Germania) include următoarele patru faze:

- Pregătirea auditului certificării;
- Examinarea documentației sistemului calității;
- Efectuarea auditului de certificare;
- Acordarea certificării și supravegherea respectării condițiilor certificării.

Organismul de certificare transmite solicitantului un chestionar de autoevaluare pentru completare, în scopul de a se verifica dacă solicitantul îndeplinește condițiile necesare efectuării auditului de certificare. După completare, acest chestionar este analizat de organismul de certificare pentru a stabili oportunitatea efectuării auditului. Rezultatul acestei aprecieri se transmite solicitantului sub forma unui raport.

- Examinarea documentelor sistemului calității (faza a II-a).

Responsabilul de audit examinează documentele sistemului calității puse la dispoziție de solicitant: manualul calității, proceduri, instrucțiuni de lucru etc. Dacă analiza evidențiază documente lipsă sau neclarități se ia legătura cu solicitantul pentru clarificarea aspectelor respective. Dacă sistemul calității, prezentat în documente, nu corespunde condițiilor certificării, se propune solicitantului îmbunătățirea sistemului calității. Atunci când sistemul calității, prezentat în documentele examinate, corespunde referențialului stabilit (modelului ISO 5000 după care se dorește certificarea) se poate efectua auditul de certificare, iar organismul de certificare redactează Raportul privind examinarea documentelor sistemului calității, care este transmis solicitantului.

- Efectuarea auditului de certificare (faza a III-a) începe cu întocmirea unui plan de audit de către responsabilul de audit, plan care este definitivat împreună cu reprezentantul solicitantului.

Ulterior, echipa de audit întocmește Raportul de audit în redactarea finală.

- Acordarea certificatului de conformitate cu ISO 9000 (faza a IVa) se face dacă concluziile raportului scurt sunt favorabile. Se încheie apoi un contract de supraveghere între

organismul de certificare și întreprinderea solicitantă, contract în care sunt precizate condițiile de efectuare a auditurilor de supraveghere și a auditului de reînnoire.

Pentru certificarea sistemelor calității în România, este acreditat, ca organism de certificare extern, TÜV (Germania), care are o reprezentanță în București .

Un certificat de calitate acordat de un organism de prestigiu, independent reprezintă pentru un produs sau o firma echivalentul unui pașaport cu valabilitate internațională. TÜV-Rheinland oferă consumatorilor (individuali sau comercianți) o baza de date care cuprinde informații despre produsele firmelor afiliate. Baza de date poate fi accesată pe INTERNET la adresa www.TUV.com.

Scopul principal al auditului calității este de a evalua acțiunile corective necesare pentru eliminarea deficiențelor și posibilitățile de îmbunătățire a sistemului calității întreprinderii, a produselor/serviciilor pe care le oferă. Standardul ISO 8402 definește auditul calității ca reprezentând o examinare sistematică și independentă efectuată pentru a determina dacă activitățile și rezultatele lor, referitoare la calitate, corespund dispozițiilor prestabilite, dacă aceste dispoziții sunt efectiv implementate și corespunzătoare pentru realizarea obiectivelor. Prin auditul calității se evaluează : sistemul calității întreprinderii în ansamblul său sau elemente (clauze) ale acestuia; procesele întreprinderii; rezultatele proceselor. Evaluarea se face în raport cu un referențial aplicabil (standarde, manual al calității, proceduri etc.) pentru a stabili în ce măsură acestea sunt implementate și menținute . Eficacitatea auditurilor calității depinde mult de competența și experiența auditorilor.

Prin auditor (în domeniul calității) se înțelege o persoană care are calificarea necesară pentru a efectua audituri ale calității.

Auditurile calității se pot clasifica în funcție de :

□ obiectul lor , în :

- auditul calității produsului/serviciului; t
- auditul calității procesului; t
- auditul sistemului calității. t

□ scopul lor, în:

- audituri interne care au ca scop evaluarea acțiunilor corective sau de îmbunătățire necesare în cadrul organizației;
- audituri externe care au ca scop principal obținerea unei dovezi privind capacitatea furnizorului de a asigura obținerea calității cerute.

Etapele de desfășurare a auditului calității produsului sunt:

se studiază produsul în raport cu documentele de referință, în relație cu procesele implicate în realizarea produsului și cu materiile prime care au fost utilizate;

elaborarea Raportului de examinare cu specificarea clară a neconformităților constatate;

analiza neconformităților și a cauzelor acestora; t

stabilirea măsurilor corective sau de îmbunătățire necesare;

supravegherea aplicării măsurilor corective sau de îmbunătățire stabilite;

Etapele de desfășurare a auditului calității procesului sunt:

examinarea tuturor elementelor relevante pentru calitatea procesului auditat:

valabilitatea documentelor referitoare la proces; t

capacitatea echipamentelor privind realizarea calității cerute;

starea echipamentelor de inspecție și corectitudinea utilizării acestora;

analizele referitoare la materiile prime, componente și materialele prelucrate în proces;

rezultatele încercărilor efectuate în cazul pieselor la care se aplică autocontrolul;

elaborarea unor documente intermediare, cuprinzând rezultatele examinării elementelor menționate (liste de verificare, rapoarte de examinare etc.);

elaborarea „raportului de audit”, cu specificarea clară a neconformităților constatate;

analiza neconformităților și a cauzelor acestora; t

stabilirea măsurilor corective sau de îmbunătățire necesare coroborate cu propuneri privind: modificarea echipamentelor utilizate; perfecționarea planificării fabricației; modificarea structurii procesului de fabricație; perfecționarea metodologiei de asigurare a calității materiilor prime, materialelor prelucrate; corectarea desfășurării anumitor faze ale procesului. supravegherea aplicării măsurilor corective sau de îmbunătățire stabilite.

Etapele de desfășurare a auditului sistemului calității sunt:

declanșarea auditului cu stabilirea obiectului auditului, frecvenței acestuia și examinarea preliminară (audit de preevaluare);

pregătirea auditului, care presupune elaborarea unui plan de audit, organizarea echipei de audit și stabilirea documentelor de lucru;

efectuarea auditului cu parcurgerea a trei etape :

reuniunea de deschidere cu scopurile: prezentarea membrilor echipei de audit conducerii organizației auditate; discutarea obiectivelor și domeniului de aplicare al auditului; prezentarea succintă a metodelor și procedurilor utilizate în audit; determinarea sistemului oficial de comunicare; clarificarea detaliilor planului de audit;

examinarea sistemului calității care presupune culegerea de dovezi prin analiza documentelor, chestionarea personalului implicat și observarea directă a desfășurării activităților în domeniul auditat și formularea observațiilor auditorilor cu stabilirea neconformităților care se vor raporta ca neconformități majore; neconformități minore sau observații simple;

reuniunea de încheiere care are loc cu conducerea întreprinderii înainte de elaborarea raportului de audit.

elaborarea și gestionarea documentelor auditului cu fazele de elaborare a documentelor de audit și difuzarea acestora respectiv păstrarea documentelor auditului;

încheierea auditului o dată cu predarea raportului de audit clientului;

urmărirea acțiunilor corective

Strategia îmbunătățirii continue

Dintre funcțiile managementului și asigurării calității, îmbunătățirea calității are un rol dominant în reducerea costurilor. Noțiunea de îmbunătățire a calității are semnificația unui ansamblu de acțiuni întreprinse în întreaga organizație, pentru creșterea eficacității și eficienței activităților și proceselor, în scopul asigurării avantajelor sporite atât pentru organizație cât și pentru clienții acesteia (cf. standard SR ISO 8402:1995). Pentru a crea o ambianță favorabilă îmbunătățirii calității, trebuie să se aibă în vedere:

- a) încurajarea și susținerea unui stil de conducere care să sprijine acțiunea;
- b) promovarea valorilor, atitudinilor și comportamentelor care stimulează îmbunătățirea calității;
- c) stabilirea unor obiective clare de îmbunătățire a calității;
- d) încurajarea comunicării eficiente și lucrul în echipă;
- e) recunoașterea succeselor și realizărilor;
- f) educarea și instruirea pentru îmbunătățirea calității.

Pașii care trebuie parcurși pentru îmbunătățirea calității sunt următorii:

- dovedirea necesității îmbunătățirii prin evidențierea beneficiilor posibile datorită implementării unui program de îmbunătățire;
- identificarea propunerilor de îmbunătățire și selecționarea propunerilor în funcție de avantajele specifice pe care le pot aduce, exprimate atât în economii bănești, cât și în termeni tehnologici;
- organizarea echipelor de lucru pentru fiecare proiect de îmbunătățire ;
- diagnosticarea cauzelor apariției defectelor în proiectare, fabricație ;

- stabilirea remediilor necesare pentru eliminarea cauzelor defectelor și justificarea eficienței aplicării acestor remedii;
- aplicarea opțiunilor de îmbunătățire și controlul noilor proceduri de lucru, cu scopul ca beneficiile obținute în urma îmbunătățirii să continue în viitor.

Identificarea proceselor a căror eficacitate poate fi îmbunătățită se poate realiza prin acțiuni cum sunt:

- controlul proceselor și măsurarea rezultatelor acestora;
- analiza proceselor;
- identificarea neconformităților față de necesități, a defecțiunilor, a funcționării defectuoase a proceselor etc.;
- investigarea cauzelor neconformităților;
- măsurarea satisfacției personalului prin indicatori de satisfacție internă (reducerea pierderilor datorate calității etc.) și a clienților.

Inițierea proiectelor sau activităților de îmbunătățire a calității. Toți membrii organizației ar trebui să fie implicați în inițierea unor proiecte sau activități de îmbunătățire a calității.

Investigarea cauzelor posibile ale neconformităților. Scopul acestei etape este de a crește gradul de înțelegere a naturii procesului care urmează a fi îmbunătățit prin colectarea, validarea și analiza datelor provenite din procese sau/și din reclamațiile clienților. Colectarea datelor ar trebui efectuată întotdeauna în conformitate cu un plan întocmit în prealabil. Este important ca investigarea cauzelor posibile să fie efectuată cu maximă obiectivitate, fără idei preconcepute referitoare la cauzele posibile sau acțiunile corective sau preventive.

Stabilirea relațiilor cauză-efect. Pentru identificarea în profunzime a naturii procesului care urmează să fie îmbunătățit și pentru formularea relațiilor posibile cauză-efect sunt analizate datele colectate. Relațiile care par să aibă un grad înalt de compatibilitate cu datele trebuie verificate și confirmate pe baza unor date noi, colectate conform unui plan întocmit cu atenție. Uneori pot fi necesare experiențe sau încercări în laborator pentru a analiza cauzele dominante ale unor neconformități (de exemplu, o compoziție necorespunzătoare a materialului, defecte interne detectate prin radiografie, ultrasunete etc.).

Inițierea acțiunilor preventive sau corective. După stabilirea relațiilor cauză-efect, ar trebui elaborate și evaluate propuneri alternative de corecții, acțiuni preventive sau corective asupra proceselor, în scopul de a obține rezultate satisfăcătoare și/sau de a reduce frecvența rezultatelor nesatisfăcătoare. Avantajele și dezavantajele fiecărei propuneri ar trebui examinate de membrii organizației care vor fi implicați în implementarea acestor acțiuni.

Confirmarea îmbunătățirii. După implementarea acțiunilor preventive sau corective, trebuie colectate și analizate date corespunzătoare pentru confirmarea realizării unei îmbunătățiri. Datele de confirmare trebuie colectate pe aceeași bază ca și cea a datelor colectate pentru investigarea și stabilirea relațiilor cauză-efect.

Menținerea în timp a îmbunătățirilor. După ce îmbunătățirea calității a fost confirmată, această îmbunătățire trebuie menținută în timp. Acest lucru implică, de regulă, o modificare a specificațiilor și/sau a procedurilor și practicilor operaționale sau administrative, educarea și instruirea necesare ale personalului, precum și asigurarea faptului că aceste modificări devin o parte integrantă a activităților tuturor celor implicați.

Procesul îmbunătățit trebuie apoi controlat la noul nivel de realizare. Continuarea îmbunătățirii. Dacă îmbunătățirea dorită este obținută, trebuie formulate și implementate noi proiecte sau activități de îmbunătățire a calității. Întrucât întotdeauna sunt posibile îmbunătățiri suplimentare ale calității, un proiect sau o activitate de îmbunătățire a calității poate fi repetată pe baza noilor opțiuni.

Metodologia de îmbunătățire a calității prezentată mai sus pune accent pe fazele “verificare-acțiune” ale ciclului PDCA.

Calitatea este premiată

Îmbunătățirea continuă a calității conduce la importante avantaje pentru agenții economici: competitivitate mărită, costuri reduse și satisfacție mai mare a tuturor clienților, alături de satisfacția personalului și satisfacerea cerințelor societății.

Pentru a recompensa activitatea agenților economici care demonstrează excelența în managementul calității și pentru a stimula dezvoltarea activităților de îmbunătățire a calității produselor s-au instituit “premiile pentru calitate”. În principal, un premiu răsplătește activitatea unei întreprinderi în domeniul asigurării calității, reprezentând și o recunoaștere a unor realizări deosebite în construirea sistemului calității.

Premiul Deming , înființat în anul 1951 de către Uniunea Oamenilor de Știință și Inginerilor Japonezi (JUSE) . Scopul inițial al premiului era de a recompensa întreprinderile care aplicau cu succes controlul calității prin utilizarea metodelor statistice. În prezent, acordarea acestui premiu înseamnă recunoașterea succeselor în implementarea controlului calității în întreaga companie (company-wide quality control – CWQC).

Premiul Național Malcolm Baldrige a fost instituit în 1987 în SUA și se acordă companiilor cu rezultate deosebite în promovarea, implementarea și îmbunătățirea calității în trei domenii: producție, servicii și mici afaceri. Este considerat astăzi modelul cel mai adecvat pentru definirea calității totale.

Criteriile în baza cărora se acordă premiul și punctajele aferente acestor criterii sunt următoarele:

- mod de conducere (“leadership”) t
- planificare strategică t
- orientarea spre clienți și piețe t
- informație și analiză t
- dezvoltarea și managementul resurselor umane t
- managementul proceselor t
- rezultatele afacerii t

Premiul European al Calității (EQA) a fost lansat în 1991 de către Fundația Europeană pentru Managementul Calității (EFQM) și urmărește promovarea industriei și comerțului european prin întărirea rolului strategic pe care îl joacă îmbunătățirea calității. Premiul EQA este conceput ca un instrument de îmbunătățire a competitivității firmei prin implementarea managementului calității totale (TQM).

Principalele obiective ale acestui premiu sunt următoarele: orientarea angajaților asupra activităților implicate de managementul calității totale și efectelor acestuia; stimularea companiilor și angajaților pentru îmbunătățirea continuă a calității; demonstrarea rezultatelor benefice ce pot fi obținute de companie prin implementarea TQM.

Companiile înscrise pentru obținerea premiului sunt analizate și evaluate prin chestionare și inspecții. Rezultatul analizei se concretizează în puncte acordate pentru 9 criterii cuprinse în așa numitul model european al managementului calității totale. Modelul european al TQM este utilizat pentru selectarea competitorilor, dar și ca ghid cu ajutorul căruia companiile care doresc își autoevaluează nivelul de aplicare a principiilor TQM.

Criteriile și punctajele aferente sunt prezentate în tabelul următor:

Nr. crt.	Criteriul	Punctaj
1	Mod de conducere (leadership)	100
2	Politică și strategie	80
3	Resurse	90
4	Procese	140
5	Satisfacția clienților	200
6	Satisfacția personalului	90
7	Impactul asupra societății	60
8	Rezultate în afaceri	150

Analiza costurilor referitoare la calitate are ca obiectiv principal coordonarea și ținerea sub control a aspectelor economice ale activității de asigurare a calității. Fiecare proces de coordonare și ținere sub control cuprinde patru mari etape; identificarea problemei (stabilirea abaterii față de obiectivul prevăzut); analiza problemei (stabilirea cauzelor abaterii constatate); identificarea soluțiilor (stabilirea măsurilor necesare pentru evitarea repetării abaterii); aplicarea soluțiilor (asigurarea implementării măsurilor preconizate).

Costul calității reprezintă suma cheltuielilor efectuate pentru prevenirea defectelor, pentru detectarea defectelor și a costurilor datorate producerii defectelor. Aceste costuri variază cu nivelul calității.

Calitatea totală pune accentul pe prevenirea defectelor încă din faza de proiectare precum și pe participarea întregului personal în procesul de îmbunătățire continuă a calității. În acest fel crește nivelul calității, scade numărul defectărilor.

Obiectivul esențial al fiecărei unități este acela de a asigura calitatea superioară produselor realizate, de a asigura funcția de calitate. Aceasta reprezintă ansamblul tuturor activităților prin care se asigură o cât mai bună capacitate de a răspunde utilizării căreia îi este destinat produsul, fără să conteze unde se desfășoară acestea.

Pentru realizarea obiectivelor în domeniul calității, trebuie să se creeze structura organizatorică care să stabilească liniile directe ale autorității și responsabilităților.

Organizarea activităților referitoare la calitate este influențată de mărimea unității, natura produselor, posibilitățile de comunicare etc.

Calitatea personalului într-o unitate determină în cea mai mare măsură succesul programului de calitate introdus. În vederea asigurării succesului implementării planului de calitate, în prima etapă trebuie să se realizeze selectarea personalului și să se realizeze selectarea personalului pentru toate verigile planului, având cunoștințe care să le permită participarea activă la realizarea planului.

Periodic trebuie să se facă instruirea întregului personal, începând cu managerii de vârf cu instruirea asupra misiunii unității și strategiei acesteia și continuând cu toți salariații cu instruirea asupra metodelor statistice de control și importanța aplicării și respectării acestora. Ori de câte ori se modifică structura planului prin introducerea în fabricație a unor produse noi, este necesară reinstruirea personalului.

Calitatea totală reprezintă o strategie globală destinată obținerii calității produselor la un cost minim. Managementul calității totale reprezintă un sistem de activități destinate satisfacerii clienților cu beneficii ridicate și la costuri scăzute. În standardul SR ISO 8402:1995 managementul calității totale este definit ca: “un mod de management al unei organizații, concentrat asupra calității și bazat pe participarea tuturor membrilor acesteia, prin care se urmărește asigurarea succesului pe termen lung prin satisfacerea clienților, precum și obținerea de avantaje pentru toți membrii organizației și pentru societate.

Toate compartimentele unității implicate în activități care pot influența calitatea produsului îndeplinesc sarcini bazate pe practici sau tradiție. Maniera în care trebuie să se desfășoare fiecare tip de activitate trebuie să fie prezentată într-o procedură sau regulament al compartimentului care să descrie modul în care sunt puse în practică obiectivele politicii de calitate. Procedurile sunt scrise și se numesc și proceduri documentate care conțin:

- scopurile și domeniile de aplicare ale unei activități;
- ce trebuie să se facă și cine răspunde;
- când, unde și cum să se efectueze activitatea;
- ce materiale, echipamente, documente se vor folosi;
- cum se controlează și se înregistrează activitatea.

Prin ISO 9001:1994 se stabilesc tipurile de proceduri pe care să le elaboreze producătorul și anume:

- analiza contractului furnizor-client și coordonarea activităților;
- controlul și verificarea concepției produsului; t
- ținerea sub control a documentelor și datelor referitoare la calitate;
- asigurarea că marfa cumpărată este conformă cu specificațiile;
- verificarea, depozitarea și consemnarea produselor aprovizionate;
- controlul proceselor de producție; t
- activitate de inspecție și încercări; t
- controlul, calibrarea și mentenanța echipamentelor de inspecție;
- ținerea sub control a produselor ne-conforme; t
- introducerea unor acțiuni pentru corectarea produselor neconforme;
- manipularea, depozitarea, conservarea și expedierea produselor;
- identificarea, indexarea, arhivarea și acces la înregistrarea calității;
- planificarea și implementarea auditului intern; t
- identificarea necesităților de formare a personalului;
- realizarea asistenței după vânzare; t
- implementarea tehnicilor statistice. t

Modulul II – Aplicarea normelor de sănătate și securitate în muncă

2.1. Identificarea riscurilor în muncă

Ocupația de lucrător în comerț presupune desfășurarea, la locul de muncă, atât a unor activități principale, de bază, specifice domeniului de activitate precum vânzarea produselor aflate în gestiune, actualizarea stocurilor, întocmirea și raportarea situației vânzărilor etc., cât și a unor activități adiacente, precum activități de curățenie și întreținere la locul de muncă, aplicarea normelor de sănătate și securitate în muncă, igienă, sanitar-veterinare și de protecția mediului etc.

Derularea activității zilnice la locul de muncă implică contactul permanent cu clienții, furnizorii de produse și servicii, alte persoane. Astfel, fiecărui lucrător îi revine obligația de a avea grijă, în măsura posibilului, de sănătatea și securitatea sa și a altor persoane care pot fi afectate de actele sau omisiunile sale la locul de muncă, în conformitate cu formarea și instrucțiunile date de angajatorul său.

În România, guvernul, autoritățile de reglementare în domeniu, agențiile acestora, depun eforturi pentru îmbunătățirea sănătății și securității profesionale a angajaților. Normele și standardele de sănătate și securitate în muncă reprezintă astfel un sistem unitar de măsuri și reguli aplicabile tuturor participanților la procesele de muncă. Cu toate acestea, în practică se constată destul de des încălcări ale legislației în domeniu, atât prin prisma atitudinii angajatorilor de nerespectare, neaplicare a legii cât și a lipsei de interes a angajaților pentru siguranță lor.

Principalele acte normative care reglementează domeniul sănătății și securității în muncă sunt *Legea nr. 53/2003 - Codul Muncii*, republicată, *Legea nr. 319/2006 - Legea Securității și Sănătății în Muncă*, cu modificările și completările ulterioare, care se completează cu dispozițiile legii speciale, ale contractelor de muncă aplicabile, *HG nr.1425 din 2006 pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii securitatii si sanatatii in munca nr. 319/2006*, precum și alte norme, instrucțiuni de protecția muncii.

Conform acestora, angajatorul are obligația să asigure securitatea și sănătatea salariaților în toate aspectele ce țin de desfășurarea proceselor de muncă.

De aceea, preocupările moderne în domeniul legislației sănătății și securității în muncă pun accent atât pe procesele de prevenție și protecție, în scopul asigurării celor mai bune condiții de muncă, evitării accidentelor de muncă, a bolilor profesionale a angajaților cât și pe adaptarea proceselor de protecție în muncă la noile cerințe ale științei și tehnologiei.

Conform datelor, la nivelul Uniunii Europene în fiecare an circa 4,9 milioane de accidente determină absențe de la lucru de peste trei zile. Costul accidentelor de muncă și al bolilor profesionale variază în cele mai multe țări de la 2,6% la 3,8% din Produsul Național Brut. Acestea afectează atât fiecare firmă în parte cât și economiile naționale. Economiile naționale și firmele cu standarde mai bune de securitate și sănătate în muncă (SSN) tind să aibă mai mult succes. O buna sănătate și securitate antrenează o profitabilitate mai bună.¹

Consecința acestor preocupări în domeniu o reprezintă directivele europene în domeniul securității și sănătății în muncă (SSN). Toate acestea stipulează că obligativitatea asigurării sănătății și securității în muncă revine conducătorului organizației respective și totodată că obligațiile pe care le au lucrătorii în acest domeniu, nu trebuie să afecteze principiul responsabilității angajatorului.

Totalitatea ansamblului de norme de bază în acest domeniu au scopul de a proteja sănătatea și securitatea lucrătorilor.

În acest sens, directivele Uniunii Europene, stabilesc obligații pentru angajatori și pentru lucrători, îndeosebi pentru a limita numărul accidentelor de muncă și al bolilor profesionale. De asemenea, directivele europene au rolul de a facilita îmbunătățirea formării, informării și consultării lucrătorilor.

Conceptul de securitate și sănătate în muncă desemnează un ansamblu de activități la nivel instituțional ce au drept scop asigurarea celor mai bune condiții în vederea desfășurării proceselor de muncă, apărarea vieții, a integrității corporale, a sănătății atât a lucrătorilor cât și a altor persoane implicate în procesele de muncă.

Astfel, în România, conform *Legii nr.319/2006 a securității și sănătății în muncă* și a *Normelor metodologice de aplicare a prevederilor Legii securității și sănătății în muncă nr.319* din 2006 următorii termeni și expresii specifice, utilizate în acest domeniu, au următorul înțeles:

- lucrător - persoana angajată de către un angajator, potrivit legii, inclusiv studentii, elevii în perioada efectuării stagiului de practică, precum și ucenicii și alți participanți la procesul de muncă, cu excepția persoanelor care prestează activități casnice
- angajator - persoana fizică sau juridică ce se afla în raporturi de muncă ori de serviciu cu lucrătorul respectiv și care are responsabilitatea întreprinderii și/sau unității
- alți participanți la procesul de muncă - persoane aflate în întreprindere și/sau unitate, cu permisiunea angajatorului, în perioada de verificare prealabilă a aptitudinilor profesionale în vederea angajării, persoane care prestează activități în folosul comunității sau activități în regim de voluntariat, precum și someri pe durata participării la o formă de pregătire profesională și persoane care nu au contract individual de muncă încheiat în formă scrisă și pentru care se poate face dovada prevederilor contractuale și a prestațiilor efectuate prin orice alt mijloc de probă
- reprezentant al lucrătorilor cu răspunderi specifice în domeniul securității și sănătății lucrătorilor - persoana aleasă, selectată sau desemnată de lucrători, în conformitate cu prevederile legale, să îi reprezinte pe aceștia în ceea ce privește problemele referitoare la protecția securității și sănătății lucrătorilor în muncă

¹ www.osha.europa.eu

- prevenire - ansamblul de dispoziții sau măsuri luate ori prevăzute în toate etapele procesului de muncă, în scopul evitării sau diminuării riscurilor profesionale
- eveniment - accidentul care a antrenat decesul sau vătămări ale organismului, produs în timpul procesului de muncă ori în îndeplinirea îndatoririlor de serviciu, situația de persoană dată dispărută sau accidentul de traseu ori de circulație, în condițiile în care au fost implicate persoane angajate, incidentul periculos, precum și cazul susceptibil de boală profesională sau legată de profesiune
- accident de muncă - vătămarea violentă a organismului, precum și intoxicația acută profesională, care au loc în timpul procesului de muncă sau în îndeplinirea îndatoririlor de serviciu și care provoacă incapacitate temporară de muncă de cel puțin 3 zile calendaristice, invaliditate ori deces
- boala profesională - afecțiunea care se produce ca urmare a exercitării unei meserii sau profesii, cauzată de agenți nocivi fizici, chimici ori biologici caracteristici locului de muncă, precum și de suprasolicitarea diferitelor organe sau sisteme ale organismului, în procesul de muncă
- echipament de muncă - orice masină, aparat, unealtă sau instalație folosită în muncă
- echipament individual de protecție - orice echipament destinat a fi purtat sau mânuit de un lucrător pentru a-l proteja împotriva unuia ori mai multor riscuri care ar putea să îi pună în pericol securitatea și sănătatea la locul de muncă, precum și orice supliment sau accesoriu proiectat pentru a îndeplini acest obiectiv
- loc de muncă - locul destinat să cuprindă posturi de lucru, situat în clădirile întreprinderii și/sau unității, inclusiv orice alt loc din aria întreprinderii și/sau unității la care lucrătorul are acces în cadrul desfășurării activității
- pericol grav și iminent de accidentare - situația concretă, reală și actuală căreia îi lipsește doar prilejul declanșator pentru a produce un accident în orice moment
- stagiu de practică - instruirea cu caracter aplicativ, specifică meseriei sau specialității în care se pregătesc elevii, studenții, ucenicii, precum și somerii în perioada de reconversie profesională
- securitate și sănătate în muncă - ansamblul de activități instituționalizate având ca scop asigurarea celor mai bune condiții în desfășurarea procesului de muncă, apărarea vieții, integrității fizice și psihice, sănătății lucrătorilor și a altor persoane participante la procesul de muncă
- incident periculos - evenimentul identificabil, cum ar fi explozia, incendiul, avaria, accidentul tehnic, emisiile majore de noxe, rezultat din disfuncționalitatea unei activități sau a unui echipament de muncă sau/și din comportamentul neadecvat al factorului uman care nu a afectat lucrătorii, dar ar fi fost posibil să aibă asemenea urmări și/sau a cauzat ori ar fi fost posibil să producă pagube materiale
- servicii externe - persoane juridice sau fizice din afară întreprinderii/unității, abilitate să presteze servicii de protecție și prevenire în domeniul securității și sănătății în muncă, conform legii
- accident ușor - eveniment care are drept consecință leziuni superficiale care necesită numai acordarea primelor îngrijiri medicale și a antrenat incapacitate de muncă cu o durată mai mică de 3 zile
- boala legată de profesiune - boala cu determinare multifactorială, la care unii factori determinanți sunt de natură profesională

Activitatea de identificare și evaluare a riscurilor privind securitatea și sănătatea în muncă trebuie realizată pentru toate categoriile de posturi ce se regăsesc în structura organizatorică a unei societăți comerciale.

Conform Dicționarului Explicativ al Limbii Române, riscul se definește ca fiind o “posibilitate de a ajunge la o primejdie, de a avea de înfruntat un necaz sau de a suporta o

pagubă”. La rândul ei, *Agenția Europeană pentru Securitate și Sănătate în Muncă (AESSM)* definește riscul drept ”probabilitatea, mică sau mare, ca o persoană să fie vătămată ca urmare a unui pericol” și pericolul drept “orice sursă potențială de vătămare - materiale, echipamente, metode sau practici de muncă”

Scopul identificării și evaluării nivelului de risc în muncă este acela de a oferi posibilitatea, din punct de vedere al securității muncii, cunoașterii situației reale pentru fiecare loc de muncă în parte în vederea adoptării măsurilor de prevenire cele mai potrivite situației date.

Identificarea și evaluarea riscurilor profesionale trebuie să acopere fiecare activitate și fiecare post de lucru dintr-o întreprindere, luând în considerare fiecare componentă a sistemului de muncă, respectiv lucrător, sarcină de muncă, echipamente de muncă și mediu de muncă. Identificarea și evaluarea riscurilor servește la îmbunătățirea continuă a condițiilor de muncă și, în acest scop, necesită o documentare adecvată și susținută.

De aceea, în identificarea și evaluarea riscurilor profesionale se recomandă implicarea lucrătorilor și, dacă este cazul, a reprezentanților acestora cu răspunderi specifice în domeniul securității și sănătății în muncă. Lucrătorii cunosc cel mai bine situațiile periculoase de la posturile de lucru astfel încât reprezentanții lucrătorilor cu răspunderi în domeniul securității și sănătății în muncă sunt formați și informați cu privire la pericolele specifice activităților din societate.

Rolul principal al identificării și evaluării riscurilor profesionale este de a proteja sănătatea și securitatea angajaților. Identificarea și evaluarea riscurilor ajută la scăderea posibilității de vătămare a lucrătorilor și de afectare a mediului înconjurător ca urmare a activităților legate de muncă prestată. Aceasta ajută, de asemenea, la menținerea competitivității și productivității societății comerciale. Conform prevederilor legale, în vigoare, din domeniul securității și sănătății în muncă, toți angajatorii trebuie să evalueze aceste riscuri.

Procesul de identificare și evaluare a riscurilor la locul de muncă se supune cerințelor formulate prin Legea nr. 319/2006, Legea securității și sănătății în muncă.

Astfel, evaluarea riscurilor este un proces care constă în evaluarea riscurilor pentru securitatea și sănătatea lucrătorilor, generate de pericolele existente la locul de muncă. Este o examinare sistematică a tuturor aspectelor muncii, pentru a se stabili:

- cauzele unor posibile vătămări sau răni;
- posibilitățile de eliminare a pericolelor și, dacă nu este posibil;
- măsurile de prevenire sau protecție care sunt sau trebuie implementate pentru a ține sub control riscurile.²

În prezent, noțiunea de risc putem spune că este sinonimă cu cea de activitate.

În practică există o varietate de metodologii ce vizează atingerea aceluiași obiectiv și anume identificarea și evaluarea riscurilor în muncă în funcție de specificul locului de muncă.

La nivelul Uniunii Europene sunt trasate o serie de linii directoare privind evaluarea riscurilor la locul de muncă. Aceste linii ce propun o abordare bazată pe definirea unui număr de etape diferite ce trebuie parcurse.

Procedura europeană de evaluare a riscurilor (care cuprinde elemente de gestionare a riscurilor) cuprinde următoarele etape³.

1. Stabilirea unui program de evaluare a riscurilor la locul de muncă
2. Structurarea evaluării (deciderea asupra abordării: geografice / funcționale / procesuale / de flux)
3. Colectarea informațiilor
4. Identificarea pericolelor

² www.osha.europa.eu

³ <https://osha.europa.eu/en/topics/riskassessment/guidance.pdf>

5. Identificarea persoanelor expuse
6. Identificarea tipurilor de expunere în rândul celor expuși
7. Evaluarea riscurilor (probabilitatea vătămării/gradul de vătămare în circumstanțele existente)
8. Cercetarea opțiunilor pentru eliminarea sau controlarea riscurilor
9. Stabilirea priorităților activităților și decidera asupra măsurilor de control
10. Punerea în aplicare a măsurilor de control
11. Înregistrarea evaluării
12. Măsurarea eficienței activității
13. Revizuirea (dacă se introduc schimbări sau dacă revizuirea se face periodic)
14. Monitorizarea programului de evaluare a riscurilor

Numărul etapelor, mai sus amintite poate fi mult redus în cazul întreprinderilor mici și mijlocii, ținând cont de specificul activităților acestora. O astfel de abordare poate cuprinde cinci etape:

1. Identificarea pericolelor și a persoanelor expuse riscurilor în muncă
2. Evaluarea riscurilor și clasificarea acestora în ordine prioritară
3. Deciderea acțiunilor preventive
4. Adoptarea de măsuri concrete privind eliminarea riscurilor în muncă
5. Monitorizarea și revizuirea măsurilor de protecție și prevenire a riscurilor

Activitatea de identificare și evaluarea riscurilor privind securitatea și sănătatea în muncă presupune determinarea tuturor factorilor de risc din locul de muncă, precum:

- felul locului de muncă (de exemplu, un loc de muncă fix sau unul care implică deplasarea)
- tipul procesului de muncă desfășurat (de exemplu, operațiuni repetate, procese de dezvoltare/schimbare, munca la cerere)
- sarcina realizată de către lucrător (de exemplu, sarcini repetate, ocazionale sau cu un grad ridicat de risc)
- complexitatea tehnică.

Etapa 1 Identificarea pericolelor și a persoanelor expuse riscurilor în muncă

Aplicarea acestei etape presupune, printre altele:

- Identificarea pericolelor în toate aspectele muncii. Pentru aceasta, angajatorii ar trebui să realizeze:
 - verificarea tuturor posturilor de lucru și descoperirea surselor posibile de vătămare;
 - consultarea cu lucrătorii și/sau reprezentanții acestora pentru a cunoaște problemele cu care s-au confruntat;
 - examinarea sistematică a tuturor aspectelor muncii, adică: descoperirea a ceea ce s-a întâmplat cu adevărat la locul de muncă sau în cursul activității (practica efectivă poate fi diferită de manualul de lucru); îndreptarea atenției spre operațiuni care nu sunt de rutină și intermitente; luarea în considerare a evenimentelor neplanificate, însă previzibile, cum ar fi întreruperile în desfășurarea activității
 - luarea în considerare a pericolelor pentru sănătate pe termen lung, cum sunt nivelurile ridicate de zgomot sau expunerea la substanțe periculoase, precum și riscurile mai complexe sau mai puțin evidente, cum sunt riscurile psihosociale sau cele legate de organizarea muncii;
 - analizarea documentelor întreprinderii referitoare la accidente și boli;
 - căutarea de informații în alte surse, cum ar fi: manualele cu instrucțiuni sau fișele tehnice ale producătorilor și furnizorilor; site-urile referitoare la securitate și

sănătate în muncă; organismele naționale, asociațiile profesionale sau sindicatele; reglementările și normele tehnice.

- Identificarea tuturor persoanelor care pot fi expuse riscurilor

Pentru fiecare pericol, este important să se identifice persoanele care pot fi afectate.

Acest lucru presupune luarea în considerare atât a lucrătorii care vin în contact cu pericolele în mod direct dar și indirect (alți lucrători din apropiere, implicați în alte activități și care sunt expuși întâmplător și indirect riscului). Aceasta nu înseamnă neapărat întocmirea unei liste nominale a persoanelor expuse, ci identificarea grupurilor de persoane care pot fi afectate, cum ar fi ”persoanele care lucrează în magazie” sau ”trecătorii”. Totodată, pot fi expuși la risc și alte categorii de persoane, cum ar fi: personalul responsabil cu curățenia, diverși furnizori, contractanții etc. De asemenea, o atenție deosebită trebuie acordată și următoarelor probleme:

- grupurilor de lucrători care ar putea fi expuși unui risc crescut sau care au nevoi speciale: personal cu dizabilități, lucrători mai tineri sau mai vârstnici, femei însărcinate, tinere mame, personal neinstruit sau fără experiență, lucrători angajați temporar etc
- apartenența la gen adică diferențierea dintre bărbați și femei rezultată prin faptul că femeile și bărbații sunt diferiți din punct de vedere fizic, femeile și bărbații lucrează preponderent în anumite locuri de muncă și, prin urmare, se confruntă cu pericole specifice acelor locuri de muncă.

Etapa 2 Evaluarea riscurilor și clasificarea acestora în ordine prioritară

Această etapă presupune luarea în considerare a următoarelor informații privind:

- probabilitatea ca un pericol să cauzeze vătămări (spre exemplu, dacă este improbabil, posibil dar nu foarte probabil, probabil, sau, inevitabil, în timp)
- gravitatea posibilă a vătămărilor respective (spre exemplu, care determină daune minore, un incident soldat fără accidente, o vătămare minoră (vânătaie, zgârietură), o vătămare gravă (fractură, amputare, boală cronică), un accident mortal sau un accident mortal multiplu)
- frecvența de expunere a lucrătorilor și numărul celor expuși.

Etapa 3 Deciderea acțiunilor preventive

Această etapă constă în aplicarea măsurilor de prevenire și protecție a muncii. Printre aspectele care trebuie să se ia în considerare în această etapă, se numără:

- posibilitatea evitării sau prevenirii riscurilor. Aceasta se poate face, spre exemplu, prin: stabilirea necesității sarcinii sau a muncii, eliminarea pericolului etc
- modul în care se pot reduce riscurile la un nivel la care sănătatea și securitatea celor expuși nu este compromisă, în cazul în care riscurile nu pot fi evitate sau prevenite. În această situație, angajatorii trebuie să o serie de principii generale de prevenire: combaterea riscurilor la sursă, adaptarea la progresul tehnologic, înlocuirea elementelor periculoase cu elemente nepericuloase sau mai puțin periculoase, dezvoltarea unei politici coerente generale de prevenire, care să acopere tehnologia, organizarea muncii, condițiile de lucru, relațiile sociale și influența factorilor legați de mediul de lucru, acordarea de prioritate măsurilor de protecție colectivă față de măsurile de protecție individuală, acordarea de instrucțiuni corecte lucrătorilor etc.

Etapa 4 Adoptarea de măsuri concrete privind eliminarea riscurilor în muncă

Etapa constă în identificarea și mai ales implementarea corectă și eficientă a măsurilor ce vizează eliminarea riscurilor în muncă. Pentru aceasta, angajatorul trebuie să elaboreze un plan de acțiune ce va cuprinde definirea măsurilor care trebuie aplicate, mijloacele alocate

acestora (timp, resurse etc), persoanele responsabile și termenele de realizare, data de finalizare a acțiunilor și nu în ultimul rând data revizuirii măsurilor de control.

În cadrul acestei etape se recomandă implicarea activă a lucrătorilor societății astfel încât aceștia să fie informați cu privire la măsurile implementate, la modul în care acestea vor fi implementate, la persoana responsabilă cu implementarea acestora precum și la modul în care urmează să fie instruiți sau să li se acorde instrucțiuni cu privire la măsurile sau procesurile care vor fi implementate.

Etapa 5 Monitorizarea și revizuirea măsurilor de protecție și prevenire a riscurilor

Această etapă are rolul de a asigura eficacitatea permanentă a măsurilor de protecție și prevenire a riscurilor precum și ținerea sub control a acestora. Conducerea societății are obligația ca, prin intermediul informațiilor obținute din monitorizarea măsurilor de protecție și prevenire a riscurilor, să realizeze o revizuire permanentă a acestora. Această activitate de revizuire trebuie să fie realizată, nu numai periodic, ci și în următoarele situații:

- apariția unor schimbări în activitatea desfășurată
- încetarea valabilității evaluării anterioare datorită faptului că datele sau informațiile pe care aceasta se bazează nu mai sunt valabile
- insuficiența sau caracterul necorespunzător al măsurilor de prevenire și protecție luate anterior și care sunt aplicate în prezent ca urmare a faptului că există informații noi disponibile cu privire la măsurile specifice de ținere sub control a riscurilor
- ca urmare a constatărilor unui accident sau ale unui “accident evitat în ultima clipă” (un accident evitat în ultima clipă este un eveniment neplanificat care nu s-a soldat - dar ar fi putut să se soldeze - cu accidente, boli sau distrugerii)
- schimbările care pot modifica percepția asupra riscurilor la locul de muncă ca urmare a apariției de noi procese de muncă, echipamente sau materiale noi, schimbări în organizarea muncii, a structurii organizatorice etc

Evaluarea riscurilor dintr-o întreprindere trebuie să fie destul de cuprinzătoare pentru a oferi soluții alternative pentru combaterea riscurilor profesionale (de preferat la sursă) și să stabilească ierarhizarea și prioritatea măsurilor de prevenire. De aceea, identificarea riscurilor de muncă trebuie să se facă în funcție de specificul locului de muncă.

În acest sens este necesară identificarea unor elemente, printre care se pot enumera:

- descriere sumară a postului de lucru sau a zonei de lucru
- liste utilizate pentru verificarea sau supravegherea postului de lucru
- listă de măsuri pentru monitorizarea ulterioară a evaluării de risc
- numărul și tipul lucrătorilor (sex, vârstă, grupuri sensibile la riscuri specifice)
- verificări medicale necesare
- lista echipamentului individual de protecție (EIP) necesar pentru un post sau zonă de lucru
- documentație cu privire la EIP (manuale de utilizare, inspecții periodice etc.)
- inventarul substanțelor chimice și fișele tehnice de securitate relevante
- rapoarte cu privire la supravegherea tehnică a echipamentului de muncă
- cărțile tehnice sau instrucțiunile de utilizare a echipamentelor, utilajelor și instalațiilor
- rapoartele inspecțiilor inițiale și periodice pentru echipamente, utilaje și instalații
- prevenirea incendiilor și alte planuri în caz de urgență (de ex. în caz de cutremur, inundații)
- instruire specializată necesară
- semnalizarea de securitate și sănătate și restricții de acces
- rapoarte ale sesiunilor de instruire (conținut, program, lista participanților etc.)
- planul de situație

- regulament intern și instrucțiuni de lucru

Definirea locurilor de muncă, a zonelor de evacuare poate avea drept punct de plecare identificarea numărului de posturi identice/similare adică a celor care prezintă o tehnologie, organizare similară. Pentru acestea, criteriul principal în vederea evaluării riscului în muncă este tipul de pericol existent.

Pentru a organiza o evaluare de risc adecvată trebuie alese persoane competente. O largă participare asigură acceptarea măsurilor ce vor fi eventual luate, și în același timp, conștientizează asupra posibilității apariției altor riscuri decât cele identificate. În acest scop, se formează o echipă compusă din angajator sau reprezentantul său autorizat, lucrătorii desemnați pentru activitățile de protecție și prevenire a riscurilor profesionale, conducătorii locurilor de muncă – în special cei responsabili de producție, reprezentanții lucrătorilor și - în funcție de natura pericolelor și gravitatea presupusă a riscurilor - medicul de medicina muncii și experți. Mai ales în faza de identificare a pericolelor, nu numai că se recomandă, dar este obligatorie implicarea lucrătorilor. În majoritatea cazurilor ei cunosc cel mai bine pericolele asociate fiecărui loc de muncă. Experiența lor trebuie folosită pentru ca evaluarea de risc să se bazeze pe condițiile existente.

Ținând seama de natura activităților desfășurate în cadrul societății comerciale, întreprindere și/sau unitate, Legea nr. 319/2006, cu modificările și completările ulterioare, prevede pentru angajatori următoarele obligații privind punerea în aplicare a măsurilor necesare pentru protejarea securității și sănătății salariaților⁴:

- a) să evalueze riscurile pentru securitatea și sănătatea lucrătorilor, inclusiv la alegerea echipamentelor de muncă, a substanțelor sau preparatelor chimice utilizate și la amenajarea locurilor de muncă;
- b) ca, ulterior evaluării prevăzute la lit. a) și dacă este necesar, măsurile de prevenire, precum și metodele de lucru și de producție aplicate de către angajator să asigure îmbunătățirea nivelului securității și al protecției sănătății lucrătorilor și să fie integrate în ansamblul activităților întreprinderii și/sau unității respective și la toate nivelurile ierarhice;
- c) să ia în considerare capacitățile lucrătorului în ceea ce privește securitatea și sănătatea în muncă, atunci când îi încredințează sarcini;
- d) să asigure ca planificarea și introducerea de noi tehnologii să facă obiectul consultărilor cu lucrătorii și/sau reprezentanții acestora în ceea ce privește consecințele asupra securității și sănătății lucrătorilor, determinate de alegerea echipamentelor, de condițiile și mediul de muncă;
- e) să ia măsurile corespunzătoare pentru ca, în zonele cu risc ridicat și specific, accesul să fie permis numai lucrătorilor care au primit și și-au însușit instrucțiunile adecvate.

Principiile generale prevenire a riscurilor în muncă de care angajatorii trebuie să țină cont în aplicarea măsurilor de identificare și prevenire a riscurilor în muncă sunt:

Identificarea și evaluarea nivelului de risc în muncă a lucrătorilor, de către angajatori, are drept punct de plecare respectarea și aplicarea unor principii generale de prevenire:

- principiul evitării riscurilor
- principiul evaluării riscurilor care nu pot fi evitate
- principiul evaluării riscurilor la sursa de producere
- principiul adaptării muncii la lucrători în special în ceea ce privește proiectarea locurilor de muncă; alegerea echipamentelor de protecție individuală; metode de reducere a stresului în muncă, a monotoniei în muncă și a muncii cu ritm predeterminat; etc.
- principiul înlocuirii a ceea ce este periculos cu ceea ce nu este periculos sau cu ceea ce este mai puțin periculos

⁴ Legea securității și sănătății în muncă nr.319/2006

- principiul aducerii la cunoștința lucrătorilor a instrucțiunilor corespunzătoare
- principiul dezvoltării politicilor de prevenire a influenței factorilor din mediul de muncă, relațiilor sociale, organizării muncii, tehnologiilor de muncă etc
- principiul adaptării muncii la progresul tehnic și tehnologic
- principiul adoptării măsurilor de protecție colectivă cu prioritate față de adoptarea măsurilor individuale de protecție a) evitarea riscurilor

De asemenea, pentru identificarea riscurilor în muncă, angajatorii pot apela și la alte surse de documentare precum:

- “Coduri de bune practici” publicate ale unor companii
- “Coduri de bune practici” naționale și europene din diferite domenii
- pagini de web
- certificate de inspecție ale utilajelor, clădirilor, utilităților
- fișele tehnice ale de securitate ale utilajelor, instalațiilor, echipamentelor
- marcajul produselor și echipamentelor
- cărțile tehnice ale produselor și echipamentelor de muncă

2.2. Aplicarea prevederilor legale referitoare la securitatea și sănătatea în muncă

În România, aplicarea prevederilor legale referitoare la securitatea și sănătatea în muncă se realizează prin intermediul unor norme generale de protecție a muncii.

Normele generale de protecție a muncii, emise prin Ordinul Ministrului Muncii și Protecției Sociale nr. 508/20.11.2002 și Ordinul Ministrului Sănătății și Familiei nr. 933/25.11.2002, cuprind principii generale de prevenire a accidentelor de muncă și bolilor profesionale precum și direcțiile generale de aplicare a acestora.

Normele au ca scop eliminarea sau diminuarea factorilor de risc de accidentare și/sau îmbolnăvire profesională existenți în sistemul de muncă, proprii fiecărei componente a acestuia (executant - sarcină de muncă - mijloace de producție - mediu de muncă), precum și informarea, consultarea și participarea angajaților și a reprezentanților acestora în procesul de asigurare a securității și sănătății în muncă.

Respectarea Normelor generale de protecție a muncii este obligatorie pentru toate unitățile din economie aflate sub incidența Legii protecției muncii nr. 90/1996. În vederea aplicării prevederilor legale referitoare la securitatea și sănătatea în muncă, angajatorii trebuie să asigure planificarea, organizarea și mijloacele necesare acestor activități.

Normele generale de protecție a muncii sunt armonizate cu legislația Uniunii Europene, în principal cu prevederile Directivei - cadru 89/391/CEE și ale directivelor specifice elaborate în baza acesteia.

Structura *Normelor generale de protecție a muncii* este stabilită prin anexa la *Legea protecției muncii nr. 90/1996* cuprinzând categoriile de măsuri generice de prevenire aferente fiecărui element al sistemului de muncă, inclusiv normele de igienă a muncii care trebuie respectate pentru prevenirea accidentelor și îmbolnăvirilor profesionale. În conformitate cu aceasta, normele cuprind titluri, capitole și secțiuni (Anexa nr.1):

În vederea aplicării prevederilor legale referitoare la securitatea și sănătatea în muncă, angajatorii au următoarele obligații⁵:

- să adopte, din faza de cercetare, proiectare și execuție a construcțiilor, a echipamentelor de muncă, precum și de elaborare a tehnologiilor de fabricație, soluții conforme prevederilor legale în vigoare privind securitatea și sănătatea în

⁵ Legea securității și sănătății în muncă nr.319/2006

- munca, prin a căror aplicare sa fie eliminate sau diminuate riscurile de accidentare și de imbolnavire profesională a lucrătorilor
- să întocmească un plan de prevenire și protecție compus din măsuri tehnice, sanitare, organizatorice și de alta natura, bazat pe evaluarea riscurilor, pe care sa îl aplice corespunzător condițiilor de munca specifice unității
 - să obțină autorizația de funcționare din punctul de vedere al securității și sănătății în munca, înainte de începerea oricărei activități, conform prevederilor legale
 - să stabilească pentru lucrători, prin fișa postului, atribuțiile și răspunderile ce le revin în domeniul securității și sănătății în munca, corespunzător funcțiilor acestora
 - să elaboreze instrucțiuni proprii, în spiritul prezentei legi, pentru completarea si/sau aplicarea reglementărilor de securitate și sănătate în munca, ținând seama de particularitățile activităților și ale locurilor de munca aflate în responsabilitatea lor
 - să asigure și sa controleze cunoașterea și aplicarea de către toți lucrătorii a măsurilor prevăzute în planul de prevenire și de protecție stabilit, precum și a prevederilor legale în domeniul securității și sănătății în munca, prin lucrătorii desemnați, prin propria competența sau prin servicii externe
 - să ia măsuri pentru asigurarea de materiale necesare informării și instruirii lucrătorilor, cum ar fi afișe, pliante, filme și diafilme cu privire la securitatea și sănătatea în munca
 - să asigure informarea fiecărei persoane, anterior angajării în munca, asupra riscurilor la care aceasta este expusă la locul de munca, precum și asupra măsurilor de prevenire și de protecție necesare
 - să ia măsuri pentru autorizarea exercitării meseriilor și a profesiilor prevăzute de legislația specifică
 - să angajeze numai persoane care, în urma examenului medical și, după caz, a testării psihologice a aptitudinilor, corespund sarcinii de munca pe care urmează sa o execute și sa asigure controlul medical periodic și, după caz, controlul psihologic periodic, ulterior angajării
 - să țină evidenta zonelor cu risc ridicat și specific
 - să asigure funcționarea permanentă și corectă a sistemelor și dispozitivelor de protecție, a aparatului de măsură și control, precum și a instalațiilor de captare, reținere și neutralizare a substanțelor nocive degajate în desfășurarea proceselor tehnologice
 - să prezinte documentele și sa dea relațiile solicitate de inspectorii de munca în timpul controlului sau al efectuării cercetării evenimentelor
 - să asigure realizarea măsurilor dispuse de inspectorii de munca cu prilejul vizitelor de control și al cercetării evenimentelor
 - să desemneze, la solicitarea inspectorului de munca, lucrătorii care sa participe la efectuarea controlului sau la cercetarea evenimentelor
 - să nu modifice starea de fapt rezultată din producerea unui accident mortal sau colectiv, în afară de cazurile în care menținerea acestei stări ar genera alte accidente ori ar periclita viața accidentaților și a altor persoane
 - să asigure echipamente de munca fără pericol pentru securitatea și sănătatea lucrătorilor
 - să asigure echipamente individuale de protecție
 - să acorde obligatoriu echipament individual de protecție nou, în cazul degradării sau al pierderii calităților de protecție.

Organizarea activităților de prevenire și protecție în muncă este realizată de către angajatori, în următoarele moduri⁶:

⁶ Norme metodologice de aplicare a prevederilor Legii securității și sănătății în muncă nr. 319/2006

- a) prin asumarea de către angajator, în condițiile *Legii nr.319/2006*, a atribuțiilor pentru realizarea măsurilor prevăzute de lege;
- b) prin desemnarea unuia sau mai multor lucrători pentru a se ocupa de activitățile de prevenire și protecție;
- c) prin înființarea unuia sau mai multor servicii interne de prevenire și protecție;
- d) prin apelarea la servicii externe de prevenire și protecție.

Atribuțiile angajatului/serviciului cu atribuții de control în domeniul securității și sănătății în muncă sunt următoarele:

- verifica aplicarea prevederilor legislative privind securitatea și sănătatea în muncă, condițiile de muncă în sectoarele public, mixt și privat, notificând prin înregistrări neconformitățile;
- controlează aplicarea prevederilor legale referitoare la politicile de prevenire bazate pe evaluarea riscurilor;
- controlează pe parcursul executiei și la punerea în funcțiune a unor obiective, instalații și utilaje aplicarea și asigurarea măsurilor de securitate și sănătate în muncă;
- verifică modul de organizare și funcționare a Comitetelor de Securitate și Sănătate în Muncă;
- controlează modul în care sunt îndeplinite obligațiile unităților referitoare la instruirea personalului privind securitatea muncii;
- controlează aplicarea prevederilor legale referitoare la certificarea echipamentelor tehnice, a echipamentelor individuale de protecție la producători, importatori și utilizatori;
- cercetează sub aspectul împrejurărilor, cauzelor și al răspunderilor, accidentele de muncă care au produs invaliditate, deces, precum și accidentele colective și incidentele periculoase, întocmind dosar de cercetare în acest sens;
- analizează și propune inspectorului șef, avizarea dosarelor de cercetare a accidentelor de muncă, întocmite de către persoanele juridice conform legii;
- controlează modul în care se face comunicarea, înregistrarea, raportarea și evidența accidentelor de muncă și a bolilor profesionale, de către agenții economici;
- organizează și coordonează sistemul de comunicare, cercetare, evidență, prelucrare, stocare, raportare și informare referitor la datele privind activitățile specifice Inspectoratului;
- controlează modul în care conducerile agenților economici instruesc angajații privind cunoașterea riscurilor de îmbolnăvire profesională și a măsurilor preventive ce se impun;
- propune șefului ierarhic superior analiză periodică, cu agenții economici din sfera de control și cu organismele interesate, a frecvenței, a cauzelor accidentelor de muncă și a îmbolnăvirilor profesionale, în vederea stabilirii măsurilor de prevenire;
- constată și sancționează în baza actelor normative, neconformitățile constatate în timpul controlărilor, a verificării și cercetării accidentelor de muncă;
- controlează dotarea locurilor de muncă cu truse de prim ajutor și modul în care personalul din unități este pregătit să acorde primul ajutor în caz de accident sau intoxicație acută profesională;
- participă, alături de laboratoarele de specialitate abilitate, la măsuratori și determinări de noxe, în vederea stabilirii categoriilor de salariați care pot beneficia de sporuri salariale sau alte drepturi prevăzute de reglementările în vigoare;

- controleaza modul de aplicare a masurilor privind supravegherea si asigurarea starii de sanatate a salariatilor;
- controleaza respectarea prevederilor legale privind imbunatatirea conditiilor de muncă;
- controleaza respectarea prevederilor de ergonomie a muncii si impune luarea de masuri tehnice si organizatorice de imbunatatire progresiva a conditiilor de muncă si de reducere a efortului fizic si psihic;
- controleaza respectarea prevederilor legale referitoare la organizarea timpului de muncă, ritmul muncii, pauze de odihna;
- controleaza respectarea legislatiei in vigoare privind angajarea si repartizarea lucratorilor in raport cu starea de sanatate, aptitudinile fizice si psihice ale acestora;
- controleaza daca schimbarea locurilor de muncă se face in concordanta cu avizele si propunerile medicale;
- controleaza respectarea prevederilor legale privind refacerea capacitatii de termoreglare a organismului si dotarea locurilor de muncă cu utilitati tehnico sanitare;
- controleaza respectarea prevederilor legale privind muncă femeilor;
- controleaza daca persoanele juridice sau fizice autorizate sa presteze servicii in domeniul securitatii muncii respectiile de acreditare;
- informeaza, prin inspectorul sef, asupra unor deficiente grave constatate constatate in activitatea de control sau de cercetare a accidentelor de muncă;
- organizeaza sistemul de comunicare, cercetare, evidenta, prelucrare, stocare, raportare si informare operativa referitor la datele privind accidentele de muncă si bolile profesionale la nivel national;
- verifica modul in care au fost duse la indeplinire masurile dispuse cu ocazia controalelor sau a cercetarii accidentelor de muncă;
- analizeaza si solutioneaza, in conformitate cu reglementarile in vigoare, sesizarile si reclamatii repartizate de catre sefii ierarhici;
- raspunde de realizarea la termenele stabilite si de calitatea lucrarilor repartizate seful ierarhic superior;

Ca urmare, angajatorii trebuie să întocmească un plan de prevenire și protecție compus din măsuri tehnice, sanitare, organizatorice și de altă natură, bazat pe evaluarea riscurilor, pe care să îl aplice corespunzător condițiilor de muncă specifice unităților în care își desfășoară activitatea.

Evaluarea riscurilor cu privire la securitatea și sănătatea în muncă la nivelul întreprinderii și/sau unității, inclusiv pentru grupurile sensibile la riscuri specifice, trebuie revizuită, cel puțin, în următoarele situații:

- a) ori de câte ori intervin schimbări sau modificări în ceea ce privește tehnologia, echipamentele de muncă, substanțele ori preparatele chimice utilizate și amenajarea locurilor de muncă/posturilor de muncă
- b) după producerea unui eveniment
- c) la constatarea omiterii unor riscuri sau la apariția unor riscuri noi
- d) la utilizarea postului de lucru de către un lucrător aparținând grupurilor sensibile la riscuri specifice
- e) la executarea unor lucrări speciale.

Conform normelor metodologice, planul de prevenire și protecție trebuie supus analizei tuturor lucrătorilor și/sau reprezentanților acestora iar la final, acesta va trebui semnat de către angajatori.

De asemenea, angajatorii, urmare a evaluării riscurilor pentru fiecare loc de muncă, vor trebui să stabilească măsuri de prevenire și protecție a lucrătorilor, de natură tehnică, organizatorică, igienico-sanitară și de altă natură, necesare pentru asigurarea securității și sănătății lucrătorilor. Realizarea acestor activități presupun, bineînțeles, din partea angajatorului alocarea unor resurse materiale și umane.

Aplicarea prevederilor legale referitoare la securitatea și sănătatea în muncă nu obligă doar angajatorii ci, în aceeași măsură, obligă și angajații/lucrătorii în a lua măsuri pentru respectarea lor.

Astfel, angajații/lucrătorii au de respectat următoarele sarcini și obligații⁷:

- să-si însușească și să respecte normele, instrucțiunile și reglementările în domeniul sănătății și securității în muncă și măsurile de aplicare a acestora
- să utilizeze corect echipamentele de muncă, substanțele periculoase și celelalte mijloace de producție
- să nu procedeze la deconectarea, schimbarea sau mutarea arbitrară a dispozitivelor de securitate ale echipamentelor de muncă și ale clădirilor, precum și să utilizeze corect aceste dispozitive
- să aducă la cunoștința conducătorului locului de muncă orice defecțiune tehnică sau altă situație care constituie un pericol de accidentare sau îmbolnăvire profesională
- să aducă la cunoștința conducătorului locului de muncă, în cel mai scurt timp posibil, accidentele de muncă suferite de persoana proprie, de alți participanți la procesul de muncă
- să oprească lucrul la apariția unui pericol iminent de producere a unui accident și să informeze de îndată conducătorul locului de muncă
- să utilizeze echipamentul individual de protecție din dotare, corespunzător scopului pentru care a fost acordat
- să coopereze cu angajatorul și/sau cu angajații cu atribuții specifice în domeniul securității și sănătății în muncă, atâta timp cât este necesar, pentru a da angajatorului posibilitatea să se asigure că toate condițiile de muncă sunt corespunzătoare și nu prezintă riscuri pentru securitate și sănătate la locul său de muncă
- să dea relații din proprie inițiativă sau la solicitarea organelor de control și de cercetare în domeniu securității muncii.

Trebuie menționat faptul că aplicarea măsurilor privind securitatea, sănătatea și igiena în muncă nu trebuie să comporte, în nici o situație, obligații financiare pentru lucrătorii organizației.

2.3. Raportarea pericolelor care apar la locul de muncă

Un rol deosebit de important în buna desfășurare a activităților cotidiene, în aplicarea corectă a normelor de sănătate și securitate în muncă îl joacă modul în care sunt raportate pericolele, evenimentele neplăcute care apar la locul de muncă al angajaților unității.

Prin prevenire se înțelege un ansamblul de dispoziții sau măsuri luate ori prevăzute în toate etapele procesului de muncă, în scopul evitării sau diminuării riscurilor profesionale.

Acest lucru cade în sarcina angajatorilor care, conform legii, au obligația să comunice toate evenimentele apărute următorilor participanți implicați în activitățile economice⁸:

- inspectoratelor teritoriale de muncă (ITM) de care aparțin societățile

⁷ www.sigurantamuncii.ro

⁸ Legea securității și sănătății în muncă nr.319/2006

- asiguratorului, potrivit Legii nr. 346/2002 privind asigurarea pentru accidente de muncă și boli profesionale, cu modificările și completările ulterioare. În acest caz, angajatorul trebuie să comunice toate evenimentele urmate de incapacitate temporară de , invaliditate sau deces, la confirmarea acestora
- organelor de urmărire penală, în cazul în care evenimentul apărut este de competența acestora

Totodată, orice medic, inclusiv medicul de medicină a muncii aflat într-o relație contractuală cu angajatorul, conform prevederilor legale, va semnală obligatoriu suspiciunea de boală profesională sau legată de profesiune, depistată cu prilejul prestațiilor medicale. Această semnalarea trebuie să se efectueze către autoritatea de sănătate publică teritorială sau a municipiului București, de îndată, la constatarea cazului.

Tipologia pericolelor ce pot apărea la locul de muncă este definită prin intermediul actelor normative emise de instituțiile autorizate ale statului dar se pot defini și de către angajator, în funcție de specificul activităților desfășurate, de amploarea acestora etc.

Orice eveniment, așa cum este definit conform Legii nr.319/2006 trebuie să fie comunicat de îndată angajatorului, de către conducătorul locului de muncă sau de orice altă persoană care are cunoștință despre producerea acestuia. Dacă printre victimele evenimentului se află și lucrători ai altor angajatori, evenimentul va fi comunicat și angajatorilor acestora de către angajatorul la care s-a produs evenimentul. Dacă evenimentul s-a produs în afara întreprinderii și/sau unității și nu a avut nicio legătură cu aceasta, acesta va fi comunicat inspectoratului teritorial de muncă pe raza căruia s-a produs, de către orice persoană care are cunoștință despre producerea evenimentului.⁹

Comunicarea evenimentelor va cuprinde cel puțin următoarele informații: ,conform modelului prevăzut în anexa nr. 13:

- a) denumirea/numele angajatorului la care s-a produs accidentul și, dacă este cazul, denumirea/numele angajatorului la care este/a fost angajat accidentatul;
- b) sediul/adresa și numărul de telefon ale angajatorului;
- c) locul unde s-a produs evenimentul;
- d) data și ora la care s-a produs evenimentul/data și ora la care a decedat accidentatul;
- e) numele și prenumele victimei;
- f) datele personale ale victimei: vârsta, starea civilă, copii în întreținere, alte persoane în întreținere, ocupația, vechimea în ocupație și la locul de muncă;
- g) împrejurările care se cunosc și cauzele prezumtive;
- h) consecințele accidentului;
- i) numele și funcția persoanei care comunică evenimentul;
- j) data comunicării;
- k) unitatea sanitară la care a fost internat accidentatul.

De asemenea, angajatorii au datoria de a lua măsurile necesare pentru a nu se modifica starea de fapt rezultată din producerea evenimentului, până la primirea acordului din partea organelor care efectuează cercetarea, cu excepția cazurilor în care menținerea acestei stări ar genera producerea altor evenimente, ar agrava starea accidentaților sau ar pune în pericol viața lucrătorilor și a celorlalți participanți la procesul muncii.

În situația în care este necesar să se modifice starea de fapt rezultată din producerea evenimentului, se vor face, după posibilități, schițe sau fotografii ale locului unde s-a produs, se vor identifica și se vor ridica orice obiecte care conțin sau poartă o urmă a evenimentului; obiectele vor fi predate organelor care efectuează cercetarea și vor constitui probe în cercetarea evenimentului. Pentru orice modificare a stării de fapt rezultată din producerea evenimentului, angajatorul sau reprezentantul său legal va consemna pe propria răspundere, într-un proces-verbal, toate modificările efectuate după producerea evenimentului.

⁹ Ordin nr. 3/2007 privind aprobarea Formularului pentru înregistrarea accidentului de munca

Inspectoratul teritorial de muncă pe raza căruia a avut loc evenimentul va comunica Inspecției Muncii informații referitoare la:

- a) incidentul periculos;
- b) evenimentul care a avut ca urmare un deces;
- c) evenimentul care a avut ca urmare un accident colectiv;
- d) evenimentul care a avut ca urmare un accident urmat de invaliditate evidentă;
- e) evenimentul care a avut ca urmare un accident urmat de invaliditate;
- f) evenimentul care a avut ca urmare dispariția unei/unor persoane.

La solicitarea organelor care efectuează cercetarea evenimentului, unitatea sanitară care acordă asistență medicală de urgență se va pronunța în scris cu privire la diagnosticul provizoriu, în termen de maximum 3 zile lucrătoare de la primirea solicitării. De asemenea, unitatea sanitară va lua măsuri pentru recoltarea imediată a probelor de laborator, în vederea determinării alcoolemiei sau a stării de influență a produselor ori substanțelor stupefiante sau a medicamentelor cu efecte similare acestora, precum și pentru recoltarea altor probe specifice solicitate de inspectoratul teritorial de muncă, urmând să comunice rezultatul determinărilor specifice în termen de 5 zile lucrătoare de la obținerea acestora.

În caz de deces al persoanei accidentate, inspectoratul teritorial de muncă va solicita în scris unității medico-legale competente un raport preliminar din care să reiasă faptul că decesul a fost sau nu urmarea unei vătămări violente, în conformitate cu prevederile *Ordonanței Guvernului nr. 1/2000* privind organizarea activității și funcționarea instituțiilor de medicină legală, aprobată cu modificări prin *Legea nr. 459/2001*, republicată, și legislației subsecvente.

Unitatea medico-legală va transmite raportul preliminar inspectoratului teritorial de muncă în conformitate cu prevederile *Ordonanței Guvernului nr.1/2000*, aprobată cu modificări prin *Legea nr. 459/2001*, republicată, și ale legislației subsecvente.

În cazul accidentului urmat de invaliditate, unitatea de expertiză medicală și recuperare a capacității de muncă ce a emis decizia de încadrare într-un grad de invaliditate va trimite o copie de pe decizie, în termen de 5 zile lucrătoare de la data eliberării acesteia, la inspectoratul teritorial de muncă pe raza căruia s-a produs accidentul.

2.4. Intervenția în caz de urgență

Intervenția în caz de urgență este reglementată prin intermediul unui set de instrucțiuni, norme și proceduri de acțiune în caz de urgență. Acestea acoperă o gama largă de tipuri de pericole la care pot apărea la locul de muncă.

Există astfel:

3. instrucțiuni privind măsuri preventive generale
4. norme generale de protecția muncii
5. norme de intervenție în caz de urgență
6. norme igienico-sanitare

În conformitate cu prevederile *HG 1425/2006* modificată cu *HG 955/2010* și *HG 1242/2011 - Norme metodologice de aplicare a Legii 319/2006*, angajatorul este obligat să identifice pericolele și riscurile pentru fiecare componentă a sistemului de muncă și să elaboreze și să actualizeze un Plan de prevenire și protecție în scopul prevenirii accidentelor de muncă și îmbolnăvirilor profesionale ale angajaților.

Conform *Legii securității și sănătății în muncă nr. 319/ 2006*, termenii de urgență și prim ajutor au următoarele înțelesuri:

- urgență – starea de alterare gravă a sănătății organismului apărută în urma acțiunii unui factor brutal sau orice afecțiune care amenință viața persoanei respective și, respectiv

- primul ajutor – un complex de măsuri de urgență, care se aplică în cazuri de accidente înainte intervenției cadrelor medicale

În cazul apariției unor evenimente ce necesită acordarea primului ajutor, evacuarea lucrătorilor, stingerea incendiilor sau în cazul apariției oricărui alt pericol grav și iminent, angajatorii sunt obligați, prin lege, să adopte o serie de măsuri necesare pentru:

7. acordarea primului ajutor, stingerea incendiilor și evacuarea lucrătorilor, adaptate naturii activităților și mărimii întreprinderii și/sau unității, ținând seama de alte persoane prezente;
8. stabilirea legăturilor necesare cu serviciile specializate, îndeosebi în ceea ce privește primul ajutor, serviciul medical de urgență, salvare și pompieri.

Pentru aplicarea acestor măsuri, angajatorii trebuie să desemneze lucrătorii care au capacitatea necesară să aplice măsurile de prim ajutor, de stingere a incendiilor și de evacuare a lucrătorilor. Numărul lucrătorilor desemnați, instruirea lor precum și echipamentul pus la dispoziția acestora pentru intervenție trebuie să fie adecvate mărimii și/sau riscurilor specifice întreprinderii și/sau unității.

Starea de pericol grav și iminent de accidentare, așa cum este el definit în Legea 319/2006, poate fi constatată de către orice lucrător din întreprindere și/sau unitate, lucrător al serviciului extern de prevenire și protecție cu care întreprinderea și/sau unitatea a încheiat un contract, precum și de către inspectorii de muncă.

În vederea asigurării condițiilor de securitate și sănătate în muncă și pentru prevenirea accidentelor de muncă și a bolilor profesionale, angajatorii au următoarele obligații:

- a) să adopte, încă din faza de cercetare, proiectare și execuție a construcțiilor, a echipamentelor de muncă, precum și de elaborare a tehnologiilor de fabricație, soluții conforme prevederilor legale în vigoare privind securitatea și sănătatea în muncă, prin a căror aplicare să fie eliminate sau diminuate riscurile de accidentare și de îmbolnăvire profesională a lucrătorilor
- b) să întocmească un plan de prevenire și protecție compus din măsuri tehnice, sanitare, organizatorice și de altă natură, bazat pe evaluarea riscurilor, pe care să îl aplice corespunzător condițiilor de muncă specifice unității. Acesta va fi revizuit ori de câte ori intervin modificări ale condițiilor de muncă, la apariția unor riscuri noi și în urma producerii unui nou eveniment.
Planul de prevenire și protecție se supune analizei lucrătorilor și/sau reprezentanților lor sau comitetului de securitate și sănătate în muncă, după caz, și trebuie să fie semnat, la final, de angajator
- c) să stabilească pentru lucrători, prin fișa postului, atribuțiile și răspunderile ce le revin în domeniul securității și sănătății în muncă, corespunzător funcțiilor exercitate
- d) să elaboreze instrucțiuni proprii pentru completarea și / sau aplicarea reglementărilor de securitate și sănătate în muncă, ținând seama de particularitățile activităților și ale locurilor de muncă aflate în responsabilitatea lor
- e) să asigure și să controleze cunoașterea și aplicarea de către toți lucrătorii a măsurilor stabilite în planul de prevenire și de protecție al societății, precum și a prevederilor legale în domeniul securității și sănătății în muncă
- f) să asigure informarea fiecărei persoane, anterior angajării în muncă, asupra riscurilor la care aceasta este expusă la locul de muncă, precum și asupra măsurilor de prevenire și de protecție necesare
- g) să ia măsuri pentru autorizarea exercitării meseriilor și a profesiilor prevăzute de legislația specifică
- h) să asigure funcționarea permanentă și corectă a sistemelor și dispozitivelor de protecție

- i) să asigure realizarea măsurilor dispuse de inspectorii de muncă cu prilejul vizitelor de control și al cercetării evenimentelor
- j) să asigure echipamente de muncă fără pericol pentru securitatea și sănătatea lucrătorilor
- k) să asigure echipamente individuale de protecție
- l) să acorde obligatoriu echipament individual de protecție nou, în cazul degradării sau al pierderii calităților de protecție

La constatarea stării de pericol grav și iminent de accidentare trebuie luate, de urgență, următoarele măsuri de securitate:

- a) oprirea echipamentului de muncă și/sau activității.
Această activitate presupune ca, în prealabil, angajatorul să desemneze lucrătorii care trebuie să oprească echipamentele de muncă aflate în funcționare sau care necesită decuplarea de la o rețea de alimentare și să asigure instruirea corespunzătoare a acestor lucrători.
- b) evacuarea personalului din zona periculoasă.
În acest sens, angajatorul trebuie să întocmească planul de evacuare a lucrătorilor, să afișeze planul de evacuare la loc vizibil, să instruiască lucrătorii în vederea aplicării planului de evacuare și să verifice modul în care și-au însușit cunoștințele.
- c) anunțarea serviciilor specializate – serviciul unic de urgență 112.
În prealabil angajatorul trebuie să desemneze lucrătorii care trebuie să contacteze serviciile specializate și să îi instruiască în acest sens, să asigure mijloacele de comunicare necesare contactării serviciilor specializate.
- d) anunțarea conducătorilor ierarhici; în prealabil angajatorul trebuie să stabilească modul operativ de anunțare la nivel ierarhic superior.
- e) eliminarea cauzelor care au condus la apariția stării de pericol grav și iminent.
Pentru aceasta, în prealabil, angajatorul trebuie să desemneze lucrătorii care au capacitatea necesară să elimine starea de pericol grav și iminent, să asigure instruirea și dotarea lor cu mijloace tehnice necesare intervenției și nu în ultimul rând să stabilească serviciile specializate care pot interveni.

Alte obligații pe care le au angajatorii, în cazul apariției unor evenimente neplăcute/accidente în muncă, se refera la:

- 9. informarea, cât mai rapidă, a tuturor lucrătorilor care sunt sau pot fi expuși unui pericol grav și iminent, despre riscurile implicate de acest pericol, precum și despre măsurile luate ori care trebuie să fie luate pentru protecția lor
- 10. luarea de măsuri concomitent cu furnizarea de instrucțiuni pentru a da lucrătorilor posibilitatea să oprească lucrul și/sau să părăsească imediat locul de muncă și să se îndrepte spre o zonă sigură, în caz de pericol grav și iminent
- 11. să nu impună lucrătorilor reluarea lucrului în situația în care încă există un pericol grav și iminent, în afară cazurilor excepționale și pentru motive justificate.

Lucrătorii care, în cazul unui pericol grav și iminent, părăsesc locul de muncă și/sau o zonă periculoasă nu trebuie să fie prejudiciați și trebuie să fie protejați împotriva oricăror consecințe negative și nejustificate pentru aceștia, cu excepția situațiilor în care aceștia acționează imprudent sau dau dovadă de neglijență gravă.

În același timp, angajatorul trebuie să se asigure ca, în cazul unui pericol grav și iminent pentru propria securitate sau a altor persoane, atunci când șeful ierarhic imediat superior nu poate fi contactat, toți lucrătorii sunt apti să aplice măsurile corespunzătoare, în conformitate cu cunoștințele lor și cu mijloacele tehnice de care dispun, pentru a evita consecințele unui astfel de pericol.

Angajatorul trebuie să aducă la cunoștința tuturor lucrătorilor care sunt zonele cu risc ridicat și specific prin nominalizarea și localizarea acestor zone în cadrul întreprinderii și/sau

unității. De asemenea, angajatorul trebuie să aducă la cunoștința conducătorilor locurilor de muncă și lucrătorilor care își desfășoară activitatea în zonele cu risc ridicat și specific măsurile stabilite în urma evaluării acestor riscuri.

Toate acțiunile pentru realizarea măsurilor stabilite în urma evaluării riscurilor pentru zonele cu risc ridicat și specific constituie o prioritate în cadrul planului de protecție și prevenire din cadrul societății.

2.5. Aplicarea procedurilor în caz de urgență și evacuare

Principalele instrucțiuni privind acordarea primului ajutor în caz de accidentare trebuie să cuprindă modul de intervenție a persoanelor îndreptățite să acorde primul ajutor în cazul unor evenimente nedorite. Primul ajutor reprezintă asistența medicală de urgență aplicată la locul accidentului.

De aceea acordarea primului ajutor este necesar pentru a micșora riscurile accidentatului, a evita agravarea stării și a face posibil transportul și/sau evacuarea acestuia în afara zonei de risc major.

Scopul acordării primului ajutor în caz de urgență și evacuare este de a asigura supraviețuirea, a evita complicațiile și de a scurta timpul de vindecare.

Pentru acordarea primului ajutor la locul de muncă, angajatorul are, conform *Legii 319/2006*, următoarele obligații:

- să ia măsurile necesare pentru acordarea primului ajutor, stingerea incendiilor și evacuarea lucrătorilor,
- să stabilească legăturile necesare cu serviciile specializate, îndeosebi în ceea ce privește primul ajutor, serviciul medical de urgență, salvare și pompieri.

Angajatorul are obligație să afișeze la loc vizibil planul de evacuare a angajaților și persoanelor aflate în organizație. Acesta va fi revizuit ori de câte ori intervin modificări ale condițiilor de muncă, la apariția unor riscuri noi și în urma producerii unui eveniment.

Planul de prevenire și protecție va cuprinde cel puțin informațiile prevăzute în *Anexa nr. 7 la Normele Metodologice de aplicare a Legii nr.319/2006* – a se vedea anexa nr.2

Măsuri adoptate trebuie să adapteze naturii activităților și mărimii întreprinderii și/sau unității, ținând seama și de posibilitatea prezenței altor persoane la locul producerii evenimentului.

În vederea îndeplinirii acestor obligații, angajatorul trebuie să desemneze lucrătorii care să aplice măsurile de prim ajutor, de stingere a incendiilor și de evacuare a lucrătorilor implicați. Numărul lucrătorilor desemnați precum și instruirea lor și echipamentul pus la dispoziția acestora trebuie să fie adecvate mărimii și/sau riscurilor specifice întreprinderii și/sau unității respective.

Angajatorul trebuie să desemneze persoana /persoanele care au rol de salvator în cazul producerii unor evenimente ce afectează siguranța și sănătatea personalului lucrător și/sau a persoanelor, din afara societății, aflate în acel moment la locul producerii. Salvatorul nu poate înlocui medicul dar, prin măsurile pe care le aplică, el trebuie să reușească să evite:

- înrăutățirea stării accidentatului
- apariția complicațiilor
- producerea morții victimei.

Persoanele care nu sunt pregătite ca salvatori nu trebuie să încerce să intervină asupra accidentatului, ele având doar obligațiile următoare:

1. să cheme pe cel mai apropiat salvator
2. să anunțe accidentul și să solicite prim ajutor calificat
3. să organizeze protejarea victimei
4. să prevină degradarea stării de sănătate a victimei.

Pentru îndeplinirea obligațiilor ce revin angajatorilor referitoare la securitatea și sănătatea la locul de muncă,, aceștia sunt obligați să aibă în dotare truse medicale, conform *Ordinului nr.427 din 14 iunie 2002 al ministrului sănătății și familiei pentru aprobarea componenței trusei sanitare și a baremului de materiale, ce intră în dotarea posturilor de prim ajutor fără cadre medicale*

Modalitățile de efectuare a procedurilor de prim ajutor a victimelor în situații de urgență și evacuare se referă, în principal, la următoarele elemente:

- I. *Organizarea activității de acordare a primului ajutor și evacuarea victimei*
- II. *Oprirea hemoragiilor*
- III. *Pansarea rănilor*
- IV. *Imobilizarea fracturilor*
- V. *Asigurarea transportului rapid al victimei*

I. *Organizarea activității de acordare a primului ajutor și evacuarea victimei*

Acordarea primului ajutor trebuie să se desfășoare într-o succesiune logică de etape, precum:

Etapa 1 Izolarea zonei afectate de eveniment

Etapa 2 Degajarea/evacuarea persoanei accidentate

Etapa 3 Acordarea primului ajutor

Etapa 4 Alertarea/Chemarea serviciilor de urgență/prim ajutor (apel la 112)

Etapa 5 Supravegherea victimei și continuarea acordării primului ajutor până la sosirea serviciilor anunțate-chemate la fața locului

Etapa 1. Izolarea zonei afectate de eveniment

În cadrul acestei etape, o primă preocupare pentru salvator trebuie să o reprezinte îndepărtarea curioșilor pentru a evita creșterea numărului de victime. Pentru aceasta, salvatorul poate apela la un colaborator.

Etapa 2. Degajarea persoanei accidentate

Degajarea persoanelor accidentate se va face de către salvator și/sau colaboratorul acestuia după cum urmează:

- se vor îndepărta toate obiectele mari, tari, ascuțite etc. care pot răni sau agrava starea de sănătate a accidentatului
- se vor desface nasturii de la gât, cravata, centura sau alte obiecte de îmbrăcăminte ce afectează starea de sănătate
- se va aerisi încăperea/spațiul în care se găsește persoana vătămată sau, dacă este posibil, o va muta într-un spațiu deschis.

Degajarea accidentatului trebuie să se facă cu precauție, astfel încât să se urmărească menținerea permanentă a coloanei vertebrale în linie dreaptă (cap-gât-trunchi), pentru a evita lezarea măduvei spinării în cazul unei fracturi de coloană; evitarea manevrelor inadecvate în cazul fracturilor; păstrarea părților corpului accidentatului în poziția găsită pentru a nu agrava, produce leziuni suplimentare etc.

Etapa 3. Acordarea primului ajutor

După degajarea victimei, salvatorul trebuie să controleze imediat funcțiile vitale ale acesteia. Astfel se va verifica dacă victima este conștientă, dacă respiră și dacă se realizează circulația sângelui prin organism.

Pentru aceasta se procedează în felul următor:

- a) verificarea stării de conștiență

În acest scop salvatorul trebuie să verifice dacă victima poate răspunde la întrebări de genul: ce s-a întâmplat ?, ce vă doare ?, cum vă simțiți ? etc. Dacă victima nu răspunde la întrebări, salvatorul trebuie să verifice dacă aceasta reacționează la

stimuli de durere prin provocarea de mici dureri (strângeri ale vârfurilor degetelor, urechii etc.).

Dacă victima reacționează atunci ea este conștientă fapt pentru care se poate face un inventar al leziunilor pe care aceasta le are. După această evaluare, salvatorul va alerta serviciile de urgență prezentând constatările privitoare la starea accidentatului și va aștepta sosirea acestora, evaluând periodic starea victime.

Dacă victima nu a reacționat la nici un stimul înseamnă că starea ei de conștiență nu este păstrată, fapt pentru care se va acționa după cum urmează:

b) solicitarea de ajutor

Solicitarea de ajutor se face către alți martori ai accidentului, ce pot da informații cu privire la acesta sau persoanele aflate în apropiere.

c) eliberarea căilor respiratorii

Salvatorul va încerca, prin mișcări blânde, deschiderea cavității bucale a victimei și eliberarea căilor respiratorii de corpuri străine, fără însă a mișca corpul. În acest scop se scot toate corpurile străine aflate în gura accidentatului (resturi de mâncare, îmbrăcăminte, pământ, protezele dentare mobile, etc).

Dacă aceasta are gura încleștată se va încerca deschiderea cavității bucale, prin introducerea cu mișcări blânde a unui deschizător de gură/lingură/o bucată de lemn, cu partea ascuțită înainte; piesa se va introduce în cavitatea bucală astfel încât jumătate să rămână în afara acesteia.

Dacă și numai dacă salvatorul este sigur că victima nu a suferit un traumatism al coloanei cervicale (a gâtului) care să fi produs fractura coloanei vertebrale la nivelul gâtului atunci acesta poate să facă extensia capului victimei. Pentru aceasta, se pune o mână pe fruntea victimei în timp ce cu 2-3 degete ale celeilalte mâini așezate sub bărbia victimei se ridică capul ușor „pe spate”.

d) controlul existenței respirației

Acest lucru se poate face apropiind urechea de gura victimei simultan cu urmărirea pieptului victimei, apropiind de gura victimei o oglindă sau bucată de sticlă/geam. În acest fel, salvatorul are posibilitatea să audă respirația victimei, să o simtă cu pielea obrazului concomitent observarea eventualelor mișcările respiratorii ale pieptului accidentatului sau să observe aburirea bucății de sticlă.

e) controlul existenței circulației sângelui

Această manevră se execută prin căutarea pulsului la artera carotidă. Artera carotidă se poate palpa pe partea laterală a gâtului, la 2-3 cm. distanța de cartilajul tiroid (mărul lui Adam); căutarea pulsului la artera carotidă se face atât pe partea dreaptă cât și pe partea stângă a gâtului.

În urma acestei evaluări a funcțiilor vitale ale accidentatului, salvatorul se va afla în una din următoarele trei situații:

➤ victima are respirație și are puls.

În aceasta situație așezați victima în poziție de siguranță adică în poziția decubit lateral, cu capul într-o parte și sprijinit pe fața dorsală a mâinii de deasupra și cu membrul inferior de dedesubt în extensie și cel de deasupra în flexie. Această poziție asigură libertatea permanentă a căilor respiratorii ale victimei. Astfel, spre exemplu, chiar dacă victima va avea vărsături, această poziție exclude posibilitatea ca vărsătura să fie aspirată în căile respiratorii.

Dacă persoană în stare de inconștiență este lăsată să zacă culcată pe spate, există riscul ca baza limbii să „cadă” în faringe, fapt care va avea drept consecință asfixierea victimei. Pentru menținerea căilor respiratorii libere se pot folosi fie instrumentarele medicale existente în trusa medicală fie o bucată de lemn.

După ce se așează victima în poziție de siguranță, se chemă serviciile de urgență.

- victima nu respiră dar are puls (stop respirator)

Dacă victima nu respiră (dar are puls) trebuie să se înceapă imediat ventilația artificială (respirație gură la gură). Pentru aceasta se procedează în felul următor:

 1. se așează capul victimei în extensie, așa cum s-a menționat anterior
 2. penșați nasul victimei între degetul arătător și degetul mare al mâinii dumneavoastră care a fost amplasată anterior pe fruntea accidentatului
 3. aplicați batista salvatorului pe fața accidentatului
- victima nu respiră și nu are puls (stop cardiac și respirator).

În această situație gravă pentru victimă, salvatorul trebuie să solicite imediat ajutor calificat și să cheme ambulanța. Sarcina salvatorului este ca, în continuare, să încerce să mențină funcțiile vitale ale victimei (respirația și circulația sângelui) până la sosirea echipajului ambulanței. Pentru aceasta se poate apela la respirație artificială și prin masaj cardiac extern.

Etapa 4. Alertarea/Chemarea serviciilor de urgență/prim ajutor (apel la 112)

Chemarea ambulanței sau/și a celorlalte servicii de intervenție în caz de urgență se face prin apelarea numărului unic de urgență 112.

În momentul în care se solicită intervenția ambulanței trebuie să se furnizeze următoarele informații, absolut necesare, referitoare la:

- a) locul unde s-a petrecut accidentul (adresa exactă și puncte de reper)
- b) descrierea evenimentului
- c) numărul persoanelor rănite/implicate în eveniment
- d) numele persoanei care solicită intervenția serviciilor de urgență, adresa, numărul de telefon

II. Oprirea hemoragiilor

Scurgerea sângelui în afara vaselor sanguine se numește hemoragie. Astfel, se deosebesc mai tipuri de hemoragii:

- hemoragii externe, în care sângele se scurge în afara organismului datorită secționării unor vase de sânge. În funcție de vasele care au fost secționate se deosebesc hemoragii arteriale (în care sângele, de culoare roșu-aprins, țâșnește într-un jet sacadat, în același ritm cu pulsațiile inimii); hemoragii venoase, în care sângele, având culoarea roșu-închis, curge lin, continuu și hemoragii capilare, în care curgerea sângelui se observă pe toată suprafața răni, având o intensitate redusă.
- hemoragii interne, în care sângele ce curge rămâne în interiorul organismului.
- hemoragii mari, mortale, când se pierde mai mult de jumătate din cantitatea totală de sânge din organism
- hemoragii mijlocii, când se pierde 1/3 din cantitatea totală de sânge
- hemoragii mici, când se pierde o cantitate mică de sânge, de cca. 500-600 ml.

Oprirea unei hemoragii se numește hemostază. Hemostaza se poate realiza în mod natural, datorită capacității sângelui de a se coagula în momentul în care a venit în contact cu mediul sau artificial, prin aplicarea unui pansament compresiv, a unui bandaj ceva mai strâns. Câteva comprese aplicate pe plagă, o bucată de vată și un bandaj sunt suficiente pentru a opri o sângerare medie.

În cazul în care nu se poate menține comprimat vasul de sânge în timp îndelungat, se recurge la aplicarea unui garou, adică a unui tub sau bandă elastică. Timpul de menținerea al acestuia nu poate depăși o oră, fapt pentru care trebuie să se noteze pe o hârtie ora și data la care a fost aplicat pentru a evita producerea unor accidente grave urmare a lipsei circulației sângelui în aceea zonă.

III. Pansarea rănilor

Pentru tratarea corectă a unei răni trebuie parcurși următorii pași:

1. se dezinfectează mâinile prin spălarea cu apă și săpun de 2-3 ori și apoi ștergerea cu soluție dezinfectantă, uscarea mâinilor făcându-se prin scuturarea acestora. În timpul tratamentului local, pentru a evita contaminarea salvatorului cu boli transmisibile prin sânge (cum sunt hepatita virală B, SIDA etc.) se recomandă folosirea mănușilor.
2. se încearcă oprirea hemoragiei cu ajutorul mijloacelor cunoscute (garou, comprese sterile) în funcție de intensitatea și locul hemoragiei
3. se controlează rana
4. se curăță rana. Prima dată se curăță pielea din jurul răni cu batiste cu soluție dezinfectantă sau cu un tampon îmbibat în soluție de alcool iodat după care se trece la curățirea propriu-zisă a răni cu un tampon de tifon înmuiat într-un dezinfectant slab - apă oxigenată sau rivanol. Rănilor se spală întotdeauna dinspre interior către exterior.
5. se dezinfectează rana cu un tampon de tifon îmbibat într-un dezinfectant slab - rivanol, apă oxigenată, prin tamponare ușoară sau prin turnarea soluției direct pe rană.
6. se pansează rana.

La executarea pansamentului se procedează astfel:

- se aplică peste rană câteva comprese sterile, în așa fel încât suprafața răni să fie complet acoperită (4-5 straturi);
- peste compresele sterile se pune un strat nu prea gros de vată;
- se bandajează rana; bandajul corect trebuie să respecte următoarele reguli:
 - a. să fie făcut cu mișcări ușoare, fără a provoca dureri;
 - b. să acopere în întregime și uniform rana și o zonă de circa 15 cm. în jurul ei;
 - c. să nu aibă excesiv de multe straturi de față;
 - d. să nu fie prea strâns pentru a nu stânjeni circulația sângelui în sectorul respectiv

IV. Imobilizarea fracturilor

Fracturile reprezintă rupeuri parțiale sau totale ale unui os ca urmare a unor accidente voluntare sau involuntare. Cele mai des întâlnite fracturi sunt cele ale oaselor lungi ale membrelor inferioare și/sau superioare.

Fracturile sunt de mai multe feluri. În funcție de poziția capetelor de os fracturate putem distinge:

- fracturi fără deplasare, în care fragmentele osului rupt rămân pe loc
- fracturi cu deplasare, când capetele de fractură se îndepărtează unul de celălalt.

În funcție de poziția fracturii în raport cu exteriorul se pot distinge:

- fracturi închise, în care pielea din regiunea fracturii rămâne intactă
- fracturi deschise, la care ruptura osului este însoțită și de o rană a pielii și a mușchilor din regiunea respectivă.

În cazul fracturilor deschise, pericolul de infecție este foarte mare dacă nu se iau imediat măsuri de protecție. Adeseori, fracturile deschise sunt însoțite și de o hemoragie externă.

În funcție de numărul de fragmente osoase rezultate din fractură se pot distinge:

- fracturi simple, care au numai două fragmente osoase
- fracturi cominutive, în care osul este sfărâmat în mai multe fragmente.

Ținând cont de specificul activităților desfășurate de lucrătorii în comerț – deplasarea în spațiul de lucru, timpul îndelungat petrecut în picioare, urcarea și coborârea pe scări, ridicarea mărfurilor la încărcarea-descărcarea acestora și aranjarea pe rafturi, suprafețe de lucru cu risc de alunecare etc. se impune acordarea unei atenții deosebite acestui tip de vătămare la locul de muncă.

Ca urmare, primul ajutor în cazul accidentelor cu fracturi se poate desfășura după următoarea schemă:

3. degajarea din focarul de producere al fracturilor
4. așezarea accidentatului în poziție cât mai comod și interzicerea oricărui tip de mișcări
5. calmarea durerilor
6. examinarea locală și generală
7. toaleta mecanică, hemostaza și pansarea rănilor asociate
8. imobilizarea provizorie
9. asigurarea transportului la spital.

Trebuie menționat faptul că, diagnosticul unei fracturi se certifică numai cu ajutorul unei radiografii efectuate într-o unitate medicală specializată. De aceea, atitudinea cea mai corectă în fața unei fracturi sau a unei suspiciuni de fractură este transportarea accidentatului la unitatea sanitară specializată cea mai apropiată, imediat după acordarea primului ajutor.

Calmarea durerilor se obține prin administrarea de analgezice minore.

Semnele după care putem recunoaște o fractură se pot împărți în două categorii:

1. semne de probabilitate
2. semne de certitudine.

1. Semnele de probabilitate ale unei fracturi sunt:

- durerea locală care apare brusc, în momentul accidentului, este situată exact la locul fracturii, se intensifică prin apăsarea focarului de fractură și se diminuează după imobilizarea corectă
- deformarea locală, care ține de deplasarea fragmentelor de os și poate apare în lungul osului (încălecare) sau laterală (unghiulară)
- impotența funcțională (imposibilitatea folosirii membrului fracturat), care este totală în fracturile cu deplasare și relativă în fracturile fără deplasare sau în fracturile la un singur os ale segmentelor de membru compuse din două oase (antebraț, gambă)
- echimoza (vânătăia) locală care apare ulterior, a doua sau a treia zi de la accident.

2. Semnele de certitudine ale unei fracturi sunt:

- mobilitatea anormală la nivelul fracturii, în funcție de axele osului respectiv
- frecarea oaselor (zgomot caracteristic, de pârâitură, care apare la mișcarea sau lovirea oaselor fracturate)
- lipsa de transmitere a mișcării la distanță (mișcarea imprimată la unul din capetele osului nu se transmite la celălalt capăt)
- întreruperea traiectului osos, care se poate pune în evidență doar la oasele care se găsesc imediat sub piele

Imobilizarea unei fracturi se face de cele mai multe ori provizoriu, cu mijloacele pe care le găsim la îndemână. Atelele din trusa de prim ajutor sunt din material plastic și au o lungime de 250 mm; această lungime poate fi crescută prin îmbinarea a 2 sau 3 atele cu ajutorul dispozitivului atașat.

Pentru membrul superior, pentru claviculă se utilizează doi colaci de pânză răsuciți și legați la spate; pentru braț se utilizează 1 - 2 atele aplicate pe acesta și apoi fixarea cu bandaj nedeformabil (triunghiular) a brațului de torace; pentru antebrăț se utilizează 1-2 atele aplicate pe acesta și suspendarea lui, cu ajutorul bandajului legat de gât.

În cazul fracturării membrului inferior, imobilizarea cuprinde, de obicei, întreg membrul respectiv. Pentru aceasta, atelele se așează față în față, pe părțile laterale ale piciorului. Pentru fixarea oricărui fel de atelă, trebuie să avem grijă ca aceasta să nu apese pe răni sau să producă dureri accidentatului.

Ca regulă generală, orice atelă bine așezată trebuie să depășească și deasupra și dedesubt ambele articulații ale osului fracturat, imobilizându-le.

Nu se insistă prea mult la cercetarea semnelor de certitudine ale unei fracturi deoarece deplasarea capetelor osoase poate provoca rănirea unor artere sau a unor nervi din vecinătate. În fracturile deschise, în afara semnelor descrise mai sus, apare și rana.

Luxațiile sunt poziții vicioase ale oaselor care alcătuiesc o articulație și se produc de obicei în același mod ca și fracturile. De cele mai multe ori, luxația traumatică este însoțită de ruptura capsulei și a ligamentelor articulare.

Semnele caracteristice ale unei luxații sunt:

- durerea locală
- deformarea regiunii respective, comparativ cu regiunea simetrică
- limitarea mișcărilor
- poziția anormală a membrului luxat
- scurtarea sau lungirea membrului lezat.

Primul ajutor trebuie să se rezume doar la imobilizarea provizorie și, dacă este cazul, la pansarea eventualelor plăgi. Nu se va încerca sub nici un motiv să se „pună la loc” oasele luxate. Această manevră trebuie făcută numai de un cadru medical de specialitate.

Entorsele reprezintă ansamblul unor leziuni produse într-o articulație ca urmare a unei mișcări forțate de torsiune. Uneori, se poate produce și ruptura ligamentelor. Cauzele acestor accidente sunt aceleași ca la fracturi sau luxații. Cele mai frecvente sunt entorsele la nivelul extremităților (degete, pumni, glezne).

Semnele unei entorse sunt:

- durerea intensă ce apare imediat după traumatism
- umflătura regiunii respective
- imposibilitatea folosirii membrului lezat.

Primul ajutor în cazul entorselor cuprinde doar imobilizarea provizorie și transportul accidentatului la unitatea medico-sanitară cea mai apropiată.

V. Asigurarea transportului rapid al victimei

În cazul în care este necesar a se acorda primul ajutor, în același timp, unui număr mare de accidentați, trebuie făcut un triaj al cazurilor în funcție de gravitatea fiecăruia. Astfel se întâlnesc:

1. Cazurile de primă urgență. Cazurile de primă urgență sunt cele în care accidentatul prezintă stop cardio-respirator, hemoragii mari, care nu pot fi oprite prin garou, hemoragii ale organelor interne, plăgi mari la nivelul plămânilor, stare de șoc.
2. Cazurile din urgența a doua. Cazurile din urgența a doua sunt reprezentate de accidentații cu hemoragii arteriale care pot fi oprite prin garou, plăgi mari abdominale, amputații de membre și mari distrugerii osoase și musculare, accidentații care și-au pierdut starea de conștiență.
3. Cazurile din urgența a treia. Cazurile din urgența a treia sunt reprezentate de accidentații cu traumatisme cranio-cerebrale, vertebro-medulare și de bazin, însoțite de fracturi și de leziuni ale organelor interne, fracturi deschise, plăgi profunde, hemoragii diverse. U
4. Urgentele obișnuite. Ceilalți accidentați intră în categoria urgențelor obișnuite.

În funcție de categoria de urgență se acordă primul ajutor și se asigură transportul accidentaților.

Poziția în care vom transporta victima, variază în funcție de genul leziunii și starea generală a accidentatului. Astfel:

- bolnavul politraumatizat, conștient, va fi lungit pe spate
- bolnavul politraumatizat, în stare de inconștiență, mai ales dacă are și traumatism cranian, va fi lungit pe orizontală, însă cu capul pe o parte

- bolnavul care a pierdut mult sânge prin hemoragie va fi culcat pe spate cu corpul înclinat astfel încât capul să se afle mai jos decât restul corpului
- bolnavul cu răni ale abdomenului va fi culcat pe spate cu coapsele flectate
- în fracturile coloanei vertebrale bolnavul se așează pe spate pe un plan dur
- în cazul fracturii coloanei cervicale (osele gâtului) bolnavul se așează pe spate
- în traumatismele toracice cu fracturi ale coastelor, dacă bolnavul nu prezintă tulburări respiratorii (sufocare, cianoză, agitație) va fi așezat cu toracele ridicat cât mai sus.

În cursul transportului accidentaților comatoși se folosește pipa GUEDEL care este o piesă de material plastic în formă de seceră, prin a cărei aplicare se previne obstrucția căilor respiratorii superioare prin căderea limbii peste orificiul glotic. Introducerea pipei necesită extensia capului. Vârful pipei alunecă pe peretele superior al cavității bucale, concavitățile pipei fiind orientată în sus; în momentul în care vârful pipei a ajuns la nivelul peretelui gâtului, pipa se rotește cu concavitățile în jos pe fața superioară a limbii.

Modulul III – Aplicarea normelor de igienă, sanitar – veterinar și de protecția mediului

Câteva reguli generale privind protecția, igiena și securitatea în muncă¹⁰:

1. Angajatul trebuie să ia la cunoștință condițiile de muncă, riscurile la care se expune la locul de muncă și măsurile de prevenire a accidentelor de muncă pe bază de semnătură.
2. Angajatul trebuie să ia la cunoștință instrucțiunile de protecție a muncii
3. Angajatul trebuie să ia la cunoștință că la prezentarea la serviciu trebuie să fie odihnit, în stare normală de sănătate, să nu fie sub influența băuturilor alcoolice și nici să părăsească locul de muncă nemotivat.
4. Angajatul va fi instruit la angajare pe linie de protecție a muncii cu normele specifice, i se va întocmi fișa individuală privind securitatea și sănătatea în muncă și fișa P.S.I. și va participa cu regularitate la instructajele periodice.
5. Angajatorul are obligația de a respecta cu strictete toate normele de protecție a muncii și securitatea muncii și să pună la dispoziția angajaților trusa medicală care va fi dotată corespunzător.
6. Pentru îmbunătățirea condițiilor de desfășurare a activității la locurile de muncă angajatorul va lua cel puțin următoarele măsuri:
 - Amenajarea ergonomică la locul de muncă
 - Asigurarea condițiilor de mediu (microclimat, iluminat)
 - Amenajarea anexelor sociale ale locurilor de muncă (grupuri sanitare)
7. Angajatorul este obligat să asigure angajaților un contract de medicină a muncii care să presupună pe lângă controalele obligatorii la angajare și periodic în funcție de riscurile sau responsabilitățile fiecărei părți.
8. Angajatorul este obligat să respecte întocmai indicațiile medicului de medicină a muncii pentru fiecare angajat.
9. Angajatul trebuie să ia la cunoștință interdicția practicării în timpul programului a unor glume, jocuri sau bătăi.
10. Angajatul trebuie să ia la cunoștință că este obligat să anunțe orice defecțiune tehnică sau alte situații care constituie un pericol și să aducă la cunoștință conducătorului

¹⁰ Extras din legea nr. 319/2006 – Legea securității și sănătății în muncă, cu modificările și completările ulterioare

locului de muncă orice accident suferit de el sau de ceilalți membrii ai echipei inclusiv accidentele de circulație.

11. Angajatul trebuie să ia la cunoștință că nerespectarea sau neluarea măsurilor de protecție a muncii constituie infracțiune sau contravenție de la normele de protecție a muncii.
12. Angajatul trebuie să ia la cunoștință că este obligat să respecte atribuțiile și răspunderile pe linie de protecție a muncii stabilite de conducerea firmei.
13. În cazul în care nu se respectă cu strictețe toate clauzele menționate mai sus și angajatul suferă un accident de muncă, răspunderea juridică îi revine în totalitate acestuia.

Cunoașterea regulilor de igienă personală și la locul de muncă de către toți lucrătorii din sectorul alimentar este obligatorie, deoarece oricât de gustos și de atrăgător ar fi un produs sau preparat alimentar, acesta devine necorespunzător în cazul în care ar produce îmbolnăvirea consumatorului.

În țara noastră, preocuparea și grija pentru sănătatea populației se manifestă și prin legislația sanitar-veterinară¹¹, care prevede detaliat normele de igienă ce trebuie respectate de toți lucrătorii din sectorul alimentar, precum și sancțiunile administrative sau penale în cazul nerespectării acestora.

Pentru a fi un bun profesionist, fiecare lucrător comercial trebuie să adopte un anumit regim de viață și să ia unele măsuri igienico-sanitare. Astfel, trebuie evitat abuzul de tutun și băuturi alcoolice de care sunt dăunătoare sănătății și produc un miros neplăcut. Organizarea rațională a somnului și a repausului, precum și efectuarea zilnică a unor exerciții de gimnastică, mențin prospețimea, suplețea și eleganța corpului și întăresc rezistența organismului la efort.

Îmbăierea zilnică, ștergerea picioarelor cu un prosop ud (și nu spălarea cu apă, deoarece acestea se umflă), schimbarea ciorapilor și a încălțămintei cel puțin o dată pe zi, folosirea dezodorizantelor pentru evitarea mirosului de transpirație, spălarea dinților și a mâinilor, ungerea pielii cu creme speciale, bărbieritul zilnic la bărbați, îngrijirea părului sunt operații obligatorii. Abuzul de fard, lacul de unghii strident, bijuteriile excesive sau exagerate ca și folosirea unor parfumuri puternice trebuie evitate.

3.1. Menținerea igienei personale

Igiena personală. În mod deosebit personalul care manipulează alimentele, acesta trebuie să respecte câteva reguli de igienă, obligatorii :

- spălarea mâinilor cu apă și săpun și uscarea lor, preferabil la aer cald, înainte de a manipula un aliment;
- alimentele să nu fie atinse cu mâna decât în cazurile în care acest lucru este strict necesar ;
- să folosească în mod corect materialul de protecție ;
- controlul medical periodic al personalului din sectorul alimentar este obligatoriu ;
- purtătorii de germeni și persoanele bolnave pot contamina alimentele și, de aceea, trebuie scoase din sectorul prelucrării alimentelor până la încetarea stării de purtător sau până la completa lor vindecare.

Menținerea cu responsabilitate a igienei personale se realizează permanent prin utilizarea pe toată durata activității a echipamentului de protecție în stare curată.

¹¹ Autoritatea sanitar-veterinară și pentru siguranța alimentelor: <http://www.ansvsa.ro/?pag=745>

Igiena individuală reprezintă totalitatea regulilor ce trebuie respectate pentru menținerea curățeniei corporale și a sănătății. Regulile de igienă individuală se referă la întreținerea corpului și a hainelor în stare de curățenie.

Igiena corporală. Cuprinde igiena pielii, a părului, mâinilor, urechilor și igiena buco-dentară.

Igiena pielii. Pielea are rol protector al organismului, rol pe care îl poate îndeplini numai dacă este curată. În cursul zilei pe piele se depun substanțe toxice eliminate o dată cu transpirația, praf și microorganisme, ceea ce duce la astuparea porilor (prin care pielea transpiră, respiră etc.). Aceasta determină mâncărimi, iar microbii de pe piele pătrund în organism prin cea mai mică zgârietură a pielii, putând produce diferite infecții (abcese, furuncule etc.).

Curățenia pielii se asigură prin spălarea parțială, care se face o dată sau de mai multe ori pe zi și spălarea generală, care se face cel puțin o dată pe săptămână. Cel mai recomandabil este dușul zilnic, de preferat seara, cu apă caldă și săpun, încheiat cu clătirea cu apă din ce în ce mai rece. Astfel se realizează o menținere perfectă a curățeniei corporale, precum și călirea organismului față de bolile infectioase.

În anotimpul cald se pot folosi deodorante care au ca scop reducerea cantității de transpirație și suprimarea mirosului neplăcut. Se folosesc numai pe pielea uscată și curată. Se recomandă, totuși, să se evite folosirea abuzivă, deoarece pot produce unele afecțiuni ale pielii.

Igiena părului. Părul are rol protector, dar și de podoabă și trebuie îngrijit pentru a menține un aspect plăcut și civilizat. Pielea capului are o serie de glande sebacee și sudoripare care secretă grăsime și sudoare. Acestea se amestecă cu praful depus pe păr și pe pielea capului, putând produce mâncărimi și infecții ale pielii capului și unele boli parazitare. Pentru a preveni astfel de neplăceri se recomandă spălarea pe cap săptămânal. De asemenea, se recomandă folosirea șampoanelor care au avantajul de a curăța bine părul, fără să-l degreseze mai mult decât este necesar, așa cum se întâmplă în cazul săpunurilor prea alcaline sau al detergenților.

Igiena buco-dentară. Dintele este un organ viu legat de restul corpului prin nervi și vase de sânge. Deci, infecția de la un dinte bolnav poate circula cu ușurință în întreg organismul, putându-se localiza la diferite organe (inima, rinichi încheieturi, stomac etc.). De aceea, este importantă o igienă buco-dentară riguroasă, care constă în periajul corect al dinților seara și dimineața și clătirea după fiecare masă.

Igiena mâinilor constă în spălarea cu apă și săpun ori de câte ori este nevoie și obligatoriu înainte de fiecare masă. De asemenea, se recomandă tăierea unghiilor și curățirea lor cu periuțe de unghii. Astfel se previne transmiterea bolilor cu poartă de intrare digestivă. Foarte des, microbii ajung pe alimente de pe mâinile murdare. De aceea, lucrătorii din alimentația publică trebuie să acorde o atenție cu totul deosebită igienei mâinilor. Cercetările au arătat că pe mâinile nespălate ale lucrătorilor din sectorul alimentar se pot găsi până la 2 milioane de germeni, în timp ce pe mâinile curate se găsesc doar câteva sute. Prin manipularea ouălor murdare, s-a constatat că pielea corpului, datorită secreției ușor acide, are o acțiune autosterilizantă ce depinde de regiunea anatomică. Pe palme, această acțiune este deosebit de pronunțată. Astfel, în 20 de minute bacteriile de pe o palmă murdară mor în proporție de 50%, în timp ce de pe o palmă curată 100%. Pentru lucrătorul din alimentația publică, igiena mâinilor se realizează prin respectarea următoarelor reguli:

- tăierea unghiilor scurt;
- spălarea mâinilor cu apă caldă, săpun și periuța de unghii;

- spălarea se face cu apă curentă, minimum 1 min;
- dezinfecție cu soluții slabe de bromocet;
- uscarea cu aer cald, folosirea prosoapelor de hârtie; este interzisă stergerea pe halat, șorț sau cârpe de bucătărie.

Este obligatorie spălarea mâinilor:

- La începerea lucrului;
- La schimbarea operației de lucru;
- După manipularea materiilor prime sau a ambalajelor;
- După fiecare pauză, la reintrarea în zona de lucru;
- Înainte de punerea sau schimbarea mănușilor;
- După orice operație de curățenie și dezinfecție a locurilor de muncă;
- După manevrarea deșeurilor;
- După fumat, mâncat, băut sau mestecat gumă;
- După ieșirea de la WC;
- După strănutare, tușire sau folosirea unei batiste sau șervețel,
- După atingerea părului, a nasului, a urechilor sau a corpului.
- Spălarea mâinilor se face după următoarea tehnică:
- Umezirea mâinilor și antebrățelor cu jet de apă caldă (min.38°C);
- Săpunire (cu săpun lichid sau săpun cu dezinfectant) și clăbucire;
- Frecarea energică a mâinilor timp de 10-15sec, pe fiecare parte (palmă, dos, degete, spații dintre degete, zonele din jurul unghiilor se poate folosi și o periuță personală de unghii.

Igiena îmbrăcămintei. Rufăria de corp se îmbibă cu transpirație și murdărie de pe corp; a îmbrăca lucruri murdare este același lucru cu a nu te spăla. De aceea, trebuie schimbată cel puțin o dată pe săptămână. De asemenea, este important ca înainte de culcare să se schimbe rufăria de zi cu cea de noapte.

Îmbrăcămintea trebuie să îndeplinească o serie de condiții: să fie rea conducătoare de căldură, pentru a menține un strat de aer cald între piele și haine; permeabilitate pentru aer; curată pe dinafară și pe dinăuntru, aerisită și schimbată periodic.

Pentru lucrătorii din alimentația publică igiena personală nu reprezintă numai o problemă a individului, ci a întregii colectivități pe care acesta o deservește. Un lucrător cu ținută necorespunzătoare din punct de vedere igienic poate reprezenta un factor contaminant pentru aceasta colectivitate, cât și pentru persoanele din afară cu care vine în contact.

Ținuta vestimentară impune ca garderoba fiecărui lucrător să fie completată, pe lângă lenjeria de corp și îmbrăcămintea de stradă, cu haine de protecție și cu uniformă de lucru în conformitate cu locul și tipul de unitate. Îmbrăcămintea va trebui să fie de calitate, rezistentă, nu prea costisitoare și ușor de întreținut. Ea va fi spălată, călcată și în permanență curată. Încălțăminte trebuie să fie comodă, ușoară și rezistentă, în permanență curățată, dată cu cremă de ghetă, lustruită. Nu trebuie să aibă blacheuri, iar femeile să poarte pantofi cu toc înalt sau papuci care fac zgomot

Personalului care lucrează în unitățile de producției culinară constituie o sursă de contaminare a produselor finite și, de aceea acesta se angajează doar cu condiția atestării stării de sănătate prin control medical și analize de laborator, înscrise în carnetul de sănătate.

Personalul care activează în secțiile de producție cu contact direct sau indirect cu materiile prime, semipreparatele sau preparatele culinare trebuie să efectueze periodic (trimestrial, semestrial sau anual, după caz) control medical preventiv privind starea de sănătate și ori de câte ori motive clinice sau epidemiologice impun acest lucru.

Analizele de laborator solicitate vor fi cele stabilite prin legislația în vigoare, dar lista poate fi extinsă cu analize suplimentare pentru controlul stării de sănătate al lucrătorilor.

Zilnic, la începerea programului de lucru, șefii zonelor de activitate vor verifica starea de sănătate a personalului prin vizualizare și întrebări referitoare la posibilele afecțiuni potențial periculoase pentru contaminarea produselor alimentare. La această verificare se vor urmări:

- ✓ semnele de boală (infecții ale pielii, plăgi, abcese, panariții, dureri abdominale, senzații de vomă, stare febrilă, tuse, dureri în gât, scurgeri din urechi etc.);
- ✓ semnele de oboseală fizică avansată;
- ✓ prezența stării de ebrietate;
- ✓ starea de curățenie a mâinilor și unghiilor.

Lucrătorii bolnavi sau suspecți de îmbolnăvire, purtători de agenți patogeni sau care prezintă plăgi infectate, infecții cutanate, eczeme sau boli diareice acute nu vor avea acces în spațiile de producție ale unității de producție culinară și vor fi trimiși la medic. Personalul va fi reprimat la lucru numai cu aviz medical.

Concluziile acestei verificări și acțiunile corective dispuse se vor înregistra în fișe de monitorizare specific.

Personalul lucrător va fi instruit și obligat să aducă la cunoștința șefului ierarhic orice afecțiune digestivă, cutanată, respiratorie sau de altă natură, care ar putea să favorizeze contaminarea produselor în timpul preparării, în caz contrar purtând răspunderea nedeclarării simptomelor.

Orice persoană care are o tăietură sau o rană va înceta lucrul și va izola rana cu pansamente sterile și, apoi, cu mănuși sau cu un sistem de protecție impermeabil, bine fixat, vizibil (eventual puternic colorat) și care trebuie permanent ținut sub observație pentru a nu se pierde în timpul desfășurării activității de producție.

Controlul obligatoriu pentru lucrătorii din alimentația publică

Categoria de personal	Examenul medical periodic	Periodicitatea
Personalul care lucrează nemijlocit în bucătării sau sectorul de preparate culinare, de cofetărie, de înghețată și de băuturi răcoritoare	Examen clinic general Examen coprobacteriologic. Examen radiologic pulmonar	Lunar Trim. II și III Anual
Personalul din unitățile și punctele de desfacere a alimentelor	Examen clinic general și dermatologic Examen radiologic pulmonar	Trimestrial Anual
Personalul de transport și depozitare a produselor alimentare	Examen clinic general și dermatologic Examen radiologic pulmonar	Anual Anual

Rezultatele acestor examene sunt trecute în carnetul de sănătate al fiecărui lucrător. Sustragerea sau refuzul de prezentare la examenele medicale și la vaccinări se sancționează prin legile sanitare.

De reținut! starea de sănătate a lucrătorilor are o mare importanță, unele boli infecto-contagioase putând avea grave implicații (gripe, hepatite, TBC etc.).

Echipamente de protecție

Legislația națională și europeană (¹²) impune ca orice echipament individual de protecție să îndeplinească următoarele condiții:

- a) să fie corespunzător pentru riscurile implicate, fără să conducă el însuși la un risc mărit;
- b) să corespundă condițiilor existente la locul de muncă;
- c) să ia în considerare cerințele ergonomice și starea sănătății lucrătorului;
- d) să se potrivească în mod corect persoanei care îl poartă, după toate ajustările necesare.

Echipamentul individual de protecție are un rol important în prevenirea sau protecția împotriva afecțiunilor musculo-scheletice care se pot datora mai multor cauze, dintre care enumerăm:

- riscuri existente la locul de muncă, cum ar fi:
 - o manipularea de obiecte grele;
 - o lucrul cu aparate și dispozitive generatoare de vibrații;
 - o poziții de lucru care solicită anumite părți ale corpului : sprijin pe genunchi, susținerea unor obiecte cu piciorul sau brațele, etc.
 - o șocuri;
- proiectării sau alegerii defectuoase a echipamentului individual de protecție (când construcția sa nu este adecvată purtătorului, producând strangulări);
- boli cronice sau sechele ale unor expuneri anterioare.

Pentru a îndeplini funcțiile de mai sus, echipamentele individuale de protecție pot fi:

- proiectate special pentru a proteja împotriva anumitor riscuri;
- proiectate ergonomic, astfel încât să nu devină factor de risc;
- proiectate special pentru persoane cu anumite deficiențe musculo-scheletice.

Printre factorii care trebuie luați în considerare la stabilirea cerințelor ergonomice ale echipamentelor de protecție, menționăm¹³:

- integrarea performanțelor și cerințelor ergonomice: trebuie să existe posibilitatea (standarde de cerință și metode) de a determina faptul că echipamentul asigură protecție împotriva riscurilor specificate și că este din punct de vedere ergonomic potrivit pentru utilizarea prevăzută;
- factori pentru stabilirea nivelului de protecție optim de asigurat: suprafața de acoperit/protejat;
- utilizarea practică: înțelegerea instrucțiunilor, posibilitatea efectuării mișcărilor specifice;
- factori pentru măsurarea impactului fiziologic: consumul de oxigen, debitul respiratoriu, modificările de temperatură ale corpului, transpirația, oboseala sau contracția mușchilor;
- factori privind adaptabilitatea și menținerea pe corp: reglare, stabilitatea ajustărilor, adaptarea pe corp;
- factori prin care se asigură că nu provoacă iritații și nici nu cauzează disconfort;
- factori antropometrici;
- caracteristici biomecanice: distribuția masei, dinamica forțelor inerțiale asupra corpului uman, limitarea sau împiedicarea mișcărilor, abraziunea sau compresiunea asupra tegumentelor și mușchilor, creșterea vibrațiilor;
- caracteristici termice ale EIP: izolația termică, permeabilitatea la vapori de apă, permeabilitate la aer, absorbția și desorbția apei;
- efecte asupra simțurilor: vedere, auz, gust, miros, simț tactil.

¹² HG nr. 1048/2006, respectiv directiva europeană 89/656/CEE

¹³ Standardul SR EN 13291:2007 (EN 13921:2007)

În conformitate cu legislația sanitară, toți lucrătorii din sectorul alimentar, inclusiv elevii la practică, trebuie să poarte în timpul lucrului echipament pentru protecția sanitară a alimentelor.

Echipamentul sanitar de protecție are rolul de a proteja produsele alimentare de poluări microbiene sau mecanice (praf, noroi) provenite de la îmbrăcămintea proprie a muncitorilor cu care circulă pe stradă. Acest echipament trebuie să fie de culoare albă și să cuprindă, după specificul muncii, următoarele: halat, șorț, pantaloni, jachete, bonete, basmale, cizme de cauciuc, mănuși etc.

Echipamentul de protecție sanitară trebuie să acopere complet îmbrăcămintea și părul capului și să fie impermeabil în părțile care vin în contact cu umezeala.

Asigurarea echipamentului de protecție sanitară de către angajator se va face conform cerințelor specifice pentru fiecare activitate (inclusiv pentru sectorul de livrare și transport) și în culori diferite, în funcție de zona de lucru, pentru a putea ține sub control traficul personalului.

Purtarea echipamentului de protecție este obligatorie pe toată perioada desfășurării activității.

Echipamentul de protecție va răspunde cerințelor legate de protecția sanitară fiind confecționat astfel încât să nu genereze contaminări fizice (să aibă sisteme de prindere sigure - fără nasturi sau butoni metalici, să aibă buzunare pe interior etc); el trebuie să includă atât piese pentru acoperirea completă a părului, cât și șorțuri care să protejeze echipamentul și care să poată fi înlocuite atunci când se murdăresc (chiar și de mai multe ori pe zi). Se recomandă încălțăminte cu talpă antiderapantă, iar pentru zonele de contact cu umezeală, piese din material impermeabil.

Modul de purtare a echipamentului de protecție

- *Bluza/halatul/combinezonul*
 - se recomandă să fie de culoare deschisă, cu sisteme de prindere sigure și cu mâneci scurte;
 - dacă bluzele au mâneci lungi, acestea trebuie ridicate peste cot prin rulare interioară;
 - trebuie să fie permanent încheiată.
- *Șortul*
 - se poartă pentru protejarea echipamentului de bază;
 - se schimbă ori de câte ori se murdărește
- *Boneta*
 - trebuie să acopere totalitatea firelor de păr;
 - protejează împotriva căderii părului și a mătreței, care sunt puternic contaminante;
 - protejează părul de vapori și de mirosuri
- *Masca buco-nazală*
 - trebuie să fie așezată pe gură și pe nas, dar numai pentru anumite operații de lucru cum ar fi porționarea sau ambalarea după pregătire.
- *Încălțăminte de siguranță*
 - se utilizează numai în spațiile de prelucrare pentru a nu se contamina spațiile de lucru de la încălțăminte de stradă;
 - preferabil să fie antiderapantă pentru a proteja angajații împotriva alunecării.
- *Mănușile*
 - să fie de unică folosință și schimbate de câte ori se impune;

- utilizarea lor permanentă sau pe durată de timp prelungită poate provoca apariția de răni ale pielii prin transpirație (se recomandă purtarea mănușilor max. 90min);
- utilizarea mănușilor nu înlocuiește spălarea mâinilor.

Mănușile sunt utilizate atât pentru protecția operatorului, cât și pentru asigurarea manipulării în condiții de igienă alimentelor. Mănușile trebuie confecționate din materiale adecvate contactului cu alimente.

Datorită construcției specifice, mănușile din zale metalice (care se pot utiliza în spațiile de tranșare ale unităților de producție culinară de mare capacitate) sunt dificil de curățat și dezinfectat, de aceea procesul de spălare trebuie urmat de un tratament de dezinfectare fie prin temperaturi ridicate, fie prin imersie prelungită în dezinfectant.

În toate etapele de obținere a preparatelor culinare, echipamentul trebuie să fie totdeauna complet, curat și nedegradat (schimbat zilnic și ori de câte ori este nevoie pe durata schimbului de lucru, dacă acesta se murdărește într-un grad avansat).

Acest lucru se verifică la începutul fiecărui schimb (eventual odată cu verificarea stării de sănătate a personalului), de către șefii zonelor de activitate sau de șefii bucătari.

Spălarea și dezinfectarea echipamentului de protecție se face conform instrucțiunilor specifice. Se recomandă ca această acțiune să se facă în mod centralizat la nivelul unității de producție sau prin firme specializate de prestări de servicii.

Păstrarea echipamentului de protecție care nu se utilizează se face în spații special amenajate, separate de alte materiale auxiliare și administrative, curate și protejate de contaminări.

Echipamentul de protecție se va purta numai în timpul desfășurării operațiilor tehnologice și numai în incinta spațiilor de producție.

3.2. Menținerea igienei la locul de muncă

Comportamentul Personalului

Tot personalul care participă la activitatea de producție și comercializare va purta echipament de protecție complet (inclusiv șorturi din material textil sau pânză cauciucată) și curat, inclusiv încălțăminte și piese pentru acoperirea completă a părului, iar pentru zonele de contact cu umezeală, va avea piese din material impermeabil.

Persoanele ce lucrează cu materia primă sau cu produsele semipreparate și care prezintă pericole mari de contaminare, nu trebuie să intre în contact cu nici un produs finit decât după ce își schimbă echipamentul de protecție care a fost purtat în timpul lucrului și care a fost contaminat, cu unul nou, curat și dezinfectat.

Se recomandă ca șorțurile să se schimbe ori de câte ori ajung într-o stare avansată de murdărire.

În spațiile de lucru nu se admite consumul băuturilor alcoolice, fumatul, mâncatul sau mestecatul gumei. Se recomandă amenajarea unor spații speciale pentru servit masa și pentru fumat.

Pe tot parcursul desfășurării activității, personalul trebuie să adopte un comportament adecvat prevenirii contaminării produselor prin strănut, tuse, spălare incorectă sau superficială a mâinilor după folosirea toaletei.

La executarea operațiunilor de finisare- decorare- ambalare a produselor culinare și la ambalare se recomandă ca lucrătorii să poarte măști de protecție.

Orice angajat care lucrează în contact direct cu produsele trebuie să raporteze șefului ierarhic superior orice fel de răni la mâini, la brațe ori la față sau orice stare de boală, dacă este contagioasă.

În timpul derulării programului de lucru, după orice ieșire din incinta spațiilor de producție intrarea se va face prin filtru sanitar.

Pentru operațiunile care se efectuează manual, se recomandă utilizarea mănușilor de unică folosință (acolo unde este posibil din punct de vedere al manoperei ce urmează a se efectua), iar în cazul operațiunilor la care se impune utilizarea mănușilor de protecție, se va proceda la spălarea și dezinfectarea acestora înainte de utilizare.

Mănușile de protecție termică se vor înlocui în cazul acumulării de murdării de pe tăvi.

Nu se vor purta mănuși rupte sau găurite, pentru a evita contaminarea mâncării cu microorganisme ce se pot transmite prin transpirația mâinilor

La orice întrerupere a activității pentru rezolvarea unor nevoi personale, mănușile se vor scoate și se vor păstra în condiții igienice până la reutilizare (agățate sau în dulapuri).

În apropierea chiuvetei se va amenaja un dulap/rastel pentru pahare de unică folosință sau căni din material plastic pentru consumul apei de către personal.

Fiecare angajat operator trebuie să fie conștient și bine informat de regulile care trebuie respectate pe timpul activității de producție și să acționeze în acord cu ele. El trebuie să fie conștient de faptul că un standard înalt de igienă personală este o bună protecție față de orice fel de contaminare a alimentelor.

Se interzice gustarea produselor cu ajutorul degetelor.

Ustensilele cu care se fac determinările de gust pentru produsele culinare se dirijează apoi direct la spălare (nu se mai introduc în produse după degustare).

Nu se vor păstra resturi de materii prime, semipreparate sau produse finite în zonele de lucru, în sertare, dulapuri sau sub mesele de lucru.

Servirea produselor culinare se face respectându-se regulile de servire legate de interzicerea atingerii produselor culinare sau a interiorului veselei de servire.

Orice operator cu datoria de a informa și corecta în acest spirit pe colegii săi, de a informa șefii ierarhici în legătură cu orice acțiune iresponsabilă, contrară regulilor stabilite și cu eventualele contaminări pe care le-a constatat, pentru a se putea lua acțiunile corective în timp util

Programe de instruire

Este necesară întocmirea anuală a unor programe de instruire, menționându-se perioada, durata, participanții, tematica, lectorii, condițiile de evaluare, responsabilitățile și locul de desfășurare.

Factorii care se iau în considerare la elaborarea tematicii acestor programe trebuie să fie:

- natura și gradul de complexitate al proceselor în care ar putea avea loc creșteri ale încărcăturii microbiene patogene;
- măsurile de igienă la prelucrările manuale ale produselor culinare;
- modalitățile de ambalare;
- particularitățile de depozitare;
- durabilitatea minimală (termenul de valabilitate) etc.

Tematica abordată în cadrul acestor programe poate cuprinde:

- reglementări naționale în domeniul igienei;
- sarcini recomandate prin ghidul propriu de bune practici al societății;
- metode specifice de procesare igienică;
- reguli de comportament pentru personal.

Instruirea personalului nou angajat constă în informarea acestuia asupra activităților pe care le va efectua și a cerințelor de siguranța alimentelor pe care va trebui să le respecte pe parcursul desfășurării activității sale.

În afara instruirilor planificate prin programul de instruire se fac și reinstruirii ale personalului impuse de schimbările survenite în aplicarea instrucțiunilor de lucru, de operare sau tehnologice, pentru schimbările de legislație sau în cazul în care se constată abateri de la comportament sau de la aplicarea procedurilor operaționale sau a instrucțiunilor tehnologice.

În cadrul unității de producție și comercializare culinară personalul trebuie să beneficieze de o instruire periodică adecvată, referitoare la manipularea igienică a alimentelor și la igiena personală, pentru a înțelege măsurile de precauție necesare pentru a evita contaminarea alimentelor.

Evaluarea periodică a eficienței instruirilor și programelor de instruire are ca scop asigurarea faptului că procedurile sunt implementate efectiv.

Conducătorii unităților și supraveghetorii proceselor de producție și comercializare trebuie să aibă cunoștințe temeinice (teoretice și practice) dispun igiena și practica de producție pentru a putea aprecia corect pericolele potențiale și a lua măsurile necesare de remediere a deficiențelor.

Programele de instruire vor fi revizuite în permanență și vor fi actualizate ori de câte ori este necesar, deoarece sistemul trebuie să asigure că operatorii; sunt conștienți despre ceea ce au de făcut în toate fazele tehnologice ale fluxurilor de preparare, astfel încât să se mențină siguranța alimentară a produselor culinare fabricate și comercializate.

Se va asigura reîmprospătarea cunoștințelor teoretice, precum și efectuarea unor demonstrații practice privind respectarea regulilor de igienă la fabricarea și comercializarea produselor culinare, cel puțin o dată la 6 luni.

Igiena transporturilor

Transportul intern

Transportul intern al materiilor prime, al materialelor auxiliare și al produselor finite va fi efectuat cu mijloace de transport alese în funcție de specificul unității de producție și comercializare culinară (organizarea proceselor de producție și comercializare, capacitatea de producție și spațiul de desfacere etc.).

Transportul se poate face cu transpalete, cărucioare, transportoare etc. Transportul între nivele, acolo unde este cazul, se face cu liftul; se recomandă ca transportul produselor finite să nu se facă cu același lift cu care se face transportul materiilor prime, de asemenea transportul deșeurilor sau al altor produse cu risc de contaminare încrucișată se va face separat;

Toate mijloacele de transport intern pentru materii prime, ingrediente, ambalaje și produse finite vor fi întreținute corespunzător, fără deteriorări care să favorizeze contaminarea produselor transportate (prezență de sârme, șuruburi, cabluri, rugină, părți metalice rupte, vopsea exfoliată etc.), curățate și dezinfectate periodic.

Întreținerea igienei mijloacelor de transport se face după o procedură specifică, în funcție de tipul de mijloc de transport.

Transportul extern

Transportul extern al materiilor prime, ingredientelor, produselor finite se va efectua cu mijloace de transport auto utilizate strict în acest scop, avizate pentru transportul alimentară și marcate corespunzător.

Toate mijloacele de transport extern vor fi întreținute corespunzător, curate și dezinfectate. Acestea nu trebuie să prezinte deteriorări care să favorizeze contaminarea produselor transportate.

Nu se va admite utilizarea de mijloace de transport cu spațiul carosat spart, cu fisuri sau crăpături, cu uși defecte.

Igienizarea mijloacelor de transport proprii se face după o procedură specifică, în funcție de tipul acestora.

Încărcarea și descărcarea preparatelor culinare se vor face astfel încât acestea produse să nu se deterioreze.

Personalul care deservește mijloacele de transport pentru produsele alimentare va avea echipament de protecție sanitară pe care îl va purta ori de câte ori manevrele executate îl pun în contact cu produsul alimentar. Acest echipament se va păstra în vehicul, în condiții igienice.

În cazul efectuării transportului de către o altă societate este necesar ca mijlocul de transport utilizat să fie avizat pentru transportul alimentar și să se verifice starea tehnică și de curățenie a acestuia.

Mijloacele auto de transport pentru produsele de catering refrigerate/congelate trebuie să fie frigorifice (cu agregat propriu și cu sistem de monitorizare a temperaturii). Se recomandă utilizarea lor numai în acest scop. Dubele acestora pot avea o construcție specială (specifică transportului de navete sau rastele). Temperatura care se menține în acestea mijloace de transport diferă în funcție de preparatele culinare care se transportă și poate fi de:

- ✓ 4C, pentru preparatele refrigerate, putând crește până la 7C pentru o perioadă scurtă în timpul transportului;
- ✓ 18C sau mai puțin, pentru preparatele congelate, putând crește până la -12C pentru o perioadă scurtă în timpul transportului.

Mijloacele auto de transport frigorifice vor fi curățate și igienizate și vor avea agregatele frigorifice în stare de funcționare permanentă, astfel încât să se asigure temperatura optimă de transport (necesară și specifică produselor transportate). Ele vor fi dotate cu elemente de monitorizare a temperaturii.

Mijloacele auto de transport pentru produsele de catering calde vor avea dubă izotermă, pentru a menține aceste alimente la cel puțin 63°C; ele pot avea o construcție specială a dubei de transport (specifică transportului de navete sau rastele) și pot fi dotate cu sisteme de aerisire protejate cu filtre de praf.

Mijloacele auto de transport trebuie întreținute corespunzător, curățate și dezinfectate după fiecare transport.

Transportul produselor nealimentare (detergenți, substanțe chimice, deșeuri) nu se va face cu aceleași mașini cu care se transportă produse alimentare (materii prime, produse finite, ambalaje).

Manipulare

Deschiderea sacilor, ambalajelor de plastic, a pungilor ce conțin materii prime și ingrediente trebuie să se facă cu atenție pentru evitarea contaminărilor fizice (cu ațe, sfori, rupturi de ambalaj, obiecte personale) sau microbiologice (prin atingerea conținutului cu mâinile murdare, de la ambalajele de transport).

Semipreparatele transportate în spațiile frigorifice pentru temperare, răcire sau păstrare până la utilizare în tăvi, pe platouri sau în vase deschise sau închise cu capac, se vor manipula astfel încât să fie evitate contaminările de orice natură.

Înainte de manipularea manuală a alimentelor se face igienizarea și dezinfectarea corectă a mâinilor.

Ospătarii vor servi preparatele, având grijă să nu le atingă pentru a nu produce contaminări.

Ustensilele și aparatura utilizată la operațiile de igienizare

Mărirea eficacității și scurtarea duratei operațiilor de curățire se realizează utilizând diferite ustensile, aparate și dispozitive.

Dintre ustensilele folosite în mod curent amintim:

- ✓ perii,

- ✓ mături,
- ✓ bureți,
- ✓ răzătoare,
- ✓ furtune cu dispozitive de închidere a apei,
- ✓ dispozitive mobile de igienizare automate, cu bazine de soluții de spălare și dezinfectare și jet de apă;
- ✓ Instalații de igienizare centralizate, cu sisteme locale amplasate în toate spațiile de interes, cu bazine de soluții de spălare și/sau de dezinfectare
- ✓ etc.

Se va evita folosirea la igienizare a cârpelor care sunt ele însele sursa de contaminare.

Se recomandă ca pentru spălare și dezinfectie să se utilizeze aparatura care dă posibilitatea amestecării în diferite proporții a apei cu soluții detergente sau dezinfectante concentrate, în vederea obținerii de soluții de lucru care să permită executarea tuturor fazelor spălării și dezinfectiei cu același aparat. Jeturile de apă cu presiune ridicată prezintă avantaje privind rapiditatea executării operațiilor de igienizare, mai ales în cazul locurilor greu accesibile, deoarece fac posibilă utilizarea soluțiilor cu concentrații și temperaturi mai mari, neindicate în cazul executării manuale a igienizării.

Atenție! Pentru efectuarea igienizării, în fiecare unitate trebuie să existe minim patru seturi de ustensile. Un set trebuie utilizat numai pentru efectuarea curățeniei la vestiare, dușuri și holuri, unul numai pentru efectuarea curățeniei la WC-uri, altul pentru spațiile de prelucrări preliminare și al patrulea pentru igienizarea spațiilor de preparare.

Proceduri și metode de igienizare

Igienizarea trebuie să se execute conform unui plan în care se vor preciza spațiile, practicile și succesiunile activităților specifice, frecvența de realizare, precum și responsabilitatea pentru execuție.

Se va numi o persoană responsabilă cu activitățile de igienizare care să supravegheze prin verificări periodice efectuarea acestora să menționeze eficacitatea lor, să analizeze rezultatele obținute și să asigure demersurile pentru colaborările cu terță parte pentru executarea acestor operațiuni.

Ciclul de curățenie și dezinfectie va cuprinde următoarele faze:

- Îndepărtarea resturilor grosiere;
- Spălarea cu substanțe de spălare (detergenți) dizolvat în apă caldă;
- Clătirea cu apă caldă în cantitate suficientă;
- Dezinfectarea cu soluții în concentrație stabilită în funcție de tip și durată de contact;
- Clătire cu apă caldă;
- Uscare.

Elementele construcției (pardoseli, pereți, tavane, lumina, uși, ferestre, guri de ventilare, radiatoare, părți fixe ale instalațiilor și tot ceea ce există în spațiile în care se desfășoară activități de producție și de servire) trebuie să fie curățate periodic și dezinfectate, acolo unde este cazul.

Podelele, inclusiv sifoanele de pardoseală, structurile auxiliare și pereții din zonele de producție trebuie atent curățate, fie imediat după încetarea activității în zona respectivă, fie atunci când acest lucru este posibil.

În spațiile în care există un risc mare de contaminare microbiană și/sau chimică, operațiunile de curățenie și dezinfectie trebuie să se facă în regim special (platforme de depozitare și căi de evacuare a deșeurilor, grupuri sanitare etc.).

Operațiunile de igienizare pentru spațiile murdare (anexe social - sanitare, platforme de deșuri etc.) vor fi efectuate de către personal angajat special pentru aceste operațiuni (nu de persoane angajate direct în procesul de producție).

Utilajele și ustensilele implicate în desfășurarea procesului tehnologic se vor igieniza de operatorii care le exploatează sau de o persoană anume desemnată. Realizarea și verificarea igienei acestora se face zilnic, iar concluziile se înregistrează în fișe din care să rezulte eficiența igienizării.

Echipamentele, ustensilele etc. care vin în contact cu produsele culinare, în special cele care vin în contact cu materia primă (pește, carne, legume) se contaminează cu microorganisme, putând afecta cu ușurință produsele preparate ulterior. De aceea, curățarea - ce include și demontarea - trebuie efectuată de mai multe ori pe zi, cel puțin după fiecare pauză și înainte de a schimba produsul ce va fi preparat. Scopul demontării, curățării și dezinfectării de la sfârșitul zilei de lucru este de a împiedica dezvoltarea unei posibile microflore patogene. Această activitate trebuie monitorizată și se vor efectua înregistrări despre execuții și verificări.

Frecvența operațiunilor de igienizare depinde de riscul de contaminare pe care îl prezintă spațiile, echipamentele, ustensilele, suprafețele etc, de metoda de curățenie care se impune și de rezultatele obținute la testele de verificare a eficienței igienizării. Aceasta se stabilește de fiecare unitate prin programul de igienizare propriu. Pentru a preveni contaminarea produselor culinare, toate echipamentele și ustensilele trebuie curățate ori de câte ori este necesar și dezinfectate atunci când este nevoie.

Operațiunile de igienizare se încep întotdeauna dinspre locurile mai curate către cele mai murdare, dinspre tavan spre podea, dinspre încăperile de lucru către anexele sanitare.

Se recomandă utilizarea marcajelor de culori diferite în funcție de zonele pentru care acestea se folosesc.

Metodele de igienizare recomandate:

- ✓ măturarea umedă;
- ✓ ștergerea umedă;
- ✓ spălarea cu soluții de detergenți urmată de dezinfecție și de clătire;
- ✓ zugrăvirea;
- ✓ vopsirea

Organizarea locurilor de muncă se va face astfel încât să se evite acumularea de materiale care să favorizeze prăfuirea, infestarea, acumularea de murdărie etc. sau să îngreuneze efectuarea operațiilor de igienizare.

Spălarea spațiilor, utilajelor, ustensilelor etc. utilizate în procesul de obținere a preparatelor culinare se poate face utilizând ca **substanțe de spălare:**

- Substanțe alcaline: sodă caustică/calcinată, folifosfați etc.;
- Substanțe acide: soluții slab acide de acid clorhidric sau azotic;
- Substanțe tensioactive: detergenți (anionici, cationici, amfiionici, neionici) în concentrație de 2-20%.

Dezinfecția se poate face prin:

- fizice (spălare cu apă fierbinte, la 83 °C; fierbere; ultraviolete etc);
- metode chimice (cu substanțe dezinfectante: clorul și compușii lui -cloramine, hipoclorit de sodiu, clorură de var, iodul sau dezinfectanți tensioactivi - cationici, anionici).

Substanțele chimice utilizate pentru spălare și dezinfectare trebuie să fie avizate pentru producția de alimente și vor îndeplini următoarele caracteristici:

- ✓ să nu fie toxice și periculoase la manipulare;
- ✓ să nu fie corozive;

- ✓ să se poată îndepărta ușor prin clătire;
- ✓ să aibă o capacitate mare de pătrundere;
- ✓ să emulsioneze eficient grăsimile.

Substanțele chimice de spălare și dezinfectare trebuie să fie manipulate cu precauție.

Substanțele de spălare și de dezinfectare utilizate trebuie dozate corect, cu ustensile de măsurare, pentru a nu deveni surse de contaminare chimică pentru produsele alimentare.

Pentru evitarea riscului de contaminare chimică sau microbiologică, substanțele chimice și ustensilele de curățenie vor fi depozitate protejate într-un spațiu/dulap special amenajat. Pentru uscarea ustensilelor, acest spațiu trebuie prevăzut cu posibilități de aerisire.

Clătirea după spălare și după dezinfecție se va face cu apă potabilă în cantitate suficientă pentru îndepărtarea completă a substanțelor chimice utilizate pentru aceste operații. Orice reziduuri ale substanțelor de igienizare și dezinfecție pe suprafețele ce intră în contact cu alimentele trebuie îndepărtate cu apă potabilă fierbinte, înainte ca spațiul sau echipamentele să fie folosite din nou pentru manipularea sau prepararea alimentelor.

Se va evita clătirea cu apă rece, deoarece în contact cu apa rece detergentul nu se îndepărtează eficient și se depune ca o peliculă pe suprafețele clătite.

Dacă se utilizează pentru dezinfecție compuși cu clor, se efectuează o clătire intensă, până la completa eliminare a mirosului de clor.

Temperatura apei utilizate la igienizare va fi de:

- ✓ 35 - 40°C pentru apa de spălare;
- ✓ 60 - 65°C pentru apa de clătire

Se recomandă clătirea cu apă fierbinte pentru a îndepărta complet detergenții, care permite apoi o uscare rapidă, fără ștergere!

Controlul eficienței igienizării se face prin:

- Teste *microbiologice* prin metode clasice sau rapide (număr total de germeni, stafilococi patogeni, (*Escherichia coli*, *Proteus*);
- Teste *chimice* (pentru determinarea eventualelor urme de detergenți sau substanțe de dezinfectare, prin măsurarea PH-ului).

Monitorizarea executării operațiunilor de igienizare se înregistrează în fișe prin care să se poată urmări atât substanțele utilizate cât și concentrația acestora, precum și frecvența de realizare a operațiunilor de igienizare și eficiența acestora prin verificări. Un model de formular de înregistrare..

Se va acorda o atenție deosebită zonelor greu accesibile sau inaccesibile pentru care se va stabili un plan de curățenie special care va avea în vedere faptul că sunt necesare operațiuni de demontare de instalații și/sau de utilaje, care se vor executa periodic.

Dezinfecția spațiilor de producție și de depozitare trebuie efectuată numai după finalizarea curățeniei generale și include și dezinfecția sifoanelor de pardoseală.

Igienizarea anexelor social-sanitare și a platformelor de colectare a deșeurilor se realizează zilnic, și ori de câte ori, este nevoie prin operațiile de:

- Curățarea;
- Spălarea cu detergenți;
- Clătirea;
- Dezinfectarea.

Conducerea unităților de producție culinară este responsabilă pentru toate acțiunile de curățenie efectuate cu terță parte din punct de vedere al metodelor și al eficienței

Combaterea dăunătorilor

Dăunătorii reprezintă un pericol potențial major pentru contaminarea produselor culinare.

Prevenirea accesului și proliferării dăunătorilor

- împiedicarea pătrunderii dăunătorilor în clădiri, depozite, poduri și subsoluri prin:
 - blocarea posibilelor locuri de acces (goluri și fisuri în elementele de construcție, fisuri de pe lângă instalațiile de apă și canalizare etc.);
 - montarea de site etanșe la sifoanele de pardoseală și canalizare;
 - îndepărtarea vegetației agățătoare în vecinătatea spațiilor de lucru;
 - protejarea cu site sau alte sisteme a ușilor și ferestrelor și a gurilor de ventilație.
- Eliminarea posibilităților de hrănire și proliferare prin:
 - păstrarea materiilor prime, ingredientelor, ambalajelor și produselor finite numai în spații protejate împotriva accesului dăunătorilor;
 - păstrarea permanentă a spațiilor de producție și a depozitelor în stare de curățenie;
 - depozitarea deșeurilor numai în recipiente bine închise;
 - evacuarea zilnică a deșeurilor din spațiul de producție;
 - menținerea stării tehnice a platformelor de depozitare a deșeurilor;
 - evitarea stagnării apei pe pardoseli sau pe traseele exterioare;
 - controlul împrăștierei pulberilor de făină, lapte praf, cacao sau de praf în spațiile de producție;
 - îndepărtarea din spațiile de producție și depozitare a oricăror materiale care pot constitui adăpost pentru rozătoare sau pot atrage prin natura lor diverși dăunători (muște, furnici, gândaci etc.)
- Igienizarea vecinătăților pentru distrugerea cuiburilor de dăunători. Se va exclude prezența animalelor în secțiile de producție și din imediata apropiere a acestora.

Monitorizare și detecție: Controlul și prevenirea apariției dăunătorilor se face periodic, având în atenție următoarele elemente:

- urmărirea apariției infestării;
- stabilirea și urmărirea traseelor rozătoarelor și/sau ale altor dăunători;
- întocmirea și afișarea planurilor de amplasare a momelilor și capcanelor pentru rozătoare/insecte;
- controlul zilnic al capcanelor amplasate pe traseele de circulație a rozătoarelor/insectelor;
- verificarea stării de igienă

Eradicarea. În unitățile de producție culinară, eradicarea dăunătorilor se face prin metode fizice sau prin tratamente cu agenți chimici, omologați și avizați, (insecticide/raticide de ingestie, de contact sau de respirație aplicate ca atare sau pe substanțe auxiliare ca bază pentru momeli) în cadrul unor programe de combatere a dăunătorilor.

Metodele trebuie să fie eficiente și aplicate ritmic și să fie evaluate prin inspecții periodice. Dezinfecția spațiilor de producție și de depozitare poate fi efectuată prin:

- Pulverizarea cu insecticide;
- Atragerea și distrugerea insectelor cu aparate electronice cu lumină ultravioletă.

Combaterea rozătoarelor se poate face utilizând diferite metode, ca de exemplu:

- ✓ *Metode mecanice*, cu capcane și/sau curse amplasate pe baza unei hărți bine determinate (periodic, aceste capcane trebuie verificate, iar rozătoarele prinse trebuie eliminate);
- ✓ *Metode chimice*, prin utilizare de rodenticide raticide-sub formă de momeli amplasate pe căile de circulație a rozătoarelor sau prin prăfuire în galeriile acestora); aceste momeli sunt utilizate numai în spațiile exterioare clădirilor;
- ✓ *Metode fizice* prin folosirea unor dispozitive cu unde electromagnetice și sau/ultrasunete.

Eradicarea dăunătorilor se va face în baza unui program de dezinsecție și deratizare, de către societăți specializate, care au personal autorizat să utilizeze substanțe chimice specifice.

În cazul în care substanțele utilizate se depozitează în cadrul unităților de producție, acestea se țin într-un spațiu special destinat sub cheie, pentru a se evita riscul de contaminare a materiilor prime sau a produselor finite.

Programul de combatere a dăunătorilor va viza ansamblul unității de producție culinară (zonele de preparare, depozitare și vecinătățile), și persoana din unitatea de producție, responsabilă de realizarea acestor operațiuni trebuie să inspecteze spațiile interioare și exterioare și, în funcție de rezultatele constatate, să solicite efectuarea unor operațiuni suplimentare față de programul stabilit.

Igiena locului de muncă specifică în industria alimentației

În tot cursul preparării și comercializării produselor alimentare, la locul de muncă trebuie menținută o curățenie perfectă. Curățenia trebuie să fie un proces continuu prin care să se îndepărteze murdăria, imediat după ce a apărut. Pe suprafețele și ustensilele murdare rămân resturi alimentare pe care se dezvoltă microorganisme de alterare și patogene, mai ales dacă nu se asigură curățenia corectă și la momentul oportun.

Curățenia în timpul funcționării unității

Este o activitate neplanificată, care se execută ori de câte ori s-au acumulat deșeuri. Fiecare lucrător este obligat să asigure curățenia permanentă a locului de muncă și a utilajelor folosite.

Operațiile care provoacă murdăria în bucatării și riscul contaminării cu germeni sunt:

- curățarea legumelor;
- manipularea ouălor;
- eviscerarea păsărilor și a peștilor.

Aceste operații, numite și "impure", trebuie efectuate în compartimente izolate. Personalul care efectuează operațiile impure nu vor participa la manipularea produsului finit decât după schimbarea halatului și spălării corecte a mâinilor cu apă caldă, săpun și perie de unghii.

O atenție deosebită trebuie acordată spălării imediate și corecte a veselei și ustensilelor în care s-au prelucrat produse de origine animală (lapte, carne, ouă, pește) în resturile cărora microbii se înmulțesc foarte bine. Este vorba de mașina de tocat carne, de vesela în care s-au preparat creme, maioneze etc.

În unele cazuri, în condiții de turism intens, se impune ca vesela și tacâmurile, după spalare, să fie dezinfectate, respectându-se condițiile descrise mai înainte.

Vasele și vesela folosite nu trebuie să vină în contact cu cele curate; se va urmări un flux într-un singur sens; vesela murdară-»spălare->clătire->uscare->depozitare în dulapuri închise.

Deseori, vesela și tacâmurile corect spălate se contaminează cu microbi de la cârpele de șters murdare.

De aceea, se recomandă ca vesela să se lase la scurs pe stelaje amenajate. Dacă, totuși, este necesar să fie șterse, se preferă prosoapele de hârtie, iar în absența acestora cârpele de bucatărie spălate, fierse și călcate zilnic.

O grijă cu totul deosebită trebuie acordată îndepărtării și depozitării gunoaielor. Aceasta trebuie să se facă într-un loc mai îndepărtat, din exteriorul unității, în cutii metalice bine acoperite cu capace, pentru a nu permite accesul muștelor și rozătoarelor.

Curățenia curentă

Se execută zilnic sau de câteva ori pe zi, la sfârșitul unui ciclu de muncă. Această curățenie cuprinde suprafețele de lucru murdărite în timpul activității și trebuie efectuată respectând riguros ordinea operațiilor de igienizare.

În unitățile de alimentație publică (restaurante) curățenia curentă se efectuează după fiecare masă, înainte de a se începe pregătirea mesei următoare și în mod deosebit la sfârșitul fiecărei zile, când se recomandă să se aplice și dezinsecția.

Trebuie avut grijă ca în timpul curățeniei alimentele să fie protejate pentru a nu se depune praf pe suprafața lor.

Curățenia de fond

Curățenia de fond sau *generală* constă în spălarea atentă cu apă caldă și detergent a întregii unități (pereți, podele, mese, dulapuri, vitrine, spații frigorifice, utilaje, precum și asigurarea curățeniei în jurul unității.

Prin îndepărtarea murdăriei, curățenia de fond creează condiții pentru reducerea numărului de microbi, muște, rozătoare.

Curățenia de fond se realizează prin următoarele operații: spălare cu apă caldă și detergenți, dezinsecție, dezinsecție, deratizare.

Frecvența curățeniei de fond în unitățile de alimentație publică este de o dată pe săptămână.

Dezinsecția

Este acțiunea de combatere a insectelor, mai ales a celor purtătoare de germeni, cu ajutorul substanțelor insecticide. Insectele pot infecta sau infesta materiile prime și produsele finite, prezentând un real pericol prin marea lor capacitate de vehiculare a unui număr imens de germeni patogeni și, mai ales, a bolilor gastro-intestinale.

Insectele mai frecvente în unitățile de alimentație publică sunt gândacii, furnicile și în special muștele (în sezonul cald). Circulând și hrănindu-se prin locuri insalubre (gunoarie, closete), muștele se încarcă cu un număr imens de microbi: 6-7 milioane pe corp și 20 milioane în intestine. Microbii ajung pe alimente atât prin contact direct, cât și prin dejectele muștelor, dar mai ales prin regurgitare. Fiind foarte lacome, muștele, după ce au mâncat pe săturate din orice gunoi, ajunse pe un produs alimentar excretă ce au consumat, împreună cu un număr imens de microbi și mănâncă din nou. De multe ori, microbii transmiși prin intermediul muștelor sunt patogeni.

De aceea trebuie să se ia toate măsurile pentru distrugerea muștelor, ca și a celorlalte insecte, precum și prevenirea pătrunderii lor în unități.

Pentru combaterea insectelor, se folosesc substanțe chimice numite *insecticide*. Acestea se administrează sub formă de pulbere, soluții, emulsii, aerosoli etc. Cel mai indicat în unitățile de alimentație publică, datorită toxicității reduse pentru om și animale, este *piretrul*. Acesta este o substanță de origine vegetală și are asupra insectelor o acțiune de șoc. Prezintă însă dezavantajul că are o acțiune de numai 12-14 ore. De aceea, se folosesc și insecticidele de sinteză. Acestea se caracterizează însă prin mare remanență (30-60 zile), fiind în același timp toxice și pentru om și, de aceea, necesită precauții deosebite pentru a nu contamina alimentele.

Pentru a se împiedica înmulțirea muștelor, anexele sanitare (WC-uri, spalătoare), rampele

și platformele de gunoi sunt supuse periodic dezinsecțiilor.

Deratizarea

Este acțiunea de combatere a rozătoarelor. Acestea reprezintă un pericol real pentru sectorul alimentar deoarece, pe de o parte, distrug cantități mari de alimente, iar pe de altă parte, le contaminează cu microbi. Contaminarea produselor alimentare se face prin contact direct, fecale, urină, salivă.

În felul acesta rozătoarele pot transmite toxiinfecții alimentare, febra tifoidă, dizenterie, trichinoza, teniaza.

Combaterea rozătoarelor se face în două moduri: prin împiedicarea pătrunderii în unitate și prin distrugerea celor ce au pătruns. Distrugerea se poate realiza prin *mijloace mecanice* (fo-losirea de curse, capcane) și *mijloace chimice*, respectiv substanțe raticide. Acestea pot fi de ingestie (pe baza de warfarina și ANTU) și de inhalație (gaze toxice; SO₂, HCN). Substanțele raticide recomandate în combaterea rozătoarelor în sectorul alimentar sunt: cumarina, Antu, acidul clorhidric, dioxidul de sulf.

Dezinsecția și deratizarea se fac pe echipe ce aparțin întreprinderii specializate. Dată fiind toxicitatea substanțelor de sinteză folosite ca insecticide și raticide, personalului din alimentația publică îi revine sarcina de a lua măsuri ca aceste operații să se facă fără ca vreun aliment să rămână descoperit sau în ambalaje permeabile, precum și de a spăla cu multă apă suprafețele care vin în contact cu alimentele.

Aceeași grijă care se acordă curățeniei în unitate trebuie acordată anexelor sanitare, vestiare, dușuri, WC-uri. Acestea vor fi spalate zilnic sau ori de câte ori este nevoie și vor fi dezinfectate cu cloramina.

Igiena circuitului produselor alimentare

Pentru ca produsele alimentare să ajungă la consumator nealterate și fără a fi contaminate cu microorganisme patogene, trebuie asigurate condiții perfecte de igienă pe tot circuitul produselor alimentare. Prin circuitul produselor alimentare se înțelege drumul parcurs de acestea de la prelucrare și până la desfacere. Normele de igienă pentru fiecare fază a circuitului alimentelor sunt cuprinse în ordine ale Ministerului Sănătății.

Transportul produselor alimentare. Cerințele tehnice și igienico-sanitare privind transportul alimentelor variază în funcție de gradul de alterabilitate (perisabilitate) al acestora și de distanța la care trebuie transportate.

Alimentele ușor alterabile se transportă în mijloace special amenajate, la o temperatură de 2-4°C, iar cele congelate la -6°C.

Transportul la distanță mare se face cu ajutorul vagoanelor, vapoarelor sau a unor mașini autoizoterme prevăzute cu instalații speciale frigorifice care asigură temperaturi scăzute de -15°C. Aceste mijloace de transport trebuie asigurate cu sisteme de ventilație pentru eliminarea vaporilor și aerisirea produselor. Ele sunt amenajate cu cârlige și rafturi speciale.

După fiecare transport curățenia și dezinfectarea spațiilor respective este obligatorie.

Personalul care încarcă și descarcă alimentele trebuie supus periodic controlului medical, iar în cursul lucrului să poarte echipament de protecție.

Carnea se transportă în mașini căptușite cu tablă de zinc, iar peștele în lăzi sau coșuri, cu gheață.

Laptele de colectare se transportă în cisterne speciale care trebuie întreținute și dezinfectate în mod *corespunzător*.

Pâinea se transportă în navete curate, în mașini speciale. Mijloacele de transport a alimentelor trebuie să fie autorizate sanitar. Mijloacele de transport vor fi dotate și amenajate în funcție de natura alimentului transportat.

Pe pereții exteriori ai mijloacelor de transport se scrie denumirea alimentului transportat. Pereții interiori și tavanul mijlocului de transport vor fi confecționați din materiale rezistente la substanțe chimice de spălare și dezinfectare, precum și la pătrunderea rozătoarelor și insectelor.

După fiecare transport de alimente/ mijloacele de transport se spală și se dezinfectează.

Alimentele perisabile vor fi transportate pe distanțe mari cu mijloace de transport dotate cu instalații frigorifice, iar pe distanțe mici cu izoterme. Alimentele transportate vor fi însoțite

de documente care să ateste cantitatea și calitatea: buletine de analiză, certificate de calitate, certificate de conformitate.

Se interzice transportul alimentelor amestecate, ca de exemplu: materii prime amestecate cu produse finite, sau produse finite cu subproduse.

Personalul care deservește mijlocul de transport trebuie să posede **carnet de sănătate și echipament sanitar**.

Norme igienice privind prepararea alimentelor

În timpul pregătirii culinare a alimentelor, atât valoarea nutritivă, cât și cea igienică a acestora pot fi afectate dacă nu se respectă anumite măsuri. Astfel, materia primă și produsele finite se vor prelucra pe mese (sau funduri de lemn) diferite, marcate vizibil: "carne crudă", "carne fiartă", "pește crud", "pește fiert", "legume fierte", "pâine" etc.

Operațiile legate de prepararea cărnii crude (tranșare, tocare, preparare: mititei, cârnați, chiftele etc.) se vor efectua într-un spațiu destinat numai acestor operațiuni.

Se va evita contactul prelungit al alimentelor cu oxigenul și se vor folosi tratamente termice de scurtă durată.

Este interzisă amestecarea tocăturilor crude cu cele prăjite și a mâncărilor de la un prânz la altul. În unitățile de alimentație publică cu caracter turistic sau balneo-climateric este interzisă prepararea mâncărilor pentru ziua următoare. Înainte de folosire ouale de găină, cu coaja intactă, se spală și se dezinfectează într-o soluție de bromocet 1%, timp de 10 min, apoi se clătesc cu apă rece. În perioada I. IV-30.IX este interzisă prepararea și darea în consum a produselor de carne tip "sangerete", a prăjiturilor cu creme de ouă, precum și a produselor cu maioneză.

De asemenea, trebuie respectate cu strictețe normele de igienă personală și la locul de muncă, prezentate anterior.

Norme igienice privind depozitarea alimentelor

Depozitarea și păstrarea alimentelor trebuie să se facă astfel încât să se prevină alterarea, degradarea, contaminarea chimică și biologică, impurificarea cu praf sau mirosuri străine de natura produsului. Pentru aceasta, toate alimentele, fie materii prime, fie semipreparate sau produse finite, trebuie păstrate în spații special amenajate.

Așezarea alimentelor trebuie să se facă pe grătare sau rafturi, pentru a asigura o bună ventilație, precum și accesul cu ușurință la produsele depozitate.

Condițiile de depozitare depind de natura produselor alimentare. Produsele alimentare cu un conținut scăzut de apă, de obicei cele de origine vegetală (zahăr, orez, făină, mălai, gris) se depozitează la temperatura ambianță în încăperi curate, aerisite, uscate. La cereale, făină și crupe (mălai, gris, orez) trebuie să se asigure o ventilație corespunzătoare pentru a se preveni încingerea. Alimentele ușor alterabile trebuie păstrate în spații frigorifice, pe o durată limitată, în funcție de natura produsului.

Standardele de calitate prevăd pentru fiecare produs în parte condițiile de depozitare (temperatură, umiditate), precum și termenele de garanție.

Pentru a asigura calitatea igienică corespunzătoare produselor alimentare, lucrătorilor din sectorul de alimentație publică le revin următoarele obligații:

- să reducă la minimum posibilitățile de contaminare a materiilor prime și produselor pe care le realizează, în toate fazele circuitului produselor alimentare;
- să creeze, pe întreg circuitul, condițiile necesare pentru a preveni multiplicarea microorganismelor.

În spațiile de depozitare va fi asigurată protecția alimentelor împotriva insectelor și rozătoarelor; periodic se va efectua dezinsecția și deratizarea.

- să asigure, în cursul proceselor tehnologice, distrugerea eficientă a microbilor existenți;

- să manifeste o preocupare permanentă, pentru ca pe nici una din fazele circuitului produselor alimentare, să nu se producă alterări care să determine pierderi materiale de produse sau îmbolnăviri ale consumatorilor.

Desfacerea (livrarea) produselor alimentare se poate face în magazine specializate, chioșcuri și piețe publice. Cerințele igienico-sanitare față de aceste unități se referă la igiena locului de desfacere, a personalului, la modul de păstrare și ambalare și comercializare a produselor alimentare. De respectarea deplină a unor reguli minime, dar indispensabile, de igienă din partea personalului de servire, depinde calitatea mărfurilor alimentare și protecția populației față de pericolul contaminării cu germeni patogeni sau al unor toxiinfecții alimentare cu caracter de masă.

Comercializarea reprezintă activitatea de vânzare-cumpărare a alimentelor.

1. Comercializarea alimentelor se realizează pe baza autorizației și avizului de la inspectoratul poliției sanitare și medicina preventivă.
2. Personalul trebuie să îndeplinească condițiile de sanitate și calificare, să dețină cunoștințe suficiente din domeniul igienei alimentare, igienei muncii și sănătății publice.
3. Alimentele vor fi comercializate numai în spații specifice, amenajate acestui scop, cu respectarea normelor de igienă și alte prevederi legale.
4. Alimentele trebuie să se încadreze în parametri de calitate prevăzuți în standarde, norme de firmă sau certificate de conformitate.
5. Alimentele trebuie să fie ambalate, etichetate și marcate corespunzător, etichetele trebuie să cuprindă următoarele elemente: firma producătoare, compoziția chimică a produsului, conținutul în aditivi alimentari, valoarea energetică la 100g, termenul de valabilitate.
6. Se interzice comercializarea alimentelor contrafăcute sau a celor care dau impresia că sunt de calitate bună, decât în realitate.
7. Se interzice comercializarea alimentelor în ambalaje murdare și deteriorate.
8. Se interzice comercializarea alimentelor necorespunzătoare calitativ sau care au fost prelucrate și/sau manipulate și/sau depozitate necorespunzător.
9. Se interzice răcirea băuturilor și a fructelor care se consumă proaspete cu gheață naturală, dar se pot folosi cuburi de gheață obținute din apă potabilă.
10. Se vor asigura ustensile adecvate servirii: clește, lingură, furculiță, etc.
11. Se va asigura păstrarea alimentelor în condiții corespunzătoare de temperatură și umiditate astfel încât calitățile senzoriale, valorile nutritive, proprietățile fizico-chimice să nu se modifice.
12. Se interzice re folosirea paharelor, farfuriilor și tacâmurilor de unică folosință.
13. Se interzice recondiționarea alimentelor retrase din consum ca fiind necorespunzătoare.
14. Se interzice utilizarea ambalajelor care dau impresia că conțin o cantitate mai mare de alimente decât în realitate.

Întreținerea și păstrarea obiectelor de servire

Obiectele de servire din unitățile de alimentație publică folosite în permanență la montarea, transportarea, prezentarea și servirea preparatelor și băuturilor, necesită efectuarea, cu multă atenție și perseverență, a unor operații de întreținere și păstrare. Aceste operații se efectuează în încăperi separate, amenajate în acest scop cu mobilier și utilaj corespunzător, denumite *oficii de menaj* pentru spălare sau *plonje*.

Întreținerea și păstrarea obiectelor de servire se fac în mod diferit, în funcție de materialul din care sunt confecționate de forma și destinația lor.

Obiectele de servire din porțelan, faianță, ceramică, material plastic sau din lemn se curăță de resturile de mâncare, se spală cu apă caldă, în care s-au introdus detergenți pentru

îndepărtarea grasimilor. Se limpezesc în apă caldă sau rece, se lasă să se scurgă de apă pe grătare speciale din lemn și apoi se șterg cu șervete din in sau cânepă, până recapătă luciul inițial.

Spălarea și clătirea se efectuează cu mașini speciale de spălat sau în bazine prevăzute cu instalație de apă caldă și apă rece.

Ștergerea și lustruirea acestor obiecte se fac în modul care este prezentat în continuare.

Farfuriile, farfuriile, salatierele, ravierile, scrumierele, solnițele etc. se așează pe masa de lucru din oficiul de menaj, în partea stângă, în seturi de până la maximum 15 piese. Așezându-se mai multe prezintă pericolul dezechilibrării, căderii și spargerii. La ștergerea cănilor, a ceștilor, a supierelor, a solnițelor, a scrumierelor se va da o mare atenție felului cum sunt curățate în interior, cum sunt curățate toartele, precum și locurile de îmbinare a acestora cu corpul pieselor respective (la colțuri, îndoitori, cute). În unitățile publice de alimentație unde se pregătesc și se desfac cantități mari de preparate (cantine, restaurante-pensiune, unități cu servire rapidă), obiectele de servire, după ce au fost spălate, se introduc în dulapuri termice, în seturi de până la maximum 15 piese. Așezându-se mai multe prezintă pericolul dezechilibrării, căderii și spargerii. Cu mâna stângă se prinde câte o piesă din setul respectiv, degetul mare fiind deasupra, iar celelalte dedesubt și se trec în mâna dreaptă, în care se găsește șervetul din in sau cânepă. Prinzându-se cu ambele mâini, piesa respectivă se șterge în întregime de mai multe ori atât pe față cât și pe dos, insistându-se la îndoitori și colțuri. Piesa este ținută oblic pentru a se putea vedea dacă mai prezintă pete sau dacă este ciobită sau crăpată. Cele care prezintă urme de degradare (crăpături, ciobituri, decolorarea decorațiilor etc.) sunt îndepărtate. După ce piesa respectivă a fost ștearsă până i s-a redat luciul inițial, se prinde cu mâna dreaptă în care se păstrează șervetul (degetul mare fiind deasupra pe margine iar celelalte dedesubt) și se așează în partea dreaptă, urmărindu-se ca emblemele să fie așezate unele peste altele, până se formează câte un set de până la 15 piese. Setul de piese se ridică cu mare atenție și se așează pe antebrațul mâinii stângi, peste care a fost așezat în prealabil un colț din ancăr, iar celălalt colț îndreptat spre bustul lucrătorului respectiv, acoperind marginile întregului set și piesa de deasupra. În acest fel, piesele sunt transportate și așezate în dulapurile care se găsesc în oficiul de menaj, pentru a fi păstrate. Dulapurile din oficiul de menaj în care se păstrează vasele sunt prevăzute cu rafturi despărțite vertical, pentru ca vasele respective să se așeze după tipuri, modele și forme, ușurând astfel operațiile de folosire a lor. În timpul efectuării acestor operații, personalul lucrează cu multă grijă, deoarece obiectele din materialele amintite sunt casabile și orice mișcare greșită poate duce la deteriorarea lor.

Obiectele de inventar din alpaca argintată sau metal inoxidabil se întrețin și se păstrează în mod diferit, după forma și destinația lor. Obiectele de inventar folosite la montarea, transportarea și servirea preparatelor (platouri, boluri, căni, cocotiere, tambale, tăvi etc.) se golesc de preparatele rămase, se spală cu apă caldă și detergenți, se clătesc cu apă caldă sau rece, se lasă puțin timp pentru a se scurge apa, după care se șterg cu șervete din in sau cânepă și se assemblează pe tipuri și forme în dulapuri închise, ferindu-le de praf și umezeală. Cele care se folosesc la transportarea și servirea preparatelor calde se păstrează în dulapuri termice. În cazul în care apar pete rezultate fie de la preparatele calde servite, fie de la efectuarea operațiilor de flambare sau menținerea la cald a unor preparate, se freacă cu o cârpă moale, umedă, înmuiată într-un praf special, în oțet sau amidon, până ce revin la culoarea inițială. Apoi se clătesc, se șterg și se așează în dulapuri.

Se recomandă evitarea totală a tăierii preparatelor pe astfel de obiecte, deoarece ele se zgârie foarte ușor. De asemenea, se evită trântirea sau lovirea lor, deoarece se deformează, se turtesc, se îndoie.

Frecarea lor cu burete din sârma, cu praf de curățat sau cu obiecte ascuțite poate produce zgârieturi. În cazul în care se constată că anumite obiecte s-au degradat, acestea sunt scoase din uz. Tacâmurile se spală în săpunadă sau în apă caldă și cu detergenți, în următoarea ordine: lingurile, lingurițele, furculițele și după aceea cuțitele.

Săpunada se prepară din apă caldă și fulgi de săpun sau săpun lichid, amestecate cu ajutorul telului până se face o spumă abundentă. La spălarea cuțitelor se va avea în vedere să se introducă în săpunadă numai lama, evitându-se introducerea mânerelor, deoarece apa se poate infiltra înăuntrul acestora, care de obicei, sunt goale. Aceasta ar duce la deteriorarea cuțitelor prin oxidare sau dezlipire. În cazul în care se constată că dinții furculițelor nu s-au curățat, aceștia se introduc printr-un dop de plută perforat sau crestă. Se repetă această operație până se îndepărtează toate petele.

În locul dopurilor se pot folosi perii speciale.

După spălare, tacâmurile se clătesc în apă curată, se așează pe o tavă și, după puțin timp, se șterg cu un șervet din in sau din cânepă. Pe măsură ce se șterg, tacâmurile sunt aranjate pe sorturi, forme și modele, în sertarele dulapurilor, care se găsesc în oficiul de menaj sau se transportă cu ajutorul tăvii, acoperită cu un șervet, în salon, pentru aranjarea meselor.

Tacâmurile deteriorate (dinții strâmbi sau ruși ai furculițelor, lamele cuțitelor dezlipite de mâner, mânerele îndoite etc.) se înlocuiesc sau se repară.

Obiectele din sticlă sau cristal se golesc de resturile de băuturi și se spală în bazine cu apă caldă, folosindu-se un șervet din țesătură aspră, un burete sau o perie specială. Apa nu trebuie să fie prea fierbinte, deoarece obiectele respective s-ar putea sparge. Se trec printr-un șuvoi de apă caldă sau rece, după care se așează pe tăvi perforate pentru a se scurge de apă. Apoi se șterg până la obținerea lustrului.

Paharele se prind de partea inferioară sau de picior, cu mâna stângă între degetul mare și cel arătător și se trec în mâna dreaptă în care se găsește un șervet din in sau cânepă. Se introduce o parte din șervet în cupa paharului cu ajutorul mâinii drepte, iar cealaltă parte a șervetului se prinde cu mâna stângă pentru a acoperi baza sau piciorul acestuia. Se șterge de câteva ori prin rotirea paharului. Cupa paharului se desfășoară din șervet și se prind de bază sau de picior și cu mâna strânsă se ridică până la înălțimea ochilor, verificându-se dacă a fost ștersă și lustruită suficient. Dacă se observă că ștergerea paharului nu s-a făcut în mod corespunzător, operația se repetă. După aceea, se așează pe tăvi pentru a fi duse și depozitate în dulapul, care se găsește în oficiul de menaj, pe tipuri, capacități și forme. Toate aceste operații se efectuează cu multă atenție, deoarece obiectele respective, fiind casabile, se pot sparge ușor. În cazul în care se constată că prezintă deteriorări, ciobituri, crăpături etc., se înlocuiesc.

Obiectele din material textil: față de masă, șervete, prosoape, naproane, ancăr, moltoane etc., după ce au fost folosite, se spală de către unități specializate. Trebuie să se acorde o atenție deosebită obiectelor din material textil, care s-au udat în timpul folosirii. Acestea trebuie să fie uscate imediat întrucât prezintă pericolul mucegăirii, iar petele de mucegai nu pot fi înlăturate. Întreținerea și păstrarea în cele mai bune condiții a obiectelor de inventar, ca și a tuturor bunurilor materiale, constituie obligații de serviciu ale întregului personal din fiecare unitate. Orice abatere de la aceste obligații se pedepsește atât administrativ cât și penal.

3.3. Aplicarea normelor sanitar – veterinare la locul de muncă

Aplicarea normelor sanitar – veterinarie specifice locului de muncă¹⁴ se face permanent, corect, cu responsabilitate.

Pentru evitarea contaminărilor, amplasarea unităților de producție culinară trebuie să se facă la o distanță suficient de mare față de zonele care pot genera factori de risc pentru siguranța alimentelor (abatoare, gropi de gunoi, unități de ecarisaj sau de prelucrare a pieilor, grupuri sanitare publice etc.), astfel încât să se poată evita contaminarea produselor fabricate.

Se vor asigura și menține într-o stare corespunzătoare împrejurimile acestor unități pentru protecția față de pătrunderea animalelor și/sau pătrunderea persoanelor străine prin alte zone în afara căilor de acces, special destinate acestui scop.

Se vor ține sub control vecinătățile pentru identificarea surselor de poluare de orice natură (fum, praf, substanțe chimice și radioactive, deșeuri menajere, dăunători etc.) prin verificări periodice și prin acțiuni de prevenire a contaminărilor.

În curtea unităților de producție culinară, dacă aceasta există, se impune menținerea în stare corespunzătoare a căilor de acces și a zonelor folosite pentru traficul rutier intern care vor fi asfaltate sau betonate, cu drenaje optime pentru evacuarea apelor pluviale și a apelor reziduale provenite de la operația de igienizare a acestora. Ele trebuie să fie igienizate ori de câte ori este nevoie. Se va acorda o atenție deosebită zonelor din imediata vecinătate a spațiilor de procesare.

Se va asigura și menține într-o stare corespunzătoare pavimentul pe rampe, căi de acces, curte etc. pentru a se evita bălțirea apelor pluviale sau provenite de la igienizare și apariția diferitelor focare de infecție. Periodic, se vor verifica și întreține căile de acces.

Vor fi prevăzute cu instalații de iluminat pe timpul nopții toate căile de acces în clădirea unității, precum și interiorul curții (dacă aceasta există), mai ales pe arterele principale de circulație, la punctele de alimentare cu apă potabilă și la platformele de colectare a deșeurilor.

Acțiunile de combatere a dăunătorilor și de igienizare se vor executa cu regularitate, conform unor planuri documentate, controlându-se permanent eficiența lor.

Rampele de încărcare-descărcare vor fi acoperite pentru a asigura desfășurarea activității în condiții corespunzătoare; acestea vor fi marcate și iluminate corespunzător, menținute permanent curate; nu vor fi blocate cu diverse materiale.

Este necesară marcarea vizibilă pentru identificarea zonelor/spațiilor importante pentru siguranța alimentelor. *Exemplu:* zonele/spațiile de depozitare a produselor ce pot produce contaminări (substanțe chimice pentru combaterea dăunătorilor, pentru igienizare, lubrifianți etc.), zonele/ platformele de depozitare a deșeurilor, spațiile destinate atelierelor mecanice etc.

Depozitarea

a. Depozitare materii prime

Materiile prime utilizate în producția culinară trebuie stocate astfel încât să se evite alterarea și/sau contaminarea acestora!

Depozitele de materii prime se amplasează în cadrul fluxului tehnologic astfel încât să se asigure o legătură funcțională cu celelalte spații de lucru. În aceste spații se vor asigura condiții corespunzătoare de temperatură și umiditate relativă a aerului, de igienizare, precum și o bună ventilație și iluminare.

¹⁴ O. nr.109/16-12-2013 (A.N.S.V.S.A.) ORDIN al președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor pentru modificarea Ordinului președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor nr. 113/2008 privind aprobarea Instrucțiunilor pentru organizarea și desfășurarea activității de control oficial în unitățile de prelucrare, procesare, depozitare, transport, valorificare și comercializare a produselor și subprodusebr alimentare de origine nonanimală

Se va acorda o atenție deosebită asigurării și menținerii lanțului frigorific de la aprovizionare până la comercializare în cazul produselor pe bază de ouă, brânzeturi, produse lactate proaspete (smântână, frișca, iaurt, brânză proaspătă de vacă), carne, fructe proaspete etc.

Orice defecțiune tehnică ce apare la agregatele frigorifice se va remedia cu prioritate.

Atenție: În domeniul preparatelor și semipreparatelor culinare asigurarea continuității lanțului frigorific este una din regulile de bază.

Căile de acces și ferestrele (acolo unde este cazul) vor fi protejate împotriva pătrunderii dăunătorilor.

Fiecare tip de materie primă sau ingrediente trebuie să fie ușor de identificat prin etichetare corespunzătoare (fișe de lot) care să conțină denumirea produsului, numărul de lot, data de recepție, termen de valabilitate etc.

Se recomandă ca materiile prime care pot împrumuta mirosuri să se depoziteze în spații separate sau să se asigure separarea acestora cu ajutorul unor ambalaje cu posibilitate de izolare (ex: ambalaje cu capac).

Depozite cu condiții normale de depozitare

Depozitarea materiilor prime care nu necesită condiții deosebite de temperatură și umiditate se poate face în același spațiu, asigurându-se o delimitare a fiecărui tip de materie primă prin stive diferite sau prin expunere pe rafturi separate.

Se recomandă temperaturi de maxim 20°C, respectând condițiile de depozitare recomandate de producător în funcție de specificul materiilor prime și al ingredientelor.

Depozitarea sacilor cu făină, zahăr, lapte praf etc. se face separat pe tipuri de materii prime, pe grătare de lemn de cca.110cm.înălțime, în stive de maxim 10 rânduri în anotimpurile reci și de maxim 6 rânduri în anotimpurile calde, în spații în care umiditatea relativă să se mențină la 60-70%.

Pentru o bună aerisire a materiilor prime pulverulente (element de importanță majoră pentru păstrarea calității acestora pe timpul depozitării), dar și pentru a asigura spațiul necesar operațiilor de curățare și de combatere a dăunătorilor și pentru acces în caz de incendiu este necesar ca stivuirea să se facă păstrând distanțele recomandate de reglementările în vigoare între stive și de la stive la pereți.

b. Depozitare semipreparate

În spații de pregătire preliminară și/sau de preparare, se impune amplasarea de spații de depozitare cu destinație specială frigidere, camere frigorifice, dulapuri frigorifice) pentru păstrarea semipreparatelor culinare atât în stare refrigerată cât și în stare congelată.

Amplasarea camerelor frigorifice pentru depozitarea semipreparatelor (sosuri, aspic, semipreparate ajutoare etc.) se face pe flux, astfel încât să se asigure legăturile funcționale cu celelalte spații de producție.

Depozitarea semipreparatelor de tipul sosurilor, aspicurilor, dressingurilor etc. se va face în recipiente închise, marcate pentru identificare.

Amenajarea spațiilor de depozitare a semipreparatelor se va face respectând aceleași condiții ca și cele pentru materii prime.

Temperaturile de depozitare recomandate sunt de 4 - 8°C pentru produsele în stare refrigerată și de -18°C pentru cele în stare congelată.

ATENȚIE! La temperaturi de -100C, multiplicarea microorganismelor este redusă, iar la -180C, activitatea microbiană este stopată. Deci: între -100C și -180C, microorganismele se pot încă multiplica!

Temperaturile de depozitare se vor monitoriza și se vor înregistra în fișe special concepute.

c. Depozitare produse finite

Spațiile destinate acestui scop vor fi plasate pe fluxul tehnologic astfel încât să asigure legături funcționale cu celelalte spații (depozite de ambalaje, săli de livrare etc.). Ele pot fi spații de păstrare în condiții normale de temperatură sau depozite frigorifice, după caz. □ încăperile vor avea pardoseala rezistentă la trafic (ex: rășină epoxidică, mozaic, gresie etc.), iar pereții vor fi acoperiți cu faianță montată aliniat, sau materiale lavabile și rezistente la umezeală.

Se vor asigura temperaturi optime de depozitare în funcție de tipul de produse care se depozitează: preparate calde, produsele culinare preparate la rece, preparate și semipreparate culinare refrigerate sau preparate și semipreparate culinare congelate.

Se va asigura o ventilare corespunzătoare a spațiilor (naturală sau mecanică), astfel încât să se prevină apariția condensului sau a mucegaiului pe pereți și pe plafon.

Căile de acces și ferestrele vor fi protejate împotriva pătrunderii dăunătorilor.

Iluminarea se face cu corpuri de iluminat protejate împotriva împrăstierii cioburilor și va fi cu răspândire uniformă și de intensitate optimă.

Spațiile destinate depozitării în condiții normale de temperatură vor fi prevăzute cu sursă de apă caldă și rece, precum și cu sifoane de pardoseală pentru a permite igienizarea și evacuarea corespunzătoare a apelor reziduale.

Depozitarea produselor finite se va face:

- în stivă, ambalate în ambalaje de transport din carton sau din material plastic, avizate pentru produse alimentare, așezate pe platforme (sau paleți) cu o înălțime minimă de 20cm de la sol, în cazul unităților de catering cu livrare în stare congelată.
- pe cărucioare sau rastele fixe sau mobile, ambalate în caserole, cutii marmite etc.
- pe cărucioare transportoare sau rastele (în tăvi de prezentare, boluri, marmite etc.).

Paleții/cărucioarele/rastelele utilizate pentru depozitarea produselor finite vor fi confecționate din materiale necontaminate pentru produs, ușor de manipulat și de igienizat(după caz:lemn de esență tare, PVC, oțel inox etc.).

Spații frigorifice de depozitare a produselor finite (semipreparate și preparate culinare preparate la rece sau livrate în stare refrigerată) vor respecta aceleași reguli ca și cele pentru materii prime/semipreparate, prezentate mai sus. Condiții specifice, depozite frigorifice și frigidere”.

d. Depozitare ingrediente

Spațiile necesare depozitării ingredientelor (condimentate, arome, coloranți, agenți de legare, conservare, afânare, emulsionare etc) trebuie să fie menținute curate, igienizate, uscate și protejate împotriva pătrunderii dăunătorilor.

Aceste spații trebuie să fie prevăzute cu sisteme de aerisire și să aibă acces controlat (acces sub cheie).

Depozitarea se va face pe paleți sau pe rafturi, cu distanțe între loturi și grupe de produse. Produsele se vor identifica prin fișe de lot în care se vor regăsi date referitoare la tipul de produs, proveniența, data recepției etc.

Se recomandă ca , alături de spațiile de depozitare sau chiar în incinta acestora, să se amenajeze un spațiu de dozare a ingredientelor, dotat cu cântare etalonate și în care să se facă dozarea ingredientelor pe șarje de fabricație.

Dozarea se va executa în condiții igienice, cu ustensile și recipiente curate, de către o persoană anume desemnată pe fiecare schimb de producție(după caz), cu responsabilități stabilite prin fișa postului.

e. Depozitare veselă și ustensile de lucru

Spațiile de depozitare a veselei și a ustensilelor de lucru necesare pentru desfășurarea proceselor de preparare se amplasează aproape de sălile de preparare a produselor reci sau calde, astfel încât să se asigure un flux corespunzător;

Se impune amenajarea unui spațiu de spălare a ustensilelor, dispozitivelor și a tăvilor utilizate pe parcursul procesului tehnologic, cu acces separat pentru vase murdare - spălare - uscare/depozitare - ieșire către spațiile de utilizare;

Spațiul de spălare va fi prevăzut cu bazin de spălare cu sursă de apă rece și caldă, cu sistem de evacuare a apelor uzate și cu rastele de scurgere și depozitare a ustensilelor curate. Se pot utiliza utilaje specifice de spălare (mașină de spălat vase, mașină de spălat tăvi, dispozitiv de spălare cu presiune etc.);

Spațiul de uscare/depozitare va fi prevăzut cu dulapuri/rastele pentru depozitarea ustensilelor și veselei spălate; aceste dulapuri sau rastele se recomandă să aibă hiaturile de depozitare perforate, pentru a se asigura scurgerea vaselor de apă de spălare.

În cazul unităților mici de producție culinară, gen fast food, pizzerie etc., din cauza spațiului redus, pentru spălarea și depozitarea vaselor și ustensilelor în uz se poate amenaja un spălător într-o zonă separată a sălii de preparare lângă care se vor amplasa rastele de depozitare.

f. Depozitare ambalaje

Ambalajele utilizate pentru produsele de catering se depozitează numai în spații special destinate, amplasate aproape de spațiul de ambalare pentru asigurarea unui flux fără risc de contaminare încrucișată.

În funcție de tipul de unitate, se vor asigura spații separate pentru:

- ✓ ambalajele de transport returnabile (marmite, tăvi, boluri, recipiente, veselă de servire etc.) pentru care este necesar să se asigure un circuit clar de: recepție ambalaje/veselă murdare - spălare - uscare - depozitare ambalaje/veselă curate;
- ✓ ambalajele individuale de prezentare sau de transport de unică folosință (caserole de polietilenă, polipropilenă, polistiren, aluminiu etc., folii de aluminiu, termocontractibile sau stretch, cutii de carton ondulat sau duplex, veselă și tacâmuri de unică utilizare etc.)

Depozitarea ambalajelor se face pe rastele sau paletizat. Nu se admite depozitarea direct pe paviment.

Spațiile trebuie construite astfel încât să permită păstrarea corespunzătoare a ambalajelor (să fie uscate, fără infiltrații sau igrasie, bine ventilate și iluminate).

Aceste spații trebuie menținute curate, igienizate, protejate împotriva pătrunderii dăunătorilor.

g. Depozitare articole de lenjerie de servire și alte materiale textile

Pentru depozitarea articolelor de lenjerie de servire (fețe de masă, naproane, șervete, șervețele, ankăre, huse pentru scaune, draperii etc.) și a echipamentelor de protecție sanitară se amenajează un spațiu care să asigure un circuit corect de articole de lenjerie murdară-articole de lenjerie curată.

Depozitarea articolelor murdare de lenjerie se face în coșuri sau pe grătare de lemn sau metalice, în seturi de câte 10 buc (9 plus una în legătura), după o selectare a articolelor în funcție de gradul de murdărie, de culori, tipuri, mărimi și forme.

Depozitarea articolelor curate de lenjerie se face pe rafturi, separat pe tipuri de articole, marcate pentru identificare.

h. Depozitarea ustensile și substanțe pentru igienizare

Substanțele chimice și ustensilele folosite în operațiile de igienizare vor fi depozitate în spații separate, special destinate pentru a se evita riscul de contaminare chimică.

Aceste spații trebuie să fie marcate, dotate cu sisteme de aerisire și să aibă acces controlat(uși încuiate).

Materialele și ustensilele de curățare în uz se depozitează în spații/dulapuri speciale; materialele și ustensilele în uz pentru zonele curate (spații de producție, depozite etc) se depozitează separat de cele pentru zonele murdare (grupuri sanitare, platforme de deșeuri, rampe, curte etc.).

Spații de producție culinare

Spații de producție culinară vor fi dispuse într-o ordine care să țină cont de regulile de control al contaminărilor încrucișate, precum și de luxul tehnologic general:

Recepție-depozitare materii prime și ingrediente – prelucrări preliminare-preparare semipreparate –tratamente termice-răcire (dacă este cazul) –montare produse culinare – servire (iar pentru produsele de catering, după răcire:montare/ambalare –conservare prin refrigerare sau congelare–depozitare produse finite – livrare/distribuție - reîncălzire – servire).

Spațiul de producție culinară se va compartimenta astfel încât să se asigure o separare a etapelor de prelucrări preliminare ale materiilor prime (ouă, legume, fructe, carne, pește) de cele de preparare (pregătirea tocătorilor, a pastelor de umplere, gustărilor reci, salatelor etc.)

Spațiul pentru prelucrarea ouălor va fi aerisit și iluminat corespunzător, pentru efectuarea corectă a operațiunilor de control al prospețimii, de spargere și separare a albușului de gălbenuș. În acest spațiu se poate face spălarea și dezinfectarea ouălor murdare, atunci când este cazul.

Pereții vor fi acoperiți cu materiale lavabile și rezistente la umezeală (faianță montată aliniat, rășini epoxidice, inox etc.) și pot fi prevăzuți cu bare metalice pentru a-i proteja împotriva loviturilor; muchiile structurilor constructive proeminente (stâlpi, glafuri) pot fi protejate cu corniere.

Pardoselile vor fi din materiale rezistente la trafic (de ex: rășină epoxidică, mozaic, gresie etc.), ușor de igienizat. Ele vor fi prevăzute cu sifoane de pardoseală cu capac metalic și sită, montate corect, la nivelul pardoselii.

În spațiile de preparare se vor amplasa chiuvete pentru spălarea mâinilor, în număr suficient, în funcție de numărul de angajați participanți la activitatea care se desfășoară. Acționarea acestora se face pe principiul „mâinilor libere”.

Chiuvetele pentru spălarea mâinilor se vor dota corespunzător (cu prosoape de hârtie sau uscătoare de mâini cu aer, și cu săpun și dezinfectant) și se vor alimenta ori de câte ori este nevoie.

Căile de acces și ferestrele vor fi protejate împotriva pătrunderii insectelor, păsărilor și a rozătoarelor.

Spații de servire a produselor culinare

Unitățile de producție culinară din sistemul clasic asigură servirea produselor culinare proaspete, neconservate pe bază de comandă prealabilă sau la comandă pe loc, în spații proprii, special amenajate în vecinătatea spațiilor de preparare, asigurându-se un flux corect de servire.

Aceste spații trebuie să includă o zonă de primire - acomodare (hol de acces cu garderobă și grupuri sanitare), zona de servire dimensionată pentru un anumit număr de scaune și spațiu de circulație între mese, separeuri, bufete, atât pentru clienți cât și pentru personalul de servire și o zonă de tranzit către spațiile de preparare.

Accesul clienților în spațiul de servire se face pe un traseu separat, fără să se intersecteze cu fluxul personalului de servire sau al produselor culinare.

Dimensionarea spațiilor de servire se face în funcție de fluxul de servire (număr de clienți/oră, de tempoul servirii etc.)

Grupurile sanitare pentru clienți vor fi separate pe sexe și dimensionate în funcție de capacitatea spațiului de servire. Ele vor fi dotate corespunzător cu chiuvetă pentru spălarea pe mâini cu apă rece și caldă, cu dozator de săpun lichid și uscător/prosoape de hârtie.

În zonă de tranzit sau în spațiul de distribuție se va amplasa o chiuvetă pentru spălarea pe mâini a personalului de servire, chiuvetă dotată corespunzător.

Spații de servire se vor amenaja astfel încât fluxul produselor culinare și al băuturilor să fie direct, fără întoarceri sau intersectări cu circuitul de debarasare (circuitul veselei de servire murdară).

Spațiile vor avea create condiții optime macroclimat (vor fi prevăzute cu instalații de ventilare, de condiționare a aerului și de evacuare a fumului).

Spațiile vor fi iluminate și vor avea acustică proiectată astfel încât să se asigure un efect plăcut, relaxant, dar în același timp, funcțional și util.

Se recomandă să se asigure accesul de la bucătărie în spațiile de servire pe uși batante.

Personalul care lucrează în spațiile de preparare nu are acces în spațiile de servire.

Igienizarea și combaterea dăunătorilor în spațiile de servire a produselor culinare se fac după proceduri bine stabilite și programe de igienizare.

Unitățile de producție culinară în sistem de catering asigură servirea produselor în baza unor comenzi/contracte prealabile, direct la consumator, în spațiile proprii ale acestuia sau în spații special amenajate închiriate.

Aceste spații pot dispune doar de sala de servire (la mese, tip bufet suedez etc.) dar pot dispune și de spații pentru depozitarea produselor culinare, a ambalajelor și veselei de transport, de reîncălzire și de montare/porționare.

Spațiu de servire în care se realizează și o prelucrare finală a produselor culinare trebuie să fie racordat la sursă de apă (caldă, rece), la sistem de canalizare, să fie dotat cu o chiuvetă pentru spălarea pe mâini a personalului de servire, dotată corespunzător și să fie amenajat astfel încât să poată să fie igienizat ușor.

Prezentarea produselor la servirea de tip bufet suedez se face în echipamente specifice de prezentare a preparatelor culinare, în care se vor asigura temperaturi de păstrare corespunzătoare produselor prezentate (vitrine calde/reci, vitrine de pâine, încălzitor de veselă, plăci șofante, cafetiere etc.).

Se vor lua măsuri pentru a nu permite clienților să-și aleagă manual produsele.

Aranjarea produselor culinare la locul de expunere se face cu maxim 30 minute înainte de executarea propriu-zisă a servirii.

În cazurile în care nu se dispune de echipamente de servire suficiente și care să asigure protejarea produselor față de posibile contaminări se impune acoperirea platourilor pe perioada de așteptare până la servire.

Unitatea producătoare răspunde și de asigurarea transportului produselor culinare în mijloace de transport adecvate (izoterme sau frigorifice).

Dacă spațiul de servire nu dispune de spații de depozitare a produselor culinare în condiții corespunzătoare de temperatură, în funcție de tipul de produs culinar, se pot utiliza mijloacele de transport pentru păstrarea pe termen scurt (câteva ore); dacă volumul de produse culinare care urmează a fi servite este foarte mare, iar activitatea de servire se desfășoară pe o durată mai mare (de 6-12 ore) produsele culinare vor fi aduse de la unitatea de preparare pe meniuri, pe măsura servirii;

Personalul utilizat la acest gen de servicii se angajează doar cu condiția atestării stării de sănătate prin control medical și analize de laborator.

Colectarea și evacuarea deșeurilor se va face în recipiente acoperite, cu pedală, căptușite cu saci de material plastic.

Anexe social - sanitare

Anexele social-sanitare (vestiare, spălătoare, toalete, săli de odihnă și/sau de servit masa etc.) vor avea pereții și plafoanele din materiale ușor de curățat și igienizat (gresie, faianță, materiale lavabile etc.), bine întreținute și fără deteriorări.

Acestea vor fi amplasate față de spațiile de producție astfel încât să nu oblige lucrătorii să iasă afară din spațiile de lucru cu echipamentul de protecție.

Ferestrele vor fi prevăzute cu plase de protecție împotriva accesului dăunătorilor.

Spațiile vor fi iluminate și ventilate corespunzător, asigurându-se un microclimat în conformitate cu prevederile legislației referitoare la protecția muncii.

Instalații sanitare vor fi racordate la surse de apă rece și caldă, după caz, iar deschiderea robinetelor de la spălătoarele de mâini se va face fie cu pedală acționată cu genunchiul sau cu talpa piciorului, fie cu senzori optici.

Instalațiile sanitare trebuie să aibă conducte de evacuare racordate direct la canalizare.

Pentru evacuarea apelor provenite de la operațiile de igienizare, aceste spații vor avea guri de canalizare prevăzute cu sifoane de pardoseală și grătare.

La ieșirea din anexele social-sanitare către spațiile de producție se vor plasa sisteme de curățare și dezinfectare a încălțămintei (ex: ștergătoare îmbibate cu soluții de dezinfectare, bazine cu soluții dezinfectate, ecluze sanitare etc.).

Vestiarele pentru angajații care lucrează direct în procesul de producție se construiesc tip filtru sanitar, separat pe sexe, compartimentate astfel:

Vestiar haine de stradă duș vestiar echipament de protecție sanitară

Se va asigura accesul în vestiar și ieșirea din vestiar către spațiul de producție astfel încât să se creeze un circuit extern cu haine stradă și unul intern cu echipament de protecție.

Vestiarele se vor dota cu dulapuri pentru haine, prevăzute cu sisteme de aerisire, sau cu cuiere cu umerase.

Grupurile sanitare nu trebuie să aibă ieșire directă în spațiul de producție (ele vor fi prevăzute cu camere tampon dotate cu spălătoare de mâini), iar dacă sunt la etaj, acestea nu trebuie să fie deasupra spațiilor de producție.

La intrarea în toalete se recomandă montarea unor uși cu balamale batante, pentru ca acestea să nu fie acționate direct cu mâna.

Numărul chiuvetelor, al toaletelor și al dușurilor se va stabili în funcție de numărul de personal, conform normelor în vigoare (ex. O chiuvetă pentru 15 persoane).

Grupurile sanitare vor fi dotate cu hârtie igienică, hârtie prosop sau uscătoare pentru mâini, săpun lichid, coșuri cu pedale pentru gunoi și substanțe dezodorizante.

În cazul unităților cu un număr mic de angajați, în care un număr redus este de un anumit sex (1-3 persoane), se pot amenaja anexe social - sanitare (vestiare, grupuri sanitare) cu utilizare alternativă. Programul de utilizare a vestiarelor alternative se va stabili prin procedură, va fi afișat, iar personalul va fi instruit în acest sens.

Unitățile de producție culinară care au servire directă a consumatorilor vor avea amenajate grupuri sanitare separate pentru clienți, compartimentate și dotate corespunzător.

În curtea unităților de producție culinară (acolo unde este cazul) se vor amplasa și amenaja toalete cu puncte de spălare și puncte de alimentare cu apă pentru personalul care nu are acces în unitatea de producție (șoferi, pază, distribuitori etc.).

Spațiile pentru servit masa pentru operatori sunt spații amplasate astfel încât personalul să nu iasă din zona de lucru cu echipamentul de protecție sanitară. În funcție de mărimea unității de producție culinară și de numărul de angajați, aceste spații pot fi compartimentate astfel încât să aibă o sală de servit masa, o zonă de bucătărie mai mult sau mai puțin utilată și, eventual, grupuri sanitare.

Spații pentru spălătorie

Unitățile de producție culinară, mai ales cele care asigură și servirea, pot avea amenajate spălătorii pentru echipamentul de protecție sanitară și pentru lenjeria de servire (fețe de masă, naproane, șervețele, perdele, draperii etc.).

Aceste spălătorii vor fi organizate astfel încât să asigure un circuit corect al produselor supuse spălării fără încrucișări de fluxuri; spălarea echipamentului de protecție sanitară al

personalului implicat în procesul de preparare a alimentelor se va face separat de cea a lenjeriei.

Unitățile care nu dispun de spălătorie proprie vor avea un spațiu amenajat pentru colectarea, sortarea și depozitarea obiectelor ce urmează a fi spălate la o unitate specializată, în baza unui contract de prestări de servicii și în care se vor respecta condițiile de colectare – depozitare.

Platforme și spații pentru depozitarea deșeurilor și a materialelor necomestibile

Amplasarea acestora se va face la o distanță care să asigure o separare strictă a zonei insalubre de zonele de lucru și vor fi marcate corespunzător („depozitare deșeuri”).

Se recomandă ca aceste platforme să aibă pavimentul și pereții (acolo unde aceștia există) impermeabili, netezi și lavabili și să fie dotate cu sursă de apă pentru igienizare și sistem de canalizare.

Vor fi prevăzute cu ustensile și, eventual, instalații speciale de colectare, compactare și transport a deșeurilor.

Aceste zone vor fi igienizate și dezinfectate zilnic, iar periodic, dezinsectizate și deratizate. În cazul în care există un sistem de evacuare a deșeurilor prin conducte speciale, gen tobogane, se impune ca toate resturile și deșeurile alimentare să fie puse în pungi de unică folosință, închise și dezinfectată zilnic.

Echipamente tehnice

Utilaje, instalații și ustensile

Planul de amplasare a utilajelor trebuie să asigure distanțele optime de operare (pentru efectuarea corectă, fără contaminări atât a operațiunilor tehnologice, cât și a celor de curățare, igienizare, reparație, întreținere și control), precum și respectarea fluxurilor și a raselor.

Amplasarea utilajelor în flux se va face astfel încât să nu permită intersectarea fazelor salubre cu cele insalubre, a materiilor prime cu semipreparatele sau cu produsele finite. Se recomandă să existe echipamente și ustensile diferite pentru materia primă și pentru produsele preparate și semipreparate, în special aparatura de feliat și tocat.

Pentru unitățile de producție culinară de mare capacitate (mari restaurante sau unități de catering) este necesară dotarea cu echipamente proiectate astfel încât să asigure o capacitate corespunzătoare, pentru a permite prepararea mâncării în condiții adecvate de igienă.

Utilajele, instalațiile și ustensilele care vin în contact cu materiile prime/semipreparatele/ produsele finite vor fi confecționate din materiale care să nu contamineze produsele alimentare, rezistente la acțiuni mecanice, termice și chimice, ușor de curățat, cu suprafețe netede fără adâncituri sau unghiuri greu accesibile (care pot deveni focare de infecție prin depunerea de materiale organice în timpul procesării). Materialele recomandate sunt oțelul inoxidabil, lemnul sintetic, teflonul, materialele textile, substituenți ai cauciucului etc. Avizate pentru uz în domeniul alimentar. Trebuie evitată folosirea lemnului sau a altor materiale care nu pot fi curățate sau dezinfectate corespunzător; dacă se utilizează lemnul, se recomandă ca acesta să fie lemn de esență tare (de fag, stejar, carpen etc.), foarte bine finisat, fără crăpături, denivelări etc. și să se stabilească măsuri de control care să ofere certitudinea că folosirea lui nu reprezintă o sursă de contaminare.

Lubrifiantii utilizați pentru întreținere vor fi cei recomandați în documentația tehnică a utilajelor. Pentru organele în mișcare în contact cu produsele prelucrate, lubrifiantii utilizați vor fi de uz alimentar.

Utilajele și instalațiile constituie o sursă potențială de contaminare și de aceea este necesar ca ele să fie demontate, curățate, spălate și dezinfectate, după caz, cu o periodicitate determinată de tipul și natura produselor cu care se lucrează. Ustensilele și părțile utilajelor care vin în contact cu produse ușor alterabile se vor igieniza după fiecare utilizare.

Depozitarea și păstrarea ustensilelor se face în sistem protejat, pe rafturi, rastele, dulapuri, cuiere etc. la o înălțime de minim 50 cm de la sol.

Ustensilele utilizate (căzănele, lighene, castroane, oale, planșete, tăvi de lucru, teluri, linguri, spatule, amestecătoare, scafe, rulouri reglabile de tăiere, cuțite, rulouri de decor, stanțe, merdenele, duiuri, șprîțuri, poșuri etc.) se vor verifica periodic pentru a controla starea lor de uzură și a se înlocui în cazul eventualelor degradări.

Se recomandă utilizarea tocătoarelor diferite, marcate vizibil pentru: pâine, carne crudă, carne fiartă, pește crud, pește fiert, legume crude, legume fierte;

Culorile utilizate pentru marcarea ustensilelor sunt:

- ✓ roșu pentru carne crudă;
- ✓ brun pentru carne care a suferit un tratament termic;
- ✓ verde pentru vegetale;
- ✓ alb pentru scopuri generale;
- ✓ galben pentru sandvișuri.

La servire nu se va folosi decât veselă curată și numai după verificarea integrității fizice (fără crăpături, fisuri, ciobiri etc.). În cazul cuptoarelor ce folosesc pentru ardere combustibil solid, focarele acestora vor fi amplasate în afara spațiilor de producție, cu respectarea condițiilor privind contaminarea încrucișată. Alimentarea cu carburanți și evacuarea cenușii rezultate din ardere se vor face astfel încât aceste trasee să nu intersecteze traseele materiilor prime, materialelor sau produselor finite.

Alimentarea cu carburanți lichizi, acolo unde este cazul, se va face pe principii traseelor separate, care să nu intersecteze pe cele ale materiilor prime, semipreparatelor sau produselor finite.

Echipamente de măsură și control

Controlul proceselor trebuie să se facă cu echipamente adecvate domeniului de măsurare și specificului produselor.

Materialele din care sunt confecționate echipamente de măsură și control în zona de contact cu produsele alimentare nu trebuie să contamineze sau să modifice caracteristicile calitative ale acestora (*nu se vor utiliza aparate de măsură din sticlă sau cu mercur*).

Aceste echipamente se vor verifica și etalona periodic, în conformitate cu reglementările în vigoare, conform unei proceduri specifice. Se vor înregistra verificările și etalonările metrologice și se vor păstra înregistrările.

Întreținerea și igienizarea echipamentelor de măsură și control se vor face conform unor instrucțiuni specifice pentru a se asigura că nu se vor produce contaminării prin utilizarea lor în procesul de preparare.

Se recomandă verificarea cu o frecvență mai mare a cântarelor de la dozarea premixurilor de condimentare și a aditivilor pentru a se evita dereglări în funcționare cu risc de supradozare a unor substanțe a căror utilizarea este limitată prin reglementările în vigoare.

Pentru a garanta acuratețea măsurărilor efectuate asupra microclimatului din spațiile de depozitare a materiilor prime, a semipreparatelor și a produselor finite din producția culinară, se recomandă ca, periodic, să se verifice precizia echipamentelor de înregistrare a temperaturii; testarea acestor dispozitive se poate face prin compararea cu rezultatele unui termometru standard a cărui precizie este deja cunoscută. Aceste teste trebuie să fie făcute înainte de instalare și apoi cel puțin o dată pe an.

Același regim se va aplica și pentru termometrele utilizate pentru măsurarea temperaturilor de preparare, de răcire sau de reîncălzire a preparatelor culinare.

3.4. Aplicarea normelor de protecție a mediului la locul de muncă

Aplicarea normelor de protecția mediului¹⁵ se realizează permanent, cu atenție și responsabilitate în toate activitățile desfășurate a locul de muncă.

Politica națională în domeniul gestionării deșeurilor trebuie să se subscrie obiectivelor politicii europene în materie de prevenire a generării deșeurilor și să urmărească reducerea consumului de resurse și aplicarea practică a ierarhiei deșeurilor.

Principiul acțiunii preventive este unul din principiile care stau la baza Ordonanței de urgență a Guvernului nr.195/2005 privind protecția mediului, cu modificările și completările ulterioare, iar Directiva 2008/98/CE privind deșeurile, transpusă în legislația națională prin Legea nr.211/2011 privind regimul deșeurilor, prezintă ierarhia deșeurilor care “se aplică în calitate de ordine a priorităților în cadrul legislației și al politicii în materie de prevenire a generării și de gestionare a deșeurilor, astfel: prevenirea, pregătirea pentru reutilizare, reciclarea, alte operațiuni de valorificare, de exemplu valorificarea energetică și eliminarea”.

Abordarea UE în domeniul gestionării deșeurilor se bazează pe trei principii majore:

- Reciclare și reutilizare – în cazul în care sunt generate deșeuri, încurajarea unui nivel ridicat de recuperare a materialelor componente, preferabil prin reciclare materială. În acest sens sunt identificate câteva fluxuri de deșeuri pentru care reciclarea materială este prioritară: deșeurile de ambalaje, vehicule scoase din uz, deșeuri de baterii, deșeuri din echipamente electrice și electronice
- Îmbunătățirea eliminării finale a deșeurilor și a monitorizării – în cazul în care deșeurile nu pot fi recuperate, acestea trebuie eliminate în condiții sigure pentru mediu și sănătatea umană, cu un program strict de monitorizare

Prin “Documentul de poziție al României Capitolul 22 – Protecția Mediului înconjurător” România s-a obligat să implementeze acquis-ul comunitar însă cu câteva derogări, dintre care le menționăm pe cele referitoare la managementul deșeurilor:

[Directiva nr. 94/62/EC](#) privind ambalajele și deșeurile de ambalaje, pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2013

[Directiva nr. 99/31/EC](#) privind depozitarea deșeurilor, pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2017

[Directiva Consiliului nr. 2000/76/EC](#) privind incinerarea deșeurilor, pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2008

[Directiva Consiliului nr. 2002/96/CE](#) privind deșeurile de echipamente electrice și electronice (DEEE), pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2008

[Regulamentul nr. 259/93](#) privind importul, exportul și tranzitul de deșeuri, până la sfârșitul anului 2015

Astfel, pentru monitorizarea îndeplinirii angajamentelor asumate Serviciul Gestionare Deșeuri elaborează Strategia și Planul Național de Gestionare a Deșeurilor, propune, inițiază, elaborează și promovează proiecte de acte normative, avizează strategii și proiecte de acte normative elaborate de alte ministere care au legătură cu domeniul gestionării deșeurilor, participă și reprezintă Ministerul Mediului și Padurilor la diverse seminarii, workshop-uri, conferințe, îndeplinește funcția de secretariat tehnic al Convenției de la Basel privind transportul peste frontieră al deșeurilor periculoase și al eliminării acestora etc

¹⁵ Legea nr. 137/1995 stipulează obligativitatea respectării principiilor ecologice

În România, **transportul deșeurilor** este reglementat prin acte normative¹⁶ în care se prevăd:

- atribuțiile operatorilor economici
- atribuțiile autorităților de control
- transportul deșeurilor periculoase¹⁷
- transportul deșeurilor periculoase produse într-o cantitate mai mică de 1 t/an,¹⁸
- transportul deșeurilor nepericuloase¹⁹
- transportul deșeurilor municipale efectuat de către operatorii autorizați numai pentru prestarea serviciului de salubritate în localități, nu intră sub prevederile prezentei hotărâri

În [România](#) activitatea de gestionare a deșeurilor este fundamentată pe OUG 78/2000, care implementează o serie de directive ale [Consiliului European](#). Coordonarea acestei activități cade în sarcina [Ministerului Mediului](#) și a [Agenției Naționale pentru Protecția Mediului](#) (ANPM).

Tipuri de surse de poluare la locul de muncă: substanțele poluante eliminate de unitățile învecinate (fum, praf, substanțe chimice și/sau radioactive, deșeuri menajere etc.);

Tipuri de deșeuri și reziduri rezultate la locul de muncă

Deșeurile sunt un (sub)produs logic al vieții societății modern și ca atare sunt generate peste tot. În toate procesele de producție și consum și în cantități care apar din ce în ce mai mari.

Deșeurile conțin de obicei o proporție însemnată de material valorificabile care pot fi reutilizate în procesul de producție, ceea ce face să scadă nevoia de a folosi mereu material noi.

Într-un sistem sănătos, bine organizat, de colectare a deșeurilor, împrăștierea necontrolată a deșeurilor în mediu este prevenită, creându-se și întărindu-se posibilitatea reutilizării acestora.

Gunoii rezultat din măturarea spațiilor de lucru și a anexelor social-sanitare, hârtiile de coacere, hârtiile de la finisare-decorare (cartoane și dantele), cartoanele și ambalajele, foliile și pungile de plastic se colectează în recipiente speciale cu capac, căptușite cu saci de material plastic, care se transportă pe platformele de depozitare a gunoii (boxe ghene, containere, pubele, tomberoane).

Evacuarea deșeurilor se va face pe trasee care nu se vor intersecta cu cele salubre (materii prime, produse finite). Recipientele reutilizabile trebuie spălate și dezinfectate ori de câte ori sunt readuse în spațiile de pregătire.

Evacuarea deșeurilor din unitatea de producție se va face de către unități specializate, cu o periodicitate care să evite alterarea și degradarea deșeurilor rezultate din procesul de producție.

Se pot utiliza și echipamente de compactare a deșeurilor, care se vor amplasa și exploata separat de spațiile în care sunt manipulate alimentele.

¹⁶ Hotărârea Guvernului nr. 1061 privind transportul deșeurilor periculoase și nepericuloase pe teritoriul României, care a fost publicată în Monitorul Oficial nr. 672/30.09.2008, care a abrogat Ordinul nr. 2/211/118/2004 al ministrului agriculturii, pădurilor, apelor și mediului, ministrului transporturilor, construcțiilor și turismului și al ministrului economiei și comerțului, pentru aprobarea procedurii de reglementare și control al transportului deșeurilor pe teritoriul României, cu modificările și completările ulterioare

¹⁷ se realizează în baza formularului pentru aprobarea transportului de deșeuri periculoase (prevăzut în anexa nr. 1 la HG) și a formularului de expediție/transport (prevăzut în anexa nr. 2 la HG)

¹⁸ se realizează în baza formularului de expediție/transport (prevăzut în anexa nr. 2 la HG), care trebuie să conțină și aprobarea APM pe raza căreia se află destinatarul deșeurilor

¹⁹ se efectuează în baza formularului de încărcare-descărcare, prevăzut în anexa nr. 3 la HG

Deșeuri tehnologice

Totalitatea deșeurilor provenite din manipularea și prelucrarea tehnologică a materiilor prime și a ingredientelor în procesele de preparare, precum și cele provenite din manipularea semipreparatelor sunt deșeuri tehnologice sunt:

- ✓ cojile de fructe/legume rezultate în urma prelucrării primare;
- ✓ cotoarele de fructe/legume rezultate în urma prelucrării primare;
- ✓ cojile de ou provenite de la spargerea ouălor;
- ✓ oase și așchii de oase, pielețe, bucăți de grăsime/seu, cartilajii rezultate de la alegerea și fasonarea cărnii;
- ✓ margini de blaturi/plăcinte/rulade rezultate la porționarea produselor culinare etc.

Aceste deșeuri vor fi colectate, depozitate și dirijate separat pentru valorificare sau pentru distrugere, în funcție de gradul și de tipul de contaminare.

Cojile de ou se vor colecta în saci de menaj bine închiși și se vor evacua din spațiul de producție imediat după terminarea operației de spargere a ouălor.

Produsele culinare (preparate sau semipreparate) rezultate ca necorespunzătoare din procesul de preparare se vor dirija, după o atentă și responsabilă triere, fie pentru reutilizare conform unor instrucțiuni specifice, fie ca deșeu furajer, fie ca deșeu nerecuperabil. Aceste deșeuri se vor păstra în recipiente cu capac, marcate cu elemente de identificare diferite și se vor depozita în condiții corespunzătoare de temperatură, până la utilizare/ evacuare.

Deșeurile tehnologice provenite din procesele de prelucrări preliminare sau preparare se pot colecta în recipiente speciale pentru deșeuri, căptușite sau nu cu saci/pungi de polietilenă, și care trebuie să fie la îndemâna operatorilor pentru a asigura o operare corectă; aceste recipiente trebuie golite de câte ori este nevoie dar cel puțin o dată pe zi, în recipientele de deșeuri neigienice din spațiile de lucru.

Toate deșeurile neigienice provenite din procesele de prelucrări preliminare sau de preparare se vor colecta în recipiente căptușite cu saci de polietilenă, închise cu capac și cu acționare la pedală.

Evacuarea deșeurilor din spațiile de producție la platformele de depozitare centralizată se face ori de câte ori este nevoie. Ele nu vor staționa în spațiul de producție mai mult de câteva ore pentru că sunt, de cele mai multe ori, alterabile.

Eliminarea deșeurilor trebuie făcută prin metode care nu periclitează sănătatea oamenilor și fără utilizarea unor procese sau metode care pot fi dăunătoare pentru mediu

Deșeurile provenite de la manipularea și prelucrarea produselor de origine animală, se colectează în recipiente speciale care se golesc imediat după terminarea operațiilor respective.

Clasificarea deșeurilor conform Directivei 2006/12/CE

Simbol	Tip deșeu
Q1	Reziduuri de producție sau de consum, nespecificate altfel în continuare
Q2	Produse care nu corespund specificațiilor
Q3	Produse al căror termen de garanție a expirat
Q4	Materiale deversate în mod accidental, pierdute sau care au suferit alte incidente, inclusiv orice materiale, echipamente etc. contaminate ca rezultat al incidentului în cauză
Q5	Materiale contaminate sau pătate în urma unor acțiuni planificate (de exemplu, reziduuri de la activități de curățire, ambalaje, containere etc.)

Q6	Piese inutilizabile (de exemplu, baterii rebutate , catalizatori epuizați etc.)
Q7	Substanțe a căror performanță nu mai este satisfăcătoare (de exemplu, acizi contaminați, solvenți contaminați, săruri de amestec epuizate etc.)
Q8	Reziduuri din procese industriale (de exemplu, zgură , reziduuri de la distilare etc.)
Q9	Reziduuri din procese de captare a poluanților (de exemplu, nămol de la epuratoare de gaze, praf de la filtre de aer , filtre uzate etc.)
Q10	Reziduuri din prelucrare mecanică / finisare (de exemplu, șpan provenit de la operațiile de strunjire , zguri măcinate etc.)
Q11	Reziduuri din extracția și prelucrarea materiilor prime (de exemplu, reziduuri miniere , reziduuri din exploatarea zăcămintelor de petrol etc.)
Q12	Materiale contaminate (de exemplu, uleiuri contaminate cu PCB etc.)
Q13	Orice materiale, substanțe sau produse a căror utilizare a fost interzisă prin lege
Q14	Produse care nu mai au utilizare pentru deținător (de exemplu, articole rebutate de agricultură, menajuri, birouri, magazine, ateliere etc.)
Q15	Materiale contaminate, substanțe sau produse rezultate din acțiuni de remediere a solului
Q16	Orice materiale, substanțe sau produse care nu sunt incluse în categoriile menționate anterior

Recuperarea deșeurilor

Prin *recuperare* se înțelege extragerea din deșeuri a resurselor care pot fi refolosite. Recuperarea poate fi făcută prin reciclare, reutilizare, regenerare sau orice alt proces de extragere a materiilor prime auxiliare. Poate fi recuperată atât partea materială, cât și cea energetică. Materialele pot fi refolosite pentru a produce noi bunuri, iar energia poate fi convertită în energie electrică. Ca și în cazul eliminării, recuperarea trebuie făcută fără a periclita sănătatea oamenilor și fără utilizarea unor procese sau metode care pot fi dăunătoare pentru mediu.

Operațiuni de recuperare conform Directivei 2006/12/CE	
Simbol	Tip operațiune
R1	Utilizarea mai ales sub formă de combustibil sau ca alt mijloc de generare a energiei
R2	Recuperarea/regenerarea solvenților
R3	Reciclarea/recuperarea substanțelor organice care nu sunt utilizate ca solvenți (inclusiv compostare și alte procese biologice de transformare)
R4	Reciclarea/recuperarea metalelor și a compușilor metalici
R5	Reciclarea/recuperarea altor materiale anorganice
R6	Recuperarea acizilor sau bazelor

R7	Recuperarea componentelor utilizate pentru captarea poluanților
R8	Recuperarea componentelor din catalizatoare
R9	Regenerarea uleiurilor sau alte metode de re folosire a acestora
R10	Tratarea în contact cu solul în folosul agriculturii sau în scopuri ecologice
R11	Utilizarea deșeurilor obținute în urma oricăreia dintre operațiunile numerotate R1-R10
R12	Preschimbare de deșeuri înainte de efectuarea oricăreia dintre operațiunile numerotate R1-R11
R13	Stocarea deșeurilor în așteptarea oricăreia dintre operațiunile numerotate R1-R12 (excluzând stocarea temporară, în vederea colectării, în locul unde se produc deșeurile)

Modulul IV – Asigurarea cadrului general de desfășurare a activității punctului de vânzare

4. 1. Efectuarea lucrărilor de curățenie și întreținere în vederea începerii activității

Normele interne de igienizare la locul de muncă²⁰

Pentru ca alimentele să constituie factori favorabili mediului ambient și să nu afecteze starea de sănătate a consumatorilor este necesar să îndeplinească cele trei grupe care definesc noțiunea de calitate:

- să conțină cantități adecvate de factori nutritivi pentru a contribui la satisfacerea optimă a necesităților nutriționale celor ce le consumă;
- să nu provoace îmbolnăviri prin contaminarea lor cu agenți nocivi, biologici sau chimici;
- să posede însușiri senzoriale atrăgătoare pentru a fi acceptate și dorite de populație.

²⁰ www.anc.edu.ro

Pentru o calitate mai bună a produselor alimentare se impune respectarea unor cerințe de igienă în ceea ce privește amplasarea, construcția, dotarea și funcționarea unităților cu profil alimentar. Pentru obținerea produselor alimentare de calitate din punct de vedere igienic și nutritiv, este necesar ca toate unitățile să respecte norme de funcționare.

Strategia aplicării igienei implică:

- evitarea aportului exterior de microorganisme dăunatoare la materia primă;
- distrugerea microorganismelor pe diferite căi, cu cât este mai eficace cu atât numărul inițial de microorganisme este mai redus;
- inhibarea dezvoltării microorganismelor care nu au putut fi distruse.

Din momentul începerii ambalării, contaminarea nu mai poate fi decât prin intermediul aerului înconjurător și operatorilor.

Materiile prime folosite pentru prelucrarea industrială sau culinară trebuie să corespundă condițiilor prevăzute în standardele de stat, de ramură sau unitate.

ATENȚIE :

- Se interzice fabricarea și comercializarea produselor alimentare și băuturilor pentru care nu există standarde sau norme interne aprobate de Ministerul Sănătății.
- Se interzice amplasarea unităților cu profil alimentar în spațiile de locuit, cu excepția activităților de desfacere a alimentelor în spațiile comerciale existente destinate prin proiect.

În unitățile alimentare se va asigura funcționarea corectă și permanentă a aparatului de control și de înregistrare a parametrilor care condiționează salubritatea prelucrării și păstrării materiilor prime, semifabricatelor și produselor finite. Ambalajele și utilajele utilizate în procesul de producție trebuie să fie avizate de Ministerul Sănătății. Unitățile alimentare sunt obligate să efectueze periodic lucrări și revizuiți ale instalațiilor și utilajelor, operațiuni în afara perioadelor de activitate a unității.

După destinație, unitățile alimentare se împart în:

- unități de industrie alimentară;
- unități de alimentație publică și colectivă (restaurante, cofetarii,etc);
- unități de desfacere a produselor alimentare;
- depozite de alimente

Proceduri de aplicare a normelor igienico-sanitare în alimentație

- Luarea în primire a materiilor prime și a ingredientelor: verificări ale aptitudinii furnizorilor
 - Se va verifica prospețimea alimentelor.
 - Se va verifica temperatura produselor, fie ele congelate, păstrate în frigider sau păstrate la cald.
 - Se va verifica integritatea ambalajelor.
 - Ambalajele care nu sunt apte vor fi înapoiate furnizorului.
 - Materiile prime vor fi distribuite doar de către furnizori autorizați (cu registru sanitar).
- Depozitarea și conservarea materiilor prime și ingredientelor
 - Se vor depozita imediat produsele care necesită temperaturi de refrigerare, congelare sau de păstrare la cald.

- Se vor verifica periodic temperaturile produselor.
- Alimentele se vor congela cât se poate de repede.
- Materiile prime și ingredientele se vor ordona pentru evitarea contaminărilor încrucișate.
- Depozitarea produselor de curățare, dezinfecție sau orice alt produs chimic, se va face separat astfel încât să se evite contaminările nedorite.
- Alimentele din camerele frigorifice și depozite se vor menține în ordine pentru a se permite rotația stocurilor.
- Prepararea materiilor prime și produselor intermediu
 - Alimentele vor fi descongelate lent.
 - Alimentele, în prealabil congelate, nu vor fi recongelate.
 - Se va menține o scrupuloasă igienă personală, a ustensilelor și instalațiilor.
 - Se va evita orice posibilitate de contaminare pe durata manipulării.
 - Produsele intermediu vor fi depozitate la temperatura specificată pentru fiecare dintre acestea.
 - Produsele intermediu nu vor fi lăsate la temperatura mediului exterior mult timp.
- Gătirea alimentelor
 - Alimentele vor fi pregătite respectând timpii și temperatura de fierbere.
 - Resturile de mâncare vor fi eliminate imediat, utilizând pentru aceasta recipiente cu capac și sistem de închidere și deschidere prin intermediul unei pedale.
- Depozitarea mâncărilor pregătite
 - Felurile care nu se vor consuma în acel moment vor fi depozitate imediat.
 - Se va verifica temperatura de depozitare.
 - Depozitarea se va face în recipiente închise pentru evitarea contaminărilor posterioare.
 - Mâncarea pregătită nu va fi depozitată lângă materiile prime
- Regenerarea alimentelor gătite
 - Alimentele vor fi descongelate lent.
 - Timpii de regenerare vor fi stabiliți în funcție de fiecare aliment.
 - Menținerea alimentelor regenerate se va face la 70 °C.
 - Alimentele regenerate vor fi consumate în aceeași zi.
 - Resturile de mâncare vor fi eliminate imediat, utilizând pentru aceasta recipiente cu capac.
 - Sistemul de închidere și deschidere se va face prin intermediul unui sistem cu pedală
- Aranjarea și servirea
 - Alimentele aranjate în farfurii vor fi consumate imediat.
 - Mâncările expuse vor fi păstrate calde sau în frigider în funcție de necesități.
 - Se va păstra o igienă scrupuloasă a ustensilelor și a instalațiilor

Normele de igienă pentru spațiile în care se desfășoară serviciile de servire

- Spațiul de servire trebuie să aibă incinte separate pentru fiecare dintre următoarele activități:

- accesul, înregistrarea și așteptarea clienților;
 - desfășurarea procedurilor;
 - păstrarea echipamentului, instrumentarului și a articolelor curate, dezinfectate și sterile, în dulapuri separate și închise, în spații lipsite de praf și umiditate, la care au acces numai persoanele autorizate;
 - depozitarea echipamentelor și materialelor utilizate pentru curățenie.
- Amenajarea și întreținerea spațiilor/suprafețelor
- Se acceptă amenajarea cel puțin a unui spațiu sau al unei încăperi pentru curățarea, dezinfecția, sterilizarea instrumentarului și a materialelor re folosibile, în camera de desfășurare a procedurilor.
 - Pereții, podelele și tavanele din fiecare cameră trebuie să fie bine întreținute, netede, lavabile, confecționate din materiale neabsorbante, care să poată fi ușor spălate și curățate, iar culorile acestor suprafețe trebuie să fie deschise; în cazul finisajelor nelavabile, curățarea se face prin aspirare.
 - Incintele trebuie să fie adecvat luminate cu lumină artificială și naturală, să fie bine ventilate, pentru a se elimina fumul, praful sau vaporii.
 - Spațiul de servire trebuie să fie dotat cu grup sanitar, întreținut corespunzător din punct de vedere igienico-sanitar și bine ventilat.
 - Este obligatoriu să existe chiuvetă pentru spălarea materialelor rezultate ca urmare a efectuării procedurilor, precum și chiuvetă separată pentru spălarea și dezinfecția mâinilor. Se asigură obligatoriu apă potabilă curentă rece și caldă, în cantități suficiente, săpun antibacterian, periuță de unghii și prosop de hârtie de unică folosință sau dispozitive pentru uscarea mâinilor.
 - Numărul optim de dotări sanitare se va stabili conform normelor de proiectare, în funcție de numărul de operatori și clienți ai unității.
 - Toate suprafețele trebuie menținute în perfectă stare de curățenie și întreținere. Suprafețele pe care se desfășoară procedurile de lucru trebuie să fie confecționate din materiale neporoase, neabsorbante.
 - Este obligatorie afișarea la loc vizibil a interdicțiilor privind fumatul²¹, consumul de băuturi alcoolice, de substanțe stupefiante, precum și accesul animalelor în incintă;
 - La amenajarea spațiului de servire este obligatoriu să se ia măsuri de protecție a locației împotriva insectelor și rozătoarelor.
 - Spațiul trebuie să fie dotat cu trusă sanitară de prim ajutor, ușor accesibilă, conform prevederilor legale în vigoare.
 - Temperatura de lucru trebuie să fie confortabilă și să nu se situeze sub 20°C.

Întreținerea, curățarea și dezinfectarea incintelor, suprafețelor și echipamentelor de lucru

1. Curățenia reprezintă rezultatul aplicării corecte a unui program de curățare.
2. Curățarea se realizează cu detergenți, produse de întreținere și produse de curățat.
3. În utilizarea produselor folosite în activitatea de curățare trebuie respectate următoarele reguli:
 - respectarea tuturor recomandărilor producătorului;
 - respectarea normelor generale de securitate și sănătate în muncă;
 - este interzis amestecul produselor;

²¹ **Ordin 318/1999** privind aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonanței Guvernului 55/1999 pentru interzicerea produselor din tutun (M.O. 383/1999);

- este interzisă păstrarea produselor de curățare în ambalaje alimentare;
 - produsele se distribuie la locul de utilizare, respectiv la nivelul incintelor, în ambalajul original primar sau în recipiente special destinate, etichetate cu identificarea produsului.
4. Urmărirea și controlul implementării programului de curățare, parte integrantă a planului propriu al unității, revin personalului, care, conform legislației în vigoare, este responsabil cu supravegherea și controlul îndeplinirii normelor de igienă.
 5. Depozitarea produselor și a ustensilelor folosite la efectuarea curățării se face respectându-se următoarele:
 - a) în incintă trebuie să existe spații special destinate depozitării produselor și ustensilelor aflate în stoc precum și aflate în rulaj, pentru pregătirea activității propriu-zise sau folosite în procesul de efectuare a curățării;
 - b) spațiile trebuie să asigure menținerea calității inițiale a produselor până la utilizare;
 - c) spațiile de depozitare trebuie să îndeplinească următoarele condiții:
 - pavimentul și pereții trebuie să fie impermeabili și ușor de curățat;
 - zona de depozitare trebuie să permită aranjarea în ordine a materialelor de curățare și accesul ușor la acestea;
 - trebuie să existe aerisire naturală;
 - trebuie să existe iluminat corespunzător;
 - gradul de umiditate să fie optim păstrării calității produselor;
 - trebuie să existe chiuvetă cu apă potabilă rece și caldă, dotată pentru igiena personalului care efectuează curățarea, conform prevederilor legislației în vigoare;
 - trebuie să existe chiuvetă sau bazin cu apă potabilă, pentru dezinfectia și spălarea ustensilelor folosite la efectuarea curățării; dezinfectia, spălarea și uscarea materialului moale folosit la curățare se pot face utilizându-se mașini de spălat cu uscător sau mașini de spălat și uscătoare (funcție de caz);
 - trebuie să existe suport uscător pentru mănușile de menaj, mopurile, periile și alte ustensile;
 - trebuie să existe pubelă și saci colectori de unică folosință pentru deșeuri, conform legislației în vigoare.
 6. Întreținerea ustensilelor folosite pentru efectuarea curățării se face zilnic, după fiecare operațiune de curățare și la sfârșitul zilei de lucru; ustensilele utilizate se spală, se curăță, se dezinfectează și se usucă. Curățarea și dezinfectia ustensilelor complexe se efectuează în funcție de recomandările producătorului.
 7. Personalul care execută operațiunile de curățare și dezinfectie a materialului de curățare trebuie să poarte mănuși de menaj sau mănuși de latex nesterile.
 8. Curățenia trebuie efectuată la sfârșitul sau la începutul programului de lucru, precum și ori de câte ori este necesar, de către personal calificat.
 9. Dezinfectia este procedura care se aplică numai după curățare și se realizează cu produse și substanțe chimice autorizate/inregistrate, conform prevederilor legale în vigoare²².
 10. Criteriile de utilizare și păstrare corectă a produselor antiseptice sunt următoarele:
 - un produs antiseptic se utilizează numai în scopul pentru care a fost autorizat/inregistrat;
 - se respectă întocmai indicațiile de utilizare de pe eticheta produsului;

²² Legea nr. 319/2006 – Legea securității și sănătății în muncă, cu modificările și completările ulterioare

- se respectă întocmai concentrația și timpul de contact precizate în autorizația/înregistrarea produsului;
 - pe flacon se notează data deschiderii și data limită până la care produsul poate fi utilizat;
 - la fiecare utilizare, flaconul trebuie deschis și închis corect;
 - flaconul se manipulează cu atenție; este interzisă atingerea gurii flaconului, pentru a nu se contamina;
11. Dezinsecția periodică se va face la 3 luni, iar deratizarea periodică se va face la intervale de maximum 6 luni sau ori de cate ori este nevoie; între operațiunile periodice se vor aplica proceduri de dezinsecție și deratizare curente, de întreținere, în funcție de prezența vectorilor.
 12. Suprafețele și echipamentele trebuie curățate, dezinfectate, conform prevederilor legale în vigoare, respectându-se recomandările producătorului.
 13. Pentru curățare și dezinfectare se utilizează doar produse biocide, autorizate conform prevederilor legale.²³
 14. Soluțiile de lucru ale produselor biocide, utilizate pentru dezinsecție, se prepară, se păstrează și se utilizează conform instrucțiunilor producătorului.
 15. Toate recipientele și containerele, altele decât ambalajul original al producătorului, folosite pentru dezinsecție, trebuie etichetate adecvat în privința conținutului, concentrației și datei la care soluțiile de lucru au fost preparate.
 16. Echipamentul electric, care nu poate fi imersat în lichid, trebuie curățat prin ștergere și pulverizat cu un produs biocid.
 17. Utilizarea metodelor, a tipului de produs biocid pentru curățare, dezinsecție și sterilizare se face după cum urmează:

Suport de tratat	Metoda de aplicare	Observații
Materiale necritice		
Suprafețe inerte, cum ar fi: pavimente perei, mobilier etc.	Curățare	Spălare cu soluție de detergent pentru îndepărtarea prafului și murdăriei, urmată de clătire cu apa caldă
Suprafețe inerte, cum ar fi: chiuveta, W.C. suprafețele de lucru, pat de lucru etc.	Dezinsecție de nivel scăzut sau cu un produs detergent dezinfectant	Stergere, respectându-se timpul și concentrația conform instrucțiunilor producătorului, apoi clătire
Material moale, cum ar fi: prosoape, cearcafuri etc.	Dezinsecție de nivel scăzut	Spălare la mașini automate cu ciclu termic de dezinsecție și fierbere sau la o firmă specializată, în baza unui contract Uscarea se face în camere special amenajate sau în uscătoarele mașinilor de spălat
Spatule din plastic sau metal, tăvițele, ustensilele care intră în contact cu pielea intactă, păr sau unghii ori cu substanțe de lucru.	Dezinsecție de nivel scăzut cu un produs detergent - dezinfectant	Spălare, urmată de imersie completă în produsul biocid, apoi clătire cu apă
Materiale semicritice		
Orice suprafață inertă sau material moale care a fost stropit cu sânge sau alte fluide corporale	Dezinsecție de nivel intermediar	Stergere sau imersie completă în produsul biocid, urmată de spălare, apoi clătire cu apă

²³ Hotărârea Guvernului nr. 956/2005 privind plasarea pe piață a produselor biocide, cu modificările ulterioare.

Pilele de unghii refolosibile, pensetele, vasele pentru manichiură, cadițele pentru pedichiură, perii de unghii lavoare pentru spălat părul etc.	Dezinfecție de nivel intermediar	Stergere sau imersie completa în produsul biocid, apoi clătire
Orice articol care vine în contact cu mucoasele intacte sau cu pielea lezată ori care susține un articol steril	Dezinfecție de nivel înalt	Spălare urmată de imersie în produsul biocid, apoi clătire
Materiale critice		
Articolele tăioase și înțepătoare care patrund adânc în piele, refolosibile	Sterilizare prin metode fizice sau chimice	Conform prevederilor legale în vigoare și ale art. 5 din anexa nr. 1 la ordin

Reguli privind sterilizarea

1. Obținerea sterilizării, precum și menținerea ei până la momentul utilizării reprezintă o obligație permanentă în cadrul anumitor servicii²⁴, cum ar fi: cele de înfrumusețare (coafură, frizerie etc.).
2. Toate dispozitivele și materialele care urmează a fi sterilizate trebuie curățate și dezinfectate, înainte de a fi supuse unui proces de sterilizare standardizat.
3. Serviciul de sterilizare din cabinete trebuie să fie amenajat într-un spațiu special destinat.
4. Organizarea activității serviciilor de sterilizare cuprinde:
 - circuitul de colectare, recipientele și mijloacele de transport pentru instrumentele murdare, nesterile;
 - asigurarea ariei de curățare în vederea diminuării încărcăturii microbiene;
 - verificarea stării de funcționare a aparaturii;
 - spațiul curat pentru inventarierea și împachetarea instrumentelor;
 - sterilizarea propriu-zisă și sistemul de control al procesului;
 - procedurile de control și marcare a produselor finite;
 - tratarea neconformităților;
 - înregistrarea și arhivarea datelor privind parcursul procesului, în vederea asigurării trasabilității (ISO 8402), care este un element de sistem de calitate și este parte componentă a materiovigilenței;
 - circuitul de stocare, distribuție, transport la utilizatori;
 - instruirea personalului;
 - echipamentul de protecție al personalului.
5. Instrumentarul care necesită sterilizare trebuie să fie împachetat individual în ambalaje aprobate pentru sterilizare sau în seturi care sunt folosite pentru o singură procedură. Ambalajele trebuie inscripționate cu data sterilizării și numele persoanei care a efectuat sterilizarea. Ambalajele cu instrumentele sterilizate trebuie menținute în condiții corespunzătoare de asigurare a sterilizării și depozitate într-un loc închis, lipsit de umiditate și praf, la care există acces controlat. Este obligatorie afișarea interdicției de acces al persoanelor străine în locul/camera de păstrare a obiectelor și echipamentelor curate, sterile sau dezinfectate.
6. Se admite posibilitatea sterilizării instrumentarului într-o unitate sanitară specializată. Dacă sterilizarea se efectuează în altă parte decât locația cabinetului, trebuie să se facă dovada sterilizării prin următoarele documente:
 - contractul încheiat între cele două parti;
 - data sterilizării și numele persoanei care a executat sterilizarea;
 - cantitatea și tipul de instrumentar sterilizat;

²⁴ GHID privind aplicarea normelor de igiena in unitatile de furnizare a serviciilor de igiena personala si estetica umana din cooperatia mestesugareasca, Uniunea Nationala A Cooperatiei Mestesugaresti – UCECOM –, 2007

- tipul de sterilizare folosit, parametrii de sterilizare, tipul de aparat folosit;
 - condițiile de transport al instrumentarului sterilizat.
7. Fiecare pachet cu instrumentar sterilizat trebuie monitorizat în privința sterilizării, utilizându-se indicatorii chimici sau biologici.
 8. Procedurile de sterilizare efectuate conform recomandărilor producătorului aparatului se înregistrează și trebuie să fie disponibile în cursul acțiunilor de inspecție.
 9. Inregistrările scrise cu privire la procedurile zilnice de sterilizare și dezinfectare, efectuate²⁵ se păstrează de către persoana responsabilă.
 10. Persoana responsabilă cu sterilizarea instrumentarului trebuie să demonstreze în cadrul inspecției că procedurile de sterilizare au fost executate corect și optim.
 11. Inregistrările procedurii sterilizării trebuie să cuprindă următoarele:
 - a) metoda și parametrii de sterilizare;
 - b) data sterilizării;
 - c) cantitatea și tipul de instrumentar sterilizat;
 - d) numele sau inițiala persoanei care a sterilizat instrumentarul;
 - e) monitorizarea sterilizării prin indicatorii chimici sau biologici.
 12. Instrumentarul sterilizat și depozitat conform prevederilor legale în vigoare, care nu a fost folosit în decurs de 24 de ore de la data sterilizării, trebuie reesterilizat înainte de folosire, excepție făcându-se pentru instrumentarul nou presterilizat.
 13. Dacă se folosesc instrumente presterilizate, trebuie să existe documentația furnizată de producător în care să fie descrisă metoda de sterilizare și precizate recomandările de depozitare și menținere a sterilității. Această documentație trebuie furnizată în cursul acțiunilor de inspecție. Persoanele responsabile cu depozitarea și manipularea instrumentarului sterilizat trebuie să respecte instrucțiunile producătorului de menținere a sterilității.
 14. Fiecare cabinet sau locație temporară trebuie să mențină înregistrările privind dezinfectia și sterilizarea disponibile în timpul acțiunilor de inspecție și acestea trebuie să cuprindă următoarele:
 - a) date despre produsul biocid folosit (denumire comercială, aviz sanitar, fișa de securitate);
 - b) domeniul pentru care produsul biocid este folosit;
 - c) data, frecvența dezinfectiei;
 - d) numele persoanelor care sunt responsabile cu dezinfectia.
 15. Sterilizarea se realizează, numai cu aparate de sterilizare autorizate și avizate conform prevederilor legale în vigoare, prin metode fizice, abur sub presiune sau abur la temperatura și presiune ridicate/scăzute, căldura uscată, precum și prin metode combinate fizico-chimice. Trebuie respectate instrucțiunile de utilizare din cartea tehnică a instrumentelor cu privire la temperatura, presiunea și timpul de sterilizare recomandate de producător, în funcție de tipurile de materiale de sterilizat ambalate.
 16. Se elaborează instrucțiuni tehnice specifice privind exploatarea aparatelor, precum și măsurile ce trebuie luate în caz de avarii, întreruperi sau dereglări și se afișează la fiecare loc de muncă.
 17. Se efectuează controlul mediului, monitorizând și controlând:
 - calitatea aerului, apei și a fluidelor utilizate;
 - starea de igienă a suprafețelor;
 - modul de funcționare a echipamentelor de sterilizare;
 - modul de funcționare a echipamentelor de control, măsură și testare;
 - ținuta și formarea profesională ale personalului.

²⁵ conform prevederilor Ordinului ministrului sănătății publice nr. 261/2007, cu modificările ulterioare,

Norme specifice de igienă aplicabile produselor alimentare

Materiile prime și ingredientele din unitățile alimentare nu trebuie să fie contaminate sau suspecte cu microorganisme patogene, paraziți și ouă de paraziți, substanțe toxice sau substanțe străine descompuse, produse care după preparare sau prelucrare în condiții igienice în sectorul alimentar rămân improprii pentru consum.

Condițiile de păstrare a materiilor prime și ingredientelor la depozitarea în spațiile alimentare trebuie să fie create încât să prevină alterarea, să protejeze produsele împotriva contaminării și să asigure păstrarea și comercializarea în condiții de temperatură înscrise pe etichetă sau pe documente de însoțire a produsului.

Produsele alimentare manipulate, depozitate, ambalate, expuse și transportate să fie protejate împotriva contaminării ce duce la imposibilitatea consumului alimentelor.

Materiile prime, ingredientele, produsele semifabricate și finite care pot favoriza dezvoltarea microorganismelor patogene sau formarea toxinelor vor fi păstrate la temperaturi adecvate astfel încât să se evite riscul îmbolnăvirilor.

Substanțele periculoase și/sau necomestibile, produse alimentare pentru animale să aibă etichete în conformitate cu reglementările legale în vigoare și depozitate separat în containere separate și sigure.

Încăperile unităților de alimentație publică și colectivă se împart în: încăperi cu consum, de preparare a mâncărilor, de păstrare a alimentelor și anexe social-sanitare iar încăperile de consum constau în sala de mese fiind principala încăpere care poate fi unică sau multiplă. Pentru un loc de masă trebuie asigurat minimum 1,2 m. Înălțimea sălii să fie de cel puțin 3,5m. Accesul consumatorilor nu se face direct în sala de mese decât prin intermediul unei săli de așteptare prevăzută cu garderobă.

Încăperile de preparare a mâncărilor constau dintr-o bucătărie și o serie de camere-anexe unde se realizează prelucrarea preliminară a alimentelor. Pentru a se evita supraîncălzirea se recomandă ca bucătăria să fie orientată către nord sau nord-est cu o înălțime de 4 m prevăzută cu sistem eficient de ventilație mecanică. Mașinile de gătit trebuie să fie amplasate central pentru a fi accesibile pe toate părțile. Deasupra surselor de caldură, a surselor de vapori și fum se montează hote cu tiraj natural sau mecanic. Distribuirea mâncării se face în sala de mese direct din bucătărie sau prin intermediul unui oficiu de servire a mâncării. În unitățile mari, curățarea, spălarea, tocarea materiilor prime se face în încăperi separate pentru carne (carmangerii), legume-fructe și pește. Acestea sunt situate în jurul bucătăriei sau pe culoar larg ce comunică cu bucătăria. Încăperile de păstrare a alimentelor constau în spații frigorifice, magazii, beciuri, camere frigorifice prevăzute cu anticamere cu rol de spații tampon sau frigider mari orientate către nord, nord-est. Magaziile și beciurile trebuie să fie spațioase, uscate și aerisite prevăzute cu lăzi și rafturi iar restaurantele trebuie să prezinte o cameră de depozitare pentru băuturi.

În unitățile de alimentație publică și colectivă alimentele crude și cele finite se vor prelucra pe mese sau planșete, marcate cu inscripția "carne crudă", "carne fiartă", "pește crud", "pește fiert", "legume crude", "legume fierte", "pâine". Preparatele culinare finite, până la servirea de către consumator vor fi păstrate la minimum 60 C (mâncăruri calde) și maxim 8 C (preparate reci). În unitățile de alimentație publică și colectivă din stațiuni turistice sau balneo-climaterice nu este permisă prepararea mâncărilor pentru ziua următoare și au obligația de a păstra timp de 36 ore în spații frigorifice probe din mâncăruri gătită în recipiente curate, acoperite și etichetate.

În încăperile de producție, prelucrare culinară și depozitare a alimentelor este interzis accesul persoanelor străine și animalelor. În spațiile de depozitare nu se vor introduce ambalaje murdare, materiale și substanțe toxice cu miros patrunzător. Alimentele vor fi

așezate pe grătare, rafturi, recipiente cu stive încât să se asigure o bună ventilație și accesul persoanelor ce controlează starea produselor depozitate.

Instalațiile frigorifice de apă rece și caldă, de evacuare a reziduurilor lichide, ventilație, încălzit și iluminat, precum și utilajele, ustensilele vor fi prevăzute continuu în stare de funcționare și revizuite periodic. Alimentele ușor alterabile vor fi păstrate în spații frigorifice pe o durată limitată, în funcție de natura produsului. Camerele frigorifice și frigiderele trebuie dotate în interior cu termometre iar în exterior vor fi prevăzute cu grafice de înregistrare a temperaturii. Dispozitivele de control a parametrilor tehnologici, instalațiilor și aparatelor de pasteurizare și sterilizare vor fi menținute în stare de funcționare.

În unitățile care comercializează produse neambalate se vor lua măsuri pentru a nu permite alegerea manuală a produselor de cumpărători.

Anexele social-sanitare cuprind: camera-vestiar, cabine cu dușuri, toalete cu anticameră, chiuvetă și boxă pentru reziduuri. Grupurile sanitare pentru personal și pentru consumatori vor fi permanent în stare de funcționare și dotate cu hârtie igienică, săpun și servetele de hârtie la chiuvetă.

Magazine alimentare

Magazinele alimentare trebuie să aibă din construcție următoarele spații :

- sala de desfacere ;
- magazie de alimente ;
- magazie de ambalaje ;
- grup social-sanitar.

Magazinele alimentare trebuie să aibă în permanență apă caldă și rece, în cantitate suficientă, corespunzătoare din punct de vedere calitativ condițiilor înscrise în actele normative în vigoare.

Pentru alimentele ușor alterabile nu sunt permise supra-aglomerarea spațiilor frigorifice de păstrare și expunere și introducerea în același spațiu a produselor crude și semifabricate împreună cu cele care nu necesită tratare termică înainte de consum.

În magazinele alimentare cu o singură sală de desfacere (cu suprafața de minimum 20 m) se pot amenaja raioane separate pentru preparate din carne, lactate și carne crudă preambalată să fie prevăzute cu spații frigorifice de expunere, depozitare, cântare și vânzători pentru fiecare raion.

În magazinele care se tranșează și desfac carne crudă se vor asigura circuite separate (sala de primire și tranșare, spații frigorifice, raion separat de desfacere, cu cântare și vânzători).

Pentru raioanele de preparate din carne, lactate, branzeturi, pâine, plata produselor se face numai la casă nu direct la vânzător. Pentru amenajarea unui raion de vânzare a pâinii este necesară o suprafață de minimum 10 m. Semipreparatele din carne crudă și tocăturile din carne se expun în vitrina frigorifică separat de alte semipreparate și se servesc cu ustensile adecvate speciale numai pentru acest tip de produse. Alimentele neambalate care se consumă fără prelucrare termică vor fi servite cu ustensile adecvate (clești, linguri, furculițe).

Depozitarea ouălor în cofraje sau lăzi se face în spații răcoroase, la temperatura de maximum +14 C, ferite de razele soarelui sau altă sursă de caldură. Vânzarea ouălor în unitățile de desfacere se face numai în raioane separate sau cu produse preambalate. Ouăle vor fi ștanțate cu data ouatului, individual sau pe ambalaj.

În magazinele alimentare este interzisă depozitarea ambalajelor în încăperi de vânzare, spații de circulație, vestiare sau pe trotuarele aferente.

În magazinele alimentare în care se autorizează și desfacerea produselor nealimentare este interzisă vânzarea produselor cu risc de influențare a proprietăților organoleptice a alimentelor sau contaminare cu substanțe nocive.

Efectuarea lucrărilor de curățenie și întreținere are loc zilnic, cu profesionalism și responsabilitate prin folosirea corectă și cu atenție a materialelor și echipamentului tehnic specific.

4.2. Pregătirea echipamentelor, mărfurilor și documentelor în vederea desfășurării activității

Tipuri de reguli/ uzanțe comerciale

1. Regulile de comercializare cu amănuntul a unor tipuri de mărfuri alimentare și nealimentare (în continuare - Reguli) stabilesc cerințele de bază privind comercializarea cu amănuntul a unor tipuri de mărfuri alimentare și nealimentare (carne și produse din carne, lapte și produse lactate, înghețată, margarină, ouă, pește și produse din pește, țesături, confecții, articole de încălțăminte, mărfuri electronice, mărfuri electrocasnice) și, conform prevederilor legislației în vigoare, se extind asupra tuturor agenților activității comerciale care comercializează mărfurile menționate, indiferent de forma de proprietate
2. Profilul comercial și specializarea unității de comerț se stabilește de către proprietar, în conformitate cu legislația în vigoare. Unitatea de comerț este obligată să dispună de reguli sanitare și veterinare și, potrivit prevederilor acestor reguli, de certificate de conformitate (certificate de calitate), precum și de certificat de inofensivitate, după necesitate la mărfurile alimentare, certificat veterinar la fiecare lot de marfă de origine animalieră, prevăzut pentru comercializare. Unitatea de comerț este responsabilă de calitatea mărfurilor expuse spre comercializare²⁶.
3. Unitățile de comerț care comercializează produse alimentare ușor alterabile trebuie să fie dotate cu utilaje comerciale și frigorifice necesare, mijloace mecanice și inventar, conform regulilor sanitare și normelor de dotare tehnică în vigoare.
4. Articolele tehnice complicate urmează a fi înzestrate cu panouri ce țin de modalitatea instalării, cuplarea și pornirea acestor articole, fapt ce va confirma controlul capacității de funcționare. Unitățile de comerț care comercializează articole vestimentare și încălțăminte sînt dotate cu cabine de probă cu oglinzi și iluminare suplimentară, banchete sau scaune, suporturi, oglinzi.
5. Cântarele și alte mijloace de măsurare, inclusiv greutățile lor, utilizate în unitățile de comerț, trebuie să dispună de marca metrologică de verificare bine vizibilă, să fie întreținute în stare perfectă, respectînd termenele de verificare, conform Regulilor de utilizare în activitatea de comerț și alimentație publică, a mijloacelor de măsurare a masei și altor unități de măsurare.
6. Decontările cu consumatorii pentru mărfurile comercializate se efectuează prin intermediul mașinilor de casă și control cu memorie fiscală, în conformitate cu actele normative în vigoare.
7. Consumatorul este în drept să controleze veridicitatea calculării costului mărfii conform etichetelor de marfă, precum și a greutății și unității de măsură la mărfurile cumpărate, a termenelor de valabilitate (păstrare) a produselor conform facturilor, a fișelor de ridicare a mărfurilor, prezența certificatului de conformitate, certificatului de inofensivitate, după necesitate, precum și informația corespunzătoare pentru consumatori, conform prevederilor standardelor naționale și europene.

²⁶ **H.G. 333/2003** Norme metodologice de aplicare a O.G. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață (M.O. 235/2003)

8. În cazul în care a fost comercializată marfa cu defecțiuni și consumatorul nu a fost prevenit de către vânzător, consumatorul este în drept să ceară, la discreția sa, realizarea drepturilor ce-i revin în conformitate cu prevederile legale²⁷ și Regulilor de preschimbare a mărfurilor nealimentare, procurate în rețeaua de comerț cu amănuntul.
9. Unitatea de comerț va asigura în mod obligatoriu prezența indicatoarelor de prețuri (întocmite corect) la mărfurile expuse spre comercializare și, la solicitarea consumatorului, va oferi o informație completă despre producători, proprietățile de consum și prețurile la mărfuri, asigurând, de asemenea și un nivel adecvat de servire, eliberarea mărfurilor cu măsura și greutatea reglementară. În cazul reducerii prețurilor la unele mărfuri cu cerere limitată și stabilirii prețurilor mai jos de cele de cumpărare de la furnizor, unitățile de comerț trec la cheltuieli diferențele de prețuri, suportate pe parcursul anului fiscal, cu condiția desfășurării unor măsuri legate de comercializarea totală a acestor mărfuri și perfectarea actelor necesare de reevaluare a lor. Desfășurarea vânzărilor totale sezoniere, reevaluarea pînă la prețul unei posibile comercializări sau restituirea mărfurilor autohtone cu termene de valabilitate (păstrare) expirate se efectuează conform acordului înainte cu o lună de expirarea termenelor vizate din contul furnizorului acestor mărfuri.
10. Vânzătorii sunt obligați să supravegheze calitatea mărfurilor comercializate și, în caz de depistare a înrăutățirii indicilor calității mărfurilor, pînă la expirarea termenelor de valabilitate, să comunice despre aceasta administrației întreprinderii de comerț, în scopul adoptării deciziilor privind comercializarea ulterioară a mărfurilor sau reducerea prețului cu amănuntul.
11. În cazurile neprevăzute în prezentele Reguli, angajații unităților de comerț se vor călăuzi de Legea privind protecția consumatorilor

Laptele și produsele lactate, înghețata, brînzeturile, margarina, ouăle

Comercializarea laptelui și produselor lactate, înghețatei, brînzeturilor, margarinei și ouălor (în continuare - produse) se efectuează în unități de comerț specializate, secții ale produselor alimentare, precum și în pavilioane specializate în care este permisă comercializarea produselor menționate de către centrele de medicină preventivă ale Ministerului Sănătății.

Livrarea produselor lactate în rețeaua de comerț se efectuează cu mijloace de transport specializat, dotate cu un dispozitiv ce reglează regimul de temperatură în funcție de durata transportării, tipul ambalajului și temperatura aerului din exterior, în conformitate cu Regulamentul transportării încărcăturilor ușor alterabile.

Ambalajul prevăzut pentru transportarea produselor lactate, înghețatei și cașcavalurilor va fi însoțit de un permis pentru contactul cu produsele alimentare, eliberat de Ministerul Sănătății.

Recepționarea în unitățile de comerț a mărfurilor conform cantității și calității se desfășoară în modul stabilit de Regulamentul privind recepționarea mărfurilor conform cantității și calității și acordurilor între părți.

Sunt supuse recepționării numai produsele care întrunesc cerințele standardelor naționale și prescripțiilor tehnice și dispun de documentele de însoțire corespunzătoare (certIFICATE de conformitate, certificate de calitate, certificate de inofensivitate, după necesitate), care confirmă calitatea mărfurilor, cu indicarea obligatorie a datei fabricării (la

²⁷ **O.G.21/1992** privind protecția consumatorilor, republicată cu modificările și completările ulterioare (Legea 37/2002 privind aprobarea O.G.58/2000 pentru modificarea și completarea O.G.21/1992 privind protecția consumatorilor) (M.O. 75/1994);

mărfurile ușor alterabile - ora fabricării), iar în ceea ce privește înghețata - este obligatorie condiția să fie de o temperatură nu mai înaltă de minus 10oC.

Nu vor fi recepționate produsele transportate la unitatea de comerț cu mijloace de transport izotermic, în care lipsește refrigerarea, iar produsele nu sunt însoțite de permis sanitar și au termene de comercializare expirate.

La finele recepționării produsele lactate sunt amplasate imediat în utilajul frigorific (vitrine, dulapuri, tezghele) separat de alte produse, care pot răspîndi mirosuri specifice.

Termenele și temperatura păstrării produselor urmează a fi indicate în mod obligatoriu pe etichetele aplicate pe ambalaj.

Produsele lactate cu termenul de consum expirat urmează a fi restituite producătorului pentru a fi supuse prelucrării conform condițiilor stipulate în acord.

Înainte de a fi expuse în sala comercială, produsele se pregătesc pentru comercializare: se înlătură ambalajul, învelișurile din hîrtie, ațele de legătură, suprafețele murdare, tăieturile oxidate, straturile îngălbenite etc.

Brînzeturile de dimensiuni mari, înainte de a fi predate vînzătorului, pot fi porționate în două, patru sau opt părți. Brînzeturile maturate în saramură, înainte cu o oră de a fi puse în vînzare, se scot din saramură.

La unt și margarină se înlătură ambalajul și hîrtia pergament, se curăță stratul îngălbenit de pe exterior (ștaf), se efectuează marcarea prealabilă pentru porționarea ulterioară, în funcție de condițiile cererii

Expunerea ouălor spre comercializare se efectuează după verificarea prealabilă a calității prin ovoscopare. Se interzice vînzarea ouălor împreună cu alte produse neambalate (unt, brînză etc.).

Preambalarea produselor în unitățile de comerț se permite în volumul necesității pentru o zi de vînzare.

Mărfurile preambalate în unitatea de comerț trebuie să fie etichetate, indicându-se: denumirea produsului, calitatea, greutatea, prețul pentru un kg, prețul conform greutății, data preambalării, termenul de consum. Produsele se preambalează în hîrtie sau materiale de polietilenă transparentă, autorizate de Ministerul Sănătății.

Cașcavalul se eliberează consumatorului fără înlăturarea coajei de parafină. Porționarea cașcavalului în felii poate fi efectuată la solicitarea consumatorului cu un cuțit special pentru brînzeturi.

Nu se permite utilizarea aceluiași cuțit pentru porționarea brînzeturilor și altor produse de gastronomie.

Inventarul utilizat la vînzarea produselor trebuie spălat zilnic la finele programului cu soluție de detergent și păstrat la un loc special.

Carnea și produsele din carne, peștele și produsele din pește

Comercializarea cărnii, produselor din carne, peștelui și produselor din pește (în continuare - produse) se efectuează în unități de comerț specializate, secții ale magazinelor alimentare, pavilioane specializate în care este permisă comercializarea cu amănuntul a acestor produse de centrele de medicină preventivă ale Ministerului Sănătății.

Comercializarea peștelui în stare proaspătă sau congelat, precum și a produselor din pește se efectuează la tezghele separate.

Livrarea cărnii și produselor din carne se efectuează cu mijloace de transport auto dotate cu utilaj frigorific (sistem de refrigerare), în ambalaj cu greutatea marcată, conform numărului de locuri fără recîntărire: a cărnii - în blocuri, carcase și semicarcas;

subproduselor - conform numărului de locuri și greutateii; mezelurilor, afumăturilor, semipreparatelor din carne - în ambalaj sigilat de furnizorul de mărfuri.

Peștele congelat se livrează către unitățile de comerț numai în ambalaj (în lăzi din lemn și material plastic, butoaie și ambalaj din material plastic autorizat de Ministerul Sănătății pentru ambalarea acestor produse).

Peștele proaspăt este transportat în unitățile de comerț cu mijloace de transport auto dotate cu sistem de aerisire, iar pe timp de vară - cu apă refrigerată.

Se interzice transportarea peștelui neambalat, cu mijloace de transport murdar sau cu mirosuri străine.

Urmează a fi recepționate produsele însoțite de certificate de conformitate (certificate de calitate), certificate de inofensivitate, după necesitate și fitosanitare, certificate veterinare și care corespund cerințelor standardelor naționale.

Pe borderoul de expediție (factură) se aplică o ștampilă care indică data fabricării, iar vis-a-vis de produsele ușor alterabile - ora fabricării și termenul de consum.

Se interzice recepționarea produselor ușor alterabile cu termenul de consum expirat.

Recepționarea produselor se efectuează conform cantității, locurilor, greutateii și calității lor. Calitatea produselor se determină prin metoda organoleptică prevăzută de standardele corespunzătoare. În cazuri necesare calitatea produselor din pește se determină conform indicilor fizico - chimici.

Se interzice recepționarea produselor cu ambalajul și eticheta deteriorate ori fără etichete.

În cadrul recepționării, produsele ușor alterabile sînt supuse unui control privind gradul de refrigerare (răcire, congelare) și corespunderea temperaturii produselor cu cerințele documentației tehnico-normative.

Fiind recepționată, carnea este supusă unei testări privind existența marcării și corespunderea rigidității musculare și a țesutului gras cu marca aplicată.

Se interzice recepționarea cărnii:

- a) din care a fost înlăturat insuficient sângele încheșat și n-au fost înlăturate resturile de vâscere și mîzgă;
- b) cu semne de congelare repetată și prezența pe suprafața cărnii a unei pojghițe de gheață;
- c) cu grad scăzut de prospețime (miros de descompunere, suprafața foarte uscată, lipicioasă și acoperită cu mușegai).

Calitatea subproduselor se testează în ceea ce privește prospețimea, gradul de prelucrare preliminară. Înainte de recepționare subprodusele trebuie să fie divizate după categorii.

Se interzice recepționarea subproduselor:

- a) prelucrate insuficient, cu resturi ale altor țesuturi, cu tăieturi și rupturi
- b) cu încălcare a tratamentului termic (decongelate sau congelate repetat);
- c) cu grad scăzut de prospețime (acru, miros de descompunere și mușegai).

Calitatea semipreparatelor se testează în ceea ce privește culoarea și mirosul, forma, aspectul ambalajului; se verifică, de asemenea, data și ora fabricării semipreparatelor, indicate pe etichetele lipite pe pachete.

Calitatea cărnii de pasăre se testează în ceea ce privește gradul de îngrășare, puritatea prelucrării, prospețimea carcabei și prezența marcării.

Calitatea cărnii de vânat se testează în ceea ce privește densitatea penelor, aspectul capului (nezvîntat), integritatea și prospețimea carcabelor.

Se interzice recepționarea cărnii de pasăre:

- a) cu carcase netranșate și prelucrate insuficient;
- b) cu carcase de culoare schimbată și congelate repetat;
- c) cu grad scăzut de prospețime (mucegai, miros străin).

Calitatea mezelurilor se testează în ceea ce privește aspectul exterior al batonului, precum și compoziția (aspect mozaicat de carne și slănină), gustul și mirosul.

Se interzice recepționarea mezelurilor:

- a) cu aspect de mîzgă, mucegai și mucozitate pe membrană;
- b) cu compoziție fărâmicioasă și prezența unor segmente cenușii;
- c) cu bucăți de slănină galbenă în compoziția mezelurilor de calitate superioară;
- d) de culoare alb - cenușie, fierte insuficient.

Calitatea afumăturilor se testează în ceea ce privește prelucrarea uniformă, consistența țesutului muscular, gradul de finisare, forma și mirosul produsului.

Se interzice recepționarea afumăturilor:

- a) cu încălcări ale procesului tehnologic (afumare insuficientă, prezența petelor cenușii și verzi la secționare);
- b) cu aspect de mîzgă;
- c) cu grad scăzut de prospețime (cu pete de mucegai și mucozitate, deviere de la culoarea corespunzătoare, miros acru și ranced).

Calitatea tocăturii din carne preambalată se testează în ceea ce privește culoarea, mirosul, consistența, aspectul ambalajului; se verifică, de asemenea, greutatea porțiilor, data și ora fabricării.

Se interzice recepționarea tocăturii din carne cu devieri de la culoarea corespunzătoare și miros acru.

Din punctul de vedere al calității, peștele și produsele din pește trebuie să corespundă următoarelor cerințe: suprafața peștelui trebuie să fie curată, să dispună de un strat uniform de solzi, culoare potrivit speciei, bronhiile roșii, cu nuanță caracteristică speciei.

Se admite recepționarea peștelui proaspăt care nu și-a schimbat culoarea naturală a solzilor și pielii, nu are pete înroșite, îndeosebi pe burtă și pe părțile laterale, nu are picățele albe și mucegai.

Calitatea peștelui marinat se caracterizează prin gradul de grăsime, lipsă de rupturi și leziuni. Țesuturile musculare la pește trebuie să fie elastice, succulente, fără miros și gust străin.

Calitatea scrumbiei se caracterizează prin prospețime, piele curată, neângălbenită, fără gust și miros străin neplăcut.

Conservele din pește se testează în ceea ce privește aspectul exterior al cutiei și marcarea ei, prezența etichetei și corespunderea cu denumirea menționată în documentul de însoțire.

Nu se admite recepționarea conservelor fără etichete, în cutii ruginite, cutii deformate, bombate și cu ermeticitatea deteriorată.

Păstrarea produselor:

- a) carnea refrigerată și mezelurile se păstrează fiind agățate în cârlige metalice inoxidabile; carnea de pasăre refrigerată - în lăzi pe stelaje; subprodusele refrigerate,
- b) semipreparatele și preparatele afumate - în tăvi și lăzi pe stelaje;
- c) produsele congelate - pe stelaje din lemn și zincuite, așezate în stive;
- d) conservele, grăsimile - pe stelaje în lăzi (butoaie);
- e) mărfurile preambalate - în ambalaje, ferite de influența luminii.

Se interzice păstrarea în comun a produselor crude cu cele gata pentru consum.

În cazul eliberării către consumator a produselor neporționate, se permite completarea greutateii necesare cu cel mult două bucăți la cântar, care împreună să nu depășească 10 % din greutatea totală a cumpărăturii. Adaosul la cântar trebuie să corespundă calității mărfii eliberate.

În cadrul comercializării mezelurilor și afumăturilor, la solicitarea consumatorului, vânzătorul este obligat să elibereze și să porționeze cantitatea solicitată.

Carnea de pasăre se comercializează în carcase ori tranșată: de găini, rațe - două jumătăți de-a lungul carcasei, de găște și curcani - cu divizarea în două, patru, șase și opt părți.

În cazul în care consumatorul a procurat produse alimentare de calitate neadecvată, vânzătorul este obligat, la solicitarea consumatorului, să le preschimbe cu mărfuri similare de calitate adecvată sau să restituie consumatorului suma achitată, dacă deficiențele menționate au fost depistate în limita termenului de valabilitate.

Țesături, confecții, încălțăminte

Țesăturile, confecțiile, încălțăminte, înainte de a fi expuse în sala comercială, trebuie supuse unei pregătiri prealabile.

Pregătirea prealabilă include dezambalarea, sortarea, verificarea calității articolelor, prezența marcării, veridicitatea prețurilor. În caz de necesitate, unele tipuri de mărfuri (confecțiile, tricourile) urmează a fi curățate și călțate.

În sala comercială, pentru a asigura confortul necesar consumatorilor, etalarea țesăturilor, confecțiilor, încălțăminte se efectuează în funcție de grupare conform destinației.

Confecțiile și încălțăminte se grupează conform tipurilor, modelelor și mărimilor. Indiferent de specializare, confecțiile pentru bărbați, femei, copii și încălțăminte se etalează în sala comercială separat. Țesăturile se grupează conform tipului și compoziției fibroase din care sunt fabricate.

În cadrul vânzării articolelor vestimentare (confecții, tricouri, confecții pentru acoperirea capului) și a încălțăminte consumatorului i se vor crea condiții optime de probare. În acest scop sălile comerciale trebuie să fie dotate cu cabine de probă cu oglinzi și iluminare suplimentară, banchete și scaune.

Țesăturile din lână, vatelină, țesăturile grele și voluminoase se măsoară cu rigle rigide standarde aplicate pe stofa așezată pe tejghea liber, fără încrețituri. Țesăturile ușoare și subțiri se măsoară cu rigla rigidă standard prin aruncarea stofei pe tejghea și aplicarea liberă a stofei la metru.

Se permite, de asemenea, măsurarea tuturor tipurilor de țesături, cu excepția țesăturilor din lână și a pânzei de tricot, prin metoda aplicării țesăturilor pe tejghea, pe o parte a căreia este montată o riglă metalică gradată și marcată.

Se interzice suplimentarea la cumpărătura a bucăților de țesături, precum și comercializarea bucăților de țesături cu etichete de fabrică și marcă, dacă este încălcat procesul tehnologic și marca este aplicată pe față.

Vânzătorul este obligat să-i acorde atenție cumpărătorului la alegerea țesăturilor, confecțiilor, încălțăminteii, informându-l despre sortimentul mărfurilor expuse spre comercializare, despre modul de îngrijire a lor, la solicitarea consumatorului, să explice semnificația simbolurilor aplicate pe articole, indicatoare, etichete.

În cadrul comercializării țesăturilor vânzătorul determină, la solicitarea consumatorului, metrajul necesar pentru confecționarea diverselor articole vestimentare, alege garnitura corespunzătoare, iar la comercializarea încălțăminteii vânzătorul trebuie să verifice perechea de încălțăminte prin suprapunere.

Țesăturile, articolele vestimentare, încălțăminteii sunt eliberate consumatorului ambalate în hârtie, cutii ori alte tipuri de ambalaj, fără perceperea plății suplimentare.

La comercializarea țesăturilor, confecțiilor unitățile de comerț le pot acorda consumatorilor un complex de servicii suplimentare: retușul confecțiilor procurate în unitatea vizată (scurtarea și lungirea articolelor, schimbarea locului nasturilor, ajustarea pălăriilor, croirea țesăturilor).

Pe lângă cumpărătura de bază, consumatorului i se oferă posibilitatea de a procura mărfuri complementare, necesare pentru îngrijirea lor ori pentru completarea garderobei.

Împreună cu marfa procurată cumpărătorului i se înmânează, în mod obligatoriu, și bonul de casă sau de marfă, care indică datele de identificare a unității de comerț, data cumpărăturii și prețul²⁸.

Vânzătorii angajați în secțiile pentru comercializarea țesăturilor, confecțiilor și încălțăminteii pentru copii sunt obligați să fie supuși, în modul stabilit, controlului medical.

Mărfuri electronice și electrocasnice

Înainte de a fi puse în vânzare mărfurile electronice și electrocasnice urmează a fi supuse unei pregătiri prealabile.

Pregătirea prealabilă include: dezambalarea, înlăturarea substanțelor protectoare, prafului, verificarea prezenței accesoriilor suplimentare și, după caz, asamblării lor, precum și verificarea calității aparatelor, veridicitatea prețurilor, marcarea, prezența fișei tehnice de utilizare în limba de stat și cupoanele de garanție.

Aparatele tehnic complicate se verifică prin cuplarea la rețeaua electrică. Mașinile de cusut electrice se verifică din punctul de vedere al funcționării, iar aparatele electronice se reglează.

²⁸ O.U.G. 28/1999 privind obligația agenților economici de a utiliza aparate de marcat fiscale, republicată (M.O. 381/2002

Se interzice comercializarea aparatelor de o calitate neadecvată, fără accesoriile suplimentare, fără fișa tehnică de utilizare și cupoanele de garanție.

Pe toate mostrele mărfurilor electronice și electrocasnice etalate în sala comercială și în vitrine vor fi aplicate etichete de preț, clar întocmite, care vor indica denumirea mărfii, marca, articolul și prețul, precum și o adnotare cu descrierea prescripțiilor tehnice²⁹.

Pentru verificarea modului de funcționare a mărfurilor solicitate de consumator, în sala comercială se asamblează dispozitive electrice de măsurat și control.

Vânzătorul din secția pentru desfacerea mărfurilor electronice și electrocasnice este obligat să cunoască particularitățile constructive, specificul deosebirilor, destinația, proprietățile unor dispozitive, metodele de verificare în stare de funcționare a aparatelor, să determine defecțiunile frecvent întâlnite, să cunoască bine sortimentul mărfurilor corespunzătoare și interschimbabilitatea lor, prețurile și alte informații despre mărfuri, să acorde consumatorilor consultații la nivel profesional.

În cadrul comercializării mărfii, vânzătorul va verifica, în prezența consumatorului, funcționalitatea aparatului (prin examinarea exterioară, cuplarea la rețeaua electrică), prezența accesoriilor, prezența fișei tehnice, cupoanelor de garanție și instrucțiunii privind modul de utilizare, veridicitatea măsurării și cantității (șnururilor, cablurilor, mărfurilor electrotehnice mărunte), veridicitatea prețului.

Personalul magazinului antrenat la comercializarea aparatelor electronice și electrocasnice cu termene de garanție este obligat să indice pe fișa (cuponul de garanție) aparatului data și locul desfacerii, iar în cazuri necesare, și adresa atelierului de reparații cu garanție.

Transportarea la domiciliu a mărfurilor electronice și electrocasnice de volum și greutate mare se efectuează, de regulă, de către unitatea de comerț care a comercializat marfa.

La transportarea mărfurilor de volum și greutate mare la locul destinat cu mijlocul de transport al consumatorului, unitatea de comerț trebuie să asigure încărcarea mărfii în mod gratuit.

În concluzie, Pregătirea mărfurilor se face cu atenție și responsabilitate, pregătirea echipamentelor se realizează prin controlarea zilnic și ori de câte ori este nevoie, cu atenție și responsabilitate, a stării tehnice a acestora, iar pregătirea și întocmirea documentelor financiar – contabile se efectuează cu atenție și responsabilitate.

4.3. Pregătirea punctului de vânzare în vederea închiderii activității

Pregătirea punctului de vânzare în vederea închiderii activității se realizează prin efectuarea corectă, cu profesionalism și la timp a operațiunilor de curățenie și întreținere; controlarea cu atenție și responsabilitate a modului de funcționare a aparatelor conectate permanent la sursa de curent electric;

La sfârșitul unei zile de lucru, lucrătorul comercial trebuie să lase punctual de vânzare în perfectă stare de curățenie, mărfurile trebuie re-așezate pe rafturi asigurând ”frontul comercial” al rafturilor pentru ca în ziua următoare, vânzările să poată fi derulate în condiții normale, de la momentul deschiderii magazinului.

Comerciantul va face o inventariere a mărfurilor vândute (prin consultarea casei de marcaj), întocmind cu acest prilej necesarul de aprovizionare pentru ziua/zilele următoare.

²⁹ H.G. 26/2002 privind stabilirea condițiilor de etichetare a materialelor utilizate la producerea principalelor componente ale articolelor de încălțăminte destinate vânzării către consumatori (M.O. 67/2002)

Va întocmi raportul zilei în care va descrie sumar evenimentele importante ale zilei de lucru, precum și informații referitoare la cerințele/propunerile clienților, cu precădere cele de îmbunătățire a activității și/ sau a situațiilor neconforme apărute pe parcursul schimbului/turei pe care tocmai a încheiat-o.

Va efectua curățirea grupurilor sanitare, a vestiarelor, băilor și a celorlalte spații anexe (în situația în care are aceste atribuții în fișa postului, în caz contrar, aceste activități le va efectua personalul desemnat/angajat- personal de curățenie).

Dacă punctul de vânzare este alimentație publică (restaurant), comercianții vor proceda la schimbarea lenjeriei moale (fețe de mese, naproane etc), va aranja mesele (mis-en place) astfel încât va pregăti salonul pentru ziua următoare.

Curățarea suprafețelor de lucru, a mobilierului, a pardoselii, veselei etc.este obligatoriu la închiderea punctului de lucru.

Înainte de părăsirea incintei, trebuie ca vânzătorul să-și faca igiena corespunzătoare prin efectuarea unui duș și schimbarea echipamentului de lucru; după aceea, asigură toate echipamentele electrice care vor rămâne în funcțiune până în ziua următoare, verificând cu atenție conectarea acestora la sistemele de siguranță anti-foc, antifum, împământare etc. și deconectarea celor care trebuie oprite și /sau nu prezintă stare de siguranță.

Este interzis purtarea echipamentului de protecție și de lucru în afara unității de vânzare.

De asemenea, va depune în condiții de siguranță încasările zilei, respectând cu strictețe Regulamentul de ordine interioară a instituției. În situația în care banii încasați trebuie lăsați în casieria unității, va asigura fișetul metallic cu codurile și sistemele de siguranță adecvate.

Ușile, ferestrele, terasele vor fi de asemenea asigurate cu sistemele de siguranță montate în acest sens.

4.4. Menținerea aspectului estetic al punctului de vânzare

Care este locul de implantare a structurii de vânzare?

- Magazinul trebuie ales cu grijă în funcție de localizarea sa în oraș, cartier, pasaj, vecinătate, de concurență, proiecte de construcții în curs, planuri de amenajare cuprinse în planul urbanistic general sau zonal, posibilități de implantare a parcarilor.
- Trebuie avut în vedere că localizarea în apropierea unor magazine performante, “locomotive comerciale”, este de cele mai multe ori profitabil.
- Trebuie avut în vedere cuantumul taxelor locale, alte impuneri fiscale, precum și facilitățile de care poți beneficia.

Cum va fi amenajat magazinul ?

Magazinul va fi amenajat astfel încât :

- Să atragă clienții din exterior.
- Să cucerească clienții prin punerea în valoare a mărfurilor și prin ambianța creată.
- Să asigure securitatea produselor (spații frigorifice, instalații de probă) și condiții de stocare a mărfurilor în cazul structurilor de vânzare cu suprafață mare.
- Să respecte regulile de urbanism și criteriile de amplasare.

Care sunt criteriile pe care trebuie să le îndeplinească personalul angajat ?

Personalul angajat în efectuarea de activități comerciale **cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică**, trebuie să îndeplinească una din următoarele cerințe profesionale:

- a) *a absolvit un curs de specialitate pentru comercializarea produselor alimentare și /sau de alimentație publică, organizat conform legislației în vigoare;*
- b) *a desfășurat cel puțin 2 ani activitate profesională de comercializare de produse alimentare și/sau de alimentație publică și a absolvit un curs de noțiuni fundamentale de igienă, organizat în conformitate cu dispozițiile legale în vigoare.*

Ocupațiile pentru care personalul angajat în efectuarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică trebuie să îndeplinească în termen de un an de la intrarea în vigoare a OG.nr.99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață aprobată prin Legea nr.650/2003 – denumită în continuare ordonanță, una din cerințele profesionale prevăzute la art.5 alin.(3) din ordonanță, sunt :

a) pentru comerț cu amănuntul și alimentație publică: șef de magazin; vânzător produse alimentare; vânzători ambulanți și asimilați; vânzători la domiciliul clientului sau la comandă prin telefon; măcelar; șef de unitate de alimentație publică și șef de sală; ospătar; barman; barman-ospătar; bucătar; carmangier; cofetar; patiser; cofetar-patiser.

b) pentru comerț cu ridicata: șef depozit ; gestoriar.

Cunoștințele de specialitate ale personalului angajat în efectuarea de activități comerciale cu produse din sectorul alimentar și de alimentație publică , pot fi dovedite cu unul dintre următoarele documente:

- a) diploma/certificatul de absolvire a unei instituții de învățământ preuniversitar, eliberat(ă) în condițiile legii ;
- b) diploma/certificatul de absolvire a unei forme de pregătire profesională pentru una sau, după caz, mai multe , organizată cu respectarea prevederilor art.16 din ordonanță;
- c) diploma/certificatul de absolvire a unei forme de pregătire profesională eliberat(ă) de un organism acreditat în una din țările membre ale Uniunii Europene ;
- d) un document legal prin care se atestă exercitarea activității de cel puțin 2 ani în meseria respectivă, în condițiile legii, în cazul în care persoana a lucrat într-o țară membră a Uniunii Europene, împreună cu o diplomă/certificat de absolvire a unui curs de noțiuni fundamentale de igienă, organizat în conformitate cu legislația națională în vigoare ;
- e) document care să ateste vechimea angajatului în conformitate cu prevederile Codului Muncii ;
- f) diploma/certificatul de absolvire eliberat(ă) de angajatorii care organizează programe de pregătire profesională pentru angajații proprii; în acest caz, diplomele/certIFICATELE de absolvire vor fi recunoscute conform legislației în vigoare.

Cum trebuie să fie orarele de funcționare al structurilor de vânzare?

Structurile de vânzare cu amănuntul și cele în care se prestează servicii de piață pot fi deschise publicului în toate zilele săptămânii. Fiecare comerciant își stabilește orarul de funcționare cu respectarea prevederilor înscrise în legislația muncii și cu condiția respectării reglementărilor în vigoare privind liniștea și ordinea publică și în conformitate cu solicitările autorităților administrației publice locale privind continuitatea unor activități comerciale sau de prestări servicii, în funcție de necesitățile consumatorilor.

Orarul de funcționare se afișează la intrarea în unitate, în mod vizibil din exterior, comerciantul fiind obligat să asigure respectarea acestuia.

Structurile de vânzare cu amănuntul din sectorul alimentar nu pot fi închise mai mult de două zile consecutive, cu excepția unor cauze obiective de nefuncționare.

Pentru continuitatea unor activități comerciale sau de prestări servicii, în funcție de necesitățile consumatorilor, consiliul local poate stabili orare de funcționare prin regulamentele elaborate pentru exercitarea activităților de comercializare în zone publice.

În cazul centrelor comerciale orarul de funcționare este stabilit de administratorul centrului, în funcție de necesitățile consumatorilor și cu consultarea comercianților care își desfășoară activitatea în acestea.

În măsura în care comerciantul este de acord, orarul de funcționare pentru unitățile de alimentație publică în care sunt organizate evenimente poate fi depășit la solicitarea clienților, cu respectarea prevederilor legale privind liniștea și ordinea publică. În cazul în care localul respectiv este rezervat în totalitate pentru astfel de evenimente, comerciantul este obligat să afișeze vizibil, lângă orarul de funcționare, anunțul „REZERVAT” cu indicarea perioadei de rezervare.

În situația aprovizionării structurii de vânzare în timpul programului de funcționare, este interzisă întreruperea servirii consumatorilor și/sau închiderea structurii de vânzare, dacă acest lucru nu este menționat în orarul de funcționare afișat.

Următoarele situații pot constitui cauze obiective de nefuncționare:

- decesul asociatului unic, administratorului, managerului, șefului structurii de vânzare cu amănuntul sau al altui angajat care lucrează în aceasta, după caz.
- .concediul personalului angajat în structura de vânzare respectivă.
- inventar.
- închiderea structurii de vânzare pentru lucrări de igienizare, reparații, reamenajări sau modificări ale condițiilor de exploatare ale acesteia, după caz.
- schimbarea profilului structurii de vânzare, suspendarea sau înlocuirea unei activități comerciale desfășurate în acea structură.
- încetarea definitivă a activității comerciantului în structura de vânzare respectivă.
 - întreruperea activității comerciale sezoniere în structura de vânzare respectivă.
 - suspendarea activității ca urmare a deciziei organelor de control abilitate.
 - cazuri de forță majoră.

Comercianții sunt obligați să anunțe consumatorilor motivul și perioada închiderii.

Structurile de vânzare cu amănuntul din sectorul alimentar care nu pot fi închise mai mult de două zile consecutiv sunt magazinele specializate în care se comercializează produse alimentare, precum și magazinele nespecializate în care se comercializează predominant produse alimentare.

Practici comerciale și reguli de comercializare ?

- vânzări de lichidare;
- vânzări de soldare;
- vânzări efectuate în structuri de vânzare denumite magazin de fabrică sau depozit de fabrică;
- vânzări promoționale;
- vânzări ale produselor destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale ale consumatorilor după ce evenimentul a trecut și este evident că produsele respective nu mai pot fi vândute în condiții comerciale normale;
- vânzări ale produselor care într-o perioadă de trei luni de la aprovizionare nu au fost vândute;

- vânzări accelerate ale produselor susceptibile de o deteriorare rapidă sau a căror conservare nu mai poate fi asigurată, până la limita termenului de valabilitate;
- vânzarea unui produs la un preț aliniat la cel legal practicat de ceilalți comercianți din aceeași zonă comercială, pentru același produs, determinat de mediul concurențial;
- vânzarea produselor cu caracteristici identice ale căror prețuri de reprovizionare s-au diminuat.

4.5. Promovarea imaginii punctului de vânzare

□ Ce sunt vânzările de lichidare ?

Prin **vânzare de lichidare** se înțelege orice vânzare precedată sau însoțită de publicitate și anunțată sub denumirea de "lichidare" și care, **printr-o reducere de prețuri**, are ca efect vânzarea accelerată a totalității sau numai a unei părți din stocul de produse dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, în una dintre următoarele situații:

- a) încetarea definitivă a activității comerciantului, inclusiv în cazul schimbării proprietarului, chiriașului, locatarului sau mandatarului, după caz, care exploatează structura de vânzare, cu excepția cazurilor în care aceasta este vândută, cedată sau închiriată unei persoane juridice administrate de vechiul proprietar (utilizator) sau în care acesta este acționar.
- b) încetarea din proprie inițiativă a activității comerciantului în structura de vânzare respectivă sau ca urmare a anulării contractului de închiriere, locație sau mandat, în baza unei hotărâri judecătorești rămase definitive sau în baza unei hotărâri judecătorești de evacuare silită.
- c) întreruperea activității comerciale sezoniere pentru o perioadă de cel puțin 5 luni după terminarea operațiunilor de lichidare.
- d) schimbarea profilului structurii de vânzare, suspendarea sau înlocuirea unei activități comerciale desfășurate în acea structură; modificarea condițiilor de exploatare a suprafeței de vânzare, dacă lucrările de transformare și amenajare depășesc 30 de zile și sunt efectuate în interiorul acesteia, structura de vânzare fiind închisă în toată această perioadă, ori modificarea condițiilor de exercitare a activității în cazul încheierii sau anulării unui contract de distribuție având o clauză de aprovizionare exclusivă.
- e) vânzarea stocului de produse de către moștenitorii legali ai comerciantului defunct.
- f) deteriorarea gravă, din cauza unor calamități sau acte de vandalism, a unei părți sau, după caz, a întregului stoc de produse, exclusiv cele alimentare.

Vânzările anunțate sub denumirea de lichidare/lichidări sau o altă denumire echivalentă cum ar fi: „Închidere definitivă - totul trebuie să dispară – mari reduceri de prețuri”, se definesc prin desfacerea accelerată, la preț redus, a totalității sau a unei părți din mărfurile dintr-o structură de vânzare cu amănuntul, precedată sau însoțită de publicitate, numai în una din situațiile menționate în ordonanță.

Vânzările de lichidare pot fi efectuate pentru totalitatea sau numai pentru o parte a mărfurilor noi sau folosite dintr-o structură de vânzare cu amănuntul.

Vânzările de lichidare sunt supuse notificării în baza unui inventar detaliat al mărfurilor de lichidat întocmit de comerciant, care este obligat să justifice cu documente legale proveniența produselor respective. Notificarea se face la primăria localității în a cărei rază teritorială este amplasată structura de vânzare sau, după caz, la primăriile sectoarelor Municipiului București, cu cel puțin 15 zile înainte de începerea vânzărilor de lichidare în situațiile prevăzute la lit. a) d), și e) și cel puțin 5 zile înainte de începerea vânzărilor de

lichidare în situațiile prevăzute la lit. b), c) f) și g) . Perioada pentru care se notifică vânzările de lichidare este de maximum:

- a) 90 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la lit. a) și f) ;
- b) 60 de zile pe an pentru cazurile prevăzute la lit. b), d), e) și g) ;
- c) 15 zile pe an pentru cazurile prevăzute la lit. c).

Pot face obiectul vânzărilor de lichidare numai produsele care fac parte din stocul structurii de vânzare și a căror contravaloare a fost achitată de comerciant la data depunerii/transmiterii notificării sau a emiterii hotărârii judecătorești, prevăzute la lit. b), sau la data evenimentelor prevăzute la lit. g) din ordonanță.

În afara cazurilor prevăzute la lit. b) și g), ale art. 20 din ordonanță, orice vânzare de lichidare trebuie să aibă loc în structura de vânzare în care produsele au fost vândute în mod obișnuit.(detalii O.G.99/2000-art.20 și art.23 ; H.G.333/2003 pct.17-20).

Vânzarea de soldare este orice vânzare însoțită sau precedată de publicitate și anunțată sub denumirea de "soldare /soldări/solduri" și care, printr-o reducere de prețuri, are ca efect vânzarea accelerată a stocului de mărfuri **sezoniere** dintr-o structură de vânzare cu amănuntul.

Vânzările de soldare se pot efectua numai în cursul a două perioade pe an cu o durată maximă de câte 45 de zile fiecare, cu condiția ca produsele propuse pentru soldare să fie achitate furnizorului de către comerciant cu cel puțin 30 de zile înaintea datei de debut a perioadei de vânzări de soldare și oferite spre vânzare în mod obișnuit înaintea acestei date.

Stocul de produse propus pentru soldare trebuie să fie constituit în prealabil în structura de vânzare respectivă, în spațiile de vânzare și depozitele structurii de vânzare, precum și, după caz, în unul sau mai multe depozite ale comerciantului, cu cel puțin 15 zile înainte de data de debut a vânzării de soldare, și nu va fi reînnoit după constituire sau în cursul vânzărilor de soldare.

Pot fi supuse operațiunilor de soldare numai **produsele nealimentare a căror desfacere are caracter sezonier**. În această categorie se încadrează grupe de produse cum ar fi, dar fără a se limita la: confecții inclusiv blănărie, pielărie, produse de marochinărie și galanterie, tricotaje, țesături, încălțăminte, articole sport-turism, cosmetice, aparate de încălzire și climatizare, ventilatoare, precum și alte produse similare.

Mărfurile ce fac obiectul soldării vor fi depozitate separat de celelalte produse și vor fi vândute, fie în raioane/spații special amenajate pentru această operațiune, fie în cadrul acelorași raioane, caz în care vor fi bine individualizate.

Vânzarea de soldare trebuie să aibă loc în structurile de vânzare în care produsele respective erau vândute în mod obișnuit.

Documentele legale justificative care atestă că stocul de produse propus pentru soldare a fost constituit cu cel puțin 15 zile înainte de data de debut a vânzării de soldare și achitat cu cel puțin 30 de zile înainte de această dată vor fi păstrate pentru a putea fi prezentate, ori de câte ori este nevoie, organelor de control abilitate. Dovada achitării contravalorii produselor supuse vânzării de soldare rezultă din examinarea actelor contabile.

Perioadele de soldări se stabilesc de comerciant între următoarele limite:

- perioada 15 ianuarie-15 aprilie inclusiv, pentru produsele de toamnă-iarnă;
- perioada 1 august - 31 octombrie inclusiv, pentru produsele de primăvară-vară.

Comercianții au obligația să notifice la primăria în a cărei rază teritorială își desfășoară activitatea perioada în care efectuează vânzările de soldare cu cel puțin 15 zile înainte de începerea operațiunilor.

Este interzis să se anunțe o vânzare de soldare în alte cazuri și condiții decât cele reglementate.

Orice anunț sau altă formă de publicitate privind soldarea trebuie să specifice obligatoriu data de debut a vânzării de soldare și durata acesteia, precum și sortimentul de mărfuri supus soldării în cazul în care operațiunea de soldare nu se referă la totalitatea produselor din structura de vânzare. (detalii O.G.99/2000 art.27-30, H.G.333 pct.26).

Vânzările promoționale sunt vânzările cu amănuntul /vânzările cash and carry/ prestările de servicii de piață, care pot avea loc în orice perioadă a anului, fără să facă obiectul notificării, cu condiția ca:

- a. să nu fie efectuate în pierdere;
- b. să se refere la produse disponibile sau reprovizionabile, precum și la servicii vândute sau, după caz, prestate în mod curent;
- c. produsele și serviciile promovate trebuie să existe la vânzare pe durata întregii perioade anunțate a vânzărilor promoționale sau comerciantul va informa consumatorii că oferta este valabilă numai în limita stocului disponibil.



Nu sunt considerate vânzări promoționale:

- acțiunile de promovare efectuate de producători ;
- acțiunile de lansare de produse/servicii noi pe piață ;

În cazul produselor, **vânzările promoționale pot avea loc în tot timpul anului** și se derulează în mod liber, fără să facă obiectul notificării, **dacă sunt îndeplinite următoarele condiții:**

- a) vânzările să se facă la preț redus, dar nu în pierdere ;
- b) să nu tindă la o vânzare accelerată a unui stoc de mărfuri pe care comerciantul nu îl va mai reproviziona ca în cazul lichidărilor sau soldărilor ;
- c) să se refere la produse disponibile sau care pot fi reprovizionate; comerciantul care dorește să relanseze vânzările dintr-un raion sau să promoveze într-o anumită perioadă de timp o categorie de produse, trebuie să-și reînnoiască stocul și să-l reasorteze în scopul satisfacerii cererilor consumatorilor pe întreaga perioadă anunțată sau să informeze consumatorii că oferta este valabilă numai în limita stocului disponibil.

În cazul promovării prestărilor de servicii, acestea trebuie să fie disponibile pe durata întregii perioade anunțate ca” vânzare promoțională.”

În situația în care comerciantul nu anunță consumatorii despre practicarea unor “vânzări promoționale” sau prețuri reduse pentru anumite produse/servicii, acestea pot fi efectuate în orice perioadă a anului, cu respectarea prevederilor legale în vigoare.

Vânzări ale produselor destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale ale consumatorului, după ce evenimentul a trecut și este evident că produsele respective nu mai pot fi vândute în condiții comerciale normale:

Sunt considerate produse destinate satisfacerii unor nevoi ocazionale, produsele care se comercializează cu ocazia unor sărbători, cum ar fi, dar fără a se limita la: jucării tematice, globuri, ornamente sau artificii, pentru pomul de Crăciun; măștișoare sau alte produse personalizate pentru ziua de 1 Martie sau 8 Martie; iepurași și ouă de ciocolată sau alte produse specifice sărbătorilor de Paști și alte asemenea cazuri ori cu prilejul unor manifestări

culturale, expoziționale sau sportive, cum ar fi, dar fără a se limita la: confecții și tricotate inscripționate cu diverse înscrisuri și/sau însemne care fac referire la acea manifestare.

Vânzări ale produselor care într-o perioadă de 3 luni de la aprovizionare nu au fost vândute vânzări accelerate ale produselor susceptibile de o deteriorare rapidă sau a căror conservare nu mai poate fi asigurată, până la limita termenului de valabilitate

În această categorie intră: produsele agroalimentare și produsele horticole, inclusiv semințe, atunci când acestea sunt amenințate de o alterare rapidă, datorită apropierii datei de depășire a termenului de valabilitate sau, după caz, a datei durabilității minimale, precum și produsele agroalimentare perisabile cum ar fi, dar fără a se limita la: carne și preparate din carne, pește și fructe de mare, lapte și preparate din lapte, unt, ouă, produse de cofetărie-patiserie și preparate culinare care necesită păstrarea în vitrine, alte spații frigorifice sau sisteme de climatizare, a căror conservare nu mai poate fi asigurată până la limita termenului de valabilitate, datorită defectării din cauze obiective, independente de voința comerciantului sau a personalului din structura de vânzare respectivă, a spațiilor frigorifice în care acestea sunt păstrate. unele produse nealimentare, cum ar fi, dar fără să se limiteze la: lacuri și vopsele, atunci când acestea sunt susceptibile de o deteriorare rapidă datorită apropierii datei de expirare a termenului de valabilitate.

Vânzarea unui produs la un preț aliniat la cel legal practicat de ceilalți comercianți din aceeași zonă comercială, pentru același produs, determinat de mediul concurențial :

„Zona comercială” poate fi asimilată unei arii geografice în care funcționează structuri de vânzare asemănătoare în condiții de concurență relativ omogene.

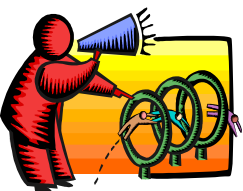
Vânzarea produselor cu caracteristici identice ale căror prețuri de reaprovizionare s-au diminuat :

ATENȚIE !

- În cazul vânzărilor cu preț redus așa cum sunt definite prin O.G. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață în cazul vânzărilor promoționale este interzis oricărui comerciant să ofere sau să vândă produse în pierdere și în cazul produselor aflate în pachete de servicii.
- În categoria produselor aflate în pachete de servicii intră: pâinea sau apa minerală oferite gratuit consumatorilor, în cazul serviciilor de alimentație publică, telefonul oferit gratuit consumatorilor, în cazul pachetelor de servicii telefonice sau alte asemenea cazuri.
- Prin vânzare în pierdere, se înțelege orice vânzare la un preț egal sau inferior costului de achiziție, așa cum acesta este definit în reglementările legale în vigoare.
- Costul de achiziție al unui produs este egal cu prețul de cumpărare, taxele nerecuperabile, cheltuielile de transport – aprovizionare și alte cheltuieli accesorii necesare pentru punerea în stare de utilitate sau intrarea în gestiune a produsului respectiv.
- În cazul vânzărilor de lichidare și de soldare atunci când acestea se efectuează în pierdere, conform prevederilor art.19 din Ordonanță, costul de achiziție este deductibil din punct de vedere fiscal – art.47 OG nr.99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață.

Principalele reguli privind anunțurile publicitare de reduceri de prețuri :

Atunci când consumatorii sunt anunțați despre o reducere de prețuri care comportă o comparație exprimată în cifre, se supun următoarelor reguli de fixare și publicitate a prețurilor:



- Orice comerciant care anunță o reducere de preț trebuie s-o raporteze la prețul de referință practicat în același spațiu de vânzare pentru produse sau servicii identice. Prețul redus trebuie să fie inferior prețului de referință. Prețul de referință reprezintă cel mai scăzut preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile, înainte de data aplicării prețului redus.
- Orice anunț de reducere de prețuri, indiferent de forma, modul de publicitate și motivația reducerii, trebuie să se adreseze ansamblului consumatorilor și să indice în cifre o reducere în raport cu prețurile de referință, excepție făcând:
 - publicitățile comparative de preț ;
 - anunțurile publicitare exclusiv literare, care nu conțin cifre ;
 - anunțurile de preț de lansare a unui nou produs pe piață ;
 - anunțurile publicitare orale efectuate exclusiv în interiorul magazinului pentru reduceri de prețuri la un anumit raion, pentru o foarte scurtă perioadă a unei zile de vânzare.
- Publicitatea prin catalog și ofertele de reducere de prețuri, lansate de comercianții care practică vânzarea prin corespondență, pot fi valabile numai până la epuizarea stocurilor, cu condiția ca această mențiune să figureze vizibil și lizibil în catalog.
- **Orice anunț de reducere de preț exprimată în valoare absolută sau în procent trebuie efectuat vizibil, lizibil și fără echivoc pentru fiecare produs sau grupă de produse identice:**
 - fie prin menționarea noului preț lângă prețul anterior, barat
 - fie prin mențiunile "preț nou", "preț vechi" lângă sumele corespunzătoare
 - fie prin menționarea procentului de reducere și a prețului nou care apare lângă prețul anterior barat

Se interzice ca o reducere de preț pentru un produs și/sau serviciu să fie prezentată consumatorilor ca o ofertă gratuită a unei părți din produs și/sau serviciu.

- Toate documentele justificative legale care atestă veridicitatea prețului de referință trebuie să fie păstrate pentru a putea fi prezentate ori de câte ori este nevoie organelor de control abilitate.
- Orice anunț de reducere de prețuri ce nu corespunde reducerii practicate efectiv în raport cu prețul de referință este considerat o formă de publicitate înșelătoare și este sancționat conform reglementărilor legale în vigoare.

Aceste reguli nu se aplică atunci când reducerile de preț pe produs rezultă din creșterea cantității de produs conținută în ambalajul utilizat în mod uzual în comercializarea acestora sau din creșterea numărului de produse identice oferite spre vânzare într-un ambalaj colectiv.

- Orice anunț de reducere de prețuri, indiferent de: formă - afișe pe vitrine, prospecte, anunțuri în presă, radio, televiziune, sau orice altă formă; modul de publicitate - scrisă, orală, sau orice alt mod; motivația reducerii - soldări, lichidări, sau orice altă

motivație, care se adresează consumatorilor și care comportă o comparație exprimată în cifre, indiferent dacă acesta se realizează în afara sau în interiorul structurii de vânzare, trebuie să precizeze:

- reducerea efectivă în raport cu prețul de referință care reprezintă cel mai scăzut preț practicat în aceeași suprafață de vânzare, pentru produse sau servicii identice, în perioada ultimelor 30 de zile calendaristice înainte de data aplicării prețului redus.
 - produsele sau serviciile ori categoriile de produse sau servicii la care se referă anunțul publicitar.
 - perioada pentru care produsele sau serviciile respective sunt oferite la preț redus; în cazul lichidărilor și soldărilor această condiție poate fi înlocuită de mențiunea: „până la epuizarea stocului”. Această mențiune poate fi folosită și în cazul vânzărilor promoționale .
- Indicarea, respectiv marcarea sau, după caz, afișarea prețurilor pentru produsele cu prețuri reduse care intră sub incidența prevederilor legale în vigoare cu privire la indicarea prețurilor pentru produsele oferite consumatorilor spre vânzare, va indica prețul de referință al produsului, prețul redus anunțat și prețul pe unitatea de măsură corespunzător prețului redus.
- Orice produs/serviciu comandat în perioada indicată în anunțul publicitar privind prețul sau reducerea de preț trebuie să fie livrat/prestat sau furnizat la prețul indicat în anunțul respectiv chiar dacă livrarea/prestarea sau furnizarea se face după terminarea perioadei din anunțul publicitar respectiv.
- Nici o publicitate de preț sau reducere de preț care se adresează consumatorilor nu poate fi efectuată pentru produse care nu sunt disponibile la vânzare sau pentru servicii care nu pot fi prestate/furnizate în timpul perioadei la care se raportează această publicitate, cu excepția lichidărilor și soldărilor, caz în care perioada de reducere este considerată terminată la epuizarea stocului de mărfuri declarat, în limita perioadei de reducere anunțate și notificate.

Vânzarea la distanță este acea formă de vânzare cu amănuntul care se desfășoară în lipsa prezenței fizice simultane a consumatorului și a comerciantului, în urma unei oferte de vânzare efectuate de acesta din urmă care, în scopul încheierii contractului, utilizează exclusiv tehnici de comunicație la distanță.

- Condițiile încheierii și executării contractelor la distanță între comercianți și consumatori sunt reglementate **de OG 130/2000 privind regimul juridic al contractelor la distanță**.
- Contractul la distanță este contractul de furnizare de produse și servicii încheiat între un comerciant și un consumator, în cadrul unui sistem de vânzare organizat de către comerciant, care utilizează în mod exclusiv înainte și la încheierea unui contract, una sau mai multe tehnici de comunicație la distanță.
- Momentul încheierii contractului la distanță se stabilește prin convenția părților, iar dacă părțile nu au convenit altfel, acesta coincide cu momentul primirii comenzii de către comerciant.
- Tehnicile de comunicație la distanță sunt cuprinse în anexa la OG 130/2000.
- **Comerciantul** trebuie să informeze consumatorul în timp util, corect și complet, **înainte de încheierea contractului la distanță** asupra următoarelor elemente:
 - identitatea comerciantului și, în cazul contractelor care prevăd o plată anticipată, adresa acestuia ;
 - caracteristicile esențiale ale produsului sau serviciului ;

- prețul cu amănuntul al produsului sau serviciului ;
 - cheltuielile de livrare, dacă este cazul ;
 - modalitățile de plată, de livrare și de prestare ;
 - dreptul de denunțare unilaterală a contractului, cu excepția cazurilor prevăzute de art.10 din OG130/2000 ;
 - costul utilizării tehnicii de comunicație la distanță în cazul în care acesta este calculat altfel decât conform tarifului de bază ;
 - perioada de valabilitate a ofertei sau a prețului.
 - durata minimă a contractului, în cazul contractelor care prevăd furnizarea curentă sau periodică a unui produs sau serviciu.
- Scopul comercial al informațiilor trebuie să rezulte fără echivoc, și acestea vor fi comunicate în mod clar, ușor de înțeles de către consumator, prin orice mijloc adaptat tehnicii de comunicație la distanță utilizate, ținând seama de principiile de bună practică comercială în tranzacții și de principiile care guvernează protecția persoanelor lipsite de capacitate de exercițiu.
 - Comerciantul trebuie să transmită consumatorului în scris sau pe un alt suport de informație durabil, la dispoziția sau accesibil acestuia în timp util în perioada executării contractului următoarele: confirmarea informațiilor menționate, condițiile și modalitățile de exercitare a dreptului de denunțare unilaterală a contractului la care are dreptul consumatorul în cazurile și condițiile prevăzute de OG 130/2000, sediul comerciantului la care consumatorul poate să-și prezinte reclamația, informații privind service-ul post garanție și garanțiile oferite, condițiile de denunțare unilaterală a contractului atunci când acesta are o durată nedeterminată sau o durată mai mare de un an.
 - Consumatorul are dreptul de a denunța unilateral contractul la distanță, în termen de 10 zile fără penalitate și fără invocarea vreunui motiv. Singurele costuri care pot cădea în sarcina consumatorului sunt cheltuielile directe de returnare a produselor.
 - Comerciantul trebuie să-și îndeplinească obligațiile contractuale în termen de cel mult 30 de zile de la data la care consumatorul a transmis comanda, cu excepția cazului în care părțile au convenit altfel.
 - Comerciantul în cazul în care nu poate executa contractul din cauză că produsul sau serviciul nu este disponibil, trebuie să informeze despre această indisponibilitate, iar sumele pe care acesta le-a vărsat ca plată trebuie rambursate de către comerciant în cel mai scurt timp, dar nu mai târziu de 30 de zile. În cazul exercitării drepturilor de denunțare unilaterală a contractului de către consumator, comerciantul are obligația să ramburseze sumele plătite de consumator, fără a-i solicita acestuia cheltuielile aferente rambursării sumelor. Rambursarea sumelor se va face în cel mult 30 de zile de la data denunțării contractului de către consumatori.
 - Comerciantul poate livra consumatorului un produs sau un serviciu de o calitate și preț echivalente cu cele solicitate numai dacă acest lucru a fost prevăzut înainte de încheierea contractului și/sau în contract, astfel încât consumatorul să fie informat în mod clar despre această posibilitate.

Este interzisă livrarea de produse sau prestarea de servicii fără o comandă prealabilă din partea consumatorului, dacă această livrare implică solicitarea efectuării unei plăți. În cazul livrărilor pentru care nu există o comandă prealabilă, consumatorul este exonerat de orice contraprestație, lipsa răspunsului neavând valoare de consimțământ.

Vânzarea directă este cea practică comercială prin care produsele sau serviciile sunt desfăcute de către comerciant, direct consumatorilor, în afara spațiilor de vânzare cu

amănuntul, prin intermediul vânzătorilor direcți, care prezintă produsele și serviciile oferite spre vânzare:

vânzarea prin rețele (multilevel marketing) este o formă a vânzării directe prin care produsele și serviciile sunt oferite consumatorilor prin intermediul unei rețele de vânzători direcți care primesc un comision atât pentru vânzările proprii, cât și pentru vânzările generate de rețelele de vânzători direcți pe care i-au recrutat personal.

Vânzări piramidale / Etajate sunt considerate practici comerciale interzise:

- vânzarea piramidală, vânzarea practică prin procedeul denumit "bulgăre de zăpadă" sau orice alte procedee similare care constau în special în a oferi produse/servicii consumatorilor făcându-i să sperie că le vor obține fie cu titlu gratuit, fie la un preț redus față de valoarea lor reală și condiționând vânzările de plasarea contra plată de bonuri, tichete, cupoane ori a altor titluri similare către terți sau de colectarea de adeziuni sau subscrieri
- faptul de a propune unei persoane să colecteze adeziuni sau să se înscrie pe o listă făcând-o să sperie câștiguri financiare rezultate din creșterea numărului de persoane recrutate sau înscrise
- În cazul rețelelor de vânzare constituite prin recrutarea aderenților sau afiliaților este interzis să se solicite aderențului sau afiliatului rețelei plata unei sume aferente dreptului de intrare în rețea, cu excepția contravalorii materialelor sau a serviciilor de natură pedagogică, formativă, demonstrativă ori de vânzare sau a oricărui alt material sau serviciu similar.
- În cadrul aceleiași rețele este, de asemenea, interzis să se impună unui aderent sau afiliat achiziționarea unui stoc de produse destinat vânzării ulterioare, fără obligația ca stocul de produse nevândute de aferent/afiliat să fie reprimat de titularul rețelei.
- documentele legale care justifică originea și data de fabricație a produselor care fac obiectul acestor vânzări.



Vânzări în afara spațiilor comerciale sunt acele vânzări directe realizate de comercianți în următoarele situații:

- în timpul unei deplasări organizate de comerciant în afara spațiilor sale comerciale ;
- în timpul unei vizite efectuate de comerciant, dacă aceasta nu a avut loc la solicitarea expresă a consumatorului ;
- la locuința unui consumator, unde pot fi încheiate contracte și cu alte persoane prezente ;
- la locul de muncă al consumatorului sau în locul în care acesta se găsește, chiar temporar, pentru motive de lucru, studiu sau tratament ;
- în orice alte locuri publice sau destinate publicului, în care comerciantul prezintă o ofertă pentru produsele sau serviciile pe care le furnizează, în vederea acceptării acesteia de către consumator.

Comercianții care efectuează vânzări în afara spațiilor comerciale răspund civil față de efectele activității vânzătorilor direcți.

Comercianții sunt obligați să elibereze legitimații pentru vânzătorii direcți, angajați în acest sistem de vânzare. Legitimațiile trebuie să conțină numele, prenumele și fotografia vânzătorului, denumirea și sediul comerciantului, semnătura administratorului/directorului și vor fi vizate trimestrial. Legitimațiile vor fi retrase imediat ce deținătorii acestora își pierd calitatea de vânzători direcți.

Vânzătorii direcți, angajați în acest sistem de vânzare, sunt obligați să se legitimeze înaintea prezentării produselor/serviciilor oferite, precum și la solicitarea consumatorilor.

OG 106/1999 reglementează contractele încheiate în afara spațiilor comerciale între un comerciant care furnizează bunuri sau servicii și un consumator.

Contractul trebuie să fie întocmit în formă scrisă, încheiat cel mai târziu în momentul livrării produsului sau serviciului și să conțină cel puțin datele complete de identificare a părților contractante, obiectul și prețul contractului, data și locul încheierii acestuia.

Comerciantul este obligat să înmâneze consumatorului un exemplar din contractul încheiat și să poată proba acest lucru în fața organelor de control.

Consumatorul are dreptul de a denunța unilateral contractul, în termen de 7 zile lucrătoare – art.9 din Legea 60/2002 pentru aprobarea OG 106/1999. Dacă comerciantul a omis să informeze consumatorul despre dreptul de denunțare sau dacă informația a fost incompletă ori greșită, astfel încât nu ar permite exercitarea unui asemenea drept, termenul prevăzut la articolul 9 al OG 106/1999 se prelungește cu 60 de zile.

Comerciantul este obligat să primească produsele returnate de consumator în termenele prevăzute de OG 106/1999.

Comerciantul, în termen de 15 zile de la primirea comunicării de denunțare unilaterală, trebuie să ramburseze consumatorului toate sumele plătite de acesta, precum și eventualele cheltuieli aferente.

Loteria publicitară este acea practică de promovare a produselor/serviciilor care tinde să stimuleze în rândul participanților speranța unui câștig prin tragere la sorți.

Loteriile publicitare **sunt admise** numai în condițiile în care participanților nu le este impusă în contrapartidă nici o cheltuială directă sau indirectă, suplimentară achiziționării produsului/serviciului.

Cheltuielile efectuate de către participanți pentru achiziționarea de efecte și servicii poștale și pentru tarifele telefonice normale, referitoare la participarea la loteria publicitară, nu intră în categoria cheltuielilor menționate mai sus.

În privința câștigurilor puse în joc în cadrul unei loterii publicitare, anunțurile de prezentare a acestora vor preciza natura, numărul și valoarea comercială a respectivelor câștiguri, precum și următoarea mențiune: ”regulamentul de participare/desfășurare este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant”. În acest scop se va menționa adresa sau numărul de telefon la care solicitarea poate fi transmisă, respectiv făcută.

În regulament se va preciza obligația organizatorului loteriei publicitare de a face publice numele câștigătorilor și câștigurile acordate.

Regulamentul și/sau orice alt document în baza căruia urmează să se desfășoare loteria publicitară trebuie să fie autentificat și depus la un notar public înainte de începerea operațiunii. În scopul prevenirii desfășurării unor jocuri de noroc deghizate, organizatorul va depune un exemplar al regulamentului și/sau al documentului autentificat, după caz, la Direcția generală de administrare a veniturilor publice și a monopolurilor din Ministerul Finanțelor Publice, până la data începerii loteriei publicitare.

Pentru a verifica corecta desfășurare a loteriei publicitare respective reprezentanții Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor, Ministerului Finanțelor Publice și Ministerului de Interne pot solicita organizatorilor de loterii publicitare.

Regulamentul de desfășurare a acestora, precum și un exemplar al anunțurilor adresate publicului, caz în care organizatorii vor prezenta această documentație în termen de 5 zile de la data solicitării. Se consideră **publicitate înșelătoare** acele fapte prin care

organizatorul unei loterii publicitare sugerează destinatarului, prin anunțul publicitar efectuat, că:

- a) a intrat în posesia marelui premiu, deși tragerea la sorți pentru atribuirea câștigurilor se va desfășura ulterior ;
- b) a intrat în posesia unui câștig important, în realitate fiind însă vorba de un premiu de o valoare minimă sau de un premiu de consolare .

Nu sunt asimilate loteriei publicitare, concursurile în cadrul cărora premiile sunt câștigate exclusiv datorită abilității, cunoștințelor și perspicacității participanților, câștigătorul fiind desemnat în funcție de valoarea prestației sale.

Nu este asimilată loteriei publicitare și este considerată practică comercială permisă, alocarea de premii în mod aleator, înainte de oferirea la vânzare a produselor/serviciilor și atribuirea câștigurilor la achiziționarea produselor/serviciilor, chiar dacă intrarea în posesie a premiilor are loc la o dată ulterioară.

Vânzarea cu prime este acea practică comercială prin care la vânzarea sau oferta de vânzare de produse/servicii se oferă consumatorului, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, prime sub forma unor produse/servicii.

Este interzisă orice vânzare sau ofertă de vânzare de produse sau orice prestare sau ofertă de prestare de servicii făcută către consumator, care dă dreptul acestuia, cu titlu gratuit, imediat sau la un anumit termen, la o primă sub forma unor produse/servicii, în afara cazurilor în care acestea sunt identice sortimental cu produsele/serviciile cumpărate.

Vânzările cu prime sub forma unor produse/servicii identice sortimental cu produsele/serviciile cumpărate sunt practici comerciale admise. Următoarele practici ca și alte cazuri similare constituie exemple de vânzări cu **prime legale**:

- ✓ a) „pentru un set de ciorapi cumpărat primiți gratuit o pereche”.
- ✓ „pentru 5 ciocolate cumpărate primiți o ciocolată”.
- ✓ „pentru dezvoltarea a două filme foto și eliberarea fotografiilor, oferim gratuit dezvoltarea unui al treilea film”.

Nu sunt considerate prime:

- ✓ ambalajele produselor ;
- ✓ produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat ;
- ✓ produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare/tarifele produselor/serviciilor achiziționate de către consumatori ;
- ✓ articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se regăsesc ca atare în comerț ;
- ✓ serviciile postvânzare ;
- ✓ facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor.

Nu sunt considerate prime și pot fi oferite cu titlu gratuit consumatorilor:

- ambalajele produselor: ambalarea produsului/produselor după ce acesta/acestea a(u) fost achitat(e) de consumator ;

- produsele sau serviciile indispensabile utilizării normale a produsului sau serviciului cumpărat: CD-urile cu sistemul de operare a calculatorului, cablul de alimentare pentru un produs electrocasnic sau alte cazuri similare ;
- produsele sau serviciile a căror valoare este de până la 10% din prețurile de vânzare/tarifele produselor/serviciilor achiziționate de către consumatori. Valoarea produselor/serviciilor oferite gratuit consumatorilor este reprezentată de prețurile de vânzare/tarifele practicate în structura de vânzare respectivă, în cazul în care acestea sunt comercializate în acea structură, iar în cazul în care produsele/serviciile nu sunt comercializate în structura de vânzare respectivă și sunt aprovizionate/furnizate de comerciant special pentru a fi oferite gratuit consumatorilor, valoarea acestora este reprezentată de costurile de achiziție ale produselor și respectiv de tarifele serviciilor.
- articolele personalizate, respectiv obiectele purtând mesaje publicitare, inscripționate în mod vizibil și care nu se găsesc ca atare în comerț: tricouri, brichete sau pixuri inscripționate cu marca producătorului ori a distribuitorului sau alte cazuri similare ;
- servicii post-vânzare: transportul la domiciliu și instalarea unei mașini de spălat rufe, retușurile la un costum pentru bărbați efectuate în cadrul structurii de vânzare, precum și alte asemenea servicii ;
- facilitățile de staționare oferite de către comercianți consumatorilor: parcare autoturismelor clienților în locuri special amenajate de către comercianți, fără plata taxei de staționare.

Vânzări condiționate

Este interzisă condiționarea vânzării către consumator a unui produs de cumpărarea unei cantități impuse sau de cumpărarea concomitentă a unui alt produs sau serviciu. De asemenea, este interzisă prestarea unui serviciu către consumator, condiționată de prestarea altui serviciu sau de cumpărarea unui produs.

Nu sunt considerate vânzări condiționate:

- vânzările la un preț global pentru produse sau servicii diferite, care constituie un ansamblu, precum și pentru produse identice preambalate oferite într-un ambalaj colectiv, cu condiția ca:
 - fiecare produs și fiecare serviciu să poată fi achiziționat și separat la prețul practicat în cadrul aceleiași suprafețe de vânzare;
 - cumpărătorul să fie informat despre această posibilitate și despre prețul de vânzare aferent produsului sau serviciului;
- vânzările de produse în loturi sau ambalaje consacrate de uzanțele comerciale și de nevoile de consum.

Prețul global pentru un ansamblu de produse sau servicii, identice sau diferite, nu este obligatoriu să fie egal cu suma prețurilor individuale pentru fiecare produs sau serviciu component, vândut separat.

Vânzări forțate

Prin **vânzare forțată** se înțelege:

- expedierea unui produs către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i cumpărarea acelui produs sau returnarea lui către expeditor, chiar și fără taxe, în cazul refuzului de cumpărare;

- prestarea unui serviciu către o persoană, fără o cerere prealabilă din partea acesteia, solicitându-i acceptarea acelui serviciu prin achitarea contravalorii.

Orice vânzare forțată este interzisă. Expedierea unui produs sau prestarea unui serviciu către o persoană se face numai în baza unei comenzi prealabile din partea acesteia.

Nu sunt considerate vânzări forțate ofertele efectuate în scopuri filantropice. În cazul acestor oferte, pe documentele însoțitoare va fi inscripționată, în mod clar și vizibil, următoarea mențiune: "destinatarul nu are nici o obligație de a plăti sau de a returna produsul".

Refuzul de a vinde

Este interzis a se refuza consumatorului fără un motiv justificat, conform prevederilor legale în vigoare, vânzarea unui produs sau prestarea unui serviciu.

În calitate de parte contractantă consumatorii pot refuza încheierea contractelor care cuprind clauze definite ca abuzive, conform prevederile legale în vigoare.

Pentru unele categorii de produse/servicii, în scopul asigurării unui echilibru între obligațiile și drepturile părților contractante și pentru a promova un mediu concurențial normal, Guvernul poate stabili contracte-tip cu caracter obligatoriu.

Stipularea de către comerciant de clauze abuzive în contractele încheiate cu consumatori **este interzisă** conform prevederilor Legii 65/2002 pentru modificarea Legii 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori; aceste prevederi sunt aplicabile tuturor contractelor încheiate între comerciant și consumator, inclusiv: bonurilor de comandă sau bonurilor de livrare, tichetelor și altora asemenea care conțin stipulări sau referiri la condiții generale prestabilite.

Cu ocazia controalelor efectuate de către organele abilitate de lege, comerciantul are obligația de a prezenta contractele încheiate cu consumatorii, în original, nefiind admise copii xerox de pe aceste contracte.

Legea 148/2000 privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare se aplică conținutului materialelor publicitare și mesajelor publicitare, oricare ar fi mijlocul de comunicare, ce face posibil transferul informației.

Legea interzice publicitatea care:

- este înșelătoare;
- este subliminală;
- prejudiciază respectul pentru demnitatea umană și morala publică;
- include discriminări bazate pe rasă, sex, limbă, origine, origine socială, identitate etnică sau naționalitate;
- atentează la convingerile religioase sau politice;
- aduce prejudicii imaginii, onoarei, demnității și vieții particulare a persoanelor;
- exploatează superstițiile, credulitatea sau frica persoanelor;
- prejudiciază securitatea persoanelor sau incită la violență;
- încurajează un comportament care prejudiciază mediul înconjurător;
- favorizează comercializarea unor bunuri sau servicii care sunt produse și distribuite contrar prevederilor legale

Publicităţii difuzate în cadrul programelor de radiodifuziune şi televiziune, transmise pe cale radioelectrică, prin cablu sau alt sistem tehnic (inclusiv teleshoppingul care reprezintă în esenţă un serviciu de comercializare propus prin intermediul unui post de televiziune) îi sunt aplicabile şi Legea audiovizualului 504/2002, precum şi normele şi deciziile Consiliului Naţional al Audiovizualului.

Creşterea numărului persoanelor conectate la Internet şi extinderea corespunzătoare a aplicaţiilor comerciale ale Internetului au favorizat promovarea unor operaţiuni de distribuţie, marketing, vânzare sau livrare de mărfuri şi servicii folosind mijloace electronice denumite generic comerţul electronic sau e-comerţ.

Conceptul de comerţ electronic acoperă realizarea prin intermediul INTERNET-ului a trei etape principale respectiv, etapa de **reclamă şi căutare**, etapa de **contractare şi plată** şi etapa de **livrare, comercianţii** beneficiind astfel de exploatarea avansată a datelor în cadrul tranzacţiilor desfăşurate **on-line** pentru un marketing mai bine orientat, mai agresiv şi către o bază de date de clienţi mai amplă. Ei beneficiază de economiile de dimensiune şi arie pe care le permite Internet-ul.

Consumatorul beneficiază de o ofertă extinsă ca provenienţă şi sortiment, de compararea instantanee a preţurilor oferite de agenţii de cumpărare sau de site-urile de rating al produselor. Pe lângă informarea complexă care-i ajută să găsească cu rapiditate cele mai convenabile mărfuri şi servicii, ei beneficiază de simplificarea tranzacţiilor comerciale cu vânzători.

Aplicaţiile standard ale Internetului înlocuiesc identificarea furnizorilor, identificarea produselor şi serviciilor, a preţurilor acestora, procesarea comenzilor şi ca efect aplicaţiile e-comerţului îmbunătăţesc substanţial operaţiunile din lanţul de achiziţie, distribuţie.

Astfel, magazinele tradiţionale sunt înlocuite de forme moderne mult mai eficiente de oferire a produselor consumatorilor pe pagini WEB şi cataloage electronice sau de magazine virtuale pe Internet.

Modulul V – Prezentarea produselor si serviciilor aferente vanzarii

5.1. Comunicarea in relatiile cu clientii

Oamenii dispun in mod natural de numeroase abilitati necesare pentru o comunicare eficace. Unele dintre acestea sunt utilizate mai ales pentru colectarea informatiilor (respectiv conducerea fluxului comunicational spre zonele de interes, intelegerea mai buna a mesajului etc.), altele mai ales pentru transmiterea mesajelor. In mod tipic, textele privitoare la abilitatile de comunicare - sub aspectul colectarii informatiilor – includ subiectele urmatoare: punerea intrebarilor, ascultarea activa, comunicarea non – verbala si autodezvaluirea.

Comunicarea este procesul prin care un individ (comunicatorul) transmite stimuli cu scopul de a schimba comportamentul altor indivizi (receptorul, auditoriul); ansamblul proceselor prin care o minte poate sa o influenteze pe alta; proces tranzactional in care se schimba idei, sentimente sau chiar bunuri.

In cadrul comunicarii nu se transmit numai informatii, se transmit si sentimente, idei, atitudini, subantelesuri, interese; de aceea, mesajul transmis apartine, in final si celui care l-a transmis si celor care l-au primit.

Scopul oricarei comunicari este de a-l face pe interlocutor sa gandeasca si sa simta in sensul dorit de comunicator.

Omul comunica permanent prin tot ce face, nu numai atunci cand vorbeste. Mesajele se transmit si atunci cand omul gesticuleaza, se imbraca intr-un anumit fel, canta, danseaza, rade etc.

Obiectivele comunicarii:

- insusirea conceptelor, teoriilor si tehnicilor comunicarii persuasive;
- formarea si dezvoltarea competentelor de comunicare;
- formarea si dezvoltarea deprinderilor de utilizare a tehnicilor de comunicare;
- formarea deprinderilor de respectare a normelor de etica a comunicarii.

Principiile comunicarii:

- comunicarea este inevitabila;
- comunicarea se realizeaza pe doua planuri – planul continutului si planul relatiei;
- comunicarea este un proces continuu;
- comunicarea este ireversibila;
- comunicarea implica raporturi de putere intre parteneri:
 - tranzactii simetrice;
 - tranzactii complementare.
- comunicarea implica procese de acomodare si de ajustare a comportamentelor.

Forme de comunicare

Atragerea si pastrarea clientilor depinde si de capacitatea personalului unitatii comerciale de a comunica cu acestia. Momentul in care soseste clientul este punctul de la care incepe punerea in valoare a cunostintelor personalului despre comunicare. Clientul care intra intr-o unitate comerciala trebuie sa aiba convingerea ca a fost asteptat pentru a i se oferi marfurile de care are nevoie. Prima impresie se contureaza intr-un timp foarte scurt si are un rol semnificativ in formarea imaginii firmei.

Tinuta vestimentara impecabila, ordinea si curatenia perfecta creaza convingerea ca exista preocupari pentru satisfacerea cat mai buna a dorintelor clientului.

Rolul comunicării este important pentru îndeplinirea cu succes a meseriei de lucrator comercial. Este o trăsătură umană care poate ajuta clientul să se decida asupra marfii pe care o va cumpăra. Un produs bun, un pret corect și un mod de prezentare pozitiv reprezintă suportul efectiv al comunicării pentru completarea nevoilor clientului.

Principalele elemente ale contactului lucratorului în comerț cu clientul sunt:

- salutul;
- limbajul corpului;
- zambetul;
- gesturile;
- distanța;
- ascultarea activă;
- tonul;
- înălțimea vocii;
- ritmul;
- dicția;
- exprimare;

Conținutul informațional al unui mesaj se transmite prin cuvinte de la un interlocutor la altul. Relația se creează prin tonul și semnalele trupului. Rezultă că în planul comunicării umane cuvintele transportă informații, iar în planul relației stabilite prin comunicare, tonul, gestica, etc. oferă informații despre informații.

În practica comercială aceste aspecte au o importanță deosebită. De exemplu, conținutul unei comunicări poate fi afectat foarte grav de o relație interumană care are o încărcătură foarte negativă. Dacă unul din partenerii la comunicare este nervos, supărat, agresiv, relația se poate înrăutăți, alterează comunicarea și distorsionează informația transmisă.

Comunicăm zilnic cu diferite persoane în situații dintre cele mai diverse, de la cele informale la cele formale. Putem spune, astfel, despre comunicare că se construiește pe relații și presupune diferite forme.

Tipurile de relații pe care se poate construi comunicarea sunt :

- directe ;
- indirecte.

Pornind de la specificul acestor tipuri de relații, comunicarea cunoaște diferite forme. Pe baza relațiilor directe se pot structura următoarele **forme de comunicare** :

- comunicarea intrapersonală ;
- comunicarea interpersonală ;
- comunicarea de grup ;
- comunicarea publică.

Pe baza relațiilor indirecte se pot structura următoarele forme de comunicare :

- comunicarea mediată tehnologic ;
- comunicarea de masă.

Comunicarea intrapersonală

Presupune un dialog al persoanei cu sine ; “ partenerii ” de dialog sunt reprezentați de instanțele proprii personalității.

Este cadrul în care o persoană :

- se află în fața cu conștiința sa, cu așteptările și aspirațiile sale;
- se cunoaște și se analizează ;
- rezolvă probleme, evaluează alternative și ia decizii ;
- reflectă asupra mesajelor pe care vrea să le transmită altor persoane, asupra comportamentului său în diferite situații ;
- se raportează critic la faptele și la realizările sale, la realitate ; le înfrumusețează, le minimalizează ; se încurajează sau se amăgește.

Este deosebit de importanta pentru echilibrul psihic si emotional al persoanei.

Comunicarea interpersonală

Se realizeaza intre doua sau mai multe persoane aflate in situatia de proximitate spatiala ; acestea pot fi : membri ai familiei, prieteni, colegi, cunostinte intamplatoare.

Este cadrul in care persoanele interactioneaza schimbandu-si sistematic pozitia si rolul in discutie ; se influenteaza reciproc (in bine sau in rau, direct sau camuflat) ; dobandesc incredere reciproca (sau si-o pierd) ; isi comunica pareri, ganduri, sentimente ; isi satisfac nevoia de acceptare, de afectiune, de recunoastere a propriei valori ; isi formeaza o imagine despre sine, ajutati si de imaginea pe care o au ceilalti si in care se pot oglindi ; formuleaza si accepta critici. Ajuta persoana sa-i cunoasca atat pe ceilalti cat si pe sine.

Comunicarea de grup

Se realizeaza in colectivitati specifice vietii profesionale si sociale a persoanei, cuprinzand maximum 9 – 11 membri ; acestia pot reprezenta :

- familia (inclusiv rudele apropiate) ;
- prieteni apropiati;
- o echipa de lucru.

Este cadrul in care persoanele isi petrec in mare masura viata sociala si profesionala; rezolva problemele, impartasesc cunostinte, experiente ; isi verifica opiniile, dezvolta idei noi ; iau decizii ; ajung la situatii conflictuale sau rezolva conflicte.

Comunicarea publica

Reprezinta o prezentare, o expunere facuta de o persoana in fata unui auditoriu (de minimum 3 persoane).

Poate sa vizeze obiective diferite:

- transmiterea unor informatii ;
- influentarea opiniilor si actiunilor persoanelor care constituie auditoriul;
- convingerea auditoriului, inclusiv prin folosirea unor tehnici de manipulare.

Comunicarea de masa

Conceptul de comunicare de masa este considerat, adesea sinonim cu cel de mass- media. Conceptul de mass-media desemneaza mijloacele de transmitere a informatiei in randul unui mai mare numar de oameni.

Se realizeaza prin :

- ziare, reviste ;
- carti ;
- radio, TV ;
- complexe multimedia bazate pe folosirea calculatoarelor.

Vizeaza persoanele ca apartinand unor conglomerate uriase. S-a dezvoltat cu perfectionarea tehnicilor de transmitere a informatiilor S-a apropiat prin complexele multimedia („noile medii”) de forma de comunicare interpersonală atat prin posibilitatea de a comunica, deschisa persoanelor aflate la mari distante cat si prin caracterul interactiv (in conditiile in care mediile traditionale presupuneau raportarea la diferite mijloace de comunicare).

In procesul de comunicare, oamenii, folosesc alaturi de cuvinte si alte tipuri de semnale, asa cum sunt cele legate de voce(tonul, volumul) sau de gesturi, fizionomie etc. Cu toate ca limbajul verbal este principalul mijloc de comunicare, acesta nu este singurul mijloc de comunicare.

In comunicarea umana se opereaza cu un ansamblu complex de stimuli, care se grupeaza in trei categorii de limbaj:

- limbaj verbal, care transmite mesajul cu ajutorul cuvintelor ;
- limbaj paraverbal, care transmite semnale prin volumul si ritmul vocii sau prin ton ;
- limbajul corpului, respectiv stimuli si semnale transmise prin :

- fizionomie
- mimica
- gestică
- postura
- distanța față de interlocutor.

Astfel comunicarea poate fi :

- verbală, folosind ca mijloace de comunicare limbajul verbal
- non-verbal, folosind ca mijloace de comunicare limbajul paraverbal și limbajul trupului ; în literatura de specialitate este utilizat, în acest sens , termenul paralimbaj.

Paralimbajul îndeplinește anumite funcții :

- susținerea mesajelor verbale
- accentuarea mesajelor verbale
- înlocuirea mesajelor verbale
- contrazicerea mesajelor verbale.

Mesajul paraverbal reprezintă ceea ce se transmite prin :

- tonul și volumul vocii ;
- dicție, pronunțarea corectă și clară a cuvintelor
- accentul pus pe o silabă într-un cuvânt sau pe un cuvânt într-o propoziție
- pauzele făcute în vorbire ;
- modulatia vocii, dresul vocii, tuse, oftat etc.

Implicată într-o discuție , o persoană comunică nu doar prin cuvinte pe care le rosteste ci și prin voce și tonul cu care rosteste cuvintele, prin înfățișare și gesturi, chiar prin modul în care este îmbracată, prin culoarea hainelor etc.

Se spune , astfel , că orice comunicare umană presupune două planuri :

Comunicarea umană se dezvoltă pe două planuri :

- planul conținutului , a ceea ce se comunică prin limbaj verbal ;
- planul relației , a modului în care se comunică prin limbaj non-verbal.

Intr-o relație de comunicare :

- în planul conținutului, prin cuvinte, se transmit informații, respectiv conținutul informațional al unui mesaj ;

- în planul relației, prin paralimbaj, se transmit emoții, sentimente, atitudini.

Rezultă, așadar, că în comunicarea umană este important nu numai conținutul informațional, este importantă și relația de comunicare. Relația este chiar mai importantă decât înțelesul cuvintelor.

Prin paralimbaj se transmit semnale de acceptare sau de respingere, prietenie sau de dușmanie, frică sau nervozitate, iritare sau gelozie. Acest lucru explică de ce, dincolo de semnificația și valoarea mesajelor recepționate, o persoană simte plăcere sau neplăcere, se simte în largul ei sau nu, simpatizează , admira, iubeste, uraste, este iritată, nervoasă, geloasă, domină sau este dominată

Relația poate fi :

- pozitivă (exprimă acceptare, supunere, aprobare, simpatie, admirație, prietenie, iubire etc.)

- neutră (indiferentă)

- negativă (exprimă disconfort, dezaprobare, respingere, dispreț, dușmanie, dominare etc.)

În situația în care, relația este pozitivă sau neutră, mesajele se pot transmite interlocutorului într-un mod neproblematic.

În situația în care într-o discuție :

- relația dintre persoane are o încărcătură negativă (de exemplu, una dintre persoane este iritată de ceva sau de cineva), relația are o mai mare importanță decât conținutul; tonul vocii și limbajul corpului sunt mai importante decât înțelesul cuvintelor rostite

-relatia dintre persoane are o incarcatura intens negativa (de exemplu, una dintre persoane este peste masura de necajita), planul relatiei capata o importanta atat de mare incat continutul se pierde ; cuvintele nu mai conteaza ; persoana este „blocata”, nu mai „aude” cuvintele, nu mai intelege mesajul care ii este transmis, neputindu-l decoda.

Se poate comunica in planul continutului abia dupa risipirea cetei psihologice.

Comunicarea umana se realizeaza in diferite contexte.

Contextul, intr-un sens mai larg , influenteaza ambele planuri ale comunicarii :

- planul continutului ;

- planul relatiei ;

Contextul fizic are in vedere mediul in care se desfasoara si care influenteaza comunicarea prin:

-microclimatul oferit

-culoare; unele culori, pentru diferite persoane pot sa para:

- calde, avand un efect stimulator : galben, portocaliu, rosu sau

- reci : albastru, verde

-lumina ; daca este :

- slaba poate sa creeze o atmosfera relaxanta

- puternica poate sa stimuleze comunicarea

- foarte puternica poate sa oboseasca

-ambianta sonora ; astfel :

- zgomotele distrag atentia si fac comunicarea dificila

- unele sunete(fosnetul padurii, clipocitul apei) sunt linistitoare si faciliteaza comunicarea.

5.2.Cunoasterea clientului si identificarea cerintelor acestuia

Prin actul de vanzare – cumparare, clientul este convins de catre vanzator sa cumpere produsele existente in magazin.In acest caz , vanzatorul, prin faptul ca asista cumparatorul in alegerea produsului dorit, realizeaza si un act de comunicare cu acesta. El devine, astfel un „consilier”al cumparatorului prin atributele sale :amabilitate, politete, competenta.

Pe langa aceste atribute, lucratorului din comert ii revine si o sarcina mult mai dificila, sa identifice rapid personalitatea fiecarui cumparator si sa aleaga,dupa caz, argumentele de convingere a clientului.

Exista diverse modalitati de a studia, analiza si clasifica personalitatile.Noii vom incerca sa cunoastem psihologia clientului in functie de urmatorii factori :

- factori demografici : varsta , sex, ocupatie

- factori conjuncturali,legati de conditiile ambientului si de imprejurarile specifice in care se realizeaza actele de vanzare -cumparare.

Tipuri de consumatori in functie de sex:

- femei ;

- barbati.

Femeile, in multitudinea de cumparaturi efectuate in goana prin magazine, prefera produsele de gospodarie (detergenti, inalbitori) sau produsele inedite prezentate în reclamele publicitare, produsele cosmetice sau de vestimentație și uneori produsele de lux.

Bărbații, în schimb, urmăresc produse electrocasnice și electrotehnice de mare utilitate sau produse mecanice pentru autoturismele proprii.

In tabelul următor, vă prezentăm trăsăturile specifice celor două tipuri de consumatori și conduita necesară lucratorului in comert in dialogul cu consumatorul.

Tipuri de consumatori In functie de	Trasaturi specifice	Conduita lucratorului in comert
--	---------------------	---------------------------------

sex		
Femeile	<ul style="list-style-type: none"> -sunt influențabile; -preferă produsele noi, dar și cele superioare calitativ; -sunt atente la prețul produselor chiar dacă uneori cumpără produse foarte scumpe ca să-și satisfacă vanitatea ; -cumpără cu preponderență produse gospodărești; - manifestă atitudine critică față de munca vânzătorilor; -caută să-și impună părerea lor în dialogul cu lucratorul in comert. 	<ul style="list-style-type: none"> -să evite contrazicerile cu clientele; -să trateze onsumatoarele cu atenție și amabilitate; -să prezinte concis calitățile produselor; -să poată realiza o paralelă între produsele similare.
Barbatii	<ul style="list-style-type: none"> - sunt de cele mai multe ori deciziși ; -au încredere mare în propria persoană și în cunoștințele lor; -cunosc foarte multe detalii despre produsele tehnice; -apreciază utilitatea unor produse; -nu sunt influențați de aspectul exterior al produselor 	<ul style="list-style-type: none"> -lucratorul in comert nu trebuie sa dea sfaturi decat daca ii sunt cerute ; -trebuie sa lase impresia ca le apreciaza priceperea si siguranta; -sa cunoasca o multitudine de detalii despre produs in cazul cand i-a fost solicitata interventia

Tipuri de consumatori in functie de varsta: copii ; adolescenti ; adulti ;varstnici.

Fiecare dintre cele patru grupe de consumatori prezinta o serie de caracteristici specifice la care vanzatorul trebuie sa raspunda printr -o anumita conduita.

Copiii insotesc deseori parintii la cumparaturi si isi manifesta dorinta de a avea un produs sau altul specific varstei lor, motiv pentru care in multe dintre magazine trebuie sa existe astfel de persoane.

Adolescentii fac cumparaturi atat pentru ei, cat si pentru familie, singuri sau insotiti de parinti. Produsele intens solicitate si specifice varstei lor sunt : dulciurile, cartile, revistele, articolele de toaleta si produsele cosmetice, articolele de imbracaminte cu nota predominant sportiva.

Adultii reprezinta cea mai importanta categorie de cumparatori, care achizitioneaza produsele atat pentru propria folosinta, dar si pentru ceilalti membri ai familiei sau produse destinate confortului in locuinte

Persoanele varstnice reprezinta un segment special de consumatori din punctul de vedere al trasaturilor specifice si al conduitei vanzatorului in actul de convingere.

In tabelul urmator, sunt prezentate aceste tipuri de consumatori din punctul de vedere al trasaturilor specifice si al conduitei vanzatorului in actul de convingere.

Tipuri de consumatori în funcție de vârsta	Trăsături specifice	Conduita lucrătorului în comerț
Copiii	-nu fac diferența dintre util și neesențial ; -nu – și pot exprima clar dorințele ; -sunt influențați afectiv de tot ce văd ; -și exprima dorința instantanee de a avea un produs ; -de cele mai multe ori sunt incapatanți.	-trebuie ascultați cu atenție ; -trebuie sfătuiți fără a li se da impresia că se face aceasta.
Adolescenții	-și manifestă dorința de a avea produse ce le scot în evidență personalitatea ; -sunt foarte sensibili la modul de prezentare a marfurilor ; -caută în special marfurile ce se regăsesc în reclame ; -sunt timizi când sunt singuri ; -sunt receptivi la informațiile și sfaturile vânzătorilor ; -au nevoie de îndrumare din partea părinților.	-trebuie tratați cu seriozitate și sfătuiți astfel încât să înțeleagă valoarea și utilitatea produselor ; -se poate încerca și o modelare a gusturilor în funcție de modă și personalitate.
Adulții	-au un comportament specific vârstei ; -sunt siguri în decizia lor ; -posedă multiple cunoștințe despre o multitudine de produse ; -gusturile și preferințele sunt bine catalogate ; -cererea este exprimată concret, dar acceptă și sfaturile vânzătorilor.	-trebuie serviti imediat, cu amabilitate și competență ; -trebuie să acorde sfaturi referitoare la calitatea și utilitatea produsului
Persoanele în vârstă	-inclinată de a cumpăra produse care există de mult pe piață ; -atașament față de formele vechi de vânzare ; -încetineala în luarea deciziilor de cumpărare ; -urmaresc cu grijă prețurile și evoluția lor în timp ; -solicite produsele utile, rezistente și ușor de întreținut, dar totodată și ieftine.	-lucrătorul în comerț trebuie să fie amabil, atent, răbdător, înțeleghător și bun sfătuit.

Tipuri de consumatori în funcție de ocupație. Se poate spune că profesia determină anumite competențe care, totodată, influențează și personalitatea în procesul de vânzare, prin relația ce se stabilește între vânzător și cumpărător, comportamentul cumpărătorului este coordonat de personalitatea fiecăruia.

În acest caz gusturile, preferințele și obiceiurile de consum ale oamenilor sunt dictate de personalitatea și profesia lor. Generalizând pe anumite grupe de vârstă și deci incluzând și implicațiile profesionale ale grupei respective, putem evidenția, de exemplu, că:

- elevii și studenții se orientează în special spre produse specifice vârstei și profesiei lor: articole sportive, cărți, reviste, articole de papetărie;

- persoanele cu pregătire tehnică acordă atenția în special raioanelor de specialitate: piese auto, produse electrice și electronice, magazine de prezentare a autoturismelor;

Multe tipuri socioprofesionale însă sunt influențate în decizia de cumpărare și de unele criterii geografice specifice anumitor zone dar în același timp și de temperament.

Factorii conjuncturali pun în evidență o tipologie a comportamentelor cumpărătorilor în raport de împrejurările specifice în care se realizează cumpărarea produselor.

Astfel, în funcție de cunoașterea precisă a intențiilor de cumpărare, precum și de existența produsului în magazin se poate vorbi de:

- un consumator nehotărât - persoana care fie nu știe precis ce dorește, fie nu știe ca produsul dorit să aflu în magazin, trebuie să fie tratat, de către vânzător cu atenție și înțelegere ; de modul de prezentare a marfurilor în magazin va depinde, în ultima instanță, precizarea intențiilor de cumpărare ale acestuia ;
- un consumator nemulțumit - persoana care nu găsește marfa dorită sau nu a fost servit potrivit așteptărilor ;
- un consumator grabit - persoana care fiind în criză de timp , nu poate întârzi în magazin preferând să renunțe la cumpărături în caz de aglomerație ; un asemenea cumpărător vânzătorul trebuie să-l servească cât mai repede, nemulțumindu-i însă pe ceilalți consumatori ;
- un consumator hotărât – persoana care știe exact ce dorește , totul depinzând de oferta magazinului și prezentarea vânzătorului

Prezentarea acestor principale tipuri de consumatori nu acoperă toate comportamentele tipice întâlnite în viață. În realitate, există oameni care probează, în calitate de consumatori, și alte trăsături ce se împletesc strâns cu cele tipice, evidențiate anterior.

Pentru adaptarea tehnologiei comerciale a unui magazin la cerințele de creștere a eficienței economice și de ridicare a nivelului de servicii, tipologiile prezentate trebuie cautate permanent, comportamentul cumpărătorilor fiind, în ultima analiză , un element esențial în stabilirea ofertei și prezentării marfurilor.

5.3. Furnizarea informațiilor și argumentarea vânzării

Argumentul, din punct de vedere comercial este o caracteristică a produsului transformată în avantaj care răspunde unei nevoi și căreia i se face proba. Avantajul este caracteristica care ține cont de nevoia clientului și este în întregime orientată spre acesta. În argumentare se pornește de la un fapt indiscutabil, ulterior se ajunge la produsul de vânzare. Caracteristicile unui produs pot fi clasificate în:

- tehnice; structura produsului
- tehnologice; specificații de fabricație
- economice; cost sau rentabilitatea produsului
- ecologice; consecințele utilizării produsului asupra mediului înconjurător
- comerciale; caracteristicile produsului

Pentru a proba un lucru se poate recurge la:

- evidențierea clienților care au cumpărat produsul și au încredere în el;
- demonstrare (a simți, vedea, auzi, gusta) ;
- utilizarea martorilor ;
- prezentarea testelor.

Regulile unei bune argumentații sunt :

- cunoașterea caracteristicilor produsului;
- transformarea caracteristicilor în avantaje, pornind de la nevoile descoperite;
- practicarea dublei argumentații, ținând seama și de utilizatorul final;
- adaptarea argumentației la tipologia clientului;

- sprijinirea argumentelor pe fapte și cifre;
- vizualizarea propunerilor ;
- prezentarea de argumente obiective;

Demonstrarea produsului este o activitate de importanță majoră, în scopul obținerii unei decizii de cumpărare. Se demonstrează și nu oricum, pentru că o persoană se decide adeseori să cumpere un lucru, nu atât pentru calitățile obiective, cât pentru ideile pe care și le face despre produs. Pentru realizarea unei demonstrații reușite vânzătorul urmează:

- să comunice caracteristicile produsului, fără să facă exagerări. În comunicarea trăsăturilor produsului, acesta va recurge la ilustrare încercând a-l face pe interlocutor să-și imagineze într-un mod cât mai viu și mai emoțional consumarea sau utilizarea produsului. Într-o anumită manieră va trebui să-i trezească emoții anticipate de genul satisfacției pe care o încearcă utilizatorul mărfii cumpărate;

- să ofere dovezi pentru calitățile produsului, furnizând informații pentru ce este necesară fiecare calitate;

- să enunțe avantajele produsului făcând apel la toate simțurile umane;

- să-l transforme pe potențialul cumpărător într-un participant la demonstrație, să-i arate fără să-i spună că în acel moment “el este acela care are nevoie de noi”;

- să ofere exemple.

Este ușor de observat că regulile descrise sunt totodată și etape ale unei succesiuni de comportamente și activități derulate de vânzătorul produsului. Acesta trebuie să mai țină cont și de necesitatea de a folosi același limbaj cu al interlocutorului și de a nu-l lăsa pe acesta să întrerupă momentul demonstrației cu obiecțiuni premature. Nu trebuie să uităm că demonstrația survine după descoperirea nevoilor și a motivațiilor clientului și că de cele mai multe ori limbajul clientului conține destul de multe incoerențe, uneori fiind de-a dreptul ilogic.

Dovezile pe care le folosește vânzătorul trebuie să îndeplinească anumite cerințe, astfel:

- să fie semnificative, adică acelea care sunt informații-stimul pentru client;
- să fie organizate în secvență logică;
- să fie suficiente;
- să fie suficient de detaliate;
- să exprime valoarea pe care le-o acordă sursa;
- să apeleze la experiența proprie a auditoriului;
- să fie actuale;
- datele statistice să fie selectate cu atenție;
- să aibă la bază comparația;
- sursele de informație să fie credibile.

Demonstrarea este o fază importantă din procesul argumentării care are scopul de a ilustra argumentele emise de vânzător. Pentru a efectua o demonstrație de bună calitate trebuie să ținem cont de următoarele reguli:

- trebuie să concentrăm demonstrația doar pe câteva aspecte esențiale ale produsului;
- demonstrația trebuie dramatizată în așa manieră încât utilizarea produsului trebuie să fie surprinzătoare;
- în limbajul folosit nu trebuie să spunem „eu vă arăt”, ci „dumneavoastră veți face așa și așa”;
- clientul trebuie implicat în demonstrarea produsului;
- să apreciem cantitatea optimă de informații pe care o poate asimila clientul.
- să alegem sursele cele mai adecvate pentru demonstrație;
- să ne gândim la sistemul senzorial al clientului, la cum îi vom prezenta produsul.

În multe cazuri clientul își exprimă dezacordul legat de aspectul unui produs sau al unui serviciu. Clientul este interesat de produs dar i se pare că ceva nu corespunde cu dorința

sa. Obiecțiile pot fi clasificate în obiecții fondate și obiecții nefondate. Atunci când obiecția se referă la o nevoie care nu poate fi satisfăcută de produs, ea este fondată, altfel este nefondată. Față de obiecțiile prezentate, vânzătorul trebuie să aibă următoarea atitudine:

- să lase clientul să exprime în întregime obiecția;
- să-l asculte pe client arătându-i considerație și înțelegere ;
- să reformuleze pentru a verifica înțelegerea obiecției, pentru a-i arăta clientului că îl ascultă și pentru a-și asigura timp de reflexie;
- să răspundă minimizând sau compensând obiecția dacă este fondată sau argumentând în cazul unei obiecții nefondate.

Strategia pentru a răspunde la o obiecție întemeiată este de a reformula obiecția, ulterior a minimiza (amintind avantajele deja acceptate de client) sau a compensa (i se amintesc alte calități ale produsului).

Strategia pentru a răspunde unei obiecții nefondate este de a pune întrebări pentru a confirma existența nevoii, ulterior de a prezenta argumente structurate și ordonate.

Atitudinea generală trebuie să fie neagresivă chiar dacă discuțiile devin câteodată mai aprinse. Nu trebuie să se răspundă niciodată prin contrazicere.

Răspunsurile la obiecții , în principal, pot fi:

- răspunsul de tip „sprijin pe obiecție ”, care înseamnă să căutăm un contraargument chiar în obiecție;
- compensarea, care înseamnă a prezenta alte avantaje ale produsului, minimizând cu adjective potrivite defectul pe care este construită obiecția întemeiată;
- selecția, care înseamnă alegerea dintre mai multe obiecții pe cea la care se poate răspunde mai ușor;
- diversiunea, care înseamnă încercuirea interlocutorului prin întrebări la care trebuie să răspundă afirmativ contrazicându-se;
- anecdota, care înseamnă a-i povesti o istorioară legată de alți clienți, de același produs, și de consecințele refuzului cumpărării. I se arată cât de irațională este obiecția;
- umorul.

Obiecțiile curente

Acestea se referă în special la probleme financiare, logistice, strategice și afective. Par importante în contextul în care sunt satisfăcute obiecțiile strategice. Ele se referă la lipsa mărcii și a notorietății, lipsa informației asupra performanței produsului, absența suportului publicitar, neconformitatea poziționării.

Studii efectuate pe comportamentele negative ale cumpărătorilor au arătat că principalele obiecții sunt în legătură cu 4 categorii și anume: produsul (oferta), încrederea, banii și timpul.

Un caz aparte este constituit din obiecția la o reclamație a clientului. Reclamația însăși se înrudește cu obiecția, dar nu este propriu zis o obiecție deoarece nu se întemeiază pe un eveniment aleator datorat ignoranței sau fricii. Reclamația este întemeiată întotdeauna pe un eveniment care s-a produs recent în mod sigur. De orice fel ar fi cel care vinde marfa trebuie să ia cât mai în serios reclamația și să o trateze după regulile expuse pentru respingerea obiecțiilor.

5.4. Prezentarea ofertei generale de produse și servicii aferente vânzării

5.4.1. Modalități specifice de prezentare a produselor și serviciilor

Experiența comercială indică că nu există o prezentare perfectă a mărfurilor ci diverse posibilități, adecvate unor obiective stabilite anterior. Nu este suficient - cum se întâmplă adesea - să se încarce cu mărfuri rafturile, stenderele etc. Trebuie ca prezentarea lor în cadrul acestora să fie activă, fiindcă regula fundamentală în organizarea interioară a unui magazin este regula de bază a merchandising-ului: "a se substitui o prezentare activă unei prezentări pasive".

Etalarea mărfurilor în sala de vânzare urmărește să asigure o abundență de mărfuri, o varietate cât mai mare și nu evidențierea unei anumite categorii de mărfuri. Această abundență nu trebuie să dea senzația de îngrămădeală sau dezordine; dimpotrivă, mărfurile vor fi expuse cât mai estetic în funcție de caracteristicile lor merceologice: proprietăți fizico-chimice, mod de ambalare, culoare, formă, dimensiuni etc.

Un alt obiectiv al etalării este acela al asigurării unei circulații activă a clienților care să permită acestora cuprinderea întregii suprafețe a magazinului și contactul direct cu marfa. Prezentarea mărfurilor se face și în funcție de forma de vânzare adoptată.

Practica demonstrează că fiecare metodă de vânzare are avantajele și inconvenientele sale, un magazin putând să-și aleagă o anumită formă de vânzare în funcție de specificul produselor pe care le comercializează. Așa, de exemplu, un raion destinat articolelor pentru meșteșuguri (articole de bricolaj) nu poate fi în totalitate amenajat pentru autoservire, deoarece clientul are deseori nevoie de sfaturile unui specialist. Problema care se pune este, deci, de a determina metoda de vânzare cea mai adecvată și cea mai rentabilă pentru fiecare produs. Astfel, pentru un efect mai mare asupra cumpărătorului se au în vedere următoarele:

- se vor expune toate sortimentele de mărfuri existente în magazin;
- asigurarea unor cantități suficiente de mărfuri, corespunzătoare frecvenței cererii cumpărătorilor;
- se va expune o cantitate suficientă din fiecare produs pentru ca acesta să fie vizibil (studiile arată că este nevoie de cel puțin 3 unități din același produs pentru ca acesta să fie observat de clienți);
- se poate realiza o concentrare în același loc a produselor aparținând aceluiași producător (produse cu aceeași marcă). Se obține astfel un impact mai puternic asupra consumatorului prin efectul de masă.
- aranjarea mărfurilor se face pe categorii înrudite între ele ca utilizare;
- în funcție de specificul mărfurilor etalarea se face pe articole, iar în cadrul acestora pe mărimi, culori, formă, model, preț, caracteristici de utilizare, grupe tematice;
- prezentarea mărfurilor se va face și în funcție de cererea acestora, în acest scop ele fiind grupate în mărfuri foarte solicitate, mărfuri curente și mărfuri cu vânzare lentă;
- așezarea mărfurilor cu o frecvență mare de cumpărare în apropierea rezervei de mărfuri;
- pentru mărfurile care necesită o informare suplimentară cu privire la partea tehnică și performanțe este necesar ca acestea să fie prezentate prin panouri, afișe, etichete, în care să se evidențieze caracteristicile și parametri tehnico-funcționali;
- pentru mărfurile ce necesită o prezentare directă se vor amenaja spații speciale pentru demonstrații (aparate electrocasnice și electronice);
- pentru unele produse, cum sunt cele electrocasnice și electronice, expunerea este indicat să se facă și în starea lor de funcționare;
- în colțurile sălii de vânzare pot fi expuse mărfuri de cerere zilnică, pentru a face și aceste puncte atractive;
- în expunerea mărfurilor o atenție deosebită se va acorda respectării regulilor de asociere a culorilor; astfel, în cadrul unor grupe de mărfuri (confecții, tricotaje) expunerea se face pe mărimi, în cadrul acestora pe modele, iar în cadrul fiecărui model pe nuanțe coloristice ;

- amplasarea mărfurilor cu volum mic și prețuri mari se va face în așa fel încât să li se asigure o supraveghere corespunzătoare;

- se va utiliza de preferință mobilierul adaptat tipului de produs (legume-fructe, textile, încălțăminte, cărți, jucării etc): etajere, paleți, coșuri, rafturi (modulare) de perete, vitrine, gondole, tejghele, standuri (rotative), etc.;

- amplasarea produselor pe diversele nivele se va face în funcție de potențialul de vânzare al fiecăruia. Diferitele polițe (nivele) ale mobilierului comercial nu au aceeași "valoare" comercială. Din acest punct de vedere se cunosc trei niveluri principale: nivelul la sol (1); nivelul din dreptul mâinilor (2); nivelul în direcția naturală a privirii (3). Nivelul (3) este cel mai „rentabil”, nivelul (2) are o rentabilitate medie, iar nivelul (1) are potențialul de vânzare cel mai slab.

Ținând cont de acest aspect se recomandă ca înălțimea medie să fie de 180-200 cm, nivel peste care percepția nu mai este posibilă. Doar rafturile sprijinite de pereții laterali ai magazinului pot depăși 2 m.

De fapt, problemele ce se pun în localizarea grupelor de mărfuri în cadrul magazinului sunt aceleași și în cazul localizării produselor din aceeași grupă de mărfuri pe o anumită unitate de prezentare (gondolă, raft, stender etc). Astfel, punerea în valoare a polițelor de la sol, care au, după cum s-a văzut, cea mai mică putere de „vânzare”, are aceeași semnificație - prin analogie - ca și vitalizarea așa ziselor „colțuri moarte” ale magazinului. De aceea, apare indicat ca la acest nivel să se localizeze: articolele de cerere curentă (așa-numitele produse „de apel”); produsele voluminoase; produsele al căror înscris pe ambalaj are o lizibilitate verticală; mici articole așezate în vrac (femeile apreciază această formă de prezentare); în același timp, polițele superioare vor trebui destinate articolelor de desfacere lentă, iar polițele mijlocii articolelor cu vânzare rapidă.

- aranjarea pe gondole va ține cont de masa și volumul produselor, calculându-se un grad optim de încărcare a mobilierului;

- articolele mari să fie amplasate în locuri care să nu stînjenească circulația în unitate la eliberarea lor;

- amplasarea articolelor mici (piper, ceai, țigări, ciocolată, cafea, bomboane, gumă de mestecat, etc.) în apropierea caselor pentru a fi sub supraveghere;

- articolele mărunte vor fi prezentate în cutii speciale sau folosind utilaje care permit etalarea în vrac ;

- capetele de gondolă sunt utilizate întotdeauna pentru promovarea anumitor produse deci nu pot fi privite ca o continuare a raionului respectiv. Se recomandă schimbarea lor la 10-15 zile pentru a le conserva impactul promoțional. Dacă organizarea interioară a unui magazin nu se poate schimba la intervale atât de reduse, capetele de gondolă au această capacitate deoarece ele sunt mijloace care pot sublinia reînnoirea, varietatea, ambianța comercială;

- produsele aparținând mai multor categorii vor fi prezentate începând cu clasa de lux, cea mai scumpă. Aceasta trebuie văzută mereu prima și considerată etalon; în comparație cu prețurile mari pentru produsele de lux prețurile celorlalte produse vor părea accesibile;

- în sectorul alimentar etalarea mărfurilor trebuie să dea impresia abundenței. Acestea vor fi grupate pe familii astfel încât să fie cât mai vizibile pentru cumpărători și vor fi amplasate în ordinea în care este obișnuit cumpărătorul să le aleagă;

- atribuirea unui loc stabil mărfurilor pentru a se asigura o ușoară orientare a cumpărătorilor, evitîndu-se schimbările zilnice ale locului ceea ce poate crea dezorientare și confuzie;

- produsele noi cât și cele mai puțin cunoscute se recomandă să fie prezentate pe câte o gondolă separată (denumită gondola noutăților) iar cele la care se urmărește să se atragă atenția cumpărătorilor se așează pe rafturi și gondole la înălțimea de 1,20 — 1,60 m de la pardoseală.

- mărfurile se expun pe gondole și rafturi fără a se crea o anumită formă geometrică a expoziției (piramidă, paralelipiped etc.) pentru a nu crea reținere din partea cumpărătorilor în alegerea produselor. De asemenea, un raft nu va fi niciodată perfect aranjat deoarece se poate transmite ideea că produsul respectiv nu se vinde sau clienții pot încerca un sentiment de jenă în a strica ordinea impecabilă a aranjării.

- prezentarea unui articol (de exemplu, diferite modele de fuste) care necesită mai mulți purtători de mărfuri va avea linearul de expunere dispus pe ambele laturi ale unui culoar de circulație, formându-se o așa-numită "stradă sortimentală" care, într-o anumită măsură, are o atracție comercială similară cu aceea a unui mic "boutique" specializat. Rentabilitatea suprafeței de vânzare este condiționată de lungimea linearului văzut de client. O rentabilitate ridicată presupune apropierea, cât mai mult posibil, a linearului perceput de către client de lungimea linearului total al magazinului. Într-un magazin ideal linearul văzut de către client are foarte mari șanse de a fi egal cu linearul parcurs: clientul trece „forțat” prin fața tuturor produselor expuse. Acestea vor fi în totalitate percepute dacă se alternează prezența produselor de apel pe cele două laturi ale aleilor de circulație. Astfel toate celelalte produse au mari șanse de a fi văzute, pentru că privirea este solicitată uniform de către cele două laturi ale aleii.

- articolele de sezon și așa-numitele mărfuri "de efect" vor fi oferite pe suporturi speciali instalați în zone cu un trafic intens al clienților.

- se va asigura o prezentare estetică a mărfurilor.

În concluzie, aceste reguli generale trebuie să fie luate în considerare și să fie adaptate fiecărui caz particular pe care-l constituie un magazin, ținând seama de comportamentul de cumpărare a clientului și de structura asortimentului comercializat

Pentru utilizarea intensivă a suprafețelor de vânzare se va folosi întreaga capacitate de expunere a rafturilor și gondolelor practicându-se după caz sistemul prezentării orizontale și verticale

Prezentarea orizontală a mărfurilor constă în a atribui unei familii de produse un nivel întreg (o poliță) de expunere a mobilierului.

Avantajele prezentării orizontale:

- evită dispersarea atenției clienților între diferite nivele ale gondolei;

- se poate folosi valoarea de prezentare a diferitelor nivele, localizând la nivelul ochilor și mâinilor produsele cele mai rentabile, iar la nivelele inferioare produsele de apel (cerere curentă), cu prețuri scăzute pe care clienții le caută și pentru care vor face efortul de a se apleca. În prezentarea orizontală produsele care se găsesc la nivelul solului sunt defavorizate, de aceea se recomandă să fie schimbată adesea dispunerea produselor.

- facilitează observarea, mișcarea capului fiind naturală și facilă, de la dreapta la stânga și invers, de sus în jos;

- raionul va fi format dintr-o suită de mici "boutique-uri" perfect delimitate, ceea ce dă impresia de claritate și de precizie în alegere.

- se poate realiza clasarea articolelor în ordinea crescătoare a prețurilor de vânzare în raport cu sensul circulației clienților; clienții iau cunoștință dintr-o singură privire de întreaga familie de produse și pot să efectueze fără dificultate comparații între mărci, în funcție de prețuri.

Prezentarea verticală constă în dispunerea unei familii de articole sau a unui singur produs pe toate nivelurile gondolei.

Prezentarea verticală este preferabilă celei orizontale din următoarele rațiuni:

- frânează deplasarea clienților, căci aceștia sunt obligați să parcurgă cu ochii toată înălțimea mobilierului de vânzare pentru a descoperi produsul căutat. Datorită acestui fapt, anumite produse, a căror cumpărătură nu era prevăzută, sunt reperate, favorizându-se, astfel, cumpărăturile de impuls;

- permite prezentarea produselor din aceeași familie ținând seama de gradul lor de rentabilitate; de exemplu, se amplasează la nivelul ochilor articolele cu o vânzare relativ lentă, în timp ce pe polițele inferioare se vor plasa produsele de apel, pe care clienții le caută ;

- permite unui produs să fie prezent la fiecare nivel de vânzare: clientul percepe produsul la nivelul ochilor și îl cumpără de la nivelul mâinii sale;
- amenajarea verticală dă impresia de ordine și de luminozitate;
- permite o mai mare rapiditate în perceperea articolelor în linear.

Alte tipuri de prezentare a mărfurilor

Prezentarea mixtă este o combinație între prezentarea verticală și orizontală având drept scop ameliorarea rentabilității nivelelor extreme ale gondolelor.

Prezentarea în fereastră constă în înconjurarea unui produs nou pentru care se urmărește stimularea vânzării de către un altul, bine cunoscut publicului, încercându-se să se creeze o suprafață de atracție vizuală globală

Prezentarea în panou constă în segmentarea suprafeței de prezentare prin diferențierea volumelor și formatelor. Articolele mici, plasate pe suporturi obligă clienții să se apropie de gondolă și astfel manifestă o mai mare putere de atracție la nivelele joase.

Prezentarea concavă constă în dispunerea produselor sub formă de arc de cerc. În aceste prezentări moderne, discontinuitățile apărute în lungimile rafturilor sunt esențiale, întrucât privirea clienților este atrasă de aceste lipsuri strategice.

Prezentarea în vrac poate fi ocazională, pentru a pune în valoare o promoție sau sistematică, pentru anumite tipuri de produse. Prezentarea în vrac se practică pentru produse comune și se apropie de expunerea produselor în piețele tradiționale. Se folosesc mijloace de expunere la nivelul solului ceea ce dă impresia de produse naturale și cu prețuri scăzute. Prezentarea în vrac este economică pentru comerciant, eliminându-se o serie de cheltuieli cu materialele de prezentare și etichetare.

5.4.1.1. Etalarea mărfurilor în vitrine

Vitrina este un spațiu special amenajat de regulă în cadrul fațadei unui magazin în cadrul căreia se realizează o miniexpoziție a mărfurilor existente în unitate. Vitrina este unul din elementele exterioare care transmit la modul cel mai eficient mesaje în legătură cu asortimentul și calitatea mărfurilor.

Vitrina este un gen de carte de vizită a comerciantului, un element al imaginii firmei ilustrând modul original de concepție a magazinului. În același timp este un instrument promoțional acționând asupra comportamentului trecătorului, atrăgând atenția, stimulând dorința de a intra, de a vedea, de a cumpăra.

O vitrina se organizează pe ideea unui mic spectacol, a unei desfășurări ingenioase de lumină și culoare. Poate fi chiar o secvență desprinsă din realitate, surprinzând prin franchețea reprezentărilor. Armonia, echilibrul sau dimpotrivă contrastul izbitor pot fi tot atâtea dimensiuni fundamentale ale unei vitrine.

Aranjarea spațiului disponibil al unei vitrine este într-o anumită măsură un gest de artă care respectă regulile impuse de practica merchandisingului.

Vitrinele clasice care se supun esteticii clasice au formă dreptunghiulară, aspect care pune cel mai bine în valoare obiectele cuprinse în interior. Mărfurile trebuie prezentate în cea mai bună formă cu putință.

Etalarea estetică este o rezultată a combinării diverselor elemente astfel încât să se obțină efecte cât mai plăcute.

Spațiul. Etalarea se realizează în spațiul întregii vitrine. Dispunerea produselor trebuie să se facă astfel încât să asigure cea mai bună vizibilitate; în acest scop, în aranierea materialului expus se utilizează diferite forme de linii:

- linia verticală, care subliniază forța și soliditatea;
- linia orizontală, sinonimă cu odihna, calmul și liniștea;

- linia oblică care antrenează mișcarea, viața, mobilitatea;
- linia frântă, simbol al dinamismului;
- linia curbă, simbol al eleganței, rafinamentului, nobleței.

Utilizarea spațiului se face prin forme simple, neîncărcate, cu eleganța și eficiență.

Culoarea. Etalarea fiind o compoziție vizuală folosește culoarea ca un mijloc deosebit de eficace. Se folosesc atât culorile calde (roșu, portocaliu, vernil) care „vin” mai în față, dar și culorile reci (albastru, verde) care se „duc” spre fundalul vitrinei. Culorile închise, puternice, atrag atenția în mod deosebit dar ele vor fi folosite în mod limitat sau vor fi combinate cu alte culori mai slabe. Prea multe culori puternice vor distrage privirea de la produse. Produsele mai scumpe trebuie prezentate în culori mai reci sau în combinații la modă. Produsele cu prețuri mai joase pot fi prezentate în aranjamente de culori mai luminoase. Culorile luminoase sunt plăcute pentru ochi și dau impresia de adâncime și mărime. Culorile închise par să micșoreze spațiul. Culorile calde (galben, portocaliu) sunt atrăgătoare. Ele atrag privirea asupra produselor și le scot în evidență. Culoarea galbenă poate fi însă percepută eronat deci se recomandă folosirea cu prudență a acestei culori în vitrine. Culorile reci (albastru și verde) sunt clare și calme și par să mărească spațiile.

Se poate folosi și numai o singură culoare. Prin acest procedeu se creează un șoc psihologic interesant, dar realizarea este mai dificilă. La alegerea culorilor se va urmări obținerea unei unități de expresie față de tematică, ținând cont de semnificațiile psihologice ale fiecăruia și rezonanțele lor afective. De exemplu: albastru exprimă liniștea, calmul, în timp ce roșul este mai activ, mai dinamic. La produsele vii colorate cum sunt cele de parfumerie, cosmetice, chimicale, mase plastice etc. se urmărește realizarea unei ritmicități a tonurilor, suprafețelor și contrastelor.

Contrastele, de asemenea, atrag privirea, dar un contrast prea puternic poate fi supărător și este cel mai bine să fie folosit pentru porțiuni restrânse. În general, o culoare trebuie să domine aranjamentul; alte culori ajutătoare pot fi folosite pentru a crea un decor atrăgător.

Lumina. Culorile, materialele utilizate sunt bine puse în evidență de o lumină bine aleasă, care nu stânjenește privirea celor interesați. Felul mărfurilor prezentate impune diferite grade de iluminare. De exemplu, în vitrinele unde se expun mărfuri de culoare închisă și fără luciu (articole textile) este necesară o lumină mai puternică. Comparativ, obiectele cu fețe lucioase și vii colorate (bijuterii, articole de parfumerie) nu sunt iluminate tot atât de puternic. Toate inscripțiile din vitrină trebuie să fie astfel iluminate, încât să se asigure citirea lor cu ușurință. Se poate folosi atât iluminatul de fond fluorescent, cât și spoturile luminoase dirijate.

Decorul. Evidențierea unei mărfi poate declanșa trecătorului emoții capabile să-i fixeze interesul. Decorul, prin modul de prezentare a produselor etalate, are un rol activ. Acest efect specific, obținut prin diferite combinații pe o anumită tematică, creează ambianța necesară și dirijează privirea către articolele etalate. Culoarea materialelor folosite pentru obținerea decorului trebuie armonizată cu nuanța culorilor produselor etalate, ținând seama că marfa este cea care trebuie pusă în valoare.

Pentru obținerea unei etalări eficiente a mărfurilor în vitrine se recomandă realizarea următoarelor cerințe:

- selecționarea cu multă grijă a produselor ce urmează a fi expuse, evitându-se prezentarea unui număr prea mare de articole;
- gruparea produselor în jurul materialelor informaționale;
- fiecare produs etalat să constituie un punct de atracție;
- etalarea să fie echilibrată, logică, cu mesajul publicitar ușor perceptibil;
- să formeze un punct de sprijin realizat prin diferite grupaje de materiale decorative, prin îmbinarea unor elemente mobile sau prin efecte de lumină;
- etalarea pe grupe de utilități, pentru a le identifica cu ușurință;
- etalarea pe orizontală a produselor grele sau cu volum mare, linia orizontală întrerupându-se

prin pauze de decor pentru a evita monotonia;

- dotarea pe verticală asigură sesizarea tuturor tipodimensiunilor la sortimentele expuse;
- produsele trebuie dispuse la diferite înălțimi, ceea ce dă o impresie de relief și evită caracterul fix sau monoton. Ele trebuie să se situeze la trei niveluri de înălțime și de profunzime. Această dispunere dă un sentiment de perspectivă, iar vitrina devine mai animată. Este necesar ca fiecare vitrină să facă apel la toate resursele tehnice pentru ca decorul, articolele, culorile și punerea lor în spațiu să atragă din partea fiecărui trecător atenție, înțelegere, memorizare și credibilitate maxime.
- produsele cu ambalaje care au un aspect publicitar pronunțat se pot etala ambalate cu condiția ca cel puțin unul să fie dezambalat și prezentat în stare de funcțiune;
- produsele care prezintă accesorii (robotul de bucătărie, aspiratorul) se etalează împreună cu acestea, dispuse în așa fel încât să sugereze modul lor de folosire; iar produsele formate din mai multe subansamble se vor prezenta în stare asamblată (corpuri de iluminat, biciclete);
- perfectă stare de curățenie a tuturor produselor etalate și a întregii vitrine.

Modalități tehnice de realizare a etalării mărfurilor în vitrine:

- etalare - catalog;
- etalare - temă;
- etalare - documentară.

Etalarea-catalog. Se caracterizează prin mulțimea articolelor prezentate, evitându-se însă impresia de dezordine prin alegerea unui subiect de decor (o familie de produse sau asocierea unor produse pe modele și culori etc).

Etalarea-temă. Constă în realizarea unei vitrine plecând de la o idee de bază (sezonul, luna cadourilor, evenimente cultural-sportive etc).

Etalarea documentară. Are un anumit caracter tehnic, iar ca scop mai buna cunoaștere a unor produse, cu referire la particularitățile lor constructive și de funcționare, la unele performanțe tehnice și la modalitățile lor de folosire. Acest mod de prezentare se folosește cu prioritate la aparatele electrocasnice și electronice (prezentarea unei mașini de spălat vase sau a unei mașini de spălat rufe, însoțite de un desen cu schema automatismelor și cu afișarea caracteristicilor tehnice).

5.4.1.2 Publicitatea la locul vânzării

În concepția de tehnologie comercială este cuprinsă și reclama de interior care trebuie să asigure o bună informare a clienților care vizitează unitatea. Este incontestabil faptul că influențarea consumatorului va trebui să fie cu atât mai puternică cu cât acesta este mai nehotărât.

Publicitatea realizată în magazin are mari posibilități întrucât acesta este locul de etalare, prezentare și desfacere a mărfurilor, a contactului direct cu produsele și cu personalul magazinului.

Publicitatea la locul de vânzare constituie un ansamblu de elemente cu caracter publicitar care se folosesc în magazine pentru atenționarea, trezirea interesului și declanșarea dorinței de cumpărare din partea clienților.

În sens extins, toate imaginile și sunetele (mesajele) care se transmit clienților în ambianța specifică magazinului au rol publicitar mai mult sau mai puțin explicit determinând percepția și atitudinea generală, îndemnându-i să cumpere.

- **publicitatea prin afișaj** se face prin aplicarea în locuri strategice, de-a lungul căilor de circulație a clienților a materialelor informativ – publicitare sub formă de afișe, postere, panouri luminoase sau neluminoase.
- **publicitatea prin materiale tipărite** constă în plasarea la îndemâna clienților a diverse materiale editate - pliante, broșuri, cataloage de magazin în scopul

consultării și informării.

- **publicitatea prin marcă** constă prin amenajarea unui stand separat, special amenajat cu mobilier de prezentare, amplasarea de panouri cu marca respectivă, prezența însemnelor și a indicatoarelor purtătoare a mărcii;
- **publicitatea prin ambalaj** Ambalajul modern nu mai are doar rolul de a asigura protecția produsului, menținerea calității și integrității ci este un important instrument de promovare, fiind promotorul dialogului produs - client. Ambalajul preia arta vânzătorului determinând în mod hotărâtor decizia de cumpărare. Rolul ambalajului crește atunci când se asigură o bună îmbinare a prezentării ambalajului cu celelalte forme de publicitate.

Cerințele pentru un bun ambalaj sunt prezentate în continuare:

- să atragă atenția cumpărătorului;
- să permită identificarea în mod corect, clar și spontan a produsului;
- să fie ușor de recunoscut prin formă, culoare și grafică;
- să sugereze o idee precisă despre produs;
- schimbarea ambalajului să crească încrederea clienților tradiționali și să atragă noi clienți;
- să pună în evidență caracteristicile produsului; ambalajul trebuie să fie în primul rând imaginea calității produsului;
- să existe o perfectă concordanță între ceea ce prezintă și ceea ce conține pentru a nu duce în eroare consumatorul;
- să nu creeze impresia unei cantități mai mari la cumpărare;
- să fie purtător al textelor explicative, mărcii, imaginii și prețului produsului;
- să permită încadrarea produsului într-o grupă de referință cât și în universul mărcii pe care o poartă;
- să fie adaptat vânzării în masă în cazul produselor oferite prin autoservire liberă;
- să faciliteze transportul produsului;
- să garanteze igiena produsului, inclusiv în timpul utilizării;
- să fie ușor de utilizat (masă redusă, formă adecvată, sistem de închidere – deschidere simplu și eficient);
- să se încadreze cât mai bine în contextul locului de utilizare (culoare adaptată mobilierului, formă convenabilă manipulării, etc);
- să fie estetic
- să poată fi eventual refolosit (recipient și pentru alte produse);
- să fie ecologic (biodegradabil, reciclabil).

Publicitatea prin etichetare. Eticheta reprezintă un valoros element de informare și promovare. Pentru a-și îndeplini pe deplin rolul său funcțional, eticheta trebuie ca, pe lângă preț, să mai cuprindă și elemente referitoare la caracteristicile produsului, avantaje, materialele din care s-a obținut, modul de utilizare, etc.

Etichetele se vor realiza respectându-se o serie de condiții:

- dimensiunile vor fi relativ adaptate la marfa pe care o prezintă;
- materialul folosit este cartonul superior; forma se recomandă, cel mai adesea să fie dreptunghiulară;
- conținutul poate fi reprezentat de denumirea produsului și preț, la acestea adăugându-se unele caracteristici de calitate, avantaje, mod de utilizare etc.;
- etichetele de preț se realizează în nuanța bicoloră, fondul alb și prețul negru, iar când au loc reduceri de prețuri, prețul vechi nu se șterge ci se taie cu o linie roșie, indicându-se alături prețul nou;
- etichetele cu pronunțat caracter informativ se realizează folosind mai multe culori, ținându-se seama și de culoarea produsului pe care îl prezintă;
- textul de pe etichete trebuie să fie scurt, concis, inteligent redactat, scris corect și ușor lizibil.

Publicitatea prin expoziții de mărfuri în interiorul magazinului. Sunt recomandate expozițiile specializate pe o anumită grupă de mărfuri, înrudite din punct de vedere al destinației. Acestea se organizează într-un loc distinct, dotat cu mobilier adecvat cu asigurarea unui consistent material informativ pentru edificarea clienților .

Publicitatea prin demonstrații practice. Demonstrațiile practice au rolul de a pune în valoare utilitatea produsului. Pentru aceasta, în cadrul magazinului există un loc special amenajat și dotat tehnic unde se demonstrează pe viu funcționarea mărfurilor (aparaturilor) și performanțele pe care le au.

Deosebit de importante sunt demonstrațiile practice în cazul produselor noi. În acest fel se prezintă modul de utilizare, performanțele, avantajele pe care le au aceste produse față de cele existente, justificându-se astfel și diferența de preț.

Cea mai eficientă formă de publicitate la locul de vânzare este marfa însăși. Prin caracteristicile sale de calitate produsul în sine captează atenția, interesul, sporește încrederea clientului determinând decizia de cumpărare. Oricând este posibil, comerciantul trebuie să - i pună pe clienți în contact direct cu produsele pentru ca aceștia să se convingă asupra valorilor de întrebuintare.

5.4.2. Informarea clientilor cu privire la calitatea produselor

Garantarea calitatii este responsabilitatea juridica si economica a producatorului si a unitatii comerciale in fata consumatorului, intr-o perioada de timp prestabilita.

Reglementarile din tara noastra prevad 3 modalitati de garantarea calitatii : termenul de garantie, termenul de valabilitate si durata de utilizare normata.

Termenul de garantie – este limita de timp, care curge de la data dobândirii produsului sau serviciului, pana la care producatorul sau prestatorul isi asuma responsabilitatea remedierii sau inlocuirii produsului ori serviciului achizitionat, pe cheltuiala sa, daca deficiențele nu sunt imputabile consumatorului. Este specific produselor de folosinta indelungata (masina de spalat, televizor, automobil, etc). Momentul inceperii termenului de garantie este data vanzarii produsului catre client. Perioadele de reparatii se scad din termenul de garantie.

Perioada de utilizare normata este intervalul de timp, stabilit in documente tehnice normative sau declarat de catre producator ori convenit intre parti, in cadrul caruia produsele de folosinta indelungata trebuie sa isi mentina caracteristicile functionale, daca au fost respectate conditiile de transport, manipulare, depozitare si exploatare. Este specifica mijloacelor fixe care au o anumita valoare de inventar(stabilita prin lege) si o durata de functionare normata.

Termenul de valabilitate este limita de timp, stabilita de producator, pana la care un produs perisabil sau un produs care in scurt timp poate prezenta un pericol imediat pentru sanatatea consumatorului isi pastreaza caracteristicile specifice (aspect, gust, miros, consistenta, etc.), daca au fost respectate conditiile de transport, manipulare, depozitare si pastrare; pentru produsele alimentare acesta reprezinta data limita de consum. Momentul inceperii este data de fabricatie si se inscrie pe ambalajele individuale ale produselor. Este specific produselor alimentare, chimice, cosmetice, materiale fotosensibile, medicamente, etc.

Livrarea produselor de la depozit la magazine trebuie sa se faca in primele 2/3 din termenul de valabilitate pentru a avea timpul necesar vanzarii inainte de expirare.

Comercializarea produselor cu termen de valabilitate expirat este interzisa si se pedepseste conform legii.

In tara noastra **Autoritatea Nationala pentru Protectia Consumatorilor** coordonează și realizează strategia și politica Guvernului în domeniul protecției consumatorilor, acționează pentru prevenirea și combaterea practicilor care dăunează vieții, sănătății, securității și intereselor economice ale consumatorilor. Autoritatea eficientizează

activitatea statului în materie de protecție directă și indirectă a consumatorilor prin cercetarea pieței, informarea și educarea consumatorilor și întărirea capacității decizionale. Autoritatea Națională pentru Protecția Consumatorilor își desfășoară activitatea în conformitate cu actele normative din domeniul său de activitate.

Ordonanța nr. 21/1992 (republicată și actualizată) privind protecția consumatorilor prevede ca statul, prin mijloacele prevăzute de lege, protejează cetățenii în calitate de consumatori, asigurând cadrul necesar accesului neîngrădit la produse și servicii, informării lor complete despre caracteristicile esențiale ale acestora, apărării și asigurării drepturilor și intereselor legitime ale persoanelor fizice împotriva unor practici abuzive, participării acestora la fundamentarea și luarea deciziilor ce îi interesează în calitate de consumatori.

Prevederile prezentei ordonanțe se aplică la comercializarea produselor noi, folosite sau recondiționate și a serviciilor destinate consumatorilor, cu excepția produselor care se comercializează ca antichități și a produselor necesare a fi reparate sau recondiționate pentru a fi utilizate, cu condiția ca agentul economic să informeze cumpărătorul despre aceasta.

Principalele drepturi ale consumatorilor prevăzute în Ordonanța 21/1992 sunt:

a) de a fi protejați împotriva riscului de a achiziționa un produs sau de a li se presta un serviciu care ar putea să le prejudicieze viața, sănătatea sau securitatea ori să le afecteze drepturile și interesele legitime;

b) de a fi informați complet, corect și precis asupra caracteristicilor esențiale ale produselor și serviciilor, astfel încât decizia pe care o adoptă în legătură cu acestea să corespundă cât mai bine nevoilor lor, precum și de a fi educați în calitate de consumatori;

c) de a avea acces la piețe care le asigură o gamă variată de produse și servicii de calitate;

d) de a fi despăgubiți pentru pagubele generate de calitatea necorespunzătoare a produselor și serviciilor, folosind în acest scop mijloace prevăzute de lege;

e) de a se organiza în asociații pentru protecția consumatorilor, în scopul apărării intereselor lor.

Vânzătorul este obligat să livreze consumatorului produse care sunt în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare.

Se consideră că produsele sunt în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare dacă:

- corespund descrierii făcute de vânzător și au aceeași calitate ca și produsele pe care vânzătorul le-a prezentat consumatorului ca mostră sau model;

- corespund oricărui scop specific solicitat de către consumator, scop făcut cunoscut vânzătorului și acceptat de acesta la încheierea contractului de vânzare-cumpărare;

- corespund scopurilor pentru care sunt utilizate în mod normal produsele de același tip;

- fiind de același tip, prezintă parametri de calitate și performanțe normale, la care consumatorul se poate aștepta în mod rezonabil, date fiind natura produsului și declarațiile publice privind caracteristicile concrete ale acestuia, făcute de vânzător, de producător sau de reprezentantul acestuia, în special prin publicitate sau prin înscriere pe eticheta produsului.

Vânzătorul este răspunzător față de consumator pentru orice lipsă a conformității existentă la momentul când au fost livrate produsele.

În cazul lipsei conformității, consumatorul are dreptul de a solicita vânzătorului să i se aducă produsul la conformitate, fără plată, prin reparare sau înlocuire, sau să beneficieze de reducerea corespunzătoare a prețului ori de rezoluțiunea contractului privind acest produs.

Consumatorul poate solicita o reducere corespunzătoare a prețului sau rezoluțiunea contractului în oricare dintre următoarele cazuri:

- dacă nu beneficiază nici de repararea, nici de înlocuirea produsului;

- dacă vânzătorul nu a luat măsura reparatorie într-o perioadă de timp rezonabilă;

- dacă vânzătorul nu a luat măsura reparatorie, fără inconveniente semnificative pentru consumator.

Garanția produsului este obligatorie din punct de vedere juridic pentru vânzător, în condițiile specificate în declarațiile referitoare la garanție și în publicitatea aferentă. Trebuie să cuprindă mențiuni cu privire la drepturile conferite prin lege consumatorului și să ateste în mod clar că aceste drepturi nu sunt afectate prin garanția oferită. Garanția trebuie să precizeze elementele de identificare a produsului, termenul de garanție, durata medie de utilizare, modalitățile de asigurare a garanției - întreținere, reparare, înlocuire și termenul de realizare a acestora, inclusiv denumirea și adresa vânzătorului și ale unității specializate de service ; trebuie redactată în termeni simpli și ușor de înțeles.

5.5. Comunicarea pretului produselor si serviciilor aferente vanzarii

5.5.1. Tipuri de preturi ale produselor si serviciilor

Modul de stabilire a preturilor variaza de la o întreprindere la alta. Unele întreprinderi urmeaza pur si simplu pretul pietei, deci iau în calcul doar influenta concurentei în alegerea strategiei de pret, în timp ce alte întreprinderi determina costul produsului respectiv si în functie de acesta stabilesc pretul. Un alt factor care este în general luat în considerare la stabilirea pretului unui produs este cererea înregistrata pentru produsul respectiv. În cazul a doua produse identice, consumatorul îl va alege pe cel mai ieftin. Cu cât pretul impus de o întreprindere este mai mare, cu atât scad sansele ca produsul respectiv sa fie ales de mai multi consumatori.

La stabilirea nivelului preturilor întreprinderea se poate ghida dupa costuri, dupa cerere si dupa concurenta:

- **orientarea dupa costuri** este cea mai elementara metoda de calculare a pretului si presupune ca pretul sa acopere integral costurile si sa permita obtinerea unui profit;

- **orientarea dupa concurenta** - concurenta joaca un rol important în stabilirea nivelului de pret si implica si o doza de risc. Daca întreprinderea hotaraste sa ridice pretul la un produs iar concurenta nu urmeaza aceasta tendinta, produsul poate fi scos astfel în afara pietei. Pe de alta parte, daca se opteaza pentru o reducere de pret si concurenta se decide pentru o reducere si mai mare la produsele proprii, se poate ajunge la un adevarat razboi al preturilor care nu aduce profituri nici unei parti;

- **orientarea dupa cerere** - este mai putin utilizata, intervenind de obicei când cererea devanseaza oferta si atunci pretul este superior celui calculat în functie de costuri. Bineînțeles, atunci când oferta este mai mare decât cererea, pretul va fi diminuat corespunzator.

Mai pot fi utilizate si alte metode de stabilire a preturilor:

- metoda venitului - presupune stabilirea unui nivel anume al eficientei a investitiei ce va fi asigurat prin pret ;

- metoda valorii percepute - bazata pe ideea: un pret mai mare pentru o calitate superioara este adoptata de producatorii care vad în modul de percepere a valorii de catre cumparatori baza stabilirii preturilor. Este utilizata de întreprinderile care urmaresc crearea unei anumite imagini produsului lor care va atrage cumparatori dispusi sa cheltuiasca sume mari de bani pentru procurarea acestora ;

- metoda valorii - practicata de producatorii care folosesc un pret scazut pentru o oferta de înalta calitate.

Prețul este o sumă de bani pe care cumpărătorul o acceptă și este dispus să o acorde vânzătorului în schimbul produsului sau serviciului cumpărat.

Prețul este singura variabilă de marketing direct generatoare de profit și, în același timp singura care nu necesită investiții și cheltuieli, altele decât studiile de piață ; poate fi modificat rapid, spre deosebire de celelalte componente ale mixului de marketing, iar

schimbările de preț atrag de regulă un răspuns imediat din partea pieței ;in același timp este și componenta mixului de marketing mai puțin controlabilă de către întreprindere

Rolul și importanța prețului în mixul de marketing variază în funcție de situația concretă în care întreprinderea acționează, de specificul pieței pe care aceasta evoluează. În unele cazuri, acesta poate avea un rol hotărâtor în realizarea obiectivelor întreprinderii, în altele însă are o contribuție mai puțin importantă. Se constată, în ultimul timp, o creștere a rolului prețului în politica de marketing a întreprinderilor.

Este unanim acceptat faptul că, în prezent, prețul nu mai reprezintă, pentru întreprinderi, o variabilă exclusiv exogenă, puțin controlabilă sau chiar necontrolabilă, el transformându-se în parte integrantă, în element component al instrumentarului obișnuit al acestora.

Cele mai strânse legături ale prețului sunt cu produsul, el reprezentând de altfel una din componentele acorporale (uneori cea mai importantă) ale acestuia. Răspunzând unei strategii de piață care prevede concentrarea activității de desfacere pe un anumit segment de piață, produsul va avea anumite caracteristici, dar și un nivel al prețului corespunzător exigențelor și nevoilor consumatorilor potențiali care alcătuiesc segmentul respectiv.

Corelația dintre politica de preț și cea de distribuție se realizează, de asemenea, pe baza unei strategii de piață comune. Trăsăturile și obiectivele acesteia condiționează dimensiunile canalelor de distribuție, formele de comercializare practicate. Între aceste elemente ale procesului de distribuție și preț se stabilesc o serie de corespondențe: pe de o parte, prețul trebuie să recompenseze, prin nivelul său, eforturile aparatului de distribuție, iar pe de altă parte el se va corela cu specificul destinatarilor distribuției.

O legătură puternică există și între politica de preț și politica promoțională. Aceste două componente ale mixului de marketing se sprijină reciproc, rezultând combinații dintre cele mai reușite din punct de vedere al rezultatelor economice (de exemplu reduceri promoționale de preț). De altfel, nu de puține ori chiar prețul reprezintă un obiect al activității promoționale .

Categoriile de preturi

1. **Prețuri fixe sau unice** stabilite pe bază de negocieri;
2. **Prețuri diferențiate** („discrimination prices”) în funcție de anumite criterii (geografice, categorii de consumatori, momentul și locul vânzării etc.);
3. **Prețuri corelate cu mixul de produse:** în acest caz se stabilește un preț pentru produsul convențional, corespunzător unei linii de produse. Din această categorie fac parte:
 - prețurile captive: utilizate în cazul produselor asociate în consum;
 - prețurile pentru ofertele pachet de produse;
 - prețurile pentru produsele derivate;
 - prețurile asociate, pentru produsul de bază și anumite servicii.
4. **Prețuri psihologice:** stabilirea mărimii acestor prețuri are la bază răspunsurile la două întrebări:
 - care este prețul minim pentru care considerați că produsul este de o calitate slabă?
 - care este prețul maxim peste care apreciați că produsul este prea scump?

Din categoria prețurilor psihologice fac parte:

- prețul de prestigiu: este un preț înalt care promovează imaginea de calitate a produsului;
- prețul lider;
- prețul „momeală”;
- prețul magic (terminat în cifra 9);

5. **Prețuri promoționale:** sunt prețuri joase, având drept obiectiv promovarea produsului. Alegerea unei politici de preț constă în a opta pentru o atitudine fondată, în principal, pe costuri, cerere sau concurență.

obiective	atitudine dominantă
de volum(cifra de afaceri, cota de piață, creșterea vânzărilor)	în funcție de cerere
de profit(profitul, rentabilitatea capitalurilor investite)	în funcție de cost
de concurență (stabilirea prețului, alinierea prețului la piață sau la lider, competiția “non-price”)	în funcție de concurență

Factorii de influență ai nivelului prețurilor

Factorii care își pun amprenta asupra stabilirii prețurilor, respectiv a deciziilor referitoare la preț au fost grupați în două categorii, și anume: factori interni și externi întreprinderii:

din categoria factorilor interni fac parte:

- obiective organizaționale și de marketing;
- obiective de preț;
- strategia de marketing;
- costurile;
- alte variabile ale mixului de marketing.

din categoria factorilor externi fac parte:

- cererea;
- concurența;
- percepția cumpărătorului;
- membrii canalului de marketing;
- alți factori ai mediului extern al întreprinderii.

O altă clasificare a factorilor ce își exercită influența asupra prețurilor este următoarea :

- factori interni ai pieței: cererea, oferta, caracteristicile pieței;
 - factori externi ai pieței: conjunctura economică, politicile de marketing practicate la un moment dat, conjunctura politică etc.;
 - factori subiectivi: psihologia publicului, influențele exercitate de mediul social etc.
- Factorii de mediu ce influențează prețul unui produs sunt, la rândul lor, extrem de numeroși:

- factorii economici: inflația, fazele ciclului economic, efectul Griffen (în perioadele de criză cumpărătorii se orientează spre bunurile de folosință curentă, renunțând, mai ales, la bunurile de folosință îndelungată) și alții;
- factorii politico-juridici: politica fiscală, reglementările legale referitoare la stabilirea prețurilor și a reducerilor de preț;
- factorii tehnologici: sofisticarea modului de plată, variabilele de distribuție etc.;
- factorii socio-culturali: sistemul de valori ce guvernează societatea, efectul Veblen (un efect de snobism, conform căruia un produs cu preț ridicat poate să certifice apartenența cumpărătorului / consumatorului acestuia la un anumit grup social.

Așa cum produsul este definit ca un ansamblu de elemente corporale și acorporale, prețul, la rândul său, se află sub influența a două categorii de factori:

tangibili (calitatea, de exemplu) și intangibili (marca, de exemplu).

Unii specialiști consideră că cei mai importanți factori ce influențează formarea prețurilor sunt factorii economici, între care se remarcă: cererea pentru produsul respectiv, costul acestuia, nivelul calitativ, etapa din ciclul de viață în care se află produsul, concurența,

strategia de distribuție și cea promoțională etc.

Dintr-o altă perspectivă de abordare, factorii care-și exercită influența asupra prețurilor pot fi grupați în următoarele categorii:

- concurența;
- intermediarii;
- furnizorii;
- restricțiile guvernamentale.

Fundamentarea strategiei de preț la nivelul întreprinderii, astfel încât să se poate asigura un nivel optim între resursele cheltuite și rezultatele obținute, trebuie făcută prin parcurgerea anumitor etape :

Nivelul prețurilor, de care de cele mai multe ori depinde pătrunderea produselor în consum, poate fi considerat criteriul dominant de alegere a variantelor strategice. Orice invocare a prețului privește în primul rând nivelul acestuia și abia apoi alte caracteristici ale sale sau ale produsului corespunzător. Variantele strategice corespunzătoare acestui criteriu sunt:

1. **Strategia prețurilor înalte – orientate după concurență**

Printre principalele tipuri de prețuri înalte pe care întreprinderea le poate utiliza se numără: prețurile de fructificare avantajului de piață (sau prețuri de smântânire – *skimming prices*), prețurile de marcă, prețuri cu rol de protecție (*umbrella prices*) sau prețuri pentru performanțe de excepție (*premium prices*).

2. Strategia prețurilor moderate - orientate după cerere - are drept principală formă de manifestare prețurile psihologice („momeală” sau „magice”).

3. Strategia prețurilor scăzute- orientate după costuri - permite utilizarea unor tipuri variate de preț, precum prețurile promoționale (*promotional prices*), prețurile de descurajare (*keep-out prices*), prețurile de pătrundere pe o nouă piață (*penetration prices*).

Gradul de diversificare a prețurilor practicate este un alt criteriu de diferențiere a strategiilor, strâns legat de criteriul anterior. În funcție de gradul de diversificare sortimentală a produselor cu care se adresează pieței și de gradul de omogenitate a acesteia din urmă, firma își poate propune folosirea unei palete de prețuri de largimi diferite. Opțiunea ei în această privință este vizibil condiționată de strategia de produs și implicit de cea de piață. Variantele pe care le are la dispoziție întreprinderea, vizează strategia:

1. Prețurilor relativ stabile
2. Prețurilor modificate frecvent

Gradul de mobilitate a prețului, stabilitatea lui în timp, reprezintă un ultim criteriu analizat care diferențiază strategiile întreprinderilor. Este vorba de măsura în care stabilitatea ori mobilitatea prețurilor poate fi decisă sau măcar influențată de întreprinderile în cauză. Variantele strategice care rezultă în urma acestui criteriu sunt:

1. Strategia prețurilor cu mobilitate ridicată
2. Strategia prețurilor cu mobilitate medie
3. Strategia prețurilor cu mobilitate scăzută

5.5.2. Comunicarea pretului clientilor

Noțiunea de preț poate părea clară oricui la prima vedere, dar în realitate aceasta acoperă două alte noțiuni aproape contradictorii, adică valoarea produsului și costul produsului. Atunci când clientul vorbește despre preț, el de fapt se referă la valoarea produsului în timp ce vânzătorul se referă la costul acestuia. Procesul de vânzare a produsului la un anumit preț este de fapt un punct de întâlnire al valorii acordate de client cu costul real al produsului. Într-o negociere a prețului intră în joc componentele prețului care sunt costul, utilitatea marginală, valoarea subiectivă (psihologică).

Vorbim despre preț de abia după ce argumentația a fost dezvoltată de așa manieră încât clientul dorește să cumpere produsul, cu excepția cazurilor în care argumentul este constituit din prețul scăzut al produsului. În concluzie, după terminarea argumentării și după ce vânzătorul a justificat propunerea de vânzare în așa fel încât clientul a acceptat faptul că produsul posedă suficiente avantaje se poate trece la anunțarea prețului. Este foarte important de reținut că inițiativa prezentării prețului trebuie în principiu să aparțină vânzătorului, deoarece numai acesta cunoaște momentul exact în care cumpărătorul a acceptat suficiente avantaje. După anunțarea prețului, vânzătorul întreabă pentru a înregistra reacția clientului: „Ce părere aveți despre acest preț ?” Dacă, întâmplător, clientul cere prețul într-un moment potrivit, atunci vânzătorul poate spune: „în afară de preț soluția propusă de mine vă convine ?” sau „Prețul propus de mine va fi singurul element care va conta în decizia dvs. de cumpărare ?”

Despre preț vorbim adaptat la mecanismul care duce la înțelegerea (târgul) dintre vânzător și cumpărător. Astfel, pentru a se ajunge la o înțelegere se poate acționa în trei feluri:

- modificând percepția celui alt asupra valorii propunerii de vânzare;
- creând valoarea și sinergii pornind de la diferențele produsului față de altele similare;
- coborând costurile.

Din această perspectivă, prezentarea prețului este de fapt o prezentare a valorii produsului folosindu-se un vocabular apropiat. Se spune, deci, mai degrabă că „produsul valorează...”, în loc de „produsul costă...”. Vânzătorul trebuie să vorbească cât mai mult despre ceea ce aduce produsul ca o investiție și nu cât costă.

Este bine de cunoscut că șansele acceptării prețului sunt cu atât mai ridicate cu cât enunțarea prețului se face într-o manieră naturală; nu se oprește discuția după enunțarea prețului, ci este continuată cu un avantaj sau cu decizia de cumpărare; să fie evitate cuvintele „cheltuială” sau „cost”; prețul să fie anunțat cu entuziasm; în caz de obiecție să se rămână ferm.

Prețul se prezintă utilizând câteva tehnici care fac următoarele:

- cumulează avantajele produsului (adunarea);
- scad sau sustrag caracteristici, în consecință diminuează prețul, dar și calitatea;
- împart prețul în unități monetare inferioare sau în raport cu durata de utilizare;
- înmulțirea avantajelor prin durata de utilizare;
- relativizarea prețului prin economiile viitoare produse;
- poziționarea prețului prin calități superioare și gama de elită;
- minimizarea prețului prin comparații și justificarea adaptării la nevoi.

Tehnicile utilizate pentru prezentarea prețului pot fi sintetizate în tabelul următor:

TACTICI ȘI METODE DE PREZENTARE A PREȚULUI	
Tactica	Principiu de aplicare și exemplu
Adunare	Se adună avantajele produsului
Scădere	Se arată pierderea avantajelor în cazul unei alte alegeri.
Împărțire	Se fracționează prețul pe durata sa de viață sau în funcție de alte criterii ca amortizări, utilizare, cantități obișnuite universului mintal al clientului.
Înmulțire	Se multiplică numărul de utilizări și sau sursele de profit ale produsului
Relativizare	Se arată economiile obținute prin cumpărarea produsului
Poziționare	Se vinde poziționarea produsului și

	superioritatea prețului
Minimizare	Se compară, se demonstrează că produsul este adecvat perfect nevoilor clientului

Dacă prețul nu este acceptat, atunci vânzătorul trebuie:

- să-l întrebe pe client din ce cauză i se pare neadecvat;
- să reargumenteze;
- să-l neliniștească pe client asupra consecințelor negative ale alegerii sale;
- să propună diverse soluții de finanțare a prețului;
- să propună timp de reflecție;
- să utilizeze mărturii de acceptare a prețului;
- să găsească un compromis, dar nu fără contrapartidă.

La o cerere de preț (adică prețul fixat de client), vânzătorul trebuie să rămână ferm, iar în cazul în care concesiia apare ca obligatorie, el trebuie să justifice rabatul ca o măsură excepțională, să cedeze dar cu greutate, să negocieze o contrapartidă.

Modulul VI – Realizarea vânzării

6.1. Vinderea produselor/ serviciilor

Pentru fiecare dintre noi, activitatea de cumpărare este un moment plăcut care ne oferă posibilitatea de a alege un produs de care avem nevoie și suntem dispuși să plătim un preț. În acest moment, lucrătorul comercial este persoana care trebuie să depună toate eforturile necesare pentru ca vânzarea să parcurgă următoarele etape :

- produsele sunt vândute consumatorilor fiind *dimensionate cantitativ* prin metode specifice (feliiere, turnare, etc.) în prezența clientului, conform solicitării acestuia și normelor interne;
- vânzarea produselor/serviciilor trebuie să se realizeze cu responsabilitate și profesionalism, verificând permanent *reperete calitative* ale acestora în prezența clientului,
- produsele sunt vândute completând *certificatul de garanție* în conformitate cu legislația specifică și respectând normele interne,
- vânzarea produselor/serviciilor se realizează corect și prompt, verificând cu mare atenție *existența accesoriilor și a documentelor de utilizare* specifice în prezența clientului.

Activitatea de vânzare a produselor și sau a serviciilor are loc în baza Contractului comercial de vânzare care este reglementat în art. 60-73 din Codul Commercial, acesta tratează materia contractului de vânzare-cumpărare care include coexistența celor două operații: vânzarea și cumpărarea. Vânzarea respectiv cumpărarea este un contract consensual, realizat prin simplul acord de voință al partilor, bilateral, comutativ și oneros. Funcția economică este aceea care conferă procesului vânzării-cumpărării un caracter comercial – interpunerea în schimbul bunurilor sau serviciilor. Cumpărătorul comercial practic va cumpăra pentru a revinde consumatorilor ori unui alt intermediar în schimb (comerțul cu ridicata) sau pentru a supune bunul cumpărat unei transformări în noi produse.

Totuși, pentru ca vânzarea /cumpărarea să dobândească caracter comercial este necesar să fie îndeplinite următoarele:

a. să aibă drept obiect numai bunuri mobile, marfuri sau produse după expresia art.3 Cod Comercial, spre deosebire de vânzarea civilă care poate avea drept obiect și bunuri imobile.

b. pentru cumparator, operația să conste într-un act de dobândire, în scop de revanzare, intenția de vânzare trebuie să existe în momentul dobândirii bunului. Ceea ce este important și contează este intenția inițială și nu cea născută spontan, ulterior. Această intenție de revanzare trebuie să îndeplinească trei condiții:

1. să existe efectiv la data cumpărării
2. să fie cunoscută cocontractantului
3. să privească în principal bunul cumpărat.

c. Operația respectivă este comercială chiar dacă, mai înainte de a fi revândut, lucrul care face obiectul cumpărat este supus unei transformări, cu condiția ca transformarea să nu constituie scopul principal al dobândirii. Nu vor fi, însă, comerciale cumpărările de materie primă, făcute de artiști, ele rămânând civile, căci elementul care predomină este abilitatea artistică, lipsind intenția de revanzare.

d. Nu este absolut necesar câștigul pentru ca operația să fie considerată comercială. Prin urmare, contractul de vânzare – cumpărare comercial este acel contract prin care o parte (vanzătorul), se obligă să transmită dreptul de proprietate asupra unui bun către cealaltă parte (cumparator), care se obligă să plătească o sumă de bani drept pret. Din această definiție rezultă și caracteristicile juridice ale acestui tip de contract:

a. este un *contract sinalagmatic* deoarece da naștere la obligații în sarcina ambelor părți contractante.

b. este un *contract cu titlu oneros*, ambele părți urmărind obținerea unor foloase patrimoniale.

c. este un *contract comutativ*, existența obligațiilor asumate de către părți sunt certe și cunoscute chiar de la momentul încheierii contractului.

d. este un *contract consensual*, se încheie prin simplul acord de voință al părților contractante.

e. este un *contract translativ de proprietate*, prin contract se transmite dreptul de proprietate asupra lucrului vândut de la vânzător la cumparator.

În timp contractele de vânzare-cumpărare au fost adaptate specificului marfurilor și/sau serviciilor și au fost recunoscute și de către ceilalți participanți la actul de vânzare-cumpărare. Tehnica vânzării presupune stabilirea următoarelor obiective :

- Cunoașterea procesului de vânzare ,
- Obținerea și dezvoltarea încrederii personale ,
- Formarea unei atitudini profesionale,
- Dezvoltarea codului etic al vânzătorului profesionist
- Prospectarea eficientă ,
- Câștigarea încrederii clientului ,
- Prezentarea mărfii,
- Pregătirea vânzării ,
- Depășirea obiecțiilor și finalizarea vânzării,
- Înțelegerea rolului procesului post-vânzare,

Toate aceste etape trebuie să conducă la o servire care săse bucure de o atitudine profesională, în care lucrătorul comercial va încerca să trateze cumpărătorii așa cum dorește el însuși să fie servit și tratat.

6.1.1.Noțiuni de merceologie și tehnica vânzării;

Cu toții ne dorim să cumpărăm produse de bună calitate, la un preț rezonabil. Pentru multe dintre aceste produse ne ghidăm după cunoștințele dobândite în decursul timpului dar pentru altele suntem ghidați de către lucrătorii comerciali. Rolul lor este deosebit de important în luarea deciziei de cumpărare. La realizarea acestui proces, cunoștințele aprofundate de merceologie ale produselor comercializate sunt esențiale. Etimologia termenului “merceologie” provine din : cuvântul latin **mercis** și cel grecesc **logos** însemnând *știința marfurilor*. Preocupările pentru “merceologie” au apărut încă din secolul XVIII când apare în Germania primul curs de merceologie al lui Johann Beckman, astfel se poate afirma faptul că pionierii învățământului merceologic sunt reprezentați de școala germană și școala italiană. Aceste preocupări le regăsim și în România unde au existat 2 școli : Academia de Inalte Studii Comerciale și Industriale (1913) și Catedra de Merceologie, din cadrul Universității din Cluj(1920). Amploarea acestor activități a condus, pe plan internațional la înființarea Asociației Internaționale de Merceologie și Tehnologie cu sediul la Viena (din 1975). Primele manuale de merceologie cuprindeau noțiuni privind studiul: produselor, proprietăților esențiale, a indicilor de veritabilitate, și a descoperirii falsificărilor. Potrivit acestor preocupări, lucrătorul comercial trebuie să studieze noțiunile specifice de merceologie care îi permit studiul calității și sortimentului mărfurilor din punct de vedere : tehnic, economic și social. Orientarea modernă a merceologiei aprofundează studiul : calității(calitologia) și sortimentului. Astăzi putem afirma faptul că merceologia are un important caracter interdisciplinar și complex care abordează următoarele problematice :

1. Calitatea produselor și serviciilor: concept, organizare și relațiile cu alte categorii (economice, sociale, medicale, etc)
2. Proprietăți generale și specifice
3. Funcții care determină calitatea
4. Calimetria
5. Standardizarea și certificarea
6. Pastrarea calității
7. Relația calitate-protectia consumatorului
8. Relația calitate-protectia mediului
9. Costurile calității
10. Analiza valorii

Pentru lucrătorii comerciali alături de aprofundarea acestor cunoștințe este important să cunoască și date referitoare la sortimentul marfurilor pe care urmează să îl vândă privind :

1. Clasificarea și codificarea
2. Recepția calitativă și cantitativă
3. Marcarea și etichetarea
4. Depozitarea
5. Transportul
6. Optimizarea gamei sortimentale.

De la producător până la consumator mărfurile parcurg un lanț logistic : studiul pieței – producția – manipulare – transport – depozitare – vânzare. Parcurgerea tuturor acestor etape trebuie să conducă la creșterea gradului de satisfacție al consumatorilor în condițiile protejării mediului înconjurător. Studiul aprofundat al merceologiei din partea lucrătorilor comerciali le permite să cunoască mărfurile din mai multe puncte de vedere astfel :

1. tehnice:
 - proprietatile produselor
 - factorii care determină sau influențează calitatea
2. economice :
 - implicațiile economice în realizarea calității
 - optimizarea calitatii, structurii sortimentale
3. sociale :
 - relatia produs/serviciu – sanatate- confort – mediu inconjurator

Fiecare produs sau serviciu are caracteristicile lui motiv pentru care trebuie atent studiat și cunoscut. La acesta contribuie cunoștințele oferite de tehnologia producției sau prestatiei de serviciu, de fizică, de chimie, de metrologie, de standardizare. Aprofundarea acestor cunoștințe conduce la o mai bună înțelegerea a condițiilor reale de comercializare a produselor dar și un important sprijin pentru clienți care pot astfel beneficia de o prezentare profesională din lărgimea lucrătorului comercial. Alături de acestea disciplinele economice cum sunt: economia politică, managementul, marketingul, economia comerțului, economia diferitelor servicii de turism, de telefonie, de transport, IT, etc. contribuie la completarea înțelegerii actului de vânzare cumpărare. Apreciem din ce în ce mai mult și cunoștințele oferite de disciplinele sociale precum sociologia, psihologia, ecologia, protecția consumatorului, estetica marfurilor domenii de activitate care se bucură de mare atenție și care au un mare impact asupra consumatorilor. Din cele prezentate anterior rezultă faptul că merceologia are un caracter modern și dinamic, a contribuit la formarea și dezvoltarea managementului calitatii prin TQM (Total Quality Management) care are un important rol formativ: de cunoaștere a mărfurilor și de formare a unor aptitudini. În cele din urmă, merceologia cercetează calitatea produselor în complexitatea și dinamica ei în timp, unde produsul este un sistem de structuri și de funcții. Pentru lucrătorii comerciali corelarea tuturor cunoștințelor oferite de merceologie precum și de celelalte domenii conexe, constituie o necesitate extremă de importantă. Prin activitatea lor, ei vin în contact cu mărfurile, participă la manipularea, transportul, expunerea corespunzătoare în raft. Fiecare din aceste activități presupune cunoașterea merceologică a produselor comercializate. Dar momentul cel mai important este acela în care ei comunică direct cu potențialii cumpărători. Cunoașterea tuturor proprietăților produselor le permite o prezentare profesională a calității, a proprietăților tehnice, organoleptice, a componentelor esențiale s.a.m.d. ceea ce contribuie la o mai bună informare a consumatorilor și chiar la convigerea acestora de a cumpăra.

6.1.2. Tipuri de repere calitative ale produselor

Într-o economie bazată pe legea concurenței, organizațiile luptă pentru o valorificare mai bună a puterii de cumpărare a clienților lor, prin oferirea unor bunuri și servicii de calitate mai bună, la un preț mai avantajos, la termene de livrare mai favorabile. Totuși calitatea produselor influențează aspectele economice ale activității întreprinderilor în două moduri fundamentale: a) prin efectul asupra venitului și b) influențarea costurilor. Obținerea unei calități superioare conferă întreprinderii următoarele facilități: o participare mai sigură pe piață; prețuri ce pot fi susținute și pot deveni ferme; diversificarea ofertelor; obținerea unor beneficii suplimentare. "Calitatea superioară a produselor" unei întreprinderi conferă acesteia valoare atribuită care pe piață are un puternic impact asupra imaginii a întreprinderii.

Găsirea , în cele din urmă a "echilibrului corect" între costul calității și valoarea calității nu este simplu de realizat, întrucât acțiunile sunt larg dispersate, atât în procesul de fabricație, cât și pe traseul producător –intermediar- client (beneficiar) unde este analizată fiecare caracteristică a calității. Analizele de piață pun în evidență disponibilitatea beneficiarului, a consumatorului de a plăti mai mult pentru o calitate mai bună și mai ales pentru cea foarte bună, ceea ce ne conduce la afirmația potrivit căreia orientarea spre "**calitatea**" poate constitui o "**sursă de profit**". Parametrii care conturează din punct de vedere funcțional un produs sunt:

fiabilitatea	un produs, obiectiv, dispozitiv, îndeplinește o funcție necesară în condiții determinate și într-o anumită perioadă de timp spre exemplu, la produsele complexe, fiabilitatea se exprimă prin Timpul mediu de bună funcționare (TMBF) .
defecțiunea	Pierderea totală sau parțială a capacității de funcționare a produsului, modificarea valorilor parametrilor funcționali în afara limitelor prezentate în documentație.
eficacitatea	Măsura în care produsul satisface un ansamblu de cerințe specifice unei anumite misiuni și este funcție de disponibilitate, fiabilitate , capabilitat, valoare și costuri.
mentenabilitatea	posibilitatea ca acesta să fie supravegheat, întreținut și reparat periodic,
disponibilitatea	produsul permite folosirea sa atunci când este nevoie, sau, altfel spus, posibilitatea de a fi în funcțiune la un moment dat. Disponibilitatea mai poate fi definită și ca probabilitatea ca un produs să fie apt de funcționare după o anumită perioadă de timp consumată pentru controale și remedieri ale defectelor.
CAPABILITATEA	produsul poate realiza în timpul funcționării întregul ansamblu de performanță,
REDUNDANȚA	Depășirea pozitivă a parametrilor în raport cu un anumit nivel impus de fiabilitate.

Testarea acestor parametri pe piață este relativ simplă atunci când este vorba de cumpărători informați, întrucât se pot stabili înțelegeri referitoare la probe. În cazul cumpărătorilor neinformați, probele sunt mai greu de organizat, sunt costisitoare iar interpretarea este foarte dificilă. Deoarece toate aceste caracteristici sunt interdependente, este de așteptat ca relațiile dintre ele să influențeze major costurile de proiectare, fabricație, exploatare și întreținere, precum și eficiența generală a produselor. Calitatea produselor lansate pe piață trebuie în permanență menținută și îmbunătățită, fiind necesar un proces permanent de evaluare a căilor și metodelor de continuă modernizare a acestora și adaptare la

nevoile beneficiarilor. Însușirile unui produs sunt numeroase. Proprietățile produsului / serviciului care îi conferă calitate acestuia poartă numele de **caracteristici de calitate** și pot fi:

1) caracteristici funcționale, legate nemijlocit de utilizarea produsului, cum ar fi: rezistența la rupere, caracteristici fizico-chimice, valoarea nutritivă a unui produs alimentar, indici energetici (putere-viteză), precizia prelucrărilor realizate de mașini-unelte etc.

- caracteristicile tehnice sunt specifice pentru diferite părți componente ale produselor (de exemplu: caracteristicile legate de funcționarea pistonului dintr-un cilindru: frecări, uzură etc.).
- caracteristicile economice, sunt în strânsă legătură cu cele tehnice și se referă la: randamentul mașinilor și utilajelor, valoarea nutritivă a bunurilor alimentare etc.

2) caracteristici psihosenzoriale și sociale, care se referă la latura estetică a produselor (aspect plăcut, eleganța culorilor și a desenelor etc.), la aspecte organoleptice (gust, miros). Sub influența transformărilor determinate de progresul științific și tehnic contemporan, ponderea acestor caracteristici în aprecierea calității crește considerabil, la unele produse fiind esențială. Totodată, sfera noțiunii de calitate se extinde, în zilele noastre, la aspecte cu caracter social. Ne referim la influența pe care utilizarea produselor o are asupra mediului ambiant (poluarea atmosferei, apelor, impactul asupra biosferei).

3) caracteristici de disponibilitate, care se referă la proprietățile produsului de a fi apt pentru utilizare în orice moment al solicitării. Se exprimă prin: caracteristici de fiabilitate care comensurează probabilistic menținerea în timp a performanțelor calitative ale produsului și caracteristici de mentenabilitate privind aspectele legate de repunerea în funcțiune a unui produs în urma defectării.

Așadar, într-o altă formulare, calitatea reprezintă totalitatea caracteristicilor unui produs sau a unui serviciu a căror evaluare permite să se determine măsura în care acesta corespunde la un moment dat necesităților societății, în condiții date de exploatare sau utilizare.

6.1.3. Tipuri de documente de utilizare specifice

Pentru buna desfășurare a procesului de vânzare trebuie emise diferite documente specific dinre care le amintim pe următoarele :

FACTURA SI factura fiscala

Este un formular cu regim special de tiparire, inseriere si numerotare. Acesta este tipărit în blocuri cu cate 150 de file, formate din 50 de seturi cu cate 3 file in culori diferite: albastru-exemplarul 1, rosu-exemplarul 2 și verde -exemplarul 3.

1. Factura servește, în procesul de vânzare ca:

- document de baza de decontare a produselor si marfurilor livrate, a lucrarilor executate sau a serviciilor prestate;
- este document de insotire a marfii pe timpul transportului;
- devine document de încarcare în gestiunea primitorului;
- document justificativ de înregistrare în contabilitatea furnizorului sau vanzătorului si a

cumparatorului.

2. Factura se comectează, manual sau cu ajutorul tehnicii de calcul, în 3 exemplare, la livrarea produselor și a mărfurilor, la executarea lucrărilor și la prestarea serviciilor, pe baza *dispozitiei de livrare*, a *avizului de insotire a marfii* sau a altor documente și se semnează de emitent.

Atunci când factura nu se poate întocmi în momentul livrării din cauza unor condiții obiective produsele, marfurile, serviciile livrate vor fi însoțite pe timpul transportului de avizul de însoțire a mărfii. În vederea corelării documentelor de livrare, numărul și data avizului de însoțire a mărfii se înscriu ulterior în formularul de factură.

3. Circulația facturii este următoarea:

- exemplarul 1 se predă la cumparator;
- exemplarul 2 la desfacere-vanzare;
- exemplarul 3 rămâne pentru înregistrarea în contabilitate.

Este bine să se acorde atenție completării facturii pentru a se evita anularea ei.

CHITANTA

Factura este un document care prezintă date reale privind actul de vânzare-cumpărare dar nu demonstrează faptul că a fost încasată contravaloarea mărfii sau serviciului prestat. Pentru acesta se emite chitanța care este un formular cu regim special de tipărire, înscriere și de numerotare. Chitanțele sunt tipărite în carnete cu câte 100 de file.

1. Chitanțele servesc la următoarele:

- este documentul justificativ pentru depunerea unei sume de bani în numerar la casierie;
- reprezintă documentul justificativ de înregistrare în Registrul-jurnal de încasări și plăți și în contabilitate.

2. Se completează în două exemplare, pentru fiecare sumă încasată, de către reprezentantul vânzătorului sau de casierul numit, se semnează de acesta pentru primirea sumei.

3. Circula la plătitor (exemplarul 1) iar exemplarul 2 rămâne în carnet, fiind folosit ca document de verificare a operațiunilor efectuate în Registrul-jurnal de încasări și plăți.

4. Se arhivează, după utilizarea completă a carnetului

monetarul

Este tot un formular cu regim special de tipărire și numerotare, el este tipărit în carnete cu câte 100 file.

1. Monetarul servește pentru următoarele activități:

- este document justificativ pentru evidențierea la sfârșitul zilei a numerarului existent în casierie, corespunzător mărfurilor și serviciilor comercializate;
- document justificativ de înregistrare în contabilitate;

- reprezintă documentul justificativ pe baza căruia se predă vânzătorului numerarul încasat prin casa de către casier, respectiv reprezentantul vânzătorului.

Monetarul se utilizează numai în cazul vânzării marfurilor cu amanuntul deoarece potrivit reglementărilor în vigoare, în situația utilizării aparatelor de marcat electronice fiscale, suma înscrisă în monetar trebuie să corespundă cu suma din registrul de casă emis de aceste aparate, inclusiv cu suma înregistrată de mână în registrul de casă (în cazul defectării aparatelor de marcat electronice fiscal). Valoarea înscrisă în monetar trebuie să corespundă cu valoarea înscrisă în raportul de gestiune.

2. El se întocmește în două exemplare de către casier sau de către persoana împuternicită, la sfârșitul zilei, prin înscrierea numerarului pe categorii de bancnote și de monede.

4. Circula astfel :

- exemplarul 1 se folosește pentru înregistrarea în Registrul-jurnal de încasări și plăți;
- exemplarul 2 rămâne în carnet.

nota de recepție și constatare de diferențe

Acest document este un Format A4, X4 tipărit pe ambele fețe, în blocuri de 150 file

1. Nota servește la:

- este document pentru recepția bunurilor aprovizionate;
- document justificativ pentru încărcarea în gestiune
- este un act de probă în litigiile cu transportatorii și furnizorii, pentru diferențele constatate la recepție;

- document justificativ de înregistrare în contabilitate;

Se folosește ca un document distinct de recepție în cazul:

- a) bunurilor materiale înscrise într-o factură sau aviz de însoțire a marfii, care fac parte din gestiuni diferite;
- b) bunurile materiale primite spre prelucrare în custodie sau în păstrare;
- c) bunuri materiale procurate de la persoane fizice;
- d) înregistrarea bunurilor materiale care sosesc neînsoțite de documente de livrare;
- e) bunuri materiale care prezintă diferențe la recepție;
- f) marfurilor intrate în gestiune la care evidența se ține la preț de vânzare cu amanuntul sau en gros;

În aceste cazuri, precum și pentru materialele nestocate a căror valoare se înregistrează direct pe cheltuieli, recepția și încărcarea în gestiune se fac pe baza documentului de livrare care însoțește transportul (factura, avizul de însoțire a marfii etc.).

2. Se întocmește în 2 exemplare, la locul de depozitare sau în unitatea cu amanuntul, după caz, pe măsura efectuării recepției. În situația în care la recepție se constată diferențe (lipsă marfă, etc.), Nota de recepție și constatare de diferențe se întocmește în 3 exemplare de către comisia de recepție legal constituită. Datele de pe verso formularului nu se completează numai atunci când se constată diferențe la recepție.

dispoziție de livrare

Acest document este un Format A5 tipărit pe ambele fețe, în blocuri de 100 file.

1. El servește la:

- eliberarea din magazie a produselor, marfurilor sau a altor valori materiale destinate vânzării;
- este document justificativ de scădere din gestiunea magaziei predate;
- este document de bază pentru întocmirea avizului de însoțire a marfii sau a facturii, după caz.

2. Se întocmește în 2 exemplare de către serviciul desfacere.

3. Circula astfel:

- la magazie, pentru eliberarea marfurilor sau a altor valori materiale și pentru înregistrarea în evidența magaziei, semnându-se de către gestionarul predador pentru cantitățile livrate;
- la biroul desfacere, pentru înregistrarea cantităților livrate în evidențele acestuia și pentru întocmirea avizului de însoțire a marfii sau facturii, după caz (exemplarul 2).

4. Se arhivează apoi:

- la magazie (exemplarul 1);
- la biroul desfacere (exemplarul 2)

jurnal pentru cumpărări

Acesta este un Format X4, tiparit pe ambele fete in carnete a 50 si 100 file.

1. El serveste ca:

- jurnal auxiliar pentru înregistrarea cumpararilor de valori materiale de servicii;
- este un document de evaluare lunară a taxei pe valoarea adaugata deductibila;
- document de control al unor operații înregistrate în conitabilitate.

2. Se întocmeste într-un singur exemplar, avand foile numerotate, în care se înregistreaza zilnic, farî stersături si spatii libere, elementele necesare pentru determinarea corecta a taxei pe valoarea adaugata deductibila.

Se întocmeste un jurnal separat pentru cumparari de bunuri si servicii pentru nevoile firmei si, separat, un jurnal pentru cumparari de bunuri (marfuri) care se vand ca atare. Acest jurnal se completeaza la biroul financiar-contabil pe baza documentelor tipizate privind cumpararile de valori materiale sau de servicii.

3. Circula astfel :

- la biroul financiar-contabil pentru rificarea sumelor înscrise în conturi si a respectarii dispozitiilor legale referitoare la taxa pe valoare adaugata. Se arhiaza la biroul financiar-conil.

jurnal pentru vanzari

Este un Format X4, tiparit pe ambele fete, in carnete a 100 file.

1. Serveste ca:

- jurnal auxiliar pentru înregistrarea vanzarilor de valori materiale sau de servicii;
- document de evudență lunara a taxei pe valoare adaugata colectata;
- document de control al unor operatii inregistrate in contabilitate.

3. Se întocmeste într-un singur exemplar avand foile numerotate, în care se înregistreaza zilnic sau lunar, dupa caz fara stersaturi si spatii libere, elementele necesare pentru determinarea corecta a TVA colectata și datorata.

Acest jurnal se completeaza la compartimentul financiar-contabil pe baza documentelor tipizate comune si specifice (facturi sau documente înlocuitoare) privind vanzarile de valori, materiale sau de servicii, precum si pe baza Borderoului de vanzare (incasare) din ziua de..

4. Circula;

- la compartimentul financiar contabil pentru verificarea sumelor înscrise în conturi si a respectarii dispozitiilor legale referitoare la taxa pe valoarea adaugata.

5. Se arhiveaza la compartimentul financiar-contail.

După caz forma de vanzare, felul mărfurilor, serviciilor, alte situații se va stabili în ce măsură, în cazul unui magazin cu amanuntul al produselor nealimentare (haine), este obligatoriu raportul de gestiune, precum si daca stocul se poate tine la pret de achizitie si nu la pret de vanzare.

6.1.4. Modalități de completare a certificatului de garanție pentru produsele vândute

Potrivit prevederilor HG 1022/2002 art.4 - (1) Se consideră că sunt respectate cerințele referitoare la protecția vieții, sănătății, securității muncii și protecției mediului și se admit introducerea pe piață a produselor nealimentare noi și prestarea serviciilor numai dacă sunt însoțite de declarația de conformitate întocmită pe propria răspundere de către producător, respectiv de prestatorul de servicii, ori de reprezentanții autorizați ai acestora, persoane juridice cu sediul în România. Certificatul de garantie este dat numai de producator pentru cel puțin 1/10 din durata de viata a produsului. Distribuitorul, importatorul si comerciantul trebuie sa preia doar responsabilitatea producatorului si sa transmita mai

departe instructiunile de utilizare, montare, certificatele de garantie, certificatele de calitate daca e cazul si declaratia de conformitate care este inclusa si in standardele europene. In conformitate cu prevederile art.2 pct.a din Legea 449/2003 privind vanzarea produselor si garantiile asociate acestora, precum si a art.2 pct.2 din Ordonanta 21/1992 privind protectia consumatorului, prezentele specificatii si conditii aferente garantiilor se aplica numai consumatorilor persoane fizice sau grupurilor de persoane fizice care cumpără, dobândesc, utilizează sau consumă produse în afara activitatii lor profesionale sau comerciale. Conform legislației în vigoare, garantia comercială are valabilitate numai cu prezentare urmatoarelor documente: a. bon fiscal/factura fiscală, b. Certificat de Garanție.

Garantia comerciala decurge din momentul achizitionării produsului, iar perioada de garantie comerciala este specificată în Certificatul de Garanție anexat actului fiscal sau pe bonul fiscal (prntu produsele mici înlocuibile în magazin). Produsele care beneficiază de garantie dacă îndeplinesc următoarele condiții:

- au fost respectate măsurile evidențiate în Manualul de Utilizare sau in Instructiunile de Utilizare (montaj corect, mediu și mod adecvat de utilizare, timpul de utilizare, manipulare, modul de intretine si curatare s.a.)
- produsul să fie pastrat în condiții bune (să nu fie lovit, zgariat, spart, fisurat, etc).

Produsul nu beneficiază de garantia comerciala dacă nu este prezentat documentul fiscal de achizitii (bon fiscal/factura fiscală) si Certificatul de Garantie. Totuși sunt și situații în care pierderea garantiei comerciale mai poate fi determinată deoarece :

1. utilizarea a fost în alt scopuri decat cele specificate de producator,
2. exploatare necorespunzatoare,
3. montare/demontare neautorizată,
4. depozitare, manipulare, amplasarea în locuri necorespunzatoare (umezeală, foc, etc.);
5. folosirea în procesul de curățare a unor temperaturi mai mari decat cele specificate pe eticheta sau a unor substante corozive sau nepermise;
6. -dacă se depaseste timpul de utilizare sau greutatea specificată;
7. -defectelor mecanice (deformare, zgariere, perforari, rupere, etc)
8. -instalarea incorectă a bateriilor sau a acumulatorilor,
9. -patrunderea unor obiecte sau substante străine în interiorul produsului
10. -dacă s-au făcut interventii neautorizate asupra aparatului, indiferent de natura lor.

Conform noilor reglementari legislative numarul de interventii, in perioada de garantie, efectuate asupra produsului nu mai constituie motiv de inlocuire. Trebuie să menționăm faptul că fiecare producător are propriile reguli de înlocuire a produselor, reguli pe care vanzatorul este obligat sa le respecte. Anumite categorii de produse, însă, necesită emiterea unui document oficial de înlocuire, din partea unui centru autorizat de service, al producatorului sau importatorului. Acest document este emis in urma unei expertize tehnice. Astfel, timpul de înlocuire va fi stabilit de comun acord între vanzator si consumator, fara sa depaseasca însă 15 zile calendaristice de la aducerea la cunostință de catre comparator vanzatorului. Înlocuirea produsului defect, se va face cu un produs identic , echivalent sau cu alt produs ce prezintă aceleași caracteristici tehnice ca produsul cumparat, la alegerea clientului.

Garanția legală de conformitate are câteva caracteristici după cum urmează : are un caracter obligatoriu, se aplică doar pentru lipsa de conformitate, termenul de garanție legală de conformitate este de 2 ani de la data livrării, cel care este răspunzător pentru lipsa de conformitate față de cumpărător este vânzătorul, iar modalitatea de acordare a garanției legale de conformitate este aducerea produsului la conformitate, fără plată, prin reparare sau înlocuire, în funcție de dorința consumatorului. În afara garanției legale de conformitate, cu

caracter obligatoriu, mai există alte tipuri de garanții reglementate de legislația românească, prezentate pe scurt în cele ce urmează:

a. *Garanția comercială sau convențională* - este garanția pe care vânzătorul sau producătorul o acordă în mod voluntar, în condițiile stabilite de acesta și care, odată acordată, devine obligatorie din punct de vedere juridic, în conformitate cu prevederile Legii 449/2003,

b. *Garația pentru viciile ascunse* - pe care vânzătorul sau producătorul o acordă în conformitate cu prevederile Ordonanței Guvernului 21/1992 privind protecția consumatorilor pentru *vicii ascunse*. Această garanție este obligatorie și automată - nu trebuie să se dea vreun certificat de garanție consumatorului, dar se răspunde în cazul în care sunt îndeplinite condițiile aplicării ei.

Trebuie știut ca acordarea garanției este obligatorie din punct de vedere juridic, fiind redactată în termeni simpli și ușor de înțeles pentru părți.

Certificatul de garanție trebuie să cuprindă elementele de identificare ale produsului, termenul de garanție, durata medie de utilizare, modalitățile de asigurare a garanției - de întreținere, reparare, înlocuire și termenul de realizare a acestora, inclusiv denumirea și adresa vânzătorului și ale unității specializate de service. Garanția trebuie să includă mențiuni cu privire la drepturile conferite prin lege consumatorului și să ateste în mod clar ca aceste drepturi nu sunt afectate prin garanția oferită. Totodată, legislația prevede ca *produsele de folosință îndelungată trebuie să fie obligatoriu însoțite de certificatul de garanție și, dacă reglementările în vigoare prevăd, de declarația de conformitate, de cartea tehnică ori de instrucțiunile de folosire, instalare, exploatare, întreținere, eliberate de către producător.*

6.1.5. Modalități de efectuare a probelor tehnice

În scopul îmbunătățirii premanente a credibilității de piață, pe lângă acreditarea națională, organismele de certificare și laboratoarele de încercări din orice stat pot participa la acorduri internaționale multilaterale de recunoaștere reciprocă, încheiate cu organisme similare din alte state. Astfel, în Europa, referențialele principale pe baza cărora se face acreditarea sunt standardele europene din seria EN 45000 respectiv EN 45001 și EN 45002 pentru acreditarea *laboratoarelor de încercări*, EN 45004 pentru acreditarea organismelor de inspecție, EN 45011 pentru acreditarea *organismelor de certificare a produselor / serviciilor*, EN 45012 pentru acreditarea organismelor de certificare a *sistemelor calității* și EN 45013 pentru acreditarea organismelor de certificare a personalului. Toate aceste standarde au corespondență și în țara noastră. În România, organismul de acreditare afiliat ca membru cu drepturi depline la *EA - European Co-operation for Accreditation* este **RENAR - Asociația Rețelei Naționale de Acreditare din România**, înființată în 1998. Acesta este abilitat să acrediteze organisme de certificare, produse sau servicii, organisme de certificare a persoanelor, organisme de inspecție, laboratoare de testare, laboratoare de etalonare. Tot în domeniul supravegherii calității sau asigurării condițiilor pentru realizarea și gestiunea calității produselor mai funcționează în România asociații de protecția consumatorului, **ASRO - Asociația Română de Standardizare**, **SRAC - Societatea Română pentru Asigurarea Calității**, care administrează PRAQ (Programul de Audit al Calității), **BRML - Biroul Român de Metrologie Legală** etc. **Toate aceste organisme au constatat faptul că** efectuarea probelor tehnice este o activitate extrem de complexă deoarece presupune cunoașterea aprofundată a proprietăților merceologice, de sănătate, tehnice, electronice s.a.m.d. adaptate concret la fiecare grupă de produse ce urmează a fi comercializate. Pentru a ușura sistematizarea, și aplicabilitatea legiuitorul a stabilit anumite proceduri de prelevare și de evaluare pe căi științifice a produselor supuse controlului. Procedura specifică se aplică activității desfășurate în cadrul controalelor oficiale de către inspectorii desemnați pentru domeniul respectiv (ai Direcțiilor Sanitare Veterinare, pentru Siguranța Alimentelor județene, s.a.m.d.)Principiile ce

trebuie respectate pentru a se asigura realizarea obiectivă și eficientă a **efectuării a probelor tehnice**, a controalelor oficiale sunt stabilite, spre exemplu, prin Regulamentul (CE) nr. 882/2004 al Parlamentului European și al Consiliului privind controalele oficiale efectuate pentru a asigura verificarea conformității cu legislația privind hrana pentru animale și produsele alimentare și cu normele de sănătate animală și bunăstare a animalelor. Procedura folosește termenii definiți de sistemele de management al calitatii aplicându-se următoarele definiții :

- a) Control oficial,
- b) Autoritate competentă
- c) Operator cu activitate în domeniul analizat
- d) Criteriul de siguranță a alimentelor, mașinilor, apei, etc
- e) Criteriul de igienă a procesului ,
- f) Respectarea criteriilor microbiologice, tehnice, de rezistență etc.,
- g) Supraveghere
- h) Legislație în domeniu
- i) Risc
- j) Lot
- k) Transport
- l) Proba
- m) Procedura specifică
- n) Prelevarea probelor de produse
- o) Avertisment
- p) Măsuri

Proba reprezentativă prelevată este o probă în care se păstrează caracteristicile lotului din care a fost prelevată. Ea este supusă unor tehnici specifice fiecărui domeniu de activitate al controlului de calitate . Fiecare magazin, în funcție de felul produselor-serviciilor comercializate are procedura adaptată astfel încat să se poată efectua probele tehnice- ele disupun de bancuri de probe, spatiu special amenajat și dotat astfel încât cumpărătorul să poată verifica direct parametrii de funcționare a produselor achiziționate.

6.2. Ambalarea produselor

Cu toții suntem plăcuți impresionați de culorile, formele uneori ingenioase al ambalajelor dar puțini dintre noi ne dăm seama cate noțiuni de merceologie trebuiesc cunoscute și implementate, ce industrie puternică susține produsele în timpul procesului logistic pană la raft și apoi direct la consummator acasă. Pentru acesta lucrătorul commercial va urmării realizarea următoarelor aspect foarte importante și anume dacă:

- produsele vândute sunt ambalate conform *reglementărilor legale și normelor* interne pentru asigurarea livrării în condițiile calitative specifice ,
- produsele vândute sunt ambulate utilizându-se *materiale* specific,
- ambalarea produselor vândute se realizează corect și cu profesionalism pentru asigurarea livrării în condițiile *calitative* specific,
- ambalarea produselor vândute se face prompt, cu atenție și responsabilitate.

Se poate afirma faptul că ambalajul este un sistem fizico-chimic complex, cu funcții multiple, care asigură menținerea sau sprijină ameliorarea calității produsului pentru care a fost proiectat. Prin inscrierile, desenele, siglele pr care le are el favorizează identificarea produsului, atragerea de cumpărători, pe care îi informează asupra conținutului și îi învață cum să folosească, să păstreze produsul și cum să apere mediul înconjurător de poluarea produsă de ambalajele uzate sau de diferiții componenți de descompunere ai acestora. Din punct de vedere comercial, ambalajul permite asigurarea în cele mai bune condiții a

manevrării, conservării, depozitării, transportului și expunerea produselor. Pentru ambalaj există mai multe definiții:

- ambalajul este un “înveliș din materiale și forme diferite în care se ambalează un produs pentru transport sau vânzare” - ”Petit Robert” (1989),.
- ambalajul este obiectul destinat să învelească sau să conțină temporar un produs sau un ansamblu de produse pe parcursul manevrării, transportului, depozitării sau prezentării, în vederea protejării acestora sau facilitării acestor operații;
- ambalarea reprezintă operația de obținere a “primului înveliș aflat în contact direct cu produsul”.
- Institutul din Marea Britanie furnizează trei direcții în definirea ambalării (Frățilă R., 2001):
 - *sistem coordonat* de pregătire a mărfurilor pentru transport, distribuție, vânzare cu amănuntul și consum;
 - *cale de asigurare a distribuției la consumatorul final*, în condiții optime și cu costuri minime;
 - *funcție tehnico-economică*, care urmărește minimizarea costurilor la livrare.

Aceste definiții au fost elaborate de Institutului Francez al Ambalajului și Ambalării în lucrarea sa “Petit glossaire de l’emballage”. Ambalajul este definit și în România, conform STAS-ului 5845/1-1986, unde ambalajul reprezintă un “mijloc”, sau ansamblu de mijloace, destinat să învelească un produs sau un ansamblu de produse, pentru a le asigura protecția temporară, din punct de vedere fizic, chimic, mecanic și biologic în scopul menținerii calității și integrității acestora, în decursul manipulării, transportului, depozitării și desfacerii până la consumator sau până la expirarea termenului de garanție. În conformitate cu acest standard, ambalarea este definită ca fiind “operație, procedeu sau metodă, prin care se asigură cu ajutorul ambalajului, protecție temporară a produsului”. Alături de *ambalarea clasică* se utilizează și *preambalarea care* este operația de ambalare a unui produs individual, în absența cumpărătorului. Cantitatea de produs introdusă în ambalaj este prestabilită și nu poate fi schimbată decât prin deschiderea sau modificarea ambalajului, conform instrucțiunilor de metodologie referitoare la preambalarea unor produse în funcție de masă sau volum. Valorile cantităților nominale sunt impuse prin lege, și sunt publicate în Monitorul Oficial al României pentru fiecare categorie de produse. Toate produsele preambalate conform instrucțiunilor trebuie să poarte următoarele inscripții lizibile, care însă să nu poată fi șterse:

- cantitatea nominală;
- o marcă sau o inscripție care să permită identificarea ambalatorului sau a importatorului de preambalare;
- marca **e**, de cel puțin 3mm, situată în același câmp vizual cu cantitatea nominală. Aplicarea mării garantează că preambalatul îndeplinește cerințele prevăzute de instrucțiuni.
- verificarea preambalatelor

Un lot de produse este constituit din preambalate cu aceeași cantitate nominală, aceeași șarjă de producție, ambalat în același loc.

6.2.1. Noțiuni de tehnica ambalării

Odată cu dezvoltarea economică a societății au evoluat foarte mult și procesele de producție alături de o diversificare a cererii pentru industria de ambalaje. Astfel se studiază modalități și procedee noi să se ajungă la o mai bună realizare a funcțiilor ambalajelor în condiții de eficiență economică și de protejare a mediului înconjurător. În funcție de specificul produselor supuse procesului de ambalare, acesta se poate face pe linii semiautomate sau

automate de mare productivitate, ce pot realiza automat formarea ambalajelor, desfacerea lor, umplerea și închiderea și sigilarea lor. Se poate afirma faptul că ambalajul și produsul formează un sistem unitar, de aceea metodele de ambalare trebuie să țină seama de relațiile de interdependență ce se stabilesc între diferitele elemente componente ale sistemului. Tendințele actuale în concepția ambalajelor și a metodelor de ambalare sunt următoarele:

- reducerea semnificativă a consumului de materii prime, materiale și energie;
- creșterea duratei de conservare;
- sporirea performanțelor ambalajelor;
- reintegrarea în mediu a ambalajelor în etapa post-consum.

Metoda de formare a ambalajului se adoptă în funcție de materiului celulozic folosit, tratat sau netratat, sau în funcție de posibilitatea de închidere prin termosudare, prin lipire sau pliere toate acestea fiind atent correlate cu specificul produselor și cu cerințele asigurării integrității cantitative și calitative .

Tehnicile de ambalare a produselor sunt:

1.Ambalarea colectivă –se folosește pentru ambalarea într-un singur ambalaj a mai multor produse. Unitizarea ușurează mult depozitarea, manipularea și transportul produselor, ajutând la paletizarea și containerizarea acestora. Metoda poate fi utilizată cu succes atât pentru produsele alimentare de uz curent (zahăr, făină, orez, mălai etc), cât și pentru ambalarea unor produse deja preambalate.

2.Ambalarea porționată - ambalajul este acela al cărui conținut se consumă o singură dată. Aceste ambalaje porționate pot fi plicuri, cutii, tavițe, pahare etc. Se pot ambala atât produsele perisabile (produsele lactate, carne, fructe), cât și cele neperisabile (biscuiți, napolitane, cafea etc).

În funcție de tehnica de ambalare, de mijlocul de transport utilizat, de mijloacele de manipulare utilizate urmează ambalarea în cutii de carton sau în folii special, proces care se realizează în trei etape:

- formarea sau deschiderea ambalajului pliat – materialul poate fi sub formă de bandă sau carton, desfășurată de pe o bobină, bucata de carton croită corespunzător dimensiunilor și formei ambalajului sau chiar o cutie de carton deja formată, care se află în stare pliată;
- sau în folii ce se termosudează umplerea ambalajului;
- închiderea – închiderea bazei cutiei se face, înaintea umplerii, există însă și excepții .

Pentru o mai bună indentificare, manipulare și transport al produselor se efectuează și operații secundare: imprimarea codului produsului, introducerea de hârtii cu indicații legate de produs greutate, volum, instrucțiuni de manipulare, sau obiecte de reclamă, etc.

6.2.2. Condiții calitative specifice ale ambalării produselor

Regulamentul (CE) nr. 1935/2004 al Parlamentului European și al Consiliului din 27 octombrie 2004 privind materialele și obiectele destinate să vină în contact cu produsele alimentare și de abrogare a Directivelor 80/590/CEE și 89/109/CEE inclusiv actele adoptate ulterior stabilește un cadru general pentru materialele și obiectele destinate să intre în contact cu produsele alimentare. Toate materialele și obiectele utilizate în ambalarea produselor alimentare trebuie să fie conforme cu exigențele prezentului Regulament. Pentru a lua în considerare și a implementa progresele științifice, noul cadru autorizează introducerea ambalajelor „active” și „inteligente” care prelungesc durata de conservare a unui aliment sau oferă informații privind prospețimea acestuia (de exemplu, un ambalaj inteligent își poate schimba culoarea dacă alimentul este alterat). Regulamentul caută să garanteze un nivel ridicat de protecție a sănătății umane și a intereselor consumatorilor în ceea ce privește introducerea pe piața comunitară a materialelor și obiectelor destinate să vină în contact, direct sau indirect, cu produsele alimentare.

Prezentul Regulament acoperă practic **toate materialele și obiectele destinate să intre în contact cu produsele alimentare**: toate tipurile de ambalaje, sticlele (de plastic și de sticlă), tacâmurile și chiar adezivii și cernelurile de imprimare a etichetelor. Regulamentul nu acoperă: materialele și obiectele furnizate ca antichități; materialele de acoperire și de învelire, cum ar fi materialele pentru acoperirea brânzei rase, preparatelor din carne sau fructelor și instalațiile fixe de distribuție a apei. Astfel, materialele și obiectele care vin în contact cu produsele alimentare sunt fabricate conform bunelor practici de fabricație elaborate la nivel european. Acestea nu trebuie să transfere alimentelor pe care le însoțesc substanțe constitutive într-o cantitate susceptibilă, adică pot prezenta un pericol pentru sănătatea umană; sau pot atrage o modificare inacceptabilă a compoziției alimentelor; ori atrag o alterare a caracteristicilor organoleptice a produselor. Dacă însă materialele și obiectele „active” modifică compoziția sau caracteristicile organoleptice ale produselor alimentare, acestea trebuie să fie conforme cu Directiva 89/107/CEE privind aditivii (DA) (DE) (EL) (EN) (ES) (FR) (IT) (NL) (PT) (FI) (SV) și/sau eventualelor reguli naționale adoptate. Cadrul legislativ enumeră și măsuri le specifice grupelor de materiale și obiecte, se **identifică** 17 grupe de materiale și obiecte **pentru care** pot fi adoptate măsuri specifice:

- materialele și obiectele active și inteligente;
- adezivii;
- obiectele ceramice;
- dopul de plută;
- cauciucurile;
- sticla;
- rășinile schimbătoare de ioni;
- metalele și aliajele;
- hârtia și cartonul;
- materiile plastice;
- cernelurile de imprimare;
- celuloza regenerată;
- siliconii;
- materialele textile;
- lacurile și straturile de acoperire;
- ceara;
- lemnul.

Toate aceste **măsuri specifice** pot include și unele precizări după cum urmează:

- substanțele autorizate pentru fabricarea materialelor și obiectelor destinate să intre în contact cu produsele alimentare;
- criteriile de puritate;
- condițiile de utilizare specifice;
- limitele de migrare a anumitor substanțe în sau pe produsele alimentare;
- prevederile privind protejerea sănătății umane
- asigurarea respectării cerințelor aplicabile materialelor destinate să intre în contact cu produsele alimentare;
- regulile de bază în vederea controlului respectării prevederilor;
- regulile privind prelevarea de mostre;
- dispoziții pentru asigurarea trasabilității;
- prevederi de etichetare pentru materialele și obiectele active sau inteligente;
- prevederi pentru elaborarea unui registru comunitar al substanțelor, procedeele, materialelor și obiectelor autorizate;

- reguli de procedură specifice pentru autorizarea unei substanțe, unui procedeu sau unui material sau obiect.

Cererile de autorizare a unei noi substanțe pentru fabricarea de materiale sau obiecte destinate să intre în contact cu produsele alimentare sunt introduse pe lângă autoritatea competentă a statului membru în care substanța va fi comercializată. Regulamentul specifică, cerințele în materie de trasabilitate a materialelor care vin în contact cu produsele alimentare de la producție până la comercializare. Etichetarea sau documentația însoțitoare a materialelor și obiectelor puse pe piață în Comunitate trebuie să garanteze trasabilitatea materialelor și obiectelor menționate în regulament. Alături de aceste cerințe calitative, informarea clienților este deosebit de importantă. Astfel *etichetarea, publicitatea și prezentarea* unui material sau obiect nu trebuie în niciun caz să inducă în eroare consumatorul. Astfel, natura materialelor și obiectelor destinate să intre în contact cu alimentele este precizată în etichetarea acestora.

Materialele și obiectele care nu sunt în mod manifest destinate pentru păstrarea sau ambalarea produselor alimentare trebuie să poarte mențiunea „Pentru contact alimentar” sau simbolul prevăzut în Anexa II a regulamentului (simbolul reprezintă un pahar și o furculiță). Ambalarea produselor vândute se face prompt, corect, cu atenție și profesionalism pentru asigurarea livrării în condițiile calitative specifice fiecărui produs.

6.2.3. Tipuri de materiale specifice de ambalat

Dezvoltarea producției a condus la adaptarea ofertei de ambalaje astfel, ultimele decenii ambalajele s-au diversificat mult, atât din punct de vedere al materialelor din care acestea sunt făcute, cât și din punct de vedere funcțional. Ambalajele se pot clasifica în funcție de mai multe criterii, care sunt utilizate frecvent în practică după cum urmează:

- după materialul folosit în confecționarea ambalajelor întâlnim ambalaje din:

- hârtie și carton;
- sticlă;
- metal;
- materiale plastice;
- lemn, înlocuitori din lemn și împletituri;
- materiale textile;
- materiale complexe.

- după sistemul de confecționare întâlnim ambalaje:

- fixe;
- demontabile;
- pliabile.

- după tip-ul lor întâlnim ambalaje sub formă de :

- plicuri;
- pungi;
- plase;
- lăzi;
- cutii;
- flacoane;
- borcane etc.

- după domeniul de utilizare întâlnim ambalaje de:

- transport;
- desfacere și prezentare.

- după specificul produsului ambalat întâlnim ambalaje:

- pentru produse alimentare;
 - pentru produse nealimentare;
 - pentru produse periculoase;
 - individuale;
 - colective.
- după gradul de rigiditate întâlnim ambalaje:
- rigide;
 - semirigide;
 - suple.
- după modul de circulație întâlnim ambalaje:
- refofosibile;
 - nerefofosibile – tip pierdut.
- după sistemul de circulație întâlnim :
- sistem de restituire a ambalajelor;
 - sistem de vânzare – cumpărare a ambalajelor.
- după sistemul de confecționare întâlnim ambalaje:
- fixe;
 - demontabile;
 - pliante.
- după căile de transport întâlnim ambalaje pentru:
- transport terestru;
 - transport fluvial-maritim;multimodal,
 - transport aerian.
- după destinație întâlnim ambalaje pentru:
- piața externă;
 - piața internă.

Pe plan internațional există o preocupare permanentă, la nivel de foruri internaționale, cum ar fi: Organizația Internațională de Standardizare, Federația Europeană pentru Ambalare, pentru clasificarea și standardizarea ambalajelor, preocupare concretizată prin unitizarea internațională a dimensiunilor paleților, europaleților, a containerelor și a unor ambalaje pentru eficientizarea sistemelor logistice.

Materialele utilizate, privit e din punct de vedere tehnic, sunt alcătuite dintr-un ansamblu de materiale destinate protecției calității și integrității produselor, facilitării operațiilor logistice.

Alegerea materialului folosit pentru ambalaje depinde de mai mulți *factori* dintre enumerăm :

- caracteristicile specific ale produsului ;
- utilitatea ambalajului în derularea sistemului logistic;
- tehnica de ambalare ce poate fi utilizată;
- analiza raportului greutate-volum-valoare-cerințe speciale;

Ambalajele din *materialele celulozice* dețin ponderea principală în totalul ambalajelor. În funcție de perioadele specific de consum și de țări, se înregistrează sensibile fluctuații. Materialele care pot în viitor să ia locul ocupat de materialele celulozice sunt materialele plastic, care au devenit un puternic competitor.

Dintre materialele celulozice utilizate pentru confecționarea diferitelor tipuri de ambalaje amintim: hârtia, cartonul și mucavaua.

Cartonul pentru ambalaje poate fi:

1. *carton duplex* – este format din două straturi diferite de material fibros, unite în stare umedă prin presare. Cartonul duplex se fabrică în două tipuri: *tipul E* - pentru ambalaje care se imprimă prin procedeul ofset. De aceea stratul superior (față 1) este fabricat din pastă chimică înălbătită a cărei culoare albă și netezire permit imprimarea ofset; și *tipul O* (obișnuit) - pentru alte ambalaje, confecții și lucrări poligrafice

2. *cartonul triplex* – este format din minim trei straturi diferite de material fibros, unite în stare umedă prin presare. Cartonul triplex are o rezistență mare la plesnire, utilizat în special pentru ambalaje de transport și grupare și mai puțin pentru ambalaje de desfacere – prezentare.

3. *cartonul ondulat* – este format din unul până la patru straturi netede și unul sau trei straturi ondulate din hârtie inferioară sau superioară de ambalaj, unite între ele printr-un adeziv. Se obține astfel un obiect de tip sandwich ușor și stabil. Elementul de bază este obținut prin asocierea, prin lipirea, a unui strat plat cu un strat ondulat. Acoperirea unui astfel de element sau a mai multor elemente suprapuse de obicei, mărimea ondulelor folosite este diferită cu un strat plat determină obținerea cartoanelor ondulate cu unul, două sau trei straturi de ondule. Cartonul ondulat are o rezistență și o elasticitate bună.

Materialele auxiliare pentru producerea ambalajelor : coloranți, pigmenți, cerneluri, adezivi, etc. ,influențează calitatea ambalajelor, atribuindu-le calități estetice si funcționale. La acestea contribuie pentru consolidarea, adică creșterea rezistenței ambalajelor sunt benzile de balotare și adezivii.

O altă grupă o constituie materialele pentru amortizare și protecție împotriva șocurilor. Aceste materiale protejează împotriva șocurilor, a frecărilor și în unele cazuri chiar pentru rigidizarea ambalajelor. Dintre materialele noi de amortizare putem aminti: cartonul ondulat, lâna minerală, materialele expandate și cele cu bule de aer.

O ultimă grupă de materialele auxiliare o constituie lacurile și vopselele. Acestea, pe lângă contribuția care o au la creșterea rezistenței ambalajelor la acțiunea factorilor atmosferici, măresc rezistența la coroziune, la razele solare, la schimbările de temperatură etc.

6.3.Livrarea produselor

Lucrătorul comercial are un rol important în etapa asigurării livrării, el trebuind să verifice dacă :

- produsele sunt livrate întocmind documentele specifice în conformitate cu prevederile legale în vigoare,
- livrarea produselor se face corect, cu promptitudine atenție și profesionalism,
- produsele sunt livrate prin utilizarea formelor specifice,conform prevederilor legale și normelor interne, în scopul finalizării vânzării.

6.3.1. Tipuri de documente specifice pentru livrare

Expedierea camioanelor presupune îndeplinirea formalităților legate. Acestea sunt:

- contractual de transport (Scrisoare de transport rutier, feroviar, fluvial, aerian, recipisă poștală ș.a.)
- factura sau aviz de însoțire a mărfii;
- lista specificativă, după caz
- certificatul de calitate al mărfii;
- certificatul de origine (exemplu – EUR 1) după caz;

- certificatul de sănătate;
 - autorizație (licența) după caz;
- Transportatorul rutier trebuie să dețină *documentele autovehiculului* care efectuează transportul intern:
- Certificatul de înmatriculare, eliberat de Ministerul de Interne, cuprinzând datele de identificare ale autovehiculului.
 - Foaia de parcurs – date privind desfășurarea transportului pe zile, țări etc.
 - Polița (certificatul) de asigurare este eliberată de asigurator și face dovada asigurării de răspundere civilă pentru riscurile specifice transportului cu autovehicule.
 - Certificatul de atestare ATP atestă că autovehiculul corespunde pentru transportul mărfurilor perisabile și este valabil pentru țările membre ale asociației „Transfrigoroute”, înființată în 1955,
 - Diagramele de tahograf arată numărul de kilometri parcurși, timpul zilnic de circulație și staționare, vitezele realizate în parcurs.

A treia categorie de documente sunt cele privitoare *la conducătorii auto*, și anume:

1. Buletinul, care se eliberează de Ministerul de Interne,
2. Permisul de conducere (internațional dacă este cazul).

Modalitatea de transport rutier s-a dovedit eficientă pentru asigurarea lanțului „*door to door*” într-un timp relativ redus. Cunoașterea de către lucrătorul comercial a acestor activități de livrare va conduce la o mai bună calitate și operativitate a îndeplinirii activităților de vânzare.

6.3.2 Norme de întocmire a documentelor de livrare

Toate documentele de transport indiferent de modalitatea de transport sau de livrare utilizată trebuie să conțină obligatoriu cel puțin următoarele date:

- locul și data întocmirii;
- numele și adresa predătorului (exportatorului);
- numele și adresa transportatorului (expeditorului);
- locul și data primirii mărfii și locul prevăzut pentru eliberarea acesteia;
- numele și adresa destinatarului;
- denumirea curentă a mărfii și felul ambalajului, iar pentru mărfurile periculoase denumirea lor în general recunoscută;
- numărul coletelor, marcajele speciale și numerele (inscripțiile) lor;
- greutatea brută a mărfii sau cantitatea totală a acesteia altfel exprimată;
- cheltuielile aferente transportului (preț de transport, accesorii, taxe vamale, cheltuieli survenite de la încheierea contractului și până la eliberarea mărfii);

După caz, *scrisoarea de trăsură rutieră următoarele indicații* privind:

- interzicerea transbordării;
- cheltuielile pe care expeditorul le preia în sarcina sa;
- totalul sumelor ramburs de perceput la eliberarea mărfii;
- valoarea declarată a mărfii și suma care reprezintă interesul special la eliberare;
- instrucțiunile expeditorului către transportator cu privire la asigurarea mărfii;
- termenul convenit pentru efectuarea transportului;
- lista documentelor predate transportatorului;
- orice altă indicație pe care părțile contractante o consideră utilă.

Aceste contracte de transport sunt deja emise în baza legislației interne și internaționale, completarea lor de către expeditor, transportator, trebuie să respecte normele tehnice admise

pentru încărcare. Toate acestea trebuie să conțină denumirea completă a mărfii, cantitatea, greutatea la fel pe toate exemplarele.

6.3.3. Tipuri de forme specifice de livrare

Tipurile de condiții de livrare și de transport sunt următoarele:

- livrare pe loc,
- la termen,
- transport cu mijloacele vânzătorului,
- servicii la livrare de manipulare asigurată de vânzător, montare etc.

Livrările se efectuează după analiza și corelarea mărfurilor în funcție de tipuri le specific de produse comparabile :

- să aibe aceeași utilitate,
- caracteristici tehnice asemănătoare
- caracteristici fizico-chimice,
- dimensiuni, forme admise la transport,
- condiții de manipulare și de păstrare deosebite,
- termene de garanție,
- calitatea și valoarea produselor
- alte cerințe.

Este esențial ca să fie respectat graficul de livrare, clientul să fie avizat iar produsele să fie predate în condiții de integritate calitativă și cantitativă.

6.4. Completarea formelor de plată

Pentru lucrătorul commercial este important să cunoască formele de plată și să urmărească dacă sunt îndeplinite următoarele aspecte:

-formele de plată sunt completate respectând legislația și normele interne, cu valoarea produselor stabilite în conformitate cu solicitarea făcută,

-completarea formelor de plată se face corect, cu atenție, responsabilitate și profesionalism.

Pentru “actorii” comerțului interior, aceste tehnici de plată, dar în aceeași măsură de finanțare, au un impact direct asupra activității practice curente. Trebuie făcută distincția clară între instrumente de plată și tehnicile (modalități) de plată. Prin instrumente de plată noi înțelegem instrumentele pe care se sprijină toate sistemele de plată:

- *viramentul;*
- *cecul;*
- *cardul bancar;*
- *efectul de comerț,*
- *avizul de prelevare.*

Fiecare din instrumentele menționate are unele avantaje (mai mult sau mai puțin costisitoare, mai mult sau mai puțin rapide, relative la inițiativa de emisie, relative la recunoașterea datoriilor etc.) precum și unele inconveniente (inițiativa de emisie, riscul de pierdere sau furt etc.). Pe baza acestor instrumente de plată, au fost dezvoltate mai multe tehnici și/sau modalități de plată:

- *plata contra factură, chitanță;*
- *plata contra cec;*
- *ordinul de plată;*
- *biletul la ordin;*

- *alte tehnici si/sau modalitati de plata*

In general, lucrătorii comerciali primesc și completează facturi, chitante sau au grijă să fie emise corect electronic. Ei trebuie să completeze corect și complet numele societăților cu datele de identificare, sau numele persoanei fizice cu numărul actelor de identitate, denumirea exactă a mărfii, alte date stabilite de către părți, suma de plată și data emiterii documentului.

6.5. Încasarea valorii produselor vândute

Activitatea de încasare a contravalorii produselor vândute este una din cele mai importante sarcini ale lucrătorului comercial care trebuie să urmărească dacă :

- valoarea produselor vândute este încasată respectând normele interne, numărând banii prin modalități specifice și verificând starea acestora în prezența clientului,
- încasarea valorii produselor vândute se face corect, cu atenție și cu mare responsabilitate,
- dacă valoarea produselor vândute este încasată indirect, prin alte forme de plată, fiind comunicată compartimentelor specifice financiar-contabil în vederea urmăririi încasării,
- conform normelor interne,
- încasarea indirectă a valorii produselor vândute prin alte forme de plată este comunicată prompt compartimentelor specifice în vederea urmăririi încasării,
- valoarea produselor vândute este încasată verificând la numărare starea banilor pentru ca aceasta să fie buni și legali

6.5.1. Moduri de încasare

Trebuie să afirmăm faptul că indiferent de modalitățile de plată din contract încasarea contravalorii mărfii presupune o serie de acțiuni atât înainte de livrarea mărfii cât și după livrare.

Plata mărfii *cash* se efectuează pentru valorile mici tendința fiind cea de înlocuire cu *plata prin card* sau direct de acasă-serviciu *prin internet*. Avantajul constă în faptul că încasarea este sigură și la timp sau pe loc

Plata mărfii prin ordin de plată, CEC sau alte modalități –vanzatorul sau lucrătorul comercial trebuie să urmărească data scadentă conform condițiilor stabilite prin contract. Incasarea facturilor se poate realiza în două moduri: pe fiecare factură a unui client se specifică suma încasată sau alegerea unui client, completarea sumei încasate și stingerea facturilor restante în mod automat prin distribuirea sumelor. În urma încasărilor, dacă termenul de plată este depășit se calculează majorări de întârziere. Dacă suma încasată (în cazul încasărilor automate) este mai mare decât totalul restanțelor diferența de sumă va fi transferată în mod automat la încasări sume în avans. Sumele în avans pot fi culese și separat, prin opțiunea specifică de încasare a avansurilor. Avansurile pot fi configurate în așa fel încât să stingă automat restanțele.

Orice încasare poate fi urmărită sau nu de listarea chitanței. Chitanțele emise de calculator vor avea un număr generat automat. Relistarea lor este posibilă la orice moment deoarece modelul de chitanță este configurabil. Majorările de întârziere se calculează în mod automat, funcție de cota de majorare. Pentru o mai bună evidență se completează următoarele documente:

Liste pentru urmărirea clienților:

- Listare borderou încasări
- Facturi emise și încasate
- Centralizator facturi, clienți, produse

- Recapitulatie facturi, clienti, produse
- Jurnal incasari
- Structura incasarilor
- Balanta debitori
- Balanta debitori (cu avansuri)
- Balanta debitori (cu majorari)
- Restantieri
- Instiintare de plata

Liste pentru consumul de apa pe magazin/sisteme:

- Borderou citiri contori
- Borderou facturi emise
- Total facturat
- Total consum
- Total pe stari contori
- Citiri contori
- Citiri pe nivele de consum
- Situatie consumuri
- Istoric consum pe clienti
- Restantieri (detaliat pe client si/sau pe localitate la nivel analitic/sintetic)

Lucrătorii comerciali trebuie să controleze permanent dacă au fost corect și la timp depuse actele pentru încasarea contravalorii mărfurilor vandute, situația încasărilor și respectarea termenelor de plată.

6.5.2.Modalități specifice de numărare a banilor și controlul stării banilor

Modalități specifice de numărare a banilor reprezintă o activitate deosebit de important, ea efectuându-se fie manual fie mecanic cu ajutorul mașinilor special de numărat banii. Odată cu primirea banilor spre numărare casierii sunt obligați să verifice starea banilor și dacă ei sunt sau nu autentici. Lucrătorii comerciali trebuie să cunoască tipurile de bancnote și monezi aflate în circulație atât în România cât și în celelalte țări pentru o mai bună identificare, verificare încasare și plată (mai ales la punctele de amanet, magazine aflate în incinta aeroporturilor, la frontier etc.).

Instrumentele de plăți sunt monedele propriu zise și anumite documente bancare operaționale pe suport hârtie, magnetic sau electronic, care funcționează pe baza unor tehnicii specifice de operare, Aceste instrumente sunt emise de către banca centrală (bancnotele în circulație și moneda scripturală din contabilitatea băncii centrale) și băncile comerciale (moneda scripturală, creată de băncile comerciale) cu aprobarea băncii centrale pentru a se asigura o formă standardizată și un conținut economic și juridic care să permită transferul de fonduri în deplina siguranță și delimitarea responsabilităților participanților la transferul bancar. Instrumentele de plăți se împart în două categorii: instrumente cu numerar și instrumente fără numerar. Instrumentele de plată cu numerar sunt reprezentate prin moneda metalică și bancnotele emise de către banca centrală în general, în anumite țări și anumite bănci comerciale emit bancnote. Cursul legal reprezintă obligația impusă de legea statului de acceptare a bancnotelor și monedelor pentru orice plată. Bancnotele și monedele au putere liberatoare imediată: orice persoană care plătește în numerar este eliberată de obligația de plată în momentul în care remite numerarul creditorului. Un creditor nu poate refuza o plată în numerar. În Zona Euro, începând cu 1 ianuarie 2002, monedele euro și bancnotele euro sunt singurele bancnote și monede care au statutul de **mijloc legal de plată**, în statele

membre Zonei Euro, iar conform Regulamentul (CE) nr. 974/98 al Consiliului din 3 mai 1998 cu excepția autorității emitente și a persoanelor special desemnate în legislația internă a statului membru emitent, niciuna din părți nu este obligată să accepte mai mult de **cincizeci de monezi** în cadrul unei singure plăți. Statutul de mijloc legal de plată al bancnotelor în euro este stabilit la articolul 128 din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, la capitolul privind politica monetară. Conform articolului 3 alineatul (1) litera (c) din Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, Uniunea are competență exclusivă în privința politicii monetare pentru statele membre a căror monedă este euro (statele membre participante).

Modulul VII - Întocmirea situației vânzărilor și raportarea acesteia

7.1 Identificarea documentelor specifice activității de vânzare

În vederea organizării evidenței primare a vânzărilor se întocmesc o serie de documente primare justificative, respectiv: factura fiscală, chitanța, avizul de însoțire a mărfii, bonul de comandă-chitanța, bonul fiscal, rola-jurnal, raportul de închidere, monetarul, registrul special, raportul de gestiune zilnic, jurnalul de vânzări etc.

Factura fiscală

Furnizor:		Seria		Nr.	
(denumire, formă juridică)				Cumpărător:	
Nr. înmatric. Reg. Com./an:				(denumire, formă juridică)	
Cod de înreg. fiscală:				Nr. înmatric. Reg. Com./an:	
Sediul:				Cod de înreg. fiscală:	
Judetul:				Sediul:	
Contul:				Judetul:	
Banca:				Contul:	
Capital social:				Banca:	
Cota T.V.A.%					
FACTURĂ					
Nr. facturii					
Data (ziua, luna, anul)					
Nr. avizului de însoțire a mărfii					
(dacă este cazul)					
Nr. crt.	Denumirea produselor sau a serviciilor	U.M.	Cantitatea	Prețul unitar (fără T.V.A.) - lei -	Valoarea - lei -
0	1	2	3	4	5(3x4)
					6
Semnătura și ștampila furnizorului		Date privind expediția Numele delegatului CNP		Total din care accize	
		Buletinul/cartea de identitate seria nr. eliberat(ă)			
		Mijlocul de transport nr.		Semnătura de primire	
		Expedierea s-a efectuat în prezența noastră la data de ora		Total de plată (col.5+col.6)	
		Semnăturile			

Conținutul M.P. 422/2006 a fost modificat de Legea 67/2003
Tipografia GRAPHOTEK IPRAS, TEODICI, 0236-812 144
Cod 14-4-10A

Regimul facturilor fiscale, în vigoare de la 1 ianuarie 2013, este stabilit prin:

- art. 155 din Legea nr. 571/2003 privind Codul Fiscal, cu modificările și completările ulterioare;
- Ordonanța Guvernului nr. 15/2012 pentru modificarea și completarea Legii nr. 571/2003 privind Codul Fiscal;
- Hotărârea Guvernului nr. 1071/2012 pentru modificarea și completarea Normelor metodologice de aplicare a Legii nr. 571/2003 privind Codul Fiscal, aprobate prin Hotărârea Guvernului nr. 44/2004.

Elementele facturii

Conform Codului Fiscal, sunt considerate facturi documentele sau mesajele pe suport hârtie ori în format electronic care conțin în mod obligatoriu următoarele informații:

- numărul de ordine, în baza uneia sau a mai multor serii, care identifică factura în mod unic;
- data emiterii facturii;
- data la care au fost livrate bunurile serviciile prestate sau data încasării unui avans, dacă această dată este anterioară datei emiterii facturii;
- denumirea/numele și adresa furnizorului/prestatorului – persoana impozabilă care a livrat bunurile sau a prestat serviciile;
- codul de înregistrare în scopuri de TVA sau codul de identificare fiscală al furnizorului/prestatorului – persoana impozabilă care a livrat bunurile sau a prestat serviciile;
- denumirea/numele și adresa beneficiarului bunurilor sau serviciilor;
- codul de înregistrare în scopuri de TVA sau codul de identificare fiscală al beneficiarului, dacă acesta este o persoană impozabilă ori o persoană juridică neimpozabilă;
- denumirea și cantitatea bunurilor livrate, denumirea serviciilor prestate;
- baza de impozitare a bunurilor și serviciilor ori, după caz, avansurile facturate, pentru fiecare cotă, scutire sau operațiune netaxabilă, prețul unitar, exclusiv taxa, precum și rabaturile, remizele, risturnele și alte reduceri de preț, în cazul în care acestea nu sunt incluse în prețul unitar;
- indicarea cotei de taxă aplicate și a sumei taxei colectate, exprimate în lei, în funcție de cotele taxei.

Elementele facturii – cazuri speciale

- particularitățile prevăzute la art. 125.1 alin. (3) Cod Fiscal în definirea bunurilor, în cazul livrării intracomunitare de mijloace de transport noi;
- denumirea/numele furnizorului/prestatorului care nu este stabilit în România și care și-a desemnat un reprezentant fiscal, precum și denumirea/numele, adresa și codul de înregistrare în scopuri de TVA, conform art. 153 Cod Fiscal, ale reprezentantului fiscal;

- denumirea/numele beneficiarului care nu este stabilit în România și care și-a desemnat un reprezentant fiscal, precum și denumirea/numele, adresa și codul de înregistrare prevăzut la art. 153 Cod Fiscal ale reprezentantului fiscal;
- în cazul în care factura este emisă de beneficiar în numele și în contul furnizorului, mențiunea „autofaktură”;
- în cazul în care este aplicabilă o scutire de taxă, să existe mențiunea din care să rezulte că livrarea de bunuri ori prestarea de servicii face obiectul unei scutiri;
- în cazul în care clientul este persoana obligată la plata TVA, mențiunea „taxare inversă”;
- în cazul în care se aplică regimul special pentru agențiile de turism, mențiunea „regimul marjei – agenții de turism”;
- dacă se aplică unul dintre regimurile speciale pentru bunuri second-hand, opere de artă, obiecte de colecție și antichități, una dintre mențiunile „regimul marjei – bunuri second-hand”, „regimul marjei – opere de artă” sau „regimul marjei – obiecte de colecție și antichități”, după caz;
- în cazul în care exigibilitatea TVA intervine la data încasării contravalorii integrale sau parțiale a livrării de bunuri ori a prestării de servicii, mențiunea „TVA la încasare”;
- o referire la alte facturi sau documente emise anterior, atunci când se emit mai multe facturi ori documente pentru aceeași operațiune.

Factura simplificată

Facturile pot fi emise și în sistem simplificat și trebuie să conțină cel puțin următoarele informații:

- data emiterii;
- identificarea persoanei impozabile care a livrat bunurile sau a prestat serviciile;
- identificarea tipului de bunuri sau servicii furnizate;
- suma taxei colectate sau informațiile necesare pentru calcularea acesteia;
- în cazul documentelor sau mesajelor tratate drept factură, o referire specifică și clară la factura inițială și la detaliile specifice care se modifică.

Orice document sau mesaj care modifică și care se referă în mod specific și fără ambiguități la factura inițială are același regim juridic ca și o factură.

Facturile pot fi emise și primite în format electronic dacă acestea conțin informațiile prezentate mai sus.

Condiții de emiterie a facturilor

Persoana impozabilă trebuie să emită o factură către fiecare beneficiar, în următoarele situații:

- a) pentru livrările de bunuri sau prestările de servicii efectuate;
- b) pentru fiecare vânzare la distanță pe care a efectuat-o, în condițiile art. 132 alin. (2) și (3) Cod Fiscal;
- c) pentru livrările intracomunitare de bunuri efectuate în condițiile art. 143 alin. (2) lit. a) – c) Cod Fiscal;
- d) pentru orice avans încasat în legătură cu una dintre operațiunile menționate la lit. a) și

Prin excepție de la cele menționate mai sus, pentru livrările de bunuri sau prestările de servicii efectuate și pentru orice avans încasat în legătură cu una dintre operațiunile menționate la lit. a) și b), persoana impozabilă nu are obligația emiterii de facturi pentru operațiunile scutite fără drept de deducere a taxei conform art. 141 alin. (1) și (2) Cod Fiscal, dar operațiunile vor fi consemnate în documente potrivit legislației contabile.

Persoana înregistrată conform art. 153 trebuie să autofactureze fiecare livrare de bunuri sau prestare de servicii către sine cel târziu până în cea de-a 15-a zi a lunii următoare celei în care ia naștere faptul generator al taxei, cu excepția cazului în care factura a fost deja emisă.

Persoanele impozabile înregistrate în scopuri de TVA conform art. 153 Cod Fiscal au obligația să întocmească autofactura numai în scopuri de TVA pentru bunurile de mică

valoare acordate gratuit în cadrul acțiunilor de protocol, doar atunci când valoarea fiecărui cadou oferit este mai mare de 100 lei. În situația în care s-a exercitat dreptul de deducere a taxei aferente achiziției bunurilor respective, persoana impozabilă însușește valoarea depășirilor de plafon aferente unei perioade fiscale, care constituie livrare de bunuri cu plată și colectează taxă. Se consideră că livrarea de bunuri are loc în ultima zi lucrătoare a perioadei fiscale în care au fost acordate bunurile gratuit și a fost depășit plafonul. Baza impozabilă, respectiv valoarea depășirilor de plafon, și taxa colectată aferentă se înscriu în autofactura care se include în decontul întocmit pentru perioada fiscală în care persoana impozabilă a acordat bunurile gratuit în cadrul acțiunilor de protocol și a depășit plafonul. Pentru bunurile/serviciile acordate gratuit în cadrul acțiunilor de protocol în cursul anului 2012 se aplică prevederile legale în vigoare în anul 2012, inclusiv în ceea ce privește modul de determinare a depășirii plafonului și a perioadei fiscale în care se colectează TVA aferente acestei depășiri.

Bunurile acordate gratuit în cadrul acțiunilor de sponsorizare sau mecenat nu sunt considerate livrări de bunuri dacă valoarea totală în cursul unui an calendaristic se încadrează în limita a 3 la mie din cifra de afaceri constituită din operațiuni taxabile, scutite cu sau fără drept de deducere, precum și din operațiuni pentru care locul livrării/prestării este considerat a fi în străinătate potrivit prevederilor art. 132 și 133 Cod Fiscal. Încadrarea în plafon se determină pe baza datelor raportate prin deconturile de taxă depuse pentru un an calendaristic. Nu se iau în calcul pentru încadrarea în aceste plafoane sponsorizările și acțiunile de mecenat, acordate în numerar, și nici bunurile pentru care taxa nu a fost dedusă. Depășirea plafoanelor constituie livrare de bunuri cu plată și se colectează taxa ce va fi inclusă în decontul întocmit pentru ultima perioadă fiscală a anului respectiv. Pentru bunurile/serviciile acordate gratuit în cadrul acțiunilor de sponsorizare și mecenat în cursul anului 2012 se aplică prevederile legale în vigoare în anul 2012, inclusiv în ceea ce privește modul de determinare a depășirii plafonului și a perioadei fiscale în care se colectează TVA aferente acestei depășiri.

Persoana impozabilă trebuie să emită o autofaktură, cel târziu până în cea de-a 15-a zi a lunii următoare celei în care ia naștere faptul generator al taxei, pentru fiecare transfer efectuat în alt stat membru, în condițiile prevăzute la art. 128 alin. (10) Cod Fiscal, și pentru fiecare operațiune asimilată unei achiziții intracomunitare de bunuri efectuate în România în condițiile prevăzute la art. 130.1 alin. (2) lit. a) Cod Fiscal.

Operațiuni pentru care nu se emit facturi

Prin excepție, pentru livrările de bunuri sau prestările de servicii efectuate, persoana impozabilă este scutită de obligația emiterii facturii pentru următoarele operațiuni, cu excepția cazului în care beneficiarul solicită factura:

- a) livrările de bunuri prin magazinele de comerț cu amănuntul și prestările de servicii către populație, pentru care este obligatorie emiterea de bonuri fiscale, conform Ordonanței de Urgență a Guvernului nr. 28/1999 privind obligația operatorilor economici de a utiliza aparate de marcat electronice fiscale, republicată, cu modificările și completările ulterioare;
- b) livrările de bunuri și prestările de servicii, altele decât cele menționate la lit. a), furnizate către beneficiari persoane neimpozabile, altele decât persoanele juridice neimpozabile, pentru care este obligatorie emiterea de documente legal aprobate, fără nominalizarea cumpărătorului, cum ar fi: transportul persoanelor pe baza biletelor de călătorie sau abonamentelor, accesul pe bază de bilet la: spectacole, muzee, cinematografe, evenimente sportive, târguri, expoziții;
- c) livrările de bunuri și prestările de servicii, altele decât cele menționate la lit. a) și b), furnizate către beneficiari, persoane neimpozabile, altele decât persoanele juridice neimpozabile, care prin natura lor nu permit furnizorului/prestatorului identificarea beneficiarului, cum sunt: livrările de bunuri efectuate prin automatele comerciale, serviciile

de parcări auto a căror contravaloare se încasează prin automate, servicii de reîncărcare electronică a cartelelor telefonice preplătite. Prin norme se vor stabili documentele pe care furnizorii/prestatorii trebuie să le întocmească în vederea determinării corecte a bazei de impozitare și a taxei colectate pentru astfel de operațiuni.

Persoana impozabilă care nu are obligația de a emite facturi poate opta pentru emiterea facturii.

Cazuri în care se optează pentru emiterea facturii

Persoana impozabilă care are obligația de a emite facturi, precum și persoana impozabilă care nu are obligația de a emite facturi dar optează pentru emiterea facturii pot emite facturi simplificate în oricare dintre următoarele situații:

- atunci când valoarea facturilor, inclusiv TVA, nu este mai mare de 100 euro. Cursul de schimb utilizat pentru determinarea în euro a valorii facturii este cursul prevăzut la art. 139.1 Cod Fiscal;

- în cazul documentelor sau mesajelor care modifică și care se referă în mod specific și fără ambiguități la factura inițială și au același regim juridic ca și o factură.

Persoana impozabilă poate întocmi o factură centralizatoare pentru mai multe livrări separate de bunuri, prestări separate de servicii, către același client, în următoarele condiții:

- să se refere la operațiuni pentru care a luat naștere faptul generator de taxă sau pentru care au fost încasate avansuri într-o perioadă ce nu depășește o lună calendaristică;

- toate documentele emise la data livrării de bunuri, prestării de servicii sau încasării de avansuri să fie obligatoriu anexate la factura centralizatoare.

Beneficiarii pot emite facturi în numele și în contul furnizorului/prestatorului în condițiile stabilite prin norme.

De asemenea, pot fi emise facturi de către un terț în numele și în contul furnizorului/prestatorului în condițiile stabilite prin norme, cu excepția situației în care partea terță este stabilită într-o țară cu care nu există niciun instrument juridic referitor la asistența reciprocă.

În situația în care nu optează pentru emiterea de facturi simplificate, aceștia au obligația întocmirii unui document centralizator pentru fiecare perioadă fiscală care să cuprindă cel puțin următoarele informații:

- un număr de ordine;

- data la care a intervenit exigibilitatea taxei pentru livrarea de bunuri și/sau prestarea de servicii;

- denumirea bunurilor livrate și/sau a serviciilor prestate;

- cantitatea bunurilor livrate;

- baza de impozitare a livrărilor de bunuri/prestărilor de servicii ori, după caz, avansurile încasate, pentru fiecare cotă, scutire sau operațiune netaxabilă, prețul unitar, exclusiv taxa, precum și rabaturile, remizele, risturnele și alte reduceri de preț, în cazul în care acestea nu sunt incluse în prețul unitar;

- indicarea cotei de taxă aplicate și a sumei taxei colectate, exprimate în lei, în funcție de cotele taxei;

- valoarea totală a bazei de impozitare și a taxei colectate.

Alte precizări

De asemenea, se vor avea în vedere:

- persoana impozabilă nu are obligația de a emite facturi pentru avansurile încasate în legătură cu o livrare intracomunitară de bunuri efectuată în condițiile art. 143 alin. (2) Cod Fiscal;

- sumele indicate pe factură se pot exprima în orice monedă cu condiția ca valoarea TVA colectată să fie exprimată în lei. În situația în care valoarea taxei colectate este exprimată într-

o altă monedă, aceasta va fi convertită în lei utilizând cursul de schimb prevăzut la art. 139.1 Cod Fiscal;

- utilizarea facturii electronice face obiectul acceptării de către destinatar. Acceptul clientului de a utiliza factura electronică reprezintă confirmarea acestuia că deține mijloacele tehnice necesare primirii facturii electronice, precum și că are capacitatea de a asigura autenticitatea originii, integritatea conținutului și lizibilitatea facturii;

- pentru ca o factură să fie considerată factură electronică, aceasta trebuie să fie emisă și primită în format electronic, tipul formatului electronic al facturii fiind opțiunea persoanelor impozabile. Formatul electronic al unei facturi poate fi, de exemplu, de tip .xml sau .pdf;

- facturile create pe suport hârtie care sunt scanate, trimise și primite în format electronic sunt considerate facturi electronice. Facturile create în format electronic prin intermediul unui program informatic de contabilitate sau a unui program de prelucrare a textelor, trimise și primite pe suport hârtie nu sunt considerate facturi electronice;

- autenticitatea originii, integritatea conținutului și lizibilitatea unei facturi, indiferent că este pe suport hârtie sau în format electronic, trebuie garantate de la momentul emiterii până la sfârșitul perioadei de stocare a facturii. Fiecare persoană impozabilă stabilește modul de garantare a autenticității originii, a integrității conținutului și a lizibilității facturii;

- semnarea și ștampilarea facturilor nu constituie elemente obligatorii pe care trebuie să le conțină factura;

- persoana impozabilă trebuie să asigure stocarea copiilor facturilor pe care le-a emis sau care au fost emise de client ori de un terț în numele și în contul său, precum și a tuturor facturilor primite;

- persoana impozabilă poate decide locul de stocare a facturilor, cu condiția ca acestea sau informațiile stocate să fie puse la dispoziția autorităților competente fără nicio întârziere ori de câte ori se solicită acest lucru. Cu toate acestea, locul de stocare a facturilor ales de persoana impozabilă nu poate fi situat pe teritoriul unei țări cu care nu există niciun instrument juridic referitor la asistența reciprocă;

- prin excepție de la prevederile aliniatului de mai sus persoana impozabilă care are sediul activității economice în România are obligația de a stoca pe teritoriul României facturile emise și primite, precum și facturile emise de client sau de un terț în numele și în contul său, altele decât cele electronice pentru care persoana impozabilă garantează accesul on-line organelor fiscale competente. Aceeași obligație îi revine și persoanei impozabile stabilite în România printr-un sediu fix cel puțin pe perioada existenței pe teritoriul României a sediului fix;

- în situația în care locul de stocare nu se află pe teritoriul României persoanele impozabile stabilite în România în sensul art.125.1 alin. (2) Cod Fiscal trebuie să comunice organelor fiscale competente locul de stocare a facturilor sau a informațiilor stocate;

- facturile pot fi stocate pe suport hârtie sau în format electronic, indiferent de forma originală în care au fost trimise sau puse la dispoziție. În cazul facturilor stocate prin mijloace electronice, persoanele impozabile vor stoca prin mijloace electronice și datele ce garantează autenticitatea originii și integritatea conținutului facturilor;

- în scopuri de control, organele fiscale competente pot solicita traducerea în limba română, în anumite situații sau pentru anumite persoane impozabile, a facturilor emise pentru livrările de bunuri și prestările de servicii pentru care locul livrării, respectiv prestării se consideră a fi în România, conform prevederilor art. 132 și 133 Cod Fiscal, precum și a facturilor primite de persoane impozabile stabilite în România în sensul art. 125.1 alin. (2) Cod Fiscal;

- în scopuri de control, în cazul stocării prin mijloace electronice a facturilor emise sau primite în alt stat, garantând accesul online la date, persoana impozabilă stabilită în România în sensul art. 125.1 alin. (2) Cod Fiscal are obligația de a permite organelor fiscale competente din România accesarea, descărcarea și utilizarea respectivelor facturi. De

asemenea, persoana impozabilă nestabilă în România care stochează prin mijloace electronice facturi emise sau primite pentru livrările de bunuri și/sau prestările de servicii impozabile în România are obligația de a permite organelor fiscale din România accesarea, descărcarea și utilizarea respectivelor facturi, indiferent de statul în care se află locul de stocare pentru care a optat;

- persoanele impozabile înregistrate în scopuri de TVA care aplică sistemul TVA la încasare au obligația să menționeze în jurnalele pentru vânzări facturile emise pentru livrări de bunuri/prestări de servicii pentru care este obligatorie aplicarea sistemului TVA la încasare, chiar dacă exigibilitatea taxei nu intervine în perioada fiscală în care a fost emisă factura. În cazul acestor operațiuni, în jurnalele pentru vânzări se înscriu următoarele informații:

- numărul și data documentului de încasare sau data la care a expirat termenul-limită de 90 de zile prevăzut la art. 134.2 alin. (5) Cod Fiscal;

- valoarea integrală a contravalorii livrării de bunuri/prestări de servicii, inclusiv TVA;

- baza impozabilă și taxa pe valoarea adăugată aferentă;

- valoarea încasată, inclusiv TVA, precum și baza impozabilă și TVA exigibilă corespunzătoare sumei încasate sau la expirarea termenului-limită de 90 de zile prevăzut la art. 134.2 alin. (5) Cod Fiscal se evidențiază dacă există diferențe de sume neîncasate, care devin exigibile, precum și baza impozabilă și TVA exigibilă corespunzătoare sumei respective;

- diferența reprezentând baza impozabilă și TVA neexigibilă.

Facturile care au TVA neexigibilă integral sau parțial vor fi preluate în fiecare jurnal pentru vânzări până când toată taxa aferentă devine exigibilă ori ca urmare a încasării sau la expirarea termenului-limită de 90 de zile;

- persoanele impozabile care fac achiziții de bunuri/servicii de la persoane care aplică sistemul TVA la încasare înregistrează în jurnalul pentru cumpărări facturile primite pentru livrări de bunuri/prestări de servicii pentru care este obligatorie aplicarea sistemului TVA la încasare, chiar dacă exigibilitatea, respectiv deductibilitatea taxei, nu intervine în perioada fiscală în care a fost emisă factura. Persoanele impozabile înregistrate în scopuri de TVA care aplică sistemul TVA la încasare înregistrează în jurnalul pentru cumpărări facturile primite pentru livrări de bunuri/prestări de servicii chiar dacă taxa nu este deductibilă în perioada fiscală în care a fost emisă factura. În jurnalele pentru cumpărări vor fi menționate și următoarele informații:

- numărul și data documentului de plată;

- valoarea integrală a contravalorii achiziției de bunuri/prestării de servicii, inclusiv TVA;

- baza impozabilă și taxa pe valoarea adăugată aferentă;

- valoarea plătită, inclusiv TVA și corespunzător baza impozabilă și TVA exigibilă;

- diferența reprezentând baza impozabilă și TVA neexigibilă.

Aceste documente nu sunt formulare tipizate stabilite de Ministerul Finanțelor Publice. Fiecare persoană impozabilă poate să își stabilească modelul documentelor pe baza cărora determină taxa colectată și taxa deductibilă conform specificului propriu de activitate, dar acestea trebuie să conțină informațiile minimale precizate mai sus și să asigure întocmirea Decontului de TVA, formular 300.

Chitanța

Furnizor: S.C. Nr. ord. Reg.Com./an: C.I.F.: Capital Social: Sediul: Tel.: Cont: Banca: Cont: Banca:	<h1>CHITANȚĂ</h1> <p>Seria BNRG Nr. 1</p> <p>Din data de..... 20.....</p>
Am primit de la C.I.F. Nr.R.C. Adresa..... Suma de adică reprezentând <div style="text-align: right;">..... Casier,</div>	

Chitanța este un act scris prin care se dovedește primirea unei sume de bani. Chitanța reprezintă documentul cel mai des utilizat de către agenții economici.

Chitanța mai poate fi definită și ca un document având valoare contabilă, emis cu ocazia vânzării produselor sau prestării serviciilor cu plata în numerar. Chitanța trebuie să includă în preț și TVA aferentă.

Emiterea unei chitanțe justifică automat primirea unei sume de bani în numerar de către emitent. Chitanța reprezintă la fel ca și factura un document primar pe baza căruia se înregistrează o operațiune contabilă.

Elementele obligatorii pe chitanță, sunt următoarele:

- denumire furnizor;
- CIF furnizor;
- nr. de înregistrare la registrul comerțului al furnizorului;
- adresă furnizor;
- suma încasată (în cifre și în litere) și ce reprezintă aceasta;
- denumire client;
- adresă client;
- data emiterii chitanței.

Avizul de însoțire a mărfii

Furnizor: Nr. ord. reg. comerț: C.I.F.: Capital social: Sediul: Pof. de lacont: Cont: Banca:		AVIZ DE ÎNSOȚIRE A MĂRFII	Cumpărător: Nr. ORD/Com: C.P.: Sediul: Județul: Cont: Banca:	
Nr. crt. Specificația (produse, ambalaje, etc.) U.M. Cantitatea înscrisă Prețului unitar (fără T.V.A.) -lei Valoarea totală		Nr. Data (ziua, luna, anul)		
Semnătura și stampila furnizorului Data privind expediția: Numerele delegației CNP Subscrierile de identitate Măscăla de transport: Expediția s-a efectuat în prezența noastră la data de Servituțiu		Tabil: Semnătura și data primirii		

Avizul de însoțire a mărfii este un document financiar-contabil cu o utilizare complexă, care include în principal însoțirea bunurilor expediate în diverse scopuri, pe timpul transportului acestora.

Conform reglementărilor în vigoare, avizul servește ca:

- document de însoțire a mărfii pe timpul transportului, după caz (ex. în cazul expedierii produselor pentru comercializare prin magazinele proprii; în cazul valorilor materiale trimise

pentru prelucrare la terți și returnarea acestora după procesare, caz în care este necesară pe aviz mențiunea "Pentru prelucrare la terți");

- document ce stă la baza întocmirii facturii, după caz (în cazul bunurilor livrate în cadrul unei operațiuni de vânzare – cumpărare, atunci când furnizorul nu are posibilitatea de a emite factura, aceasta urmând să fie întocmită ulterior);

- dispoziție de transfer al valorilor materiale de la o gestiune la alta, dispersate teritorial, ale aceleiași unități (în cazul în care bunurile sunt transferate între două gestiuni aflate în incinta unității, se întocmește Bon de transfer);

- document de primire în gestiune, după caz;

- document de descărcare din gestiune a bunurilor cedate cu titlu gratuit (premiu acordate în cadrul concursurilor organizate, distribuirea de materiale promoționale sau de mostre în cazul acțiunilor de marketing și promovare, caz în care avizul de însoțire a mărfii va purta mențiunea "Fără factură");

În toate situațiile, este necesară pe aviz mențiunea cauzei pentru care s-a întocmit avizul de însoțire a mărfii și nu factura (cu excepția bunurilor cedate cu titlu gratuit, caz în care mențiunea va fi "Fără factură").

Deoarece, avizul este reglementat drept un document cu regim special intern de tipar și numerotare, fiecare firmă trebuie să stabilească o procedură internă privind stabilirea regimului intern de numerotare a avizelor de însoțire.

Procedura internă se stabilește în baza unei decizii, în formă scrisă, prin care conducătorul firmei desemnează una sau mai multe persoane responsabile cu alocarea și gestionarea numerelor aferente avizelor. Fiecare aviz de însoțire emis trebuie să aibă un număr de ordine, secvențial, în baza unei sau mai multor serii. Numărul de la care se emite primul aviz de însoțire se stabilește anual, prin decizie emisă pentru fiecare exercițiu financiar.

Circuitul avizului se poate sintetiza după cum urmează:

- pentru furnizor

Avizul circulă la:

1) delegatul firmei care efectuează transportul sau la delegatul clientului care semnează de primire;

2) compartimentul desfacere, pentru:

- înregistrarea cantităților livrate;

- emiterea facturii;

3) compartimentul financiar-contabil, pentru:

- descărcarea gestiunii;

- întocmirea evidenței contabile;

- întocmirea evidenței fiscale privind livrarea de bunuri;

- completarea și depunerea raportărilor fiscale privind livrarea;

- arhivare.

- pentru cumpărător

Avizul circulă la:

1) comisia de recepție, pentru întocmirea documentului *nota de intrare-recepție*;

2) depozit, pentru operarea intrării în gestiune a bunurilor, pe baza notei de intrare-recepție;

3) aprovizionare, pentru operarea cantităților aprovizionate;

4) compartimentul financiar-contabil, pentru:

- înregistrarea intrării în contabilitatea sintetică și analitică;

- întocmirea evidenței fiscale privind achiziția efectuată;

- completarea și depunerea raportărilor fiscale privind achiziția de bunuri;

- arhivare.

Conținutul minimal obligatoriu de informații

- logotipul și seria aparatului de marcat;
- numărul de ordine al bonului, data și ora emiterii;
- denumirea bunurilor sau serviciilor livrate, cantitățile, prețurile unitare, valoarea și cota de TVA aplicată;
- valoarea totală a bonului, valoarea aferentă TVA și valoarea altor taxe necuprinse în baza de impozitare a TVA.

Bonul fiscal trebuie să fie înmănat în mod obligatoriu clienților, odată cu bunurile vândute. Neemiterea bonurilor fiscale constituie contravenție.

Deducerea TVA de pe bon se poate face dacă valoarea bonului inclusiv TVA este sub 100 euro și bonul are tipărit codul de înregistrare în scopuri de TVA al beneficiarului. Dacă bonul fiscal are o valoare mai mare de 100 euro sau nu are tipărit codul de înregistrare în scopuri de TVA, nu se poate deduce TVA. În acest caz, trebuie solicitată de la furnizor o factură. Cursul de schimb utilizat pentru determinarea în euro a valorii bonului este cursul valabil la data emiterii bonului.

La bonurile de combustibil dreptul de deducere depinde de utilizarea integrală/parțială a autoturismului în derularea activității firmei. Există drept de deducere integrală a combustibilului în situația când se poate face dovada că autoturismul este utilizat exclusiv în scopul activităților economice. În caz contrar, dreptul de deducere este de 50%. Trebuie menționat că la 14 martie 2013 și-au încetat aplicabilitatea prevederile referitoare la justificarea deducerii TVA pentru carburanții auto pe baza bonurilor fiscale, indiferent de valoarea acestora, emise conform OUG nr. 28/1999, în condițiile în care acestea erau ștampilate și aveau înscrise denumirea cumpărătorului și numărul de înmatriculare a autovehiculului.

Rola-jurnal

Rola-jurnal este considerată a fi exemplarul 2 al bonului fiscal. De fapt, din punct de vedere tehnic, ea este o bandă autocopiativă care trece prin imprimatorul casei de marcat odată cu banda de bonuri fiscale și se rulează pe un alt tambur, pe măsură ce se consumă.

La sfârșitul zilei, rola-jurnal se rupe obligatoriu după ultimul bon emis și se arhivează, conform legii, timp de doi ani.

Raportul de închidere

La finalul fiecărei zile de activitate în care s-a folosit casa de marcat, trebuie emis raportul de închidere sau raportul Z, așa cum este cunoscut în practică. Acesta trebuie arhivat pe o perioadă de 5 ani.

Raportul Z trebuie să conțină:

- denumirea și codul fiscal ale operatorului economic emitent;
- adresa de la locul de instalare a aparatului de marcat electronic fiscal;
- logotipul și seria fiscală ale aparatului;
- numărul de ordine numerotat progresiv;
- data și ora emiterii;
- numărul bonurilor emise în ziua respectivă;
- valoarea totală a operațiunilor efectuate și totalul taxei pe valoarea adăugată, cu precizarea nivelului cotei;
- valoarea totală a operațiunilor scutite de taxa pe valoarea adăugată;
- valoarea taxelor care nu se cuprind în baza de impozitare a taxei pe valoarea adăugată.

Monetarul

Unitate: _____
Nr. de înregistrare în Registrul comerțului: _____
Cod de înreg. fiscală: _____
Adresă: _____
Seria: _____ Nr. _____
MONETAR Nr. _____
Data: _____ / _____ / _____
Mag. _____ CASA _____
buc. x 500 lei = _____
buc. x 200 lei = _____
buc. x 100 lei = _____
buc. x 50 lei = _____
buc. x 10 lei = _____
buc. x 5 lei = _____
buc. x 1 leu = _____
buc. x 50 bani = _____
buc. x 10 bani = _____
buc. x 5 bani = _____
buc. x 1 ban = _____
TOTAL LEI _____
Casier predător, _____ Casier primitor, _____
Responsabil, _____

Monetarul servește ca:

- document justificativ pentru evidențierea la sfârșitul zilei a numerarului existent în casierie, corespunzător mărfurilor comercializate;
- document justificativ de înregistrare în [contabilitate](#);
- document justificativ pe baza căruia se predă contribuabilului numerarul încasat prin casa de către casier, respectiv vânzător.

Monetarul se utilizează numai în cazul vânzării mărfurilor cu amănuntul. Potrivit reglementărilor în vigoare, în condițiile utilizării aparatelor de marcat electronice fiscale, suma înscrisă în monetar trebuie să coincidă cu suma din registrul de casă emis de aceste aparate, inclusiv cu suma înregistrată de mână în registrul de casă, în cazul defectării aparatelor de marcat electronice fiscale. Valoarea înscrisă în monetar trebuie să corespundă valorii înscrise în raportul de gestiune.

Monetarul se întocmește în două exemplare de către casier sau persoana împuternicită, la sfârșitul zilei, prin inventarierea numerarului pe categorii de bancnote și de monede.

Registru special

Societate comercială _____ Adresa _____
Adresa _____
Cod fiscal _____ Anul _____
Înregistrat în _____
Registru special Nr. pag. _____

Nr. înreg. fiscală	Societate	Data	Anul				Total	Total	Total	Total
			1	2	3	4				

Registru special este documentul în care se consemnează datele din rapoartele fiscale de închidere zilnică. Acest document, precum și memoriile fiscale ale aparatului de marcat se arhivează timp de 10 ani

Jurnalul de vânzări reprezintă un document de înregistrare a vânzărilor de valori materiale sau a prestațiilor de servicii, cu ajutorul lui se stabilindu-se, lunar, taxa pe valoarea adăugată colectată.

Jurnal de vânzări reprezintă un registru auxiliar al registrului jurnal care evidențiază toate vânzările pentru decontul TVA.

Jurnalul de vânzări servește ca:

- jurnal auxiliar pentru înregistrarea vânzărilor de valori materiale sau a prestațiilor de servicii;
- document de stabilire lunară a taxei pe valoarea adăugată colectată;
- document de control al unor operații înregistrate în contabilitate.

Jurnalul de vânzări se întocmește într-un singur exemplar, având paginile numerotate, în care se înregistrează zilnic sau lunar, după caz, fără ștersături și spații libere, elementele necesare pentru determinarea corectă a T.V.A. colectată datorată.

Jurnalul de vânzări se completează la compartimentul financiar-contabil pe baza documentelor tipizate comune și specifice (facturi sau documente înlocuitoare) privind vânzările de valori materiale sau prestații de servicii, precum și pe baza Borderoului de vânzare (încasare) din ziua respectivă.

Compartimentul financiar-contabil verifică sumele înscrise în conturi în Jurnalul de vânzări și respectarea dispozițiilor legale referitoare la taxa pe valoarea adăugată.

Jurnalul de vânzări se arhivează la compartimentul financiar-contabil.

Persoanele impozabile înregistrate în scopuri de TVA care aplică sistemul TVA la încasare au obligația să menționeze în jurnalele pentru vânzări facturile emise pentru livrări de bunuri/prestații de servicii pentru care este obligatorie aplicarea sistemului TVA la încasare, chiar dacă exigibilitatea taxei nu intervine în perioada fiscală în care a fost emisă factura.

7.2 . Completarea situației vânzărilor

Completarea situațiilor privind vânzările se utilizează pentru obținerea de rapoarte specifice vânzărilor pe o anumită perioadă în funcție de criteriile vizate de utilizator. Implicit, este necesară completarea perioadei de referință, respectiv *data început* și *data sfârșit*, fiind înregistrate datele de început și de sfârșit ale lunii curente din gestiune.

Pentru a analiza datele dorite, utilizatorul poate avea în vedere o serie de criterii cumulative:

- *Numai pentru un client* - se poate genera situația vânzărilor aferente clientului selectat din lista disponibilă.
 - *Tip client* - prin bifare se poate specifica tipul clienților care se includ în listă, și anume pot fi Clienți - facturi de întocmit pentru a se include și vânzările pentru care nu s-a întocmit factura sau Clienți pentru facturile deja întocmite. Aceste două tipuri sunt principalele abordate, dar mai pot exista și alte tipuri dacă sunt vizate de utilizatori;
 - *Grupare clienți* - se pot include doar vânzările clienților din anumite Grupuri de clienți;
 - *Gestiune* - se au în vedere doar vânzările aferente ieșirilor din gestiunea selectată;
 - *Tip material* - se selectează tipul material al produselor din gestiuni pentru care se dorește obținerea situației de vânzări;
 - *Grupare* - dacă la înregistrarea produselor în gestiuni s-au creat și atribuit și grupări de produse, se pot selecta din lista disponibilă doar vânzările aferente mărfurilor din grupul selectat;
 - *Agent* - în cazul în care se lucrează pe agenți, se poate realiza situația vânzărilor pe agentul selectat din listă. Exista și posibilitatea listării situației vânzărilor pentru totii agenții.
- Ulterior completării situației vânzărilor, se pot crea totaluri pe clienții din listă, fără a mai detalia documentele din care se compune totalul.

Pentru varianta electronică de completare a situației vânzărilor există o serie de opțiuni de unde se poate specifica felul documentelor care se afișează în listă. Astfel, se pot avea în vedere facturile, avizele nefacturate, numai retur la facturi (facturi de stornare), numai retur la avize (avize de stornare), numai facturi directe sau numai avize directe;

7.3 Selectarea informațiilor de raportat privind vânzările

Managementul vânzării/desfacerii produselor reprezintă activitatea prin care se asigură vânzarea rezultatelor producției. Acțiunea implică stabilirea căilor, formelor și modalităților prin care urmează a fi vândute produsele fabricate, ca și a piețelor care pot constitui sfera de desfacere.

Managementul vânzării/ desfacerii se prezintă ca un proces unitar complex, căruia îi este proprie o structură extinsă de activități specifice care au în vedere problemele legate de conducerea-coordonarea, previziunea-planificarea, programarea, organizarea, contractarea-vânzarea produselor, antrenarea, urmărirea și controlul derulării-realizării activității, analiza și evaluarea rezultatelor. Aceasta reprezintă caracteristica esențială a managementului vânzării/ desfacerii.

Managementul vânzării/ desfacerii producției industriale - componentă a funcțiunii comerciale a întreprinderii - are ca obiectiv principal vânzarea produselor din profilul propriu de fabricație în condiții de eficiență. În acest scop se desfășoară mai multe "activități specifice", și anume:

- Elaborarea studiilor de marketing, în vederea asigurării portofoliului de comenzi și a contractelor comerciale, al cunoașterii cererii și situației concurenței, a prețurilor, a noilor produse care pot fi asimilate, a produselor a căror fabricație trebuie oprită sau redusă, a celor care trebuie modernizate, a condițiilor la care trebuie să răspundă pentru a satisface în mai mare măsură preferințele clienților cărora li se adresează. Totodată, se definesc mai bine canalele de distribuție, formele eficiente de promovare a produselor, a vânzărilor, posibilitățile de acțiune pentru extinderea pieței interne și conducerea și organizarea desfacerii externe de desfacere a produselor proprii, condițiile de "service" care trebuie asigurate, mutațiile care se înregistrează în cerințele, opțiunile și sugestiile utilizatorilor, modalitățile de rezolvare a reclamațiilor emise de clienți cu privire la sistemul de intervenții tehnice în perioada de garanție etc. La acestea se adaugă și o serie de alte acțiuni ca, de pildă: elaborarea și prezentarea de oferte, de cataloage comerciale, de pliante și prospecte, de mostre; participarea la târguri și expoziții din țară și străinătate; folosirea publicațiilor curente, a radio-tv ș.a. Asemenea modalități și mijloace de prezentare implică, când este cazul și sunt create condiții, efectuarea de acțiuni de reclamă - de genul demonstrațiilor de funcționalitate etc ;
- Colectarea comenzilor emise de clienți și constituirea, astfel, a portofoliului de comenzi, încheierea de contracte comerciale în strictă concordanță cu cererile clienților și capacitățile de producție disponibile. Se are în vedere contractarea integrală a producției în corelație cu potențialul tehnic, material și energetic asigurat și în condițiile unui profit cât mai mare;
- Elaborarea planului strategic și a programelor de livrare-vânzare a produselor contractate pe sortimente concrete și pe căile de distribuție-vânzare stabilite. Rezultatele acțiunii constituie baza concretă pentru elaborarea, pe de o parte, a programelor de fabricație (ținând cont de structura și dimensiunea capacităților de producție), cât și a fișelor de urmărire operativă a derulării livrărilor pe clienți, pe canalele de distribuție alese;
- Urmărirea stadiului execuției produselor în procesele de fabricație, prevenirea realizării de produse necorespunzătoare calitativ, impulsționarea factorilor de producție pentru respectarea programelor de fabricație - acțiune care condiționează în continuare îndeplinirea obligațiilor

față de clienți stipulate în contractele de livrare (termene de livrare, sortimentație, calitate, cantitate ș.a.);

- Crearea sau, după caz, modernizarea și extinderea rețelelor proprii de desfacere a produselor pe piața internă și externă. Existența unor rețele proprii de vânzare creează condiții pentru materializarea operativă a deciziilor referitoare la îmbunătățirea calității produselor, modernizarea lor, testarea unor noi produse, îmbunătățirea sistemului de distribuție, de prezentare a produselor. Așadar, înființarea, iar acolo unde deja există, extinderea și modernizarea rețelelor de magazine și depozite proprii de desfacere reprezintă, în economia de piață, o acțiune deosebit de importantă. Asemenea rețele proprii de desfacere se amenajează atât la sediul producătorului, cât și în teritoriu, asigurându-se astfel apropierea sursei de furnizare de locul de consum;

- Organizarea unor rețele proprii de service sau modernizarea și extinderea celor existente, pentru a se asigura eliminarea operativă a deficiențelor de funcționalitate a produselor, sporirea interesului cumpărătorilor la produsele ce se vând, a încrederii acestora față de utilitățile oferite de producător. Important este modul de organizare și sfera de servire asigurată unităților de acest gen pentru a se răspunde prompt și calitativ intervențiilor solicitate de cumpărătorii produselor. Astfel, unitățile de "service" trebuie dotate cu utilaje, instalații, dispozitive, aparatură de mare eficacitate și utilitate, amplasate rațional din punct de vedere teritorial pentru a acoperi operativ sfera de servire stabilită, și dotate cu produsele de piese de schimb în structura specifică produsului și solicitărilor utilizatorilor. Condițiile de "service", dacă sunt bine organizate, pot contribui în mare măsură la penetrarea pe diferite piețe, la promovarea vânzărilor, la extinderea acțiunilor de modernizare, la sporirea eficienței reclamei comerciale;

- Extinderea relațiilor de vânzare pe bază de comenzi, convenții și contracte prezintă o acțiune care asigură certitudine în activitatea de desfacere pentru o anumită perioadă. În interiorul acestei perioade producătorul-furnizor va acționa, direct sau prin rețelele proprii de desfacere, pentru o conlucrare judicioasă cu partenerii în scopul obținerii Managementul desfacerii încrederii acestora; se creează astfel premise pentru prelungirea colaborării și chiar extinderea vânzărilor determinată de eventuale solicitări suplimentare sau a apariției de noi parteneri. Elemente stimulative pentru stabilirea unor relații contractuale pe perioade mai lungi de timp sunt și cele care au în vedere asigurarea unor înlesniri la prețurile de desfacere, rabaturi comerciale, servirea cu prioritate organizarea de "service" la sediul utilizatorilor, aplicarea unui sistem de servire stimulator (acordarea de bonificații, livrarea pe credite ș.a.);

- Constituirea unor produse de desfacere optime, care să asigure ritmicitate livrărilor, în concordanță cu clauzele prevăzute în contractele comerciale încheiate, și să poată satisface implicit eventualii clienți întâmplători, dar care pot reprezenta pentru viitor utilizatori sau solicitanți constanți, stabili și al căror consum se poate amplifica (deci care pot deveni parteneri siguri de afaceri);

- Asigurarea unor condiții raționale de depozitare a produselor finite și de formare a loturilor de livrare. Livrarea produselor în condiții de integritate calitativă și cantitativă, la momentele calendaristice prevăzute în contractele comerciale, la cele la care sunt solicitate de clienți, implică desfășurarea activităților de primire-recepție, de sortare, ambalare, etichetare, marcare și de formare a loturilor destinate livrării sau vânzării pe spații dimensionate rațional, cu amenajări și dotări adecvate. Pe parcursul depozitării lor, produsele trebuie așezate pe un mobilier modern, care asigură stivuirea pe înălțime după sisteme eficiente evitându-se afectarea unor suprafețe prea mari pentru asemenea scop fără justificare tehnică și economică;

- Informatizarea sistemelor de gestiune a produselor de desfacere, de urmărire a derulării livrărilor, de întocmire a documentației de livrare (dispoziții de livrare, facturi, avize de expediție). Informatizarea activității de desfacere la nivelul întreprinderii contribuie

semnificativ la îmbunătățirea procesului de servire a partenerilor de contract, a clienților, în special în cazul vânzărilor din magazinele și depozitele proprii;

- Organizarea activității operative de livrare-vânzare a produselor finite, servirea ritmică a clienților programați și neprogramați în concordanță cu cererile acestora specificate în contracte, în comenzile emise;

- Urmărirea derulării operative a livrărilor către clienți, a realizării contractelor încheiate pe total, din care pe principalii cumpărători, a evoluției produselor de desfacere;

- Coordonarea și controlul activității depozitelor de desfacere, organizarea primirii și recepției produselor finite de la secțiile de fabricație, a acțiunii de formare a loturilor complexe și complete de livrare;

- Organizarea rațională a activității de informare sistematică asupra comportamentului produselor fabricate și livrate la utilizatori, de urmărire a funcționalității acestora la utilizatori, de intervenție promptă pentru remedierea defecțiunilor sesizate și semnalate, de aplicare a sugestiilor pozitive provenite de la clienți. Volumul mare de informații, pe care unitatea industrială producătoare și-l poate asigura astfel, trebuie prelucrat și transmis operativ compartimentelor interesate, care pot interveni pentru a asigura fiecărui produs gradul de utilitate solicitat și parametrii funcționali prevăzuți. Prin acest mod de acțiune, unitatea își atrage aprecierea favorabilă a clienților și determină stabilitatea de durată a relațiilor cu partenerii reali și potențiali. În același timp, pe această cale, producătorii furnizori pot urmări mai ușor care este "viața" produselor, stadiul în care produsul este îmbătrânit și trebuie înlocuit cu altul ș.a.

Analizând conținutul managementului vânzării/ desfacerii producției, se poate concluziona că această activitate asigură baza motivațională pentru organizarea și desfășurarea fabricației de produse; totodată, activitatea de desfacere-vânzări furnizează elementele pentru fundamentarea programelor de fabricație, caracteristicile la care trebuie să răspundă produsele, condițiile în care urmează a se exploata sau utiliza acestea, cerințele pe care trebuie să le satisfacă "sectorul producție" pentru a răspunde comenzii sociale. În continuare, producția industrială este cea care condiționează activitatea de aprovizionare materială, punându-i la dispoziție datele și informațiile prin care se determină dimensiunea și structura resurselor materiale care trebuie asigurate, momentele calendaristice la care sunt necesare, perioada pe care se întinde acțiunea.

Sisteme de organizare internă a subsistemului de vânzare/ desfacere

Compartimentul de vânzare/ desfacere, specific subsistemului de profil, se organizează pe grupe care trebuie să asigure îndeplinirea următoarelor cerințe: omogenitatea și operativitatea în desfășurarea diferitelor activități specifice; conducerea și coordonarea unitară a întregului proces de livrare-vânzare; sporirea responsabilității lucrătorilor din compartiment în managementul desfacerii; satisfacerea promptă a tuturor cerințelor și solicitărilor emise de clienți, în rezolvarea reclamațiilor și colectarea sugestiilor, propunerilor transmise de partenerii reali și potențiali, de cumpărătorii și utilizatorii produselor. Totodată, se are în vedere ca, prin organizarea compartimentului, să se asigure condiții reale pentru aplicarea unui control permanent și riguros al modului cum își îndeplinește fiecare angajat atribuțiile ce îi sunt stabilite prin fișa postului pe care îl ocupă, ca și o bună conlucrare între grupele constituite.

Toate aceste cerințe asigură în final, abordarea unitară a întregii activități de vânzare/ desfacere, creându-se astfel condiții favorabile pentru corelarea permanentă a ofertei de produse și servicii cu nevoia socială, a rezultatelor producției cu cererile clienților, a termenelor de fabricație cu cele de livrare etc.

De regulă, prin organizarea internă, activitatea comercială de desfacere-livrare/vânzare trebuie să permită o acțiune eficientă în sistemul concurențial specific

economiei de piață. Această concepție are în vedere faptul că producătorul trebuie să fie mereu prezent și activ pe piață, că, piața fiind a cumpărătorului, oferta este cea care trebuie să dinamizeze procesul de schimb, să atragă cererea, că rețeaua comercială trebuie permanent alimentată de producător cu mărfurile pe care le produce. În același timp, producătorul este direct interesat de modul în care are loc vânzarea produselor lui, deoarece prin acest act își recuperează capitalul investit în produs și realizează profitul estimat.

Organizarea activității de vânzare se face prin directorii de produs, care răspund de produsele ce le sunt atribuite de la început până la sfârșit, adică de: prospectarea pieței, transmiterea ofertelor, negocierea și purtarea tratativelor, analiza de preț, publicitate și reclamă, marca fabricii, contractarea și vânzarea produselor, urmărirea comportamentului produselor la utilizatori, acordarea serviciilor asociate produselor, rezolvarea problemelor de service ș.a.

Este de evidențiat că o asemenea organizare adâncește foarte mult gradul de specializare și profilul de activitate, ceea ce, pentru un volum mare de vânzare și pentru o intensificare a relațiilor cu partenerii, este un avantaj deosebit.

Sistemul de relații specific pentru vânzarea produselor

Desfășurarea activității de desfacere/ vânzare a produselor finite în concordanță cu cererile de consum ale clienților, cu necesitatea satisfacerii pretențiilor și servirii ireproșabile, a acestora, într-un context concurențial stimulator, impune organizarea unui sistem complex de relații, atât pe planul intern al unității de producție, cât și în afara acesteia.

Pe plan intern, relațiile se organizează între compartimentul de desfacere (vânzări) și celelalte compartimente sau/și subunități din cadrul structurii organizatorice a firmelor de producție.

În acest context general, conducerea „subsistemului desfacerea produselor” trebuie să țină permanent active relațiile cu sectorul tehnic de concepție și proiectare - care asigură documentația tehnică de execuție a produselor, cu sectorul de producție - care asigură fabricația produselor, cu compartimentul de marketing – furnizează informații privind produsele care sunt cerute pe piață, caracteristicile de utilitate și de calitate la care să răspundă, modalitățile de servire stimulative, cu compartimentul financiar - care urmărește achitarea contravalorii produselor de către clienții cărora le-au fost livrate

Pe planul intern al unității de producție, principalele relații ale compartimentului de desfacere se inițiază și desfășoară cu:

- compartimentele de strategii, planificare-dezvoltare și conducere operativă (programare) a producției pentru prevederea fabricației produselor comandate sau contractate, a celor cu desfacere directă prin depozitele și magazinele proprii, realizarea acestora în cantitatea, sortimentația, calitatea și la termenele solicitate de clienți sau în corelație cu programele de livrare anterior elaborate;
- compartimentul de marketing care, prin studiile de piață, asigură informații referitoare la produsele care se cer, caracteristicile la care trebuie să răspundă, canalele de distribuție care prezintă interes, cererile de ofertă și comenzile care s-au colectat ș.a.;
- compartimentul de aprovizionare în scopul asigurării ambalajelor și materialelor de ambalat pentru produsele destinate desfacerii către clienți;
- subunitățile de producție, în sensul: urmării, pe parcursul fabricației, a stadiului execuției produselor; lansării în producție a acestora în concordanță cu programele de livrare; asimilării în fabricație a produselor noi solicitate de clienți; rezolvării diferitelor sugestii, reclamații, propuneri ale acestora care au în vedere modernizarea produselor, înnoirea structurii de fabricație, amplificarea gradului de finisare, de estetică industrială a acestora ș.a.;

- compartimentul de transport pentru asigurarea mijloacelor proprii sau închiriate necesare expedierii produselor la clienții (dacă contractele economice stipulează o asemenea clauză în sarcina furnizorului-producător) sau la depozitele și magazinele proprii pentru desfacere;
 - compartimentul tehnic, de cercetare științifică și dezvoltare tehnologică pentru: concepția și asimilarea de noi produse, modernizarea celor din fabricația curentă, îmbunătățirea condițiilor de prezentare a produselor, de ambalare a acestora;
 - cu depozitele de produse finite (a căror activitate este direct coordonată de compartimentul de desfacere) pe linia asigurării condițiilor eficiente de efectuare a operațiilor de primire-recepție a produselor de la secțiile de fabricație, de depozitare, de formare a loturilor de livrare, de ambalare, de evidență și securitate contra sustragerilor sau împotriva incendiilor, ca și pentru organizarea, îndrumarea și controlul desfășurării livrărilor;
 - compartimentele financiar și de contabilitate în scopul stabilirii volumului de mijloace circulante aferent produselor de produse finite, a vitezei de rotație, încasării contravalorii produselor livrate, acoperirii cheltuielilor de desfacere, urmării operațiunilor de bancă privind decontările financiare cu clienții pentru produsele expediate, urmării facturilor emise și neîncasate ș.a.;
 - compartimentul de control tehnic de calitate pentru desfășurarea operațiilor de recepție calitativă a produselor destinate livrării și emiterea documentației de atestare a acestora la expediție-eliberare.
- În afară, relațiile se organizează între unitatea de producție industrială și:
- clienții (cumpărătorii produselor), pe linia acțiunii permanente desfășurate în scopul onorării comenzilor emise de aceștia, încheierii de contracte economice, îndeplinirii obligațiilor contractuale de livrare, urmării comportamentului produselor la utilizatori, asigurării condițiilor de service, de asistență tehnică, stabilirii formelor concrete de distribuție-transport, a căilor de îmbunătățire a acestora, rezolvării reclamațiilor consumatorilor, colectării de informații de la clienții reali și potențiali privind direcțiile de modernizare a produselor, a condițiilor și formelor de livrare ș.a.;
 - unitățile de transport pentru expedierea produselor la clienți sau la magazinele proprii de desfacere, cu mijloace închiriate;
 - centre de calcul, pentru prelucrarea automată a datelor și informațiilor referitoare la desfacerea produselor (dacă unitatea economică de producție nu dispune de posibilități proprii pe această linie);
 - unități specializate în comerț exterior, pentru desfacerea de produse pe piața internațională, modernizarea căilor, formelor și modalităților de distribuție, a condițiilor de service, de asistență tehnică, de asigurare a pieselor de schimb, informarea privind tendințele care se manifestă pe plan mondial în structura cererilor, mutațiile în vânzarea produselor și evoluția prețurilor ș.a.;
 - institute și unități de cercetare specializate în elaborarea de studii de marketing, de prognoză privind tendințele în dimensiunea și structura pieței interne și internaționale de produse, în evoluția prețurilor, de strategii în vânzări, de perfecționare a diferitelor laturi ale activității de desfacere etc.;
 - unități bancare pentru rezolvarea problemelor financiar-valutare generate de livrarea sau desfacerea produselor către clienți (decontarea contravalorii produselor livrate, urmărirea debitorilor etc.);
 - unități specializate în comercializarea de produse în sistem en gros în scopul înlesnirii desfacerii produselor și amplificării acțiunii (prin evitarea conlucrării directe cu un număr prea mare de consumatori), rezolvării eficiente a unor probleme generale privind modernizarea structurii fabricației, îmbunătățirea condițiilor de service, a serviciilor în general care stimulează vânzarea (asemenea unități având posibilitatea centralizării și sistematizării informațiilor emise de clienții lor și prezentării acestora producătorilor);

- instituții de conjunctură mondială pentru informare privind evoluția pieței produselor similare, a condițiilor de preț și de livrare, tendințe în politicile de furnizare din partea unor firme, a unor țări, evoluția concurenței etc.;
 - burse de mărfuri pentru desfacerea de produse prin aceste instituții, prezentarea de oferte de vânzare, informarea asupra evoluției condițiilor de livrare, a concurenței, tendințelor și mutațiilor în structurarea pieței, în evoluția prețurilor etc.;
 - agenți de vânzare independenți, reprezentanți sau reprezentanțe comerciale în scopul culegerii de informații de pe segmentele de piață pe care aceștia acționează, depistării și înlesnirii contactului cu potențiali clienți, a încheierii de tranzacții sau contracte comerciale etc.;
 - unități organizatoare de târguri și expoziții permanente sau periodice în scopul înlesnirii și stabilirii condițiilor de participare la asemenea manifestări cu produsele proprii, informării asupra momentelor și locurilor de desfășurare etc.
- Toate acestea se concretizează, în final, în menținerea sau creșterea cifrei de afaceri pentru producător și implicit obținerea de profit mai mare, ca scop final al fiecărui investitor de capital - premisă a funcționalității și dezvoltării continue a firmei industriale în general.
- Relațiile pe care le stabilește unitatea economică pentru activitățile de aprovizionare și de desfacere pe plan intern și în afară sunt, cu preponderență, de colaborare cu sens de circulație pe orizontală.

Elemente caracteristice vânzărilor complexe

Vânzarea produselor reprezintă actul prin care se asigură valorificarea rezultatelor producției; este un moment al activității de desfacere care finalizează toate acțiunile pe care le face întreprinderea de producție, agentul de vânzare pentru ca produsul propriu să fie solicitat și acceptat de clienți. Prin acest act se realizează, de fapt, scopul celui care produce și/sau vinde, respectiv acela de a-și recupera cheltuielile făcute cu fabricația și pregătirea produsului pentru vânzare și obținerea, în același timp, a unui profit. Vânzarea este o activitate complexă, care, în economia de piață, capătă un grad sporit de dificultate

Vânzarea produselor se face pe mai multe "căi":

- pe bază de contract comercial încheiat anticipat la cererea clientului;
- pe bază de comandă anticipată fermă, urmată sau nu de onorarea imediată a acesteia;
- la cerere neprogramată, dar previzibilă, din magazinele și depozitele proprii sau ale rețelei comerciale publice.

Calea prin care se vând produsele este în funcție de natura produselor, sfera de utilitate, caracteristicile și potențialul de cumpărare ale solicitanților (clienților), căile de distribuție utilizate, modalitățile practicate de producător-furnizor pentru desfacerea produselor sale.

Indiferent de calea prin care se asigură vânzarea produselor, un rol definitoriu în extinderea vânzărilor în economia de piață, în special în cazul produselor cu sferă restrânsă de utilizare productivă, revine acțiunii de promovare, a celei de informare a viitorilor utilizatori despre caracteristicile produselor, a condițiilor de execuție și de desfacere etc.

Firmele care realizează produse similare, care se vând unui număr mare de clienți, își programează producția anticipând comenzile de vânzări. Previzionând astfel cererea, se asigură condiții pentru reducerea ciclului între primirea comenzii din partea clienților și livrarea produselor, ca și pentru o servire mai bună a acestora; în același timp, prin producția anticipată (pe stoc) se poate programa lansarea în fabricație a unor loturi economice a căror mărime se calculează cu ajutorul modelelor economico-matematice ale cercetării operaționale.

Datele privind vânzările trebuie eșalonate în plan calendaristic - pe zile, săptămâni, luni sau trimestre - sub formă de programe care conțin lista sortimentelor de produse care

trebuie expediate pentru fiecare perioadă clienților. Livrările se fac din produsele de produse finite sau din producția realizată până la momentul când trebuie organizată și efectuată expediția conform comenzilor.

Estimările (previziunile) cantitative, eșalonate în timp, ale vânzărilor precizate în programe speciale elaborate pe clienți, stau la baza programării lansării în fabricație a produselor. Programarea producției începe cu compararea cererilor estimate pentru vânzări, cu stocul existent și cel estimat a fi disponibil. În formarea produselor pentru desfacere, se are în vedere faptul că uneori produsele trebuie să suporte, până la vânzarea către clienți, o serie de operații prin care se aduc în starea care să facă posibilă pentru utilizarea lor ca atare de către consumatori.

Vânzările complexe - modalitate eficientă de extindere a desfacerilor de produse

Așa cum s-a menționat anterior, un element stimulator, important în extinderea vânzărilor, îl reprezintă "sfera de servicii" asigurate de furnizori. Vânzările de produse, însoțite de serviciile care le sunt specifice, sunt considerate de natură complexă. Serviciile care se pot asigura sunt foarte diverse, acestea diferențiindu-se după mai multe criterii.

În fundamentarea deciziilor în raport cu piața interesează "serviciile" care contribuie la conceperea, producerea, desfacerea și utilizarea produselor. Sfera de cuprindere a *serviciilor pe categorii* se prezintă astfel:

a. Serviciile care contribuie la conceperea și fabricația produselor industriale cum sunt, de exemplu: consultingul, engineeringul, informatingul, cesionarea de licențe, tehnologii și procedee de fabricație, lucrările de punere în funcțiune a noi capacități de producție, know-how, lucrările de explorare geologică ș.a. Acestea se definesc ca și servicii de producție. După modul de realizare ele pot fi: specializate și integrate.

b. Serviciile care înlesnesc comercializarea produselor - se efectuează în sfera circulației și cuprind: leasingul, factoringul, franchisingul, logistica de marketing, servicii de asigurare ș.a.

c. Serviciile care contribuie la valorificarea produselor și care se realizează în cursul utilizării acestora, până la scoaterea din uz; se asigură de către unitățile producătoare sau specializate în comercializare și cuprind toate acțiunile cunoscute sub denumirea de servicii de vânzare, respectiv: asistența tehnico-economică în timpul comercializării, transportului, punerii în funcțiune, aducerii la capacitatea optimă pe timpul exploatării produsului; reviziile, reparațiile curente și capitale; aprovizionarea cu piese de schimb; garanția ș.a. În funcție de client, aceste servicii pot fi: de producție și de consum.

În categoria serviciilor se mai includ și cele care au în vedere:

- asistența în domeniul organizării și conducerii producției;
- asistența în domeniul organizării și conducerii activității de desfacere;
- recrutarea, formarea și pregătirea personalului pentru producție și pentru celelalte domenii de activitate (parte din ele cunoscute mai sus).

Vânzările complexe implică "condiția" ca fiecare unitate economică, care recurge la efectuarea lor, să-și asume responsabilitatea unică în realizarea elementelor componente ale acestor tipuri de vânzări beneficiarul fiind același pentru toată structura de acțiuni.

Așadar, "vânzările complexe se definesc ca o formă specială de desfacere a produselor compusă din ansamblul de livrări de produse și servicii aferente între care se creează legături de antrenare, intercondiționare, interdependență coordonate sau efectuate de un singur furnizor în beneficiul unui singur utilizator".

Serviciile joacă un rol deosebit în promovarea vânzărilor. În frecvente cazuri, în vânzările complexe, serviciile reprezintă componenta antrenantă în penetrarea și extinderea desfacerilor pe piețele internă și externă.

În general, acțiunea de promovare a vânzărilor, publicitatea trebuie să aibă în vedere toate componentele desfacerilor complexe. Serviciile, optim dimensionate și structurate,

acordate cu promptitudine când sunt solicitate, oferite sau impuse, influențează favorabil exercitarea funcțiilor specifice celorlalte componente ale managementului desfacerii. Ele sporesc calitatea și eficiența ofertei, au influență favorabilă asupra cercetărilor de marketing și pot contribui la completarea bazei documentare pentru informare; de asemenea, ele pot servi ca suport al acțiunilor de publicitate, contribuie la formarea unei imagini favorabile asupra firmelor producătoare sau de comercializare.

Prin rolul lor, serviciile se transpun într-o componentă de cea mai mare importanță a strategiei în vânzările de produse.

"Funcțiile serviciilor" sunt multiple: de antrenare; de sporire a volumului și eficienței vânzărilor; de îmbunătățire a calității ofertei; de retroinformare; de promovare; de stabilizare și permanentizare a relațiilor cu partenerii.

Funcția de antrenare este exercitată, în general, de majoritatea componentelor vânzărilor complexe, astfel:

- Funcția de antrenare a serviciilor de producție se transmite direct asupra produselor fizice și serviciilor de pregătire a forței de muncă executantă în viitor a produsului, a celorlalte activități; indirect, efectul se transmite asupra celorlalte categorii de servicii.

Pentru vânzările complexe, funcția de antrenare a serviciilor de producție este esențială. Există o strânsă corelație între obiectul vânzărilor și serviciile asociate.

- Funcția de antrenare a produsului fizic se manifestă în sensul că acesta îndeplinește rolul de "element motor" față de serviciile comerciale, cele de după vânzare și de pregătire a personalului care își va desfășura activitatea în cadrul sectoarelor respective.

- Funcția de antrenare revine și "serviciilor de pregătire a forței de muncă"; acestea reprezintă un factor determinant față de toate celelalte categorii de servicii ca și față de produsele fizice.

Funcția de sporire a volumului și eficienței vânzărilor, modernizarea structurii acestora. Aceasta diferă ca influență de la produs la produs. Cu cât acesta este mai complex, cu atât funcția capătă mai mult în dimensiune.

La un număr tot mai mare de produse complexe, valoarea pieselor de schimb, ansamblelor și subansamblelor, devansează pe cea a produsului fizic.

Funcția de retroinformare. Această funcție este exercitată de "rețelele de service" de pe piețele cucerite sau segmentele acestora. Lucrătorii care își desfășoară activitatea în cadrul acestor rețele pot culege informații de natură economică și tehnică, cu privire la modificările intervenite în mediul socio-economic. Surse importante de informații sunt fișele și cartelele completate de personalul de service, care cuprind informații asupra:

- activității propriu-zise (comportarea produselor, efectuarea reparațiilor și reviziilor etc.);

- părerilor, observațiilor, opiniilor, sugestiilor clienților referitoare la caracteristicile la care trebuie să răspundă produsul și serviciile, la căile și formele de distribuție eficiente ș.a., pentru a stimula interesul clienților. Informații prețioase se obțin și din rapoartele și dările de seamă periodice întocmite de unitățile de service.

Funcția de promovare a produselor. Creșterea gradului de complexitate a produselor, ridicarea nivelului tehnic al acestora au determinat înființarea și organizarea unor rețele extinse de "service", fără de care, datorită cunoștințelor tehnice limitate ale anumitor categorii de utilizatori, produsele fizice respective nu pot deveni utilizabile sau sunt numai parțial folosite. În același timp, asemenea rețele pot efectua și alte acțiuni de promovare a produselor și serviciilor aferente ca: pregătirea pătrunderii pe piață a noilor produse, efectuarea reclamei, formarea relațiilor publice, formarea și cultivarea imaginii asupra mărcii ș.a. Eficiența unor astfel de "acțiuni de promovare" este mult amplificată de relațiile directe care se formează, prin intermediul rețelei de service, între furnizori și utilizatori;

Funcția de stabilizare și permanentizare a relațiilor cu clienții. Realizarea scopului funcției asigură stabilitatea în timp a activității, planificarea și programarea cu un grad mare de certitudine a producției, a comercializării pe termen scurt, mediu și lung.

7. 4 Raportarea situației vânzărilor

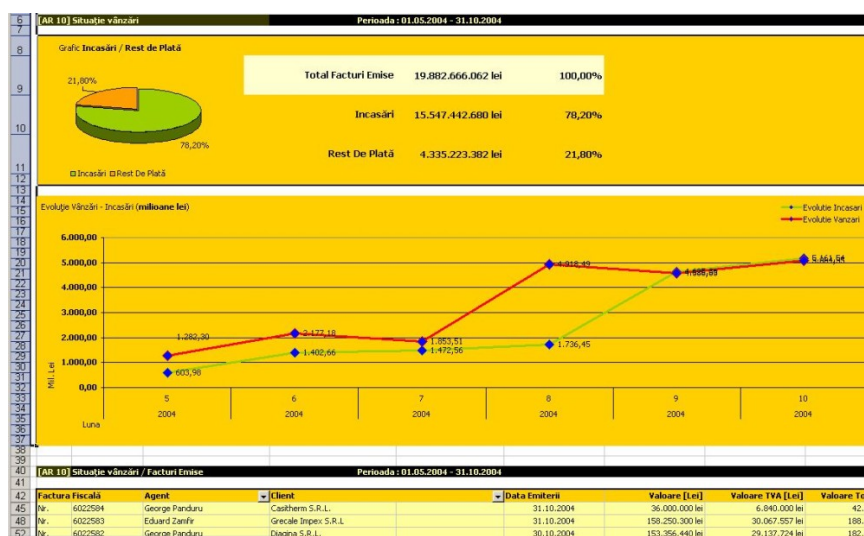
Situația vânzărilor poate fi realizată prin elaborarea de rapoarte, de la simple liste de facturi emise, avize de însoțire sau facturi proforme până la rapoarte complexe cu reprezentări grafice, care acoperă o plajă mare de situații de raportare necesare pentru studiul și analiza activității economice a oricărei societăți.

Rapoartele pot fi elaborate pe categorii, astfel:

- Rapoarte de vânzări, pe facturi emise, încasări (Facturi emise / Detalii facturi - grafic lunar; Facturi emise / Detalii facturi - grafic pe zilele săptămânii; Situație facturi neîncasate sau încasate parțial);
- Rapoarte de vânzări, pe produse (Vânzări Categorii de produse / Proveniență clienți; Vânzări Proveniență clienți / Categorii de produse; Vânzări Tipuri produse / Agenți Societate);
- Rapoarte de vânzări realizate pe regiuni, județe sau localități (Vânzări pe regiuni; Vânzări pe localități);
- Rapoarte de vânzări, pe agenți (Vânzări Agenți / Categorii de produse; Vânzări Agenți / Tipuri produse; Vânzări Agenți / Proveniență clienți; Vânzări Agenți / Facturi emise / Încasări; Vânzări Agenți / Tipuri produse / Categorii de produse);
- Rapoarte de vânzări, pe clienți (Vânzări Proveniență Clienti / Tipuri de Produse; Vânzări Client / Produse / Categorii de Produse; Vânzări Client / Facturi Emise / Încasări) etc.

Modele exemplificative de Rapoarte de vânzări, pe facturi emise, încasări

Facturi Emise / Detalii Facturi (grafic lunar)



Facturi Emise / Detalii Facturi (grafic pe zilele săptămânii)

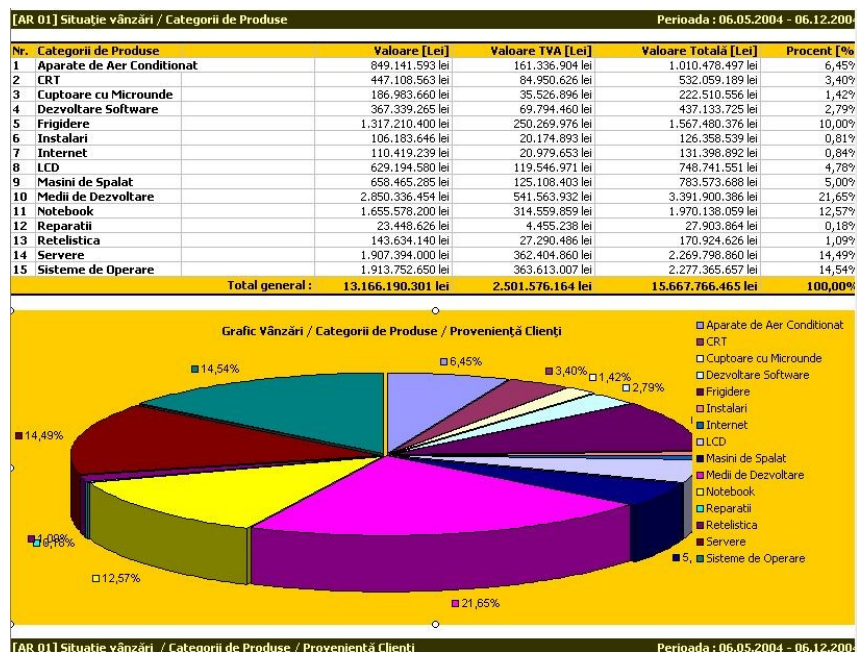


Situație Facturi Neîncasate sau Încasate Parțial

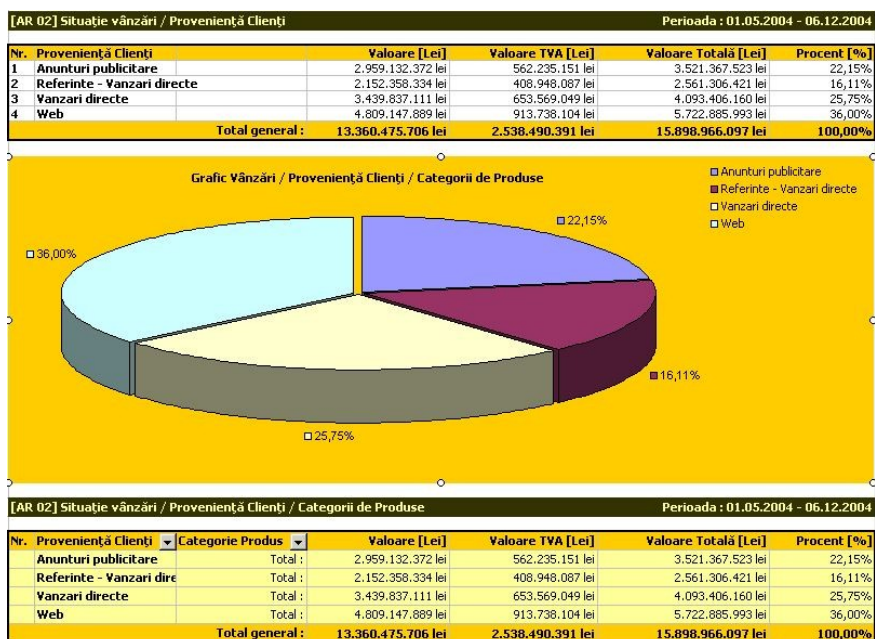


Modele exemplificative de Rapoarte de vânzări, pe produse

Vânzări Categoriilor de Produse / Proveniență Clienti



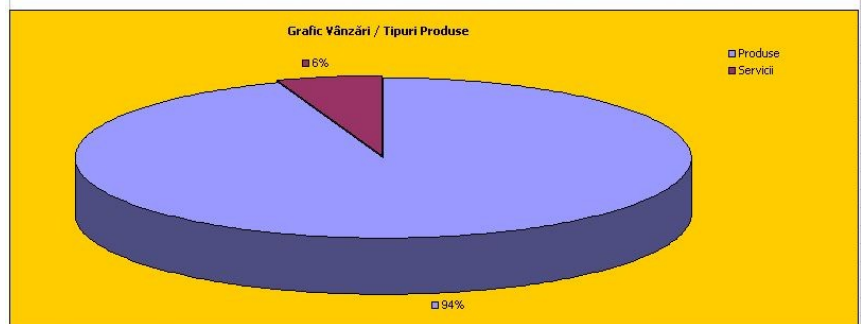
Vânzări Proveniență Clienti / Categori de Produse



[AR 02] Situație vânzări / Proveniență Clienti / Categori de Produse		Perioada : 01.05.2004 - 06.12.2004				
Nr.	Proveniență Clienti	Categorie Produs	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
Anunturi publicitare		Total :	2.959.132.372 lei	562.235.151 lei	3.521.367.523 lei	22,15%
Referinte - Vanzari dire		Total :	2.152.358.334 lei	408.948.087 lei	2.561.306.421 lei	16,11%
Vanzari directe		Total :	3.439.837.111 lei	653.569.049 lei	4.093.406.160 lei	25,75%
Web		Total :	4.809.147.889 lei	913.738.104 lei	5.722.885.993 lei	36,00%
Total general :			13.360.475.706 lei	2.538.490.391 lei	15.898.966.097 lei	100,00%

Vânzări Tipuri Produse / Agenți Societate

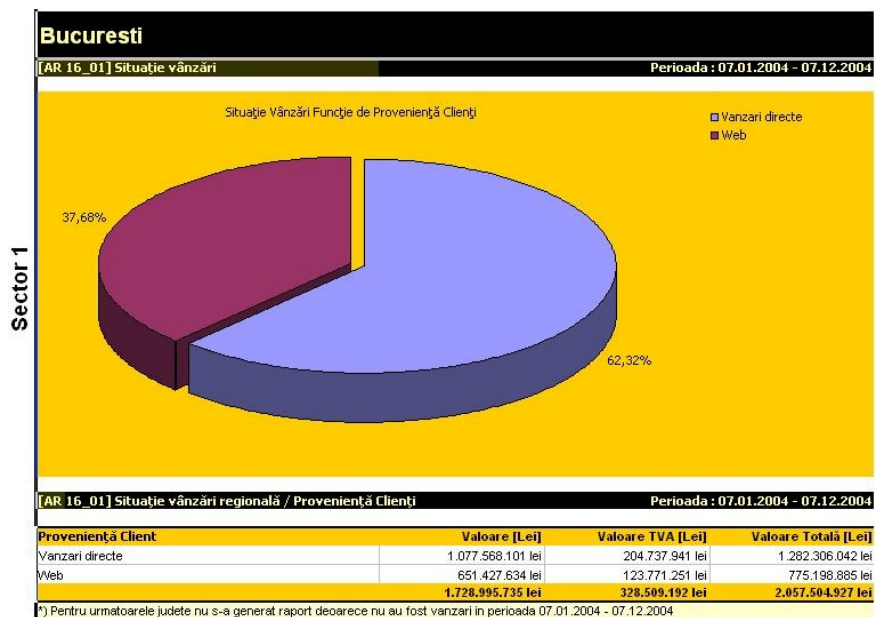
[AR 22] Situație vânzări / Tipuri Produse		Perioada : 06.05.2004 - 06.12.2004			
Nr. Tip Produs	Valoare [Lei]	Valoare TWA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]	
1 Produse	15.927.563.904 lei	3.026.237.156 lei	18.953.801.060 lei	94,31%	
2 Servicii	960.312.114 lei	182.459.297 lei	1.142.771.411 lei	5,69%	
Total general :		16.887.876.018 lei	3.208.696.453 lei	20.096.572.471 lei	100,00%



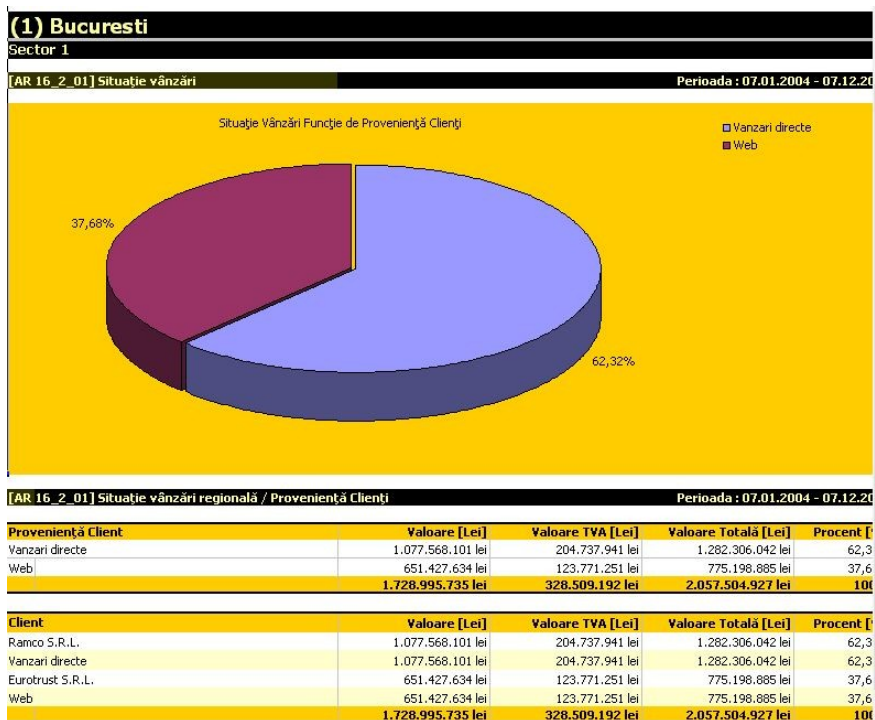
[AR 22] Situație vânzări / Tipuri Produse / Agenți Societate		Perioada : 06.05.2004 - 06.12.2004			
Tip Produs	Agenți Societate	Valoare [Lei]	Valoare TWA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
	Alexandra Iorgulescu	1.859.639.853 lei	353.331.576 lei	2.212.971.429 lei	11,01%
	Eduard Zamfir	8.536.261.224 lei	1.621.889.641 lei	10.158.150.865 lei	50,55%
	George Panduru	4.116.239.804 lei	782.085.565 lei	4.898.325.369 lei	24,37%
	Marius Istrate	1.415.423.023 lei	268.930.374 lei	1.684.353.397 lei	8,38%
Produse	Total :	15.927.563.904 lei	3.026.237.156 lei	18.953.801.060 lei	94,31%
	Alexandra Iorgulescu	130.891.986 lei	24.869.476 lei	155.761.462 lei	0,78%
	Eduard Zamfir	459.963.621 lei	87.393.088 lei	547.356.709 lei	2,72%
	George Panduru	157.633.639 lei	29.950.391 lei	187.584.030 lei	0,93%
	Marius Istrate	211.822.868 lei	40.246.342 lei	252.069.210 lei	1,25%
Servicii	Total :	960.312.114 lei	182.459.297 lei	1.142.771.411 lei	5,69%
Total general :		16.887.876.018 lei	3.208.696.453 lei	20.096.572.471 lei	100,00%

Modele exemplificative de Rapoarte de vânzări realizate pe regiuni, județe sau localități

Vânzări pe Regiuni



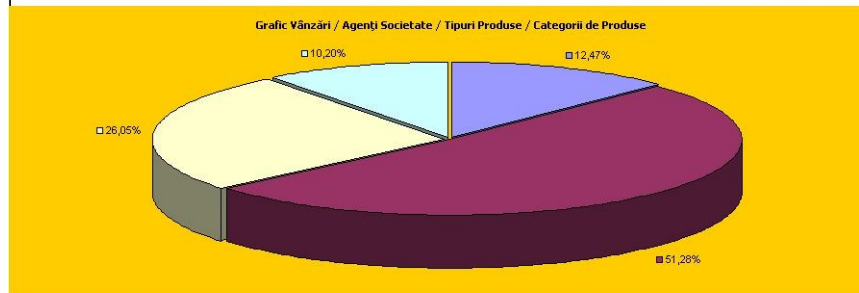
Vânzări pe Localități



Modele exemplificative de Rapoarte de vânzări, pe agenți

Vânzări Agenți / Categoriile de Produse

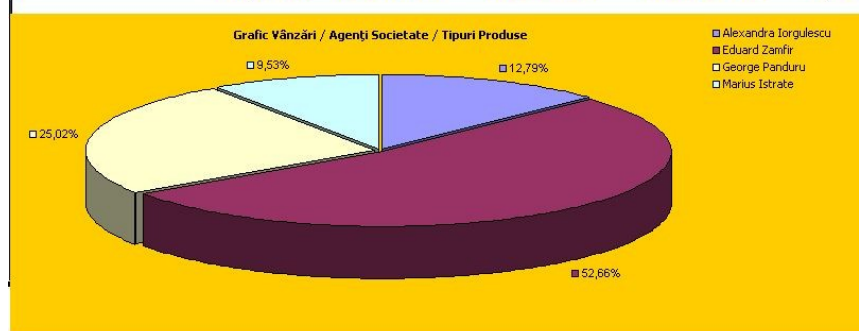
[AR 04] Situație vânzări / Agenți Societate					Perioada
Nr. Agenți Societate		Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
1	Alexandra Iorgulescu	1.990.531.839 lei	378.201.052 lei	2.368.732.891 lei	12,79%
2	Eduard Zamfir	8.182.515.974 lei	1.554.678.043 lei	9.737.194.017 lei	52,66%
3	George Panduru	4.157.165.423 lei	789.861.432 lei	4.947.026.855 lei	25,02%
4	Marius Istrate	1.627.245.891 lei	309.176.716 lei	1.936.422.607 lei	9,53%
Total general :		15.957.459.127 lei	3.031.917.243 lei	18.989.376.370 lei	100,00%



[AR 04] Situație vânzări / Agenți Societate / Tipuri Produse / Categoriile de Produse					Perioada
Agenți Societate	Tip Produs	Categorie Produs	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]
	Produse	Total :	1.859.639.853 lei	353.331.576 lei	2.212.971.429 lei
	Servicii	Total :	130.891.986 lei	24.869.476 lei	155.761.462 lei
Alexandra Iorgulescu		Total :	1.990.531.839 lei	378.201.052 lei	2.368.732.891 lei
	Produse	Total :	7.755.624.154 lei	1.473.568.597 lei	9.229.192.751 lei
	Servicii	Total :	426.891.820 lei	81.109.446 lei	508.001.266 lei
Eduard Zamfir		Total :	8.182.515.974 lei	1.554.678.043 lei	9.737.194.017 lei
	Produse	Total :	3.999.531.784 lei	759.911.041 lei	4.759.442.825 lei

Vânzări Agenți / Tipuri Produse

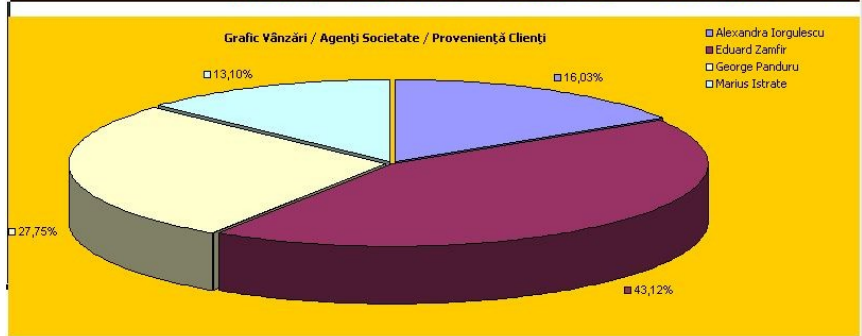
[AR 04] Situație vânzări / Agenți Societate					Perioada : 07.01.2004 - 07.12.2004
Nr. Agenți Societate		Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
1	Alexandra Iorgulescu	2.184.817.244 lei	415.115.279 lei	2.599.932.523 lei	12,79%
2	Eduard Zamfir	8.996.224.845 lei	1.709.282.729 lei	10.705.507.574 lei	52,66%
3	George Panduru	4.273.873.443 lei	812.035.956 lei	5.085.909.399 lei	25,02%
4	Marius Istrate	1.627.245.891 lei	309.176.716 lei	1.936.422.607 lei	9,53%
Total general :		17.082.161.423 lei	3.245.610.680 lei	20.327.772.103 lei	100,00%



[AR 04] Situație vânzări / Agenți Societate / Tipuri Produse					Perioada : 07.01.2004 - 07.12.2004	
Nr. Agenți Societate	Tip Produs	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]	
1	Produse	2.029.639.853 lei	385.631.576 lei	2.415.271.429 lei	11,88%	
1	Servicii	155.177.391 lei	29.483.703 lei	184.661.094 lei	0,91%	
	Alexandra Iorgulescu	Total :	415.115.279 lei	2.599.932.523 lei	12,79%	
2	Produse	8.536.261.224 lei	1.621.889.641 lei	10.158.150.865 lei	49,97%	
2	Servicii	459.963.621 lei	87.393.088 lei	547.356.709 lei	2,69%	
	Eduard Zamfir	Total :	8.996.224.845 lei	1.709.282.729 lei	10.705.507.574 lei	52,66%
	George Panduru	Total :	4.273.873.443 lei	812.035.956 lei	5.085.909.399 lei	25,02%

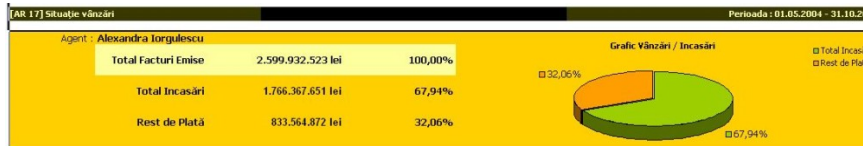
Vânzări Agenți / Proveniență Clienți

[AR 06] Situație vânzări / Agenți Societate		Perioada : 01.06.2004 - 06.12.20			
Nr. Agenți Societate		Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent %
1	Alexandra Iorgulescu	1.990.531.839 lei	378.201.052 lei	2.368.732.891 lei	16,03
2	Eduard Zamfir	5.354.588.041 lei	1.017.371.732 lei	6.371.959.773 lei	43,12
3	George Panduru	3.446.921.483 lei	654.915.085 lei	4.101.836.568 lei	27,75
4	Marius Istrate	1.627.245.891 lei	309.176.716 lei	1.936.422.607 lei	13,10
Total general :		12.419.287.254 lei	2.359.664.585 lei	14.778.951.839 lei	100,00



[AR 06] Situație vânzări / Agenți Societate / Proveniență Clienti		Perioada : 01.06.2004 - 06.12.20			
Nr. Agenți Societate	Proveniență Clienti	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent %
Alexandra Iorgulescu	Total :	1.990.531.839 lei	378.201.052 lei	2.368.732.891 lei	16,03
Eduard Zamfir	Total :	5.354.588.041 lei	1.017.371.732 lei	6.371.959.773 lei	43,12
George Panduru	Total :	3.446.921.483 lei	654.915.085 lei	4.101.836.568 lei	27,75
Marius Istrate	Total :	1.627.245.891 lei	309.176.716 lei	1.936.422.607 lei	13,10
Total general :		12.419.287.254 lei	2.359.664.585 lei	14.778.951.839 lei	100,00

Vânzări Agenți / Facturi Emise / Încasări

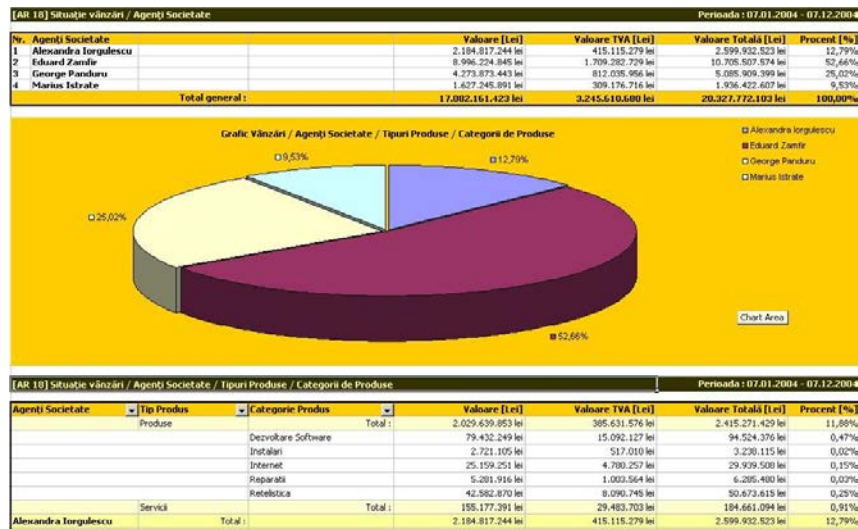


[AR 17] Facturi Emise - Detaliu Facturi pentru Alexandra Iorgulescu

Perioada : 01.05.2004 - 31.10.20

Factura Fisicală	Client	Data Emisiei	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Încasări [Lei]	Rest de Pl
Nr. 6022574	Alexandru Popescu	24.10.2004	39.923.750 lei	7.595.513 lei	47.509.263 lei	0 lei	47.509.263 lei
Nr. 6022571	Aurora COM S.R.L.	23.10.2004	15.216.500 lei	2.891.135 lei	18.107.635 lei	0 lei	18.107.635 lei
Nr. 6022570	Aurora COM S.R.L.	21.10.2004	247.096.300 lei	46.948.297 lei	294.044.597 lei	294.044.597 lei	0 lei
Nr. 6022567	Alexandru Popescu	20.10.2004	54.007.987 lei	10.261.518 lei	64.269.505 lei	0 lei	64.269.505 lei
Nr. 6022568	Goscom S.R.L.	20.10.2004	75.000.000 lei	14.250.000 lei	89.250.000 lei	0 lei	89.250.000 lei
Nr. 6022559	Aurora COM S.R.L.	14.10.2004	1.121.731 lei	231.299 lei	1.448.599 lei	1.448.599 lei	0 lei
Nr. 6022549	Aurora COM S.R.L.	10.10.2004	77.090.390 lei	14.647.174 lei	91.737.564 lei	0 lei	91.737.564 lei
Nr. 6022537	Alexandru Popescu	02.10.2004	80.134.951 lei	15.225.641 lei	95.360.592 lei	0 lei	95.360.592 lei
Nr. 6022524	Aurora COM S.R.L.	25.09.2004	4.224.219 lei	802.601 lei	5.026.820 lei	5.026.820 lei	0 lei
Nr. 6022526	Goscom S.R.L.	25.09.2004	127.724.061 lei	24.267.572 lei	151.991.633 lei	151.991.633 lei	0 lei
Nr. 6022516	Aurora COM S.R.L.	19.09.2004	63.103.940 lei	11.989.730 lei	75.093.670 lei	0 lei	75.093.670 lei
Nr. 6022507	Goscom S.R.L.	13.09.2004	103.530.042 lei	19.670.708 lei	123.200.750 lei	123.200.750 lei	0 lei
Nr. 6022493	Aurora COM S.R.L.	04.09.2004	17.042.340 lei	3.238.045 lei	20.280.385 lei	0 lei	20.280.385 lei
Nr. 6022488	Alexandru Popescu	02.09.2004	79.847.500 lei	15.171.025 lei	95.018.525 lei	95.018.525 lei	0 lei
Nr. 6022485	Aurora COM S.R.L.	01.09.2004	18.259.650 lei	3.469.334 lei	21.728.984 lei	21.728.984 lei	0 lei
Nr. 6022479	Alexandru Popescu	26.08.2004	33.672.456 lei	6.397.767 lei	40.070.223 lei	40.070.223 lei	0 lei
Nr. 6022471	Aurora COM S.R.L.	22.08.2004	179.550.800 lei	34.114.652 lei	213.665.452 lei	213.665.452 lei	0 lei
Nr. 6022462	Alexandru Popescu	13.08.2004	106.098.200 lei	20.158.658 lei	126.256.858 lei	126.256.858 lei	0 lei
Nr. 6022458	Goscom S.R.L.	11.08.2004	53.049.100 lei	10.079.329 lei	63.128.429 lei	63.128.429 lei	0 lei
Nr. 6022455	Alexandru Popescu	06.08.2004	96.039.000 lei	18.247.410 lei	114.286.410 lei	114.286.410 lei	0 lei
Nr. 6022442	Goscom S.R.L.	22.07.2004	105.500.200 lei	20.045.038 lei	125.545.238 lei	125.545.238 lei	0 lei

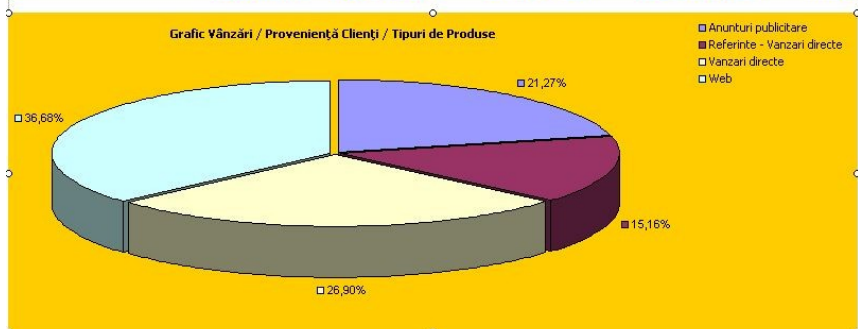
Vanzări Agenți / Tipuri Produse / Categoriile de Produse



Modele exemplificative de Rapoarte de vânzări, pe clienți

Vânzări Proveniență Clienți / Tipuri de Produse

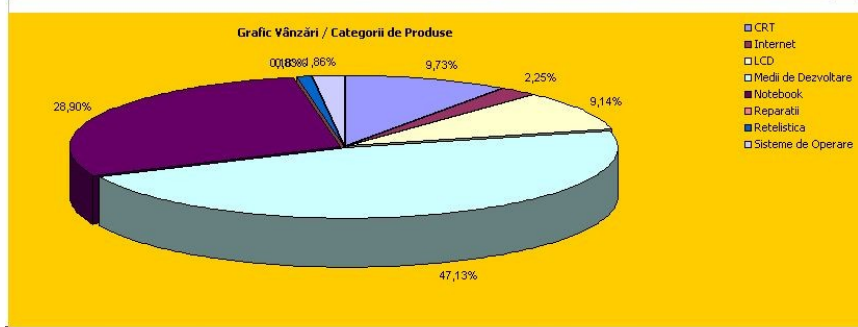
[AR 07] Situație vânzări / Proveniență Clienti		Perioada : 01.06.2004 - 06.12.2004			
Nr.	Proveniență Clienti	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
1	Anunturi publicitare	2.641.229.654 lei	501.833.634 lei	3.143.063.288 lei	21,27%
2	Referinte - Vanzari directe	1.882.698.832 lei	357.712.783 lei	2.240.411.615 lei	15,16%
3	Vanzari directe	3.340.242.641 lei	634.646.099 lei	3.974.888.740 lei	26,90%
4	Web	4.555.116.127 lei	865.472.069 lei	5.420.588.196 lei	36,68%
Total general :		12.419.287.254 lei	2.359.664.585 lei	14.778.951.839 lei	100,00%



[AR 07] Situație vânzări / Proveniență Clienti / Tipuri de Produse		Perioada : 01.06.2004 - 06.12.2004				
Nr.	Proveniență Clienti	Tip Produs	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
1	Anunturi publicitare	Produse	2.475.813.363 lei	470.404.540 lei	2.946.217.903 lei	19,94%
		Servicii	165.416.291 lei	31.429.094 lei	196.845.385 lei	1,33%
Total :			2.641.229.654 lei	501.833.634 lei	3.143.063.288 lei	21,27%
2	Referinte - Vanzari dire	Produse	1.845.505.083 lei	350.645.970 lei	2.196.151.053 lei	14,86%
		Servicii	37.193.749 lei	7.066.813 lei	44.260.562 lei	0,30%
Total :			1.882.698.832 lei	357.712.783 lei	2.240.411.615 lei	15,16%
3	Vanzari directe	Produse	3.039.428.949 lei	577.491.501 lei	3.616.920.450 lei	24,47%

Vânzări Client / Produse / Categori de Produse

[AR 08] Situație vânzări / Categori de Produse		Alexandru Popescu		Perioada : 01.06.2004 - 06.12.2004	
Categorie Produse	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]	
CRT	68.086.402 lei	12.936.417 lei	81.022.819 lei	9,73%	
Internet	15.712.497 lei	2.985.375 lei	18.697.872 lei	2,25%	
LCD	63.902.620 lei	12.141.498 lei	76.044.118 lei	9,14%	
Medii de Dezvoltare	329.652.660 lei	62.634.006 lei	392.286.666 lei	47,13%	
Notebook	202.137.200 lei	38.406.068 lei	240.543.268 lei	28,90%	
Reparatii	1.224.216 lei	232.601 lei	1.456.817 lei	0,18%	
Retelistica	5.802.070 lei	1.102.393 lei	6.904.463 lei	0,83%	
Sisteme de Operare	12.984.640 lei	2.467.082 lei	15.451.722 lei	1,86%	
Total general :		699.502.305 lei	132.905.440 lei	832.407.745 lei	100,00%



[AR 08] Situație vânzări / Produse		Alexandru Popescu		Perioada : 01.06.2004 - 06.12.2004	
Cod	Produs	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]	Procent [%]
IAC-D	Acces internet, DIAL-UP	287.451 lei	54.616 lei	342.067 lei	0,04%
CNB-Ai	Apple iBook G4 12" 1.0GHz m94263h/a	96.039.000 lei	18.247.410 lei	114.286.410 lei	13,73%
MTL-Bnq	Benq FP767, 17" Black-silver (12ms)	51.127.020 lei	9.714.134 lei	60.841.154 lei	7,31%

Vânzări Client / Facturi Emise / Încasări

[AR 09] Situație vânzări				
Alexandru Popescu				
Total Facturi Emise	832.407.745 lei	100,00%		
Incasări	535.387.517 lei	64,32%		
Rest De Plată	297.020.228 lei	35,68%		
[AR 09] Situație vânzări / Facturi Emise				
Numar	Data Emiterii	Valoare [Lei]	Valoare TVA [Lei]	Valoare Totală [Lei]
6022574	38284	39.923.750 lei	7.585.513 lei	47.509.263 lei
6022567	38280	54.007.987 lei	10.261.518 lei	64.269.505 lei
6022537	38262	80.134.951 lei	15.225.641 lei	95.360.592 lei
6022488	38232	79.847.500 lei	15.171.025 lei	95.018.525 lei
6022479	38225	33.672.456 lei	6.397.767 lei	40.070.223 lei
6022462	38212	106.098.200 lei	20.158.658 lei	126.256.858 lei
6022455	38205	96.039.000 lei	18.247.410 lei	114.286.410 lei
6022440	38187	57.619.340 lei	10.947.675 lei	68.567.015 lei
6022417	38155	17.910.801 lei	3.403.052 lei	21.313.853 lei
6022413	38149	124.562.100 lei	23.666.799 lei	148.228.899 lei
6022409	38148	9.686.220 lei	1.840.382 lei	11.526.602 lei
		699.502.305 lei	132.905.440 lei	832.407.745 lei
[AR 09] Situație încasări				
Numar	Document	Data	Valoare [Lei]	
222	Chitanța	10.06.2004	11.526.602 lei	
142	Bilet la Ordin	25.06.2004	148.228.899 lei	
1	Ordin de Plata	20.08.2004	114.286.410 lei	

Rapoartele sunt generate după ce, în prealabil, utilizatorul alege o perioadă pentru care se face raportarea, sau, pentru anumite rapoarte, [clientul](#) sau agentul. Regiunile de raportare implicate sunt aceleași cu regiunile geografice în care este împărțită România, dar se pot stabili propriile [regiuni de raportare](#).

Modulul VIII – Actualizarea stocurilor de produse

8.1. Verificarea stocurilor de produse

8.1.1. Rolul stocurilor în activitatea economică

Deciziile referitoare la stocurile de mărfuri cu impact major asupra sistemului logistic oferit clienților și continuitatea desfășurării propriei activități. Influența exercitată asupra profitabilității activităților logistice este datorată atât costului mărfurilor menținute în stoc, cât și celorlalte costuri asociate, de exemplu costuri de transport, depozitare și lansare a comenzii.

Gestiunea stocurilor este o activitate integrată în cea de aprovizionare tehnico-materială, în întreaga ei complexitate intră în multiple corelații de interdependență cu celelalte laturi ale acestui proces. Astfel, desfășurarea aprovizionării și desfacerii nu se poate realiza în bune condiții decât prin formarea ritmurilor dintre aprovizionare-producție-livrare-consum. Condițiile în care au loc procesele de stocare influențează direct eficiența procesului general de aprovizionare tehnico-materiale; totodată, volumul și structura stocurilor depind nemijlocit de nivelul și structura bazei materiale asigurate.

Ca proces economic complex, gestiunea stocurilor are o largă de cuprindere, aceasta incluzând atât probleme de conducere, de dimensionare, de optimizare a amplasării stocurilor în teritoriu, de repartizare a lor pe deținători; de formare și de evidență a acestora, cât păstrare, de urmărire și control; de redistribuire și mod de utilizare (fig. nr. 1).

Gestiunea stocurilor înseamnă....



Fig. nr. 1

Atenția deosebită manifestată față de procesele de stocare în general este determinată de natura economică a stocurilor care rezultă chiar din definiție acestea reprezentând cantități de resurse materiale acumulate în depozitele de aprovizionare ale întreprinderii într-un

anumit volum și o anumită structură pe o perioadă de timp determinată, cu un scop prestabilit, așadar, pe perioada respectivă resursele materiale stocate nu participă efectiv la procesul de transformare a lor în valori de întrebuințare utile societății, deci sunt resurse neactive, scoase din circuitul economic sau care prelungesc acest circuit – aspect considerat negativ pentru că astfel se diminuează posibilitățile de sporire a volumului producției materiale și se încetinește viteza de rotație a mijloacelor circulante³⁰.

Cu toate acestea, este totuși necesar, în mod obiectiv, să se recurgă la constituirea de stocuri de resurse materiale bine dimensionate pentru a se asigura ritmicitatea producției materiale și a consumului.

Tratarea procesului de stocare ca proces obiectiv se impune nu numai ca urmare a naturii economice a acestuia, ci și pentru că realizarea lui atrage un efort de muncă socială apreciabil, concretizat în afectarea unor importante apariții de depozitare-păstrare, de utilaje pentru transport-depozitare, de forță de muncă, de fonduri financiare etc. Obiectivitatea formării de stocuri este justificată de acțiunea mai multor factori care le condiționează existența și nivelul de formare, le stabilizează funcția și scopul constituirii. Dintre acești **factori** amintim:

- periodicitatea producției, consumului, transportului;
- necesitatea condiționării materialelor înaintea intrării lor în consum;
- punerea la adăpost față de dereglările în procesul aprovizionare-transport sau față de factorii de forță majoră (stare de necesitate, calamități naturale, caracterul deficitar al resurselor);
- necesitatea executării unor operații specifice pentru a înlesni procesul de livrare sau consum a materialelor (recepție, sortare, marcarea, ambalare-dezambalare, formarea loturilor de livrare, pregătirea materialelor pentru consum etc.);
- necesitatea eficientizării procesului de transport.

Stocurile sunt în strânsă corelație cu indicatorii ce caracterizează activitatea economică a unităților productive (costuri de producție, viteză de rotație s.a.), precum și a economiei naționale (produs intern brut, venit național etc.), acționând asupra nivelului și calității indicatorilor respectivi.

Procesul de stocare a resurselor materiale influențează activitatea din economie sub două aspecte de sens contrar:

- asigură desfășurarea normală, armonioasă a activității din economie fără ca societatea să fie lezată de lipsa la un moment dat a resurselor de care are nevoie;
- diminuează eficiența activității din economie, când se manifestă suprastocarea care determină scoaterea din circuitul economic pentru anumite perioade a unor cantități de resurse materiale suplimentare ce ar putea permite realizarea unui volum mai mare de produse.

Această dublă influență a procesului de stocare a determinat specialiștii din acest domeniu să găsească modele și metode în vederea formării unor stocuri minim necesare, care prin volum și structură să asigure desfășurarea normală a activității din economie³¹.

Rolul determinant al stocurilor este evidențiat de faptul ca acestea asigură *certitudine, siguranță și garanție* în alimentarea continuă a producției materiale și *ritmicitatea* desfacerii rezultatelor acesteia. Așadar, procesul de stocare apare ca un regulator al ritmului aprovizionărilor cu cel al producției, iar stocul reprezintă acel „tampon inevitabil” care asigură sincronizarea cererilor pentru consum cu momentele de furnizare a resurselor materiale.

³⁰ Gh. Băseanu, *Gestiunea economică a stocurilor*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988.

³¹ Gh. Băseanu, *Gestiunea economică a stocurilor*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988.

8.1.2. Rolul stocurilor în activitatea comercianților și funcțiile acestora

Stocul de mărfuri, care este o formă de materializare a ofertei, cuprinde cantitățile de mărfuri care rămân în rețeaua comercială până în momentul vânzării lor. Privit ca proces economic, stocajul reprezintă o stagnare a circulației mărfurilor, fără a avea însă influențe negative în eficiența activității desfășurate, dacă nu depășesc limitele normale, într-o asemenea situație, reprezentând chiar o condiție a circulației mărfurilor.

Stocul de mărfuri reprezintă unul din mijloacele prin care comerțul realizează rolul său de intermediari între producție și consum, prin care se realizează funcțiile ce-i revin în circulația mărfurilor în economia națională.

Problemele stocurilor de mărfuri în comerț au, în condițiile actuale, o importanță excepțională. Mișcarea stocurilor, consumarea și în același timp, înmprospătarea lor continuă, realizarea funcțiilor ce-i revin în procesul circulației mărfurilor, gestionarea acestora incluse valorilor materiale se înscriu în cadrul problemelor majore ale politicii comerciale, ale conducerii științifice a activității comerciale³².

Stocul cumpărat pentru revânzare este cu siguranță cel mai important și pentru a avea succes, acest stoc, va fi alcătuit din produsele care vor satisface majoritatea clienților în cea mai mare parte a anilor.

Stocurile sunt necesare pentru a atenua diferența dintre exigențele furnizorilor și cele ale clienților (fig. nr. 2).

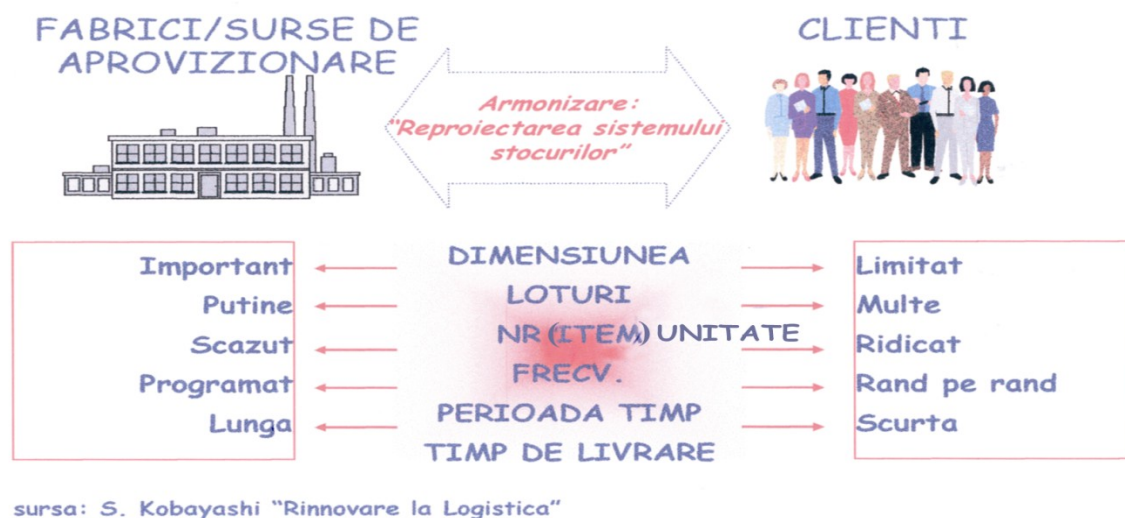


Fig. nr. 2

Analiza activității de stocare, introducerea unui sistem corespunzător de gestiune a stocurilor trebuie să aibă drept punct de plecare evaluarea corectă a locului rezervat stocului în activitatea economică, a funcțiilor sale.

O bună perioadă de timp, stocul a fost considerat ca o cheltuială, care, cu cât este mai mică, cu atât oferă întreprinderii posibilitatea obținerii unor beneficii mai mari. Dovedindu-se totuși indispensabil, stocul a fost calificat drept un „rău necesar”.

³² D. Patriche (coordonator), *Economie comercială*, Editura Economică, București, 1998.

În ultimii 25-30 se acceptă ideea că fondurile „imobilizate” în mărfuri au un rol deosebit și efecte pe măsură asupra eficienței economice. Astfel, pentru a prezenta un exemplu sugestiv, în condițiile unor fluctuații considerabile cererii, decât creșterea corespunzătoare a ritmului de producție, apelând la capacități de producție aflate în rezervă sau la angajarea de resurse de muncă suplimentare. În acest caz, stocul constituie alternativa pe care întreprinderea o are la dispoziție pentru a face față unor situații neprevăzute, alături de posibilitatea utilizării unor capacități de producție sau de forță de muncă suplimentare. Cei responsabili trebuie să aleagă între aceste două soluții, ținând cont de un singur criteriu, respectiv obținerea unui profit cât mai mare, constituindu-se un stoc de mărfuri care să facă față fluctuațiilor cererii numai atunci când o asemenea alternativă se dovedește cea mai rentabilă soluție.

Este de remarcat faptul că stocul nu este un simplu rezultat al jocului intrării și ieșirii unor cantități de mărfuri, ci ajustarea în timp și ca debit al cantităților de materii prime, semifabricate sau produse finite, astfel spus, stocul este un produs dirijat, care trebuie bine gestionat. În același timp, stocarea nu trebuie privită ca sfârșitul activității economice, scopul final al acesteia, dimpotrivă; prin dimensiunea și structura sa, stocul se prezintă ca un factor important de organizare a activității, declanșând o serie de procese specifice fiecărui tip de întreprindere.

În condițiile în care constituirea și menținerea stocului presupun imobilizarea unor fonduri, care, de multe ori, absorb o mare parte a resurselor financiare ale întreprinderii, se cer elucidate și, în special, sintetizate scopurile esențiale ale acestei activități economice. În legătură cu această problemă, Kenneth Arrow distinge, potrivit unei sugestii a lui J.M. Keynes, trei motive (scopuri) esențiale ale constituirii și menținerii stocurilor: tranzacția, precauția și speculația³³.

Tranzacția. Desincronizările cvasipermanente ale celor două fluxuri ce traversează punctul de stocaj pot aduce, într-un fel sau altul, prejudicii întreprinderii comerciale. Stocul are între intrări și ieșiri, permițând, astfel, realizarea sarcinii de a satisface nevoile beneficiarilor – prin intermediul tranzacțiilor comerciale (desfacerilor) – în condiții de eficiență economică maximă.

Precauția. Activitatea comercială este – din punct de vedere al întreprinderii – aflată permanent sub semnul incertitudinii, datorită, pe de o parte, cunoașterii cererii viitoare doar prin intermediul previziunilor, iar, pe de altă parte, nerespectării riguroase (cantitativ și la termen) a contractelor de către furnizori. În aceste condiții, „precauția” în fața incertitudinii viitorului se impune, singura soluție în vederea constituirii unor rezerve de mărfuri fiind imobilizarea fondurilor.

Speculația. Una din trăsăturile dominante ale pieței este permanenta oscilație a prețurilor; în aceste condiții, se constituie un stoc de mărfuri ori de câte ori el poate genera un profit, de pe urma tranzacțiilor speculative, realizat pe seama prețului.

Cu toate că în rezolvarea problemelor de stoc este foarte des utilizată clasificarea de mai sus, trebuie să notăm că primele două motive (tranzacția și precauția) sunt socotite fundamentale, celui de-al treilea acordându-i-se o importanță infinit mai mică, el nefiind inclus în modelele de calcul ale stocului optim. De altfel, activitatea economică dintr-o perioadă transmite perioadei ce urmează un stoc fără intenții speculative, ci din pură necesitate și aceasta deoarece, la sfârșitul unei perioade trebuie să existe un stoc care să permită continuarea activității în perioada următoare; lipsa stocului se înregistrează doar în cazuri accidentale, neconstituind o regulă și pune serios la îndoială, în perioada următoare realizarea, de către întreprinderea comercială a activității economice.

Opiniile referitoare la utilitatea menținerii stocurilor sunt contradictorii. În timp ce perspectiva tradițională subliniază rolul stocurilor în satisfacerea cererii, abordarea modernă

³³ D. Patriche, *Economie comercială*, Editura Economică, București, 1998.

pune accentul pe reducerea sau chiar înlăturarea lor, pentru a evita imobilizarea unei părți importante din capitalul întreprinderii.

Susținerea sau criticarea deciziilor de menținere a stocurilor implică analiza prealabilă a rolului pe care trebuie să îl îndeplinească stocurile. În esență rolul stocurilor este de a realiza³⁴:

1. **Îmbunătățirea serviciului logistic pentru clienți.** Asigurarea disponibilității produselor pentru satisfacerea cererii clienților interni sau externi, în momentul manifestării acesteia, constituie un motiv prioritar pentru deținerea de stocuri. Nivelul de servire este un indicator ce reflectă capacitatea firmei de a onora cererea clienților. Poate fi definit în funcție de: durata ciclului, de performanță (intervalul de timp dintre lansarea comenzii de client și primirea mărfii de către acesta); numărul comenzilor onorate; cantitatea comandată, onorată din stoc, pentru un produs sau o linie de produse. Pentru o anumită perioadă, din perspectiva îndeplinirii comenzilor pentru anumit produs, nivelul de servire poate fi calculat ca raport procentual între numărul comenzilor onorate conform cerințelor clientului și numărul total al comenzilor primite. În cazul produselor pentru care absența din stoc ar genera costuri mari datorită opririi producției sau ar conduce la efecte nedorite (de exemplu, pierderea de vieți omenești în spitalele care nu dispun de anumite produse medicale la momentul potrivit), nivelul de servire poate fi stabilit la 100%. Pentru produsele care nu au o importanță crucială, nivelul de servire poate fi sub 100%. Un nivel de 95% indica o pondere de 5% a comenzilor care nu pot fi onorate, datorită existenței unei rupturi de stoc.

2. **Echilibrul relației dintre cerere și ofertă.** Această latură a rolului stocurilor este determinată de existența unui decalaj temporal între cerere și ofertă. Produsele a căror cerere se concentrează într-un interval scurt de timp fac necesară menținerea de stocuri de către producători, angrosiști și detașiști, în avans față de perioada pe manifestare a cererii. Producția sezonieră implică, de asemenea, responsabilitatea operatorilor din canalele de marketing de a păstra mărfuri în stoc, pentru a satisface cererea care se manifestă în alte perioade ale anului.

3. **Reducerea costurilor.** Costurile anuale generate de disponibilitatea produselor în stoc pot prezenta între 20% și 40% din valoarea produselor respective³⁵. Rolul de reducere a costurilor totale este determinat însă de următoarele aspecte:

- **economiile de scară în domeniul producției.** Stocurile permit maximizarea eficienței producției prin fabricarea unor cantități mai mari decât cererea imediată a pieței. Producția este astfel decuplata de variațiile cererii.

- **economiile de scară în domeniul cumpărării și transportului.** Diminuarea costurilor de achiziționare este posibilă în cazul în care furnizorul oferă un discount cantitativ. Cumpărarea unei cantități mai mari decât cea necesară, cu scopul de a beneficia de prețul mai mic, poate conduce la economii de scară și în domeniul transportului, prin mai buna utilizare a capacității mijloacelor de transport și prin reducerea frecvenței aprovizionărilor.

- **valorificarea unei conjuncturi favorabile a prețurilor.** Cumpărarea anticipată urmărește obținerea de economii de costuri, prin achiziționarea unei cantități care depășește nevoile curente ale organizației, la un preț convenabil, în condițiile în care se estimează o creștere ulterioară a prețurilor. Aprovizionarea cu o cantitate mai mare decât nevoile curente și cele previzibile ale firmei, deși generatoare de riscuri, poate permite revânzarea ulterioară în scop speculativ, la un preț mai mare decât cel de cumpărare.

4. **Diminuarea incertitudinii.** Prezența stocurilor protejează firma de variațiile neașteptate, pe termen scurt, deopotrivă ale cererii pieței și ale livrărilor efectuate de furnizori. Menținerea unor stocuri de siguranță asigură capacitatea firmei de a onora

³⁴ Carmen Bălan, *Logistică*, Editura Uranus, București, 2006, p. 23

³⁵ Ronald H. Ballou, *Business Logistics Management*, Third Edition, Prentice-Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1992, p. 403.

comenzile clienților săi, în situația unei creșteri a cererii, în raport cu nivelul estimat. Stocurile protejează totodată în privința incertitudinii legate de ciclul de performanță al furnizorului (respectiv de întârzieri în producție, transport, prelucrarea comenzilor etc.).

Deținerea de stocuri este adesea contestată. Risipa de resurse este principalul motiv invocat. Capitalul investit în stocuri ar putea fi folosit mult mai profitabil în alte arii ale activității firmei. Pe parcursul stocării, produsele se pot uza moral și fizic, iar cererea finală se poate orienta spre alte produse. În plus, progresele din domeniile tehnologiei informației fac astăzi posibilă coordonarea eforturilor firmei furnizoare și firmei cliente pentru diminuarea și chiar înlăturarea stocurilor.

Pornind de la aspectele prezentate privind locul și rolul stocurilor în activitatea comercială, există posibilitatea identificării următoarelor funcții ale acestora: asigurarea unei circulații neîntrerupte a mărfurilor, echilibrarea producției cu consumul, a ofertei cu cererea de mărfuri și asigurarea unor largi posibilități de alegere din partea consumatorilor. Foarte pe scurt câteva lucruri despre fiecare din aceste funcții în parte.³⁶

a) Asigurarea unei circulații neîntrerupte a mărfurilor reprezintă, paradoxal, funcția principală a stocului de mărfuri. În realitate, „paradoxul” este explicabil, în sensul că numai existența unor cantități mari de mărfuri, sub forma de stocuri, asigură circulația neîntreruptă a acestora. De fapt, stocarea nu presupune o strategie absolută a mărfurilor care îmbracă forma de stocuri; dimpotrivă, stocul suferă un proces continuu de înnoire, participând activ la realizarea circulației. De asemenea, este de menționat faptul că chiar dacă din punct de vedere cantitativ rămâne înghețat o lungă perioadă de timp, prin intrările și ieșirile permanente de mărfuri, la anumite perioade de timp, conținutul stocului se schimbă complet.

b) O a doua funcție a stocurilor, la fel de importantă ca și prima, o reprezintă echilibrarea producției cu consumul, a ofertei cu cererea de mărfuri. Mărimea și structura stocurilor trebuie să fie stabilite pornind de la faptul că nu întotdeauna cererea se sincronizează cu oferta, existând produse care prezintă o anumită sezonabilitate a producției sau a consumului și de aici rolul stocului de a înlătura consecințele nepotrivirilor dintre cele două curente de mărfuri, astfel încât să nu se producă o întrerupere a producției, circulației sau a consumului.

c) O altă funcție importantă a stocurilor de mărfuri o reprezintă asigurarea unor posibilități largi de alegere din partea consumatorilor, o asemenea funcție presupunând o structurare sortimentală a stocurilor, care să satisfacă pe deplin gusturile și preferințele populației consumatoare și să dea posibilitatea unor multiple alternative de alegere.

Pentru managementul eficient și eficace al stocurilor, logisticienii au la dispoziție o serie de metode de planificare care încorporează certitudinea sau incertitudinea, precum și metode de control ca JIT, MRP și DRP.

Stocurile există în numeroase puncte ale sistemului logistic al firmei: în mijloace de transport, în depozite aflate în cadrul unităților de producție, în centre de distribuție proprii, în magazine etc.

8.1.3.Principalele categorii de stocuri

Există posibilitatea adoptării unui sistem de clasificare a stocurilor de mărfuri în funcție de o serie de criterii, precum locul stocării, perioada în care sunt identificate stocurile, caracterul și destinația acestora, de nivelul atins de ele în procesul de reînnoiere, dar și de alte asemenea criterii.

³⁶ G. Pistol, L. Pistol, *Comerț Interior – Teorie și Practică*, Editura Economică, București, 2004.

a) Astfel după **participarea stocurilor la procesul de circulație a mărfurilor**, acestea pot fi grupate în stocuri active și stocuri pasive.

- **Stocul activ** reprezintă cantitatea de mărfuri atrasă, consumată în procesul de vânzare și care asigură continuitatea desfacerilor. În literatura de specialitate, această categorie de stocuri este cunoscută și sub denumirea de stocuri curente.

- **Stocul pasiv** este reprezentat de cantitatea rămasă după vânzare, fiind de fapt echivalentul stocului de siguranță. Desigur, stocul se reînnoiește în permanență, natura pasivă fiind formală, reprezentând doar o stare.

b) În **funcție de locul stocării**, se disting:

- stocuri aflate în depozitele întreprinderii (producătoare, cu ridicata, cu amănuntul);
- stocuri aflate „pe drum” (în curs de aprovizionare sau sosite și nerecepționate);
- stocuri sosite fără factură;
- stocuri livrate dar nefacturate;
- stocuri facturate dar nelivrate;
- stocuri aflate la terți.

O asemenea clasificare scoate în evidență drumul pe care îl parcurg mărfurile în procesul distribuției lor.

c) În activitatea de planificare a stocurilor se utilizează drept criteriu de clasificare **perioada în care acestea sunt identificate**. În acest sens, stocurile pot fi **inițiale** și **finale**, respectiv stocuri la începutul și la sfârșitul perioadei analizate. Cele două categorii de stocuri au însă caracter relativ, în condițiile în care același stocuri trec dintr-o categorie la alta. Exemplul cel mai concludent în reprezintă operațiunea de inventariere a stocurilor, când stocul inventariat în ultima zi a lunii (trimestrului, semestrului, anului sau oricând se face inventarierea), denumit stoc final, devine stoc inițial în următoarea zi, când începe de fapt o nouă perioadă.

d) În **funcție de caracterul și destinația stocurilor**, acestea pot îmbrăca următoarele forme:

- stocurile sezoniere, se referă la mărfurile care se constituie în stoc în vederea vânzării lor într-o perioadă viitoare, având în vedere, pe de o parte, sezonabilitatea producției iar, pe de alta, a consumului anumitor mărfuri. De regulă, stocurile sezoniere se constituie în cadrul depozitelor comerțului cu ridicata;

Aceste stocuri se creează în scopul alimentării continue a consumului și pe perioada de întrerupere a exploatării și/sau transportului unor mărfuri, ca urmare a condițiilor naturale și de climă. Acumularea în stocurile sezoniere a mărfurilor se realizează încă din perioada de presezon în cantitățile stabilite prin livrări în avans, iar consumul se face treptat, conform ritmului normal al producției (fig. nr. 3); la sfârșitul perioadei când factorii nu mai acționează, iar furnizării își pot relua producția (importurile) și livrările în mod curent, ciclul de aprovizionare al beneficiarilor reintră în cadența normală prevăzută în graficele de livrare ale contractelor economice, situație care nu mai justifică menținerea unor asemenea stocuri.

Dinamica stocului sezonier

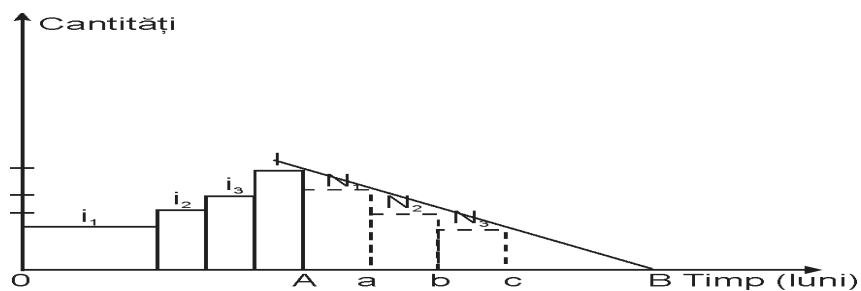


Fig. nr. 3

A-B = perioada de consum a stocului sezonier
 A-a = prima lună de consum a stocului sezonier
 a-b = a doua lună de consum a stocului sezonier
 b-c = a treia lună de consum a stocului sezonier
 N_1, N_2, N_3 = nivelul stocului sezonier în diferite perioade
 I-B = linia consumului din stoc în perioada respectivă
 O-A = perioada de constituire a stocului sezonier
 i_1, i_2, i_3, I = etape și nivele de constituire a stocului sezonier

• **stocurile cu destinație specială**, se constituie pentru scopuri deosebite, ca de exemplu stocurile constituite pentru zonele în care, în anumite perioade, drumurile de acces devin impracticabile;

• **stocurile curente** reprezintă cea mai obișnuită formă de stoc existentă în rețeaua comercială. Ele sunt destinate satisfacerii cererii zilnice, normale, caracteristica lor principală fiind aceea că se reînnoiesc continuu, pe măsura epuizărilor. Stocul curent reprezintă o mărime dinamică ce înregistrează, pe parcursul existenței și mișcării lui, niveluri cantitative diferite în funcție de evoluția procesului de vânzare și de ritmul livrărilor de la furnizori. Nivelurile reprezentative care se stabilesc (avându-se în vedere derularea uniformă, constantă în timp a proceselor de stocare și de consum) sunt următoarele (fig. nr. 4).

Dinamica stocului curent și a stocului de siguranță

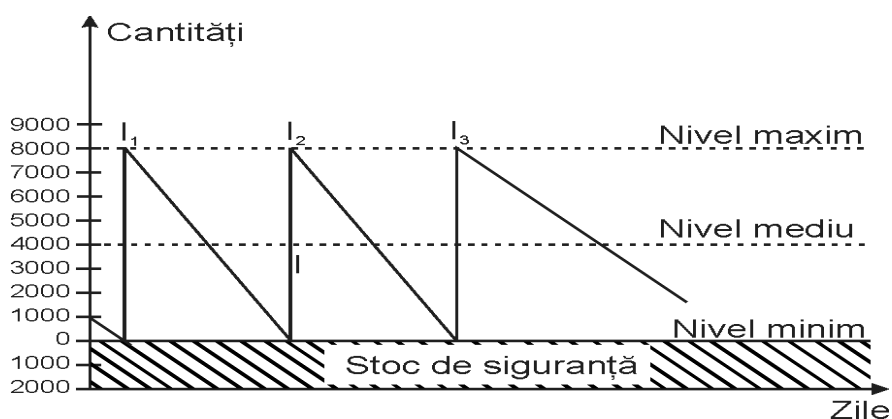


Fig. nr. 4

Sursa: Gh. Băsanu, Gestiunea stocurilor, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988.

I_1, I_2, I_3 = nivelul maxim al stocului curent;
 $I_1 \rightarrow I_2, I_2 \rightarrow I_3$ = intervalul (în zile) între două livrări succesive.

- un **nivel maxim** care se înregistrează la data când se primește un lot de livrare de la furnizori cu scopul reîntregirii stocului curent până la limita maximă stabilită;

- un **nivel mediu** care se înregistrează pe parcursul intervalului dintre două livrări consecutive ca urmare a vânzării unei cantități din mărfurile aprovizionate și se determină prin calcularea mediei între stocul maxim și stocul minim (stocul mediu = $\frac{\text{stocul maxim} + \text{stocul minim}}{2}$);

- un **nivel minim** care se înregistrează la încheierea ciclului dintre două aprovizionări consecutive, moment la care practic are loc o nouă intrare de mărfuri;

- **stocul de siguranță** este format din cantitatea de mărfuri necesară prevenirii unor eventualele rupturi de stoc, urmare neritmicității livrărilor de la furnizori, creșterii neașteptate a cererii de mărfuri, și implicit a vânzărilor. Un asemenea stoc are drept destinație „acoperirea într-o anumită proporție a cererilor excepționale, ce depășesc pe cele normale într-o perioadă dată și prevenirea rupturii de stoc³⁷”.

Din cele de mai sus reiese că stocul de siguranță este intangibil, el nu trebuie să fie consumat în mod obișnuit (funcția aceasta revenind stocului curent), ci numai în situația în care stocul curent s-a epuizat și întârzie sosirea de la furnizor a lotului de livrare următor, pentru reîntregire. Din această cauză stocul de siguranță trebuie refăcut imediat din primele intrări de mărfuri, pentru a-și putea prelua funcția de asigurare a cererii de mărfuri în situațiile destinate lui.

- **stocul în curs de transport**, se referă la mărfurile staționate în mijloacele de transport (navale, rutiere, feroviare, etc) pe parcursul perioadei de deplasare a acestora de la sursa de furnizare (producător, exportator) la destinatar (comerciant).

- **stocul pentru transport intern** reprezintă cantitatea de mărfuri prevăzută pentru acumularea cu cadrul depozitelor întreprinderilor comerciale (cu ridicata și cu amănuntul) cu scopul asigurării continuității procesului de vânzare, în cazul în care sunt necesare transporturi de la un depozit central la punctele de vânzare.

- **stocul de condiționare** reprezintă cantitatea de mărfuri staționată la comerciant sau neexportată care, după recepție, pentru stocare sau vânzare/revânzare necesită unele operațiuni: sortare, divizare, asamblare, modificarea unor caracteristici fizice, preambalare, reambalare etc. Gradul de finalizare a procesului de producție, timpul în care sosesc mărfurile de la furnizori și forma de vânzare practică la magazine, influențează direct mărimea acestei categorii de stoc.

- **stocul de recepție** depinde de durata recepției și are o mărime determinată de cantitatea mărfurilor ce urmează a fi recepționate și a celor care sunt în proces de recepție.

- **stocul strategic** (de conjunctură speculativ) reprezintă cantitatea de mărfuri stocată în perioade favorabile de preț, în scopul comercializării acestora, în momente de creștere a prețurilor. Scopul formării acestor stocuri este de obținere a unor profituri conjuncturale favorizate de raportul dintre cerere și ofertă (cererea > oferta).

- **stocul anticipat** se constituie în scopul evitării penuriei unor mărfuri la consumatori pe perioada când este prevăzută încetarea livrării de la furnizor.

- **stocul de alertă** (alarmă) are rolul de a declanșa, atunci când s-a ajuns la dimensiunile sale, o nouă aprovizionare (lansare de comenzi). Mărimea sa depinde de intervalul de timp care trebuie să treacă de la lansarea comenzii și până la sosirea mărfii. Este deci, un anumit nivel din evoluția stocurilor destinat asigurării continuității vânzărilor. Acest nivel ține seama de durata întocmirii și expedierii comenzii către furnizor, de timpul necesar prelucrării, expedierii comenzii de către furnizor, de durata transportului de la furnizor la

³⁷ F. Tomescu, *Managementul Societăților Comerciale*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998.

structura operativă a firmei (magazine, depozite) și pe timpul necesar pentru recepționarea și condiționarea mărfurilor. Stocul de alarmă avertizează firma asupra declanșării operațiunilor de reprovizionare. Foarte util de urmărit la nivel de produs, pe ansamblul afacerii, el atenționează asupra apariției premiselor declanșării unor dezechilibre în desfășurarea activității firmei³⁸.

e) În **funcție de apartenența la patrimoniu**, stocurile pot fi:

- **stocuri care fac parte din patrimoniu propriu**. Ele se găsesc fie în depozitele sau spațiile proprii (depozite, magazine, etc.) fie se află la terți.

- **stocuri aflate în gestiune, dar care nu fac parte din patrimoniu propriu**. Acestea se referă la stocurile primite spre prelucrare, în custodie sau în configurație și se înregistrează în conturile extrapatrimoniale.

f) În **funcție de proveniența lor**, stocurile se pot grupa în:

- **stocuri obținute ca urmare a procesului de aprovizionare**, cum sunt: materiile prime, materialele consumabile, obiectele de inventar, mărfurile, ambalajele etc.

- **stocuri obținute din producție proprie**, cum sunt: produsele, semifabricatele, ambalajele etc.

g) În **funcție de natura fizică a bunurilor și serviciilor** se impune clasificarea stocurilor fie pe categorii, pe grupe sau subgrupe, fie pe clase astfel încât în cadrul unei subdiviziuni să figureze stocuri având însușiri comune. Ca urmare, fiecare unitate trebuie să posede un nomenclator al stocurilor armonizat structurii nomenclatorului oficial de bunuri și servicii, în vederea facilității anchetelor statistice.

Stocurile sunt de naturi diferite. Unele apar pe neașteptate, adică în mod involuntar, pe când altele, sunt voite și acceptate, deoarece sunt inerente.

Sub aspect financiar, stocurile reprezintă alocări de capital, ele devenind depozitarul valorii cedate de celelalte elemente ale structurii, cum ar fi: forța de muncă, mijloacele fixe, informațiile, mediu. Valoarea acumulată nu poate fi recuperată decât după parcurgerea tuturor fazelor ciclului de exploatare, respectiv după realizare.

8.1.4. Factorii care influențează stocul de marfă

Făcând abstracție de volumul activității comerciale desfășurate (de care depinde, în principal, volumul absolut al stocurilor), dimensiunile stocurilor sunt diferite de la o grupă la alta de mărfuri, ele variind de la o viteză de circulație de o zi sau chiar mai puțin, în cazul mărfurilor de cerere zilnică și cu grad ridicat de perisabilitate, până la peste 200 de zile la unele articole tehnice sau la articolele cu o mare complexitate sortimentală.

Nivelul, dinamica și structura stocurilor depind de mai mulți factori, cei mai semnificativi fiind: frecvența cererii populației, frecvența livrării mărfurilor de către furnizori, complexitatea sortimentală sau gradul de organizare a activității comerciale. Câteva lucruri despre fiecare dintre acești factori.

a) Frecvența cererii populației influențează semnificativ nivelul, dinamica și structura stocurilor de mărfuri din comerț. Astfel, la o mărime dată a volumului circulației mărfurilor, mărimea stocurilor va fi invers proporțională cu gradul de frecvență a cererii. La mărfurile de cerere periodică stocurile vor fi comparativ mai mari decât la cele de cerere curentă, mai mici însă în raport cu stocurile pentru mărfurile de cerere nouă. În același timp, stocurile vor fi influențate de ritmicitatea cererii. Chiar și în cazul mărfurilor de cerere curentă, solicitarea lor pe piață reprezintă în unele cazuri o regularitate mare (pâine, carne, presă etc.), în timp ce în alte cazuri ea prezintă oscilații în funcție de unele influențe, precum gradul de perisabilitate a produsului, obiceiurile de aprovizionare, stocurile existente la consumatori etc. Avem în

³⁸ F. Tomescu, *Managementul societăților comerciale*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998.

vedere aici produse precum zahărul, orezul, băuturile etc., în acest caz stocurile fiind mai mari decât în prima situație, tocmai pentru a răspunde unor oscilații neprevăzute ale cererii.

b) Un alt factor la fel important care influențează stocurile de mărfuri îl reprezintă frecvența livrării mărfurilor de către furnizori. Pentru a răspunde funcției lor de a echilibra oferta de mărfuri cu cererea populației, stocurile trebuie să aibă asemenea dimensiuni încât să asigure continuitatea circulației mărfurilor în intervalul dintre două aprovizionări succesive de mărfuri. Astfel, cu cât intervalul dintre două aprovizionări succesive cu mărfuri va fi mai mare, cu atât stocurile trebuie să fie mai mari și invers. La rândul său, intervalul dintre două aprovizionări, altfel zis, frecvența de aprovizionare, va fi influențat, mai întâi de distanță dintre furnizor și beneficiar, iar apoi de condițiile de transport și de mărimea cererii de mărfuri din partea beneficiarilor.

c) Complexitatea sortimentală este un alt factor care influențează stocurile, în principal nivelul și dinamica acestora. Asigurarea unor largi posibilități de alegere din partea cumpărătorilor, funcție pe care o îndeplinesc stocurile, implică existența unui larg sortiment, cu un număr mare și foarte mare de exemplare și articole, acest lucru conducând la un volum mai mare al stocurilor.

În afara celor trei factori prezentați mai înainte, factori de natură obiectivă, stocurile sunt influențate și de o serie de factori subiectivi, ca de exemplu gradul de organizare a activității comerciale, inclusiv modul de gospodărire a stocurilor. Pe de altă parte, mărimea efectivă a stocurilor depinde și de gradul de previziune a evoluției cererii, ca și de eficiența activității promoționale desfășurate, de formele de vânzare și de nivelul deservirii consumatorilor. În sfârșit, dar nu în ultimul rând, nivelul stocului este influențat de exigența manifestată de agenți economici din comerț față de modul în care furnizorii respectă clauzele contractuale, în principal în ceea ce privește calitatea și sortimentul mărfurilor și respectarea termenelor la livrare, toate acestea contribuind la asigurarea unei evoluții normale a stocurilor de mărfuri, prevenirea rupturilor de stoc sau apariția unor stocuri anormale, supranormative.

Aprovizionarea condiționează în mod hotărâtor politica de stocuri și metodele de gestionare a acestora. În privința aprovizionării, între cele două verigi comerciale există unele deosebiri cu privire la contractele de aprovizionare, mărimea loturilor și rupturile de stoc.

► Aprovizionarea întreprinderilor cu ridicata se face pe baza contractelor încheiate până la nivel de detaliu. În schimb, magazinele (unități, puncte de vânzare) se aprovizionează de la întreprinderile comerciale cu ridicata sau direct de la producător, pe baza unui contract cadru (general) care se concretizează în timpul perioadei la care se referă, prin intermediul comenzilor lansate de fiecare unitate atunci când stocul existent scade sub nivelul de aprovizionare (de alarma).

► Aprovizionarea depozitelor se face în loturi mari și în sortiment industrial, de la un număr mare de furnizori. Magazinele cu amănuntul au de multe ori drept mici furnizori întreprinderile cu ridicata, care le livrează mărfurile în sortiment comercial și loturi mici.

► În fine, în cazul unei rupturi de stoc, magazinele cu amănuntul au actualmente, posibilități reale și multiple de a se redresa, adică de a-și completa cu articole lipsă stocul în mod operativ de la depozit, cu condiția să dispună de marfă.

Când se constată lipsa unor articole din stoc, situația depozitelor cu ridicata este cu totul diferită. Sistemul de relații dintre comercianții cu ridicata și producători poate constitui în anumite condiții o frână în aprovizionarea operativă a depozitelor atunci când evoluția desfacerilor nu mai respectă situația avută în vedere la încheierea contractelor (o evoluție mai lentă sau mai rapidă a desfacerilor care nu a putut fi prognozată cu precizie la momentul încheierii contractului).

În problema intervalului dintre două livrări succesive, la baza optimizării acesteia, în întreprinderile comerciale cu ridicata, stă mărimea lotului economic de aprovizionare, în timp

ce la întreprinderile cu amănuntul, criteriul care determină intervalul de aprovizionare este nivelul de serviciu, lotul economic ocupând un loc secundar³⁹.

8.1.5. Tipuri de modificări cantitative ale stocurilor

Stocurile de mărfuri pot fi exprimate și caracterizate cu ajutorul unui sistem de indicatori de natură absolută sau relativă.

Indicatorii absoluți măsoară stocurile de mărfuri, fie în unități naturale, fie valorice. Cu ajutorul unor asemenea indicatori pot fi exprimate atât stocurile existente la un moment dat, cât și cele medii ale unei anumite perioade, calculate deci ca medie a stocurilor existente la anumite momente, dintr-o perioadă anumită. Oricât de complet ar reda situația stocurilor la un moment dat sau în cursul unei anumite perioade, indicatorii absoluți „nu pot sugera aprecieri asupra caracterului normal sau anormal al stocurilor, nu pot exprima mărimea lor în raport cu volumul mărfurilor”⁴⁰.

Unor asemenea cerințe le răspund **indicatorii relativi ai stocurilor**, aceștia fiind rezultatul unor raporturi dintre o serie de indicatori absoluți. Indicatorii relativi au în vedere stocul existent într-un anumit moment sau stocurile medii ale unei perioade.

a) Stocul la un moment oarecare poate fi exprimat în mod relativ, prin calcularea indicatorului „stoc în zile-rulaj”, care exprimă numărul de zile pentru care stocul ar putea asigura vânzarea sau, altfel spus, în care s-ar înnoi în întregime. Stocul în zile rulaj (în zile desfăcere) se calculează cu ajutorul următoarei relații:

$$S_{ZR} = \frac{S \times Z}{D} \text{ unde:}$$

S_{ZR} – reprezintă stocul în zile rulaj;
 S – reprezintă stocul la un anumit moment;
 Z – reprezintă numărul de zile pentru care se calculează acest indicator;
 D – reprezintă desfacerea în perioada respectivă.

b) În ceea ce privește stocurile medii ale unei perioade se pot calcula relativ ușor, cu ajutorul a mai multor indicatori, respectiv:

• viteza de circulație – exprimă numărul mediu de zile în care a stat o marfă în stoc de la sosirea sa în magazin și până la vânzarea sa, sau, altfel spus, mărimea perioadei de reînnoire completă a stocului de mărfuri, calculându-se cu ajutorul relației:

$$V_c = \frac{\bar{S} \times Z}{D} \text{ unde}$$

V_c – reprezintă viteza de circulație, în zile;
 \bar{S} – reprezintă stocul mediu al unei anumite perioade;
 D – reprezintă desfacerea din aceeași perioadă;
 Z – reprezintă numărul de zile ale perioadei luate în calcul.

Dinamica acestui indicator se manifestă prin încetinirea sau accelerarea circulației mărfurilor, respectiv printr-o creștere a numărului de zile (viteză lentă) sau o reducere a numărului de zile (viteză accelerată) cât mărfurile rămân sub forma de stoc. Viteza reală de

³⁹ Florin Tomescu, *Managementul societăților comerciale*, Editura Didactica și Pedagogică, 1998, București.

⁴⁰ D. Patriche (coordonator), *Economie comercială*, Editura Economică, București, 1998, p. 389.

circulație a mărfurilor diferă de la un produs la altul, de la un stadiu de circulație a mărfurilor la alt stadiu și de la un agent economic la altul.

Un asemenea indicator relativ reflectă atât acțiunea factorilor de influențare a stocurilor, cât și eficiența politicii manageriale în ceea ce privește aprovizionarea, stocarea și vânzarea mărfurilor.

• Numărul de rotații ale stocului mediu arată de câte ori se reînnoiesc stocurile în cursul unei perioade date, de regulă de un an, de câte ori se cuprind ele în valoarea desfacerilor de mărfuri. Modul de calcul al acestui indicator este următorul:

$$N_{RS} = \frac{D}{\bar{S}}, \text{ unde :}$$

N_{RS} – reprezintă numărul de rotații ale stocului mediu;

\bar{S} – reprezintă stocul mediu din perioada analizată;

D – reprezintă desfacerile din perioada cercetată.

De asemenea în practică se mai utilizează și alte două formule de calcul, respectiv:

$$N_{RS} = \frac{Z}{V_c} \text{ sau } N_{RS} = \frac{1}{R\bar{S}}, \text{ unde :}$$

Z – reprezintă numărul de zile ale perioadei luate în calcul;

V_c – reprezintă viteza de circulație a mărfurilor în perioada luată în calcul;

R_s – reprezintă rata stocului mediu din perioada cercetată.

Desigur, cu cât numărul de rotații este mai mare, cu atât activitatea desfășurată este mai bună, mai eficientă, fiind susținută de o aprovizionare ritmică, eficace, acest lucru favorizând susținerea afacerii cu un anumit capital.

8.2. Asigurarea stocului de rezervă

8.2.1. Tipuri de operațiuni de intrare/ieșire a produselor din stoc

Stocul optim este, în general, un element de referință, un deziderat care, în funcție de anumite condiții reflectă priceperea managerilor unității patrimoniale de a utiliza ele mai eficiente metode de gestiune a stocurilor. În practică, nivelul **stocului optim** care să maximizeze efectul, în condițiile unui risc minim, se înregistrează pentru perioade scurte de timp întrucât stocurile sunt supuse unor variații continue, determinate de caracterul aleatoriu al factorilor determinanți. Important este ca variațiile să înregistreze abateri controlabile, iar stocul optim să se situeze la acest nivel o perioadă cât mai lungă de timp. Un rol esențial în realizarea acestui obiectiv îl are alegerea celor mai potrivite metode de gestiune a stocurilor astfel încât, la un moment dat, să nu lipsească articolele necesare procesului de exploatare⁴¹.

8.2.1.1. Gestiunea stocurilor cu cerere constantă la intervale egale

Se caracterizează prin aprovizionări și reaprovizionări cu materiale în *cantități egale* și la *intervale egale* de timp. Dinamica acestui proces de gestiune se reprezintă în figura 5.

⁴¹ Gherasim, T., Maxim, E., *Marketing mix*, Editura Sedcom-Libris, Iași, 1996, pag. 372.

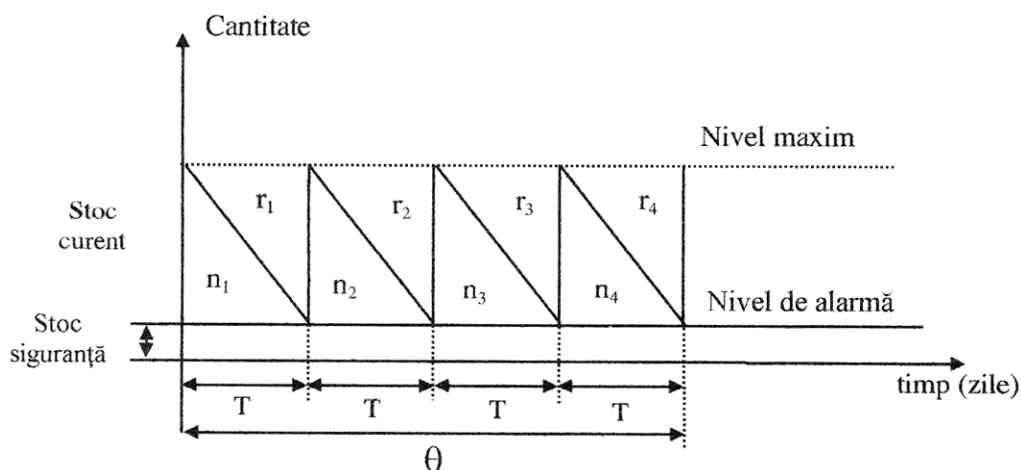


Fig. nr. 5. Gestiunea stocurilor cu cerere constantă la intervale egale

Θ = întreaga perioada de gestiune

T = perioada utilizării stocului

n = lotul de livrare

r = necesarul pentru consum

Această modalitate de gestiune a stocurilor este caracteristică unităților cu producție de serie mare sau cu producție uniformă, de masă.

8.2.1.2. Gestiunea cu cerere variabilă la intervale egale

Presupune aprovizionarea și reaprovizionarea cu loturi și cantități care trebuie *estimate* la anumite momente calendaristice. Acest tip de gestiune este specific pentru țesătorii, fabricile de confecții, de mobilă etc. ce au un nomenclator constant de producție dar care trebuie să se adapteze în funcție de cererea de țesătură, culoare, moda.

Se reprezintă grafic în figura nr.6.

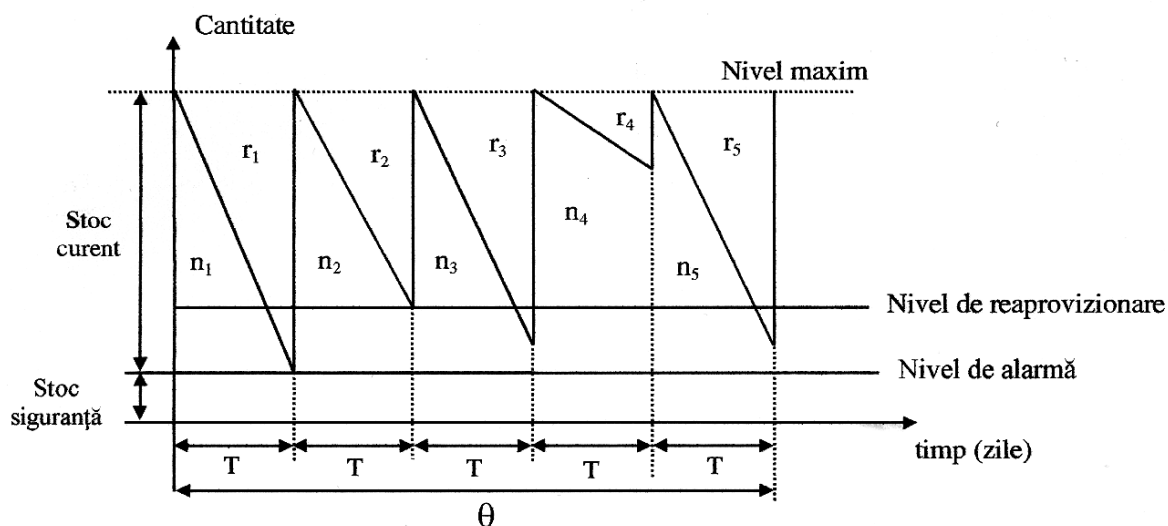


Fig. nr. 6. Gestiunea cu cerere variabilă la intervale egale

Se observă că trebuie să existe un stoc de alarmă care să preia fluctuațiile cererii variabile iar nivelul de alarmă este superior celui de siguranță.

8.2.1.3. Gestiunea stocurilor cu cerere variabilă la intervale neegale

Se realizează în situațiile în care nu se cunosc din timp datele calendaristice de lansare a comenzilor și acestea trebuie determinate prin *extrapolare* sau prin estimări succesive în concordanță cu modul în care se manifestă cererea de resurse.

Dinamica acestui proces de gestiune se reprezintă grafic în figura nr. 7:

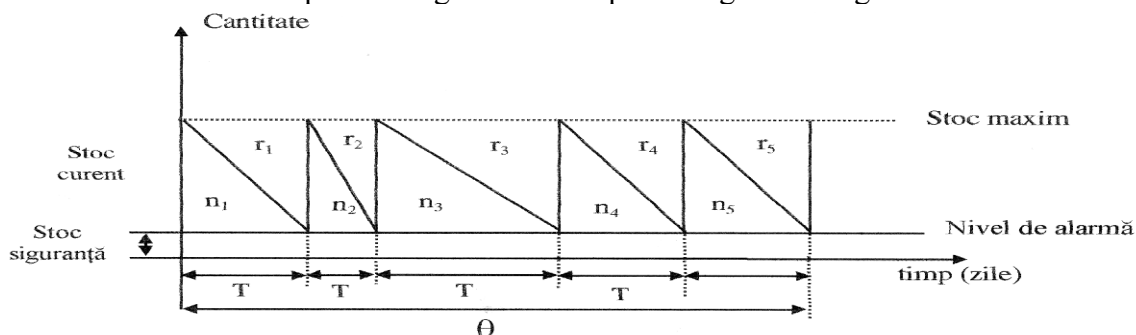


Fig. nr. 7. Gestiunea stocurilor cu cerere variabilă la intervale neegale

Cantitățile de aprovizionat se stabilesc în loturi fixe la începutul perioadei de gestiune iar nivelul de alarmă se considera a fi egal cu nivelul stocului de siguranță.

Acest tip de gestiune se practică în special de firmele care au un volum mare de producție nenominalizată sau care efectuează prestări de servicii.

8.2.1.4. Gestiunea stocurilor de tip (S_s) cu două depozite

Constituie un tip de gestiune în care „S” exprimă cantitatea de aprovizionat iar „s” exprimă nivelul de reprovizionare.

Se caracterizează prin cereri de *resurse variabile la intervale variabile* iar în funcție de acestea se determina lotul de aprovizionare. Acest proces se poate exprima grafic în figura 8:

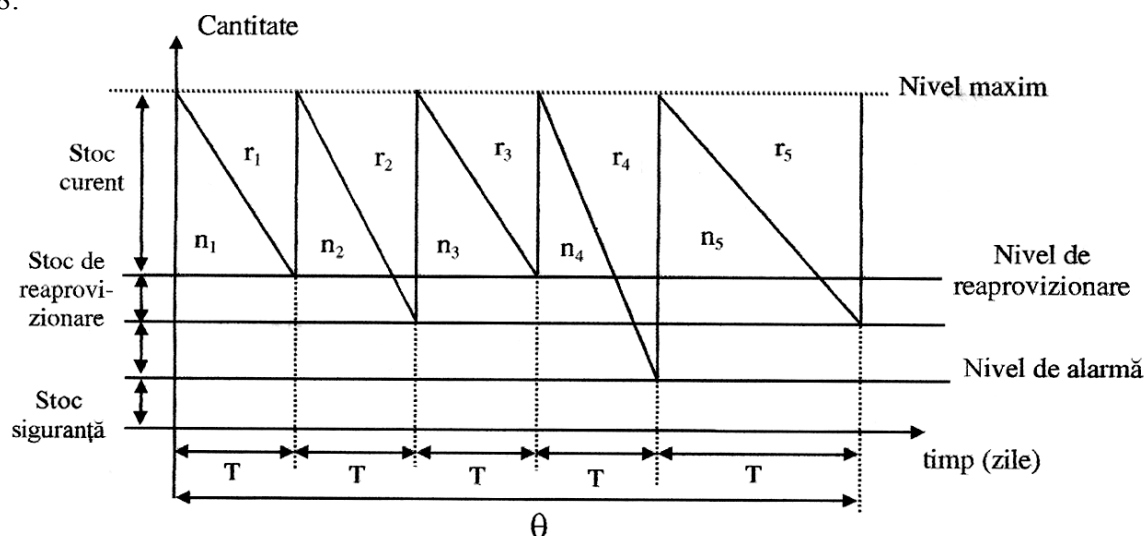


Fig. nr. 8. Gestiunea stocurilor de tip S_s cu două depozite

Gestiune de tip (S_s) se aseamăna cel mai mult cu procesele de stocare reale din activitatea unităților patrimoniale iar optimizarea acestora consta în determinarea celor două mărimi „S” și „s” astfel încât gestiunea stocurilor să se realizeze cu cheltuieli minime.

8.2.2. Tipuri de cerințe specifice ale clienților

Particularitățile managementului stocurilor la nivelul firmei sunt determinate de nivelul la care aceasta se situează în canalul de marketing. Problemele și soluțiile adoptate în privința stocurilor de producător sunt adesea diferite de cele ale angroșiștilor și respectiv detailiștilor.

La nivelul producătorului, politica în domeniul stocurilor se referă la o gamă diversă de produse: materii prime, componente, produse în curs de prelucrare, precum și produse finite. În consecință, gradul sau de implicare în privința stocurilor este mare, chiar dacă are o gamă mai restrânsă de produse, în comparație cu detailistul sau angrosistul. Investițiile în stocuri sunt realizate pe termen lung, datorită faptului că la acest nivel are loc un proces de prelucrare, nu doar o cumpărare în vederea revânzării. Obiectivul politicii producătorului, referitoare la stocuri, este reducerea la minimum a costurilor, în condițiile satisfacerii cererii.

În mod tradițional, cantitatea de produse cumpărată de fabricant pentru desfășurarea procesului de prelucrare era determinată de capacitatea echipamentelor sale, nu neapărat de cererea estimată pentru perioada imediat următoare. Realizarea economiilor de scară în domeniul producției presupunea fabricarea unor loturi mari de produse finite, care făceau ulterior obiectul unui proces de stocare în depozitele firmei respective sau ale angroșiștilor. În măsura reorientării spre piață și programării producției în funcție de cererea estimată sau exprimată, o serie de firme au început să diminueze stocurile de materii prime și componente, realizând aprovizionări de tip JIT, la timpul potrivit, atunci când sunt necesare.

Sub aspectul cantității de produse deținute în stoc dintr-un anumit produs, **angrosistul** depășește, în general, volumul vehiculat de un detailist. Angrosistul cumpără mari cantități de mărfuri de la producători și le vinde în cantități mai mici comercianților cu amănuntul. Existența angrosistului este justificată nu doar de livrarea în cantitatea potrivită pentru detailiști (mai mică decât loturile producătorilor), ci și de asigurarea unui sortiment adecvat de mărfuri provenite de la mai mulți producători. Din perspectiva structurii stocurilor, diversitatea produselor este, de regulă, mai mare decât a producătorului și mai mică decât cea a detailistului. Utilitatea stocurilor la nivelul angroșiștilor este determinată și de necesitatea de echilibrare a cererii ca ofertă, în cazul produselor sezoniere. Obiectivele angrosistului este păstrarea unui sortiment adecvat de produse, la un cost minim⁴².

Gama riscurilor legate de stocuri, care sunt suportate de angroșiști, este mai îngustă, mai profundă și de mai lungă durată, comparativ cu riscurile specifice nivelului comerciantului cu amănuntul. În canalul de marketing, angrosistul este supus, în prezent, unei duble presiuni în privința stocurilor. Pe de o parte, extinderea liniilor de produse oferite de producători și creșterea ritmului de înnoire a gamei de produse la nivelul din amonte largesc gama riscurilor până la nivelul caracteristic detailiștilor. Angroșiștii generaliști sunt astfel înlocuiți treptat de angroșiști specializați. Pe de altă parte, sarcina de menținere în stoc a unui sortiment diversificat de produse, pe o perioadă mai lungă, migrează de la detailist la angrosist.

Riscul menținerii în stoc, de către **detailist**, a unui anumit produs este mai mic decât în cazul angrosistului, sub aspect cantitativ. Riscurile suportate de detailist sunt însă mai ample, deoarece se repartizează pe un sortiment de produse mult mai variat. În cazul detailiștilor specializați, riscurile legate de stocuri sunt mai profunde și de mai lungă durată, față de cele specifice detailiștilor generaliști, cu un sortiment de bunuri de consum foarte diversificat. Comerciantul cu amănuntul pune accentul pe circulația rapidă a mărfurilor,

⁴² Carmen Bălan, *Logistica*, Editura Uranus, București, 2004.

profitabilitatea directă pe produs și disponibilitatea unei cantități suficiente pentru a satisface cererea⁴³.

Posibilitățile de control al stocurilor la nivelul comerțului cu amănuntul s-au modificat radical în ultimele decenii. Apelarea la punctele de vânzare electronice și sistemul electronic de evidență a stocurilor permit cunoașterea structurii stocurilor, nu doar a valorii produselor existente în stoc. Sistemele informatice furnizează în orice moment date despre numărul articolelor din stoc.

Integrarea de către o firmă a unui nivel din amonte sau aval presupune asumarea unor riscuri suplimentare, legate de stocuri. Amploarea, profunzimea și durata acestora sunt determinate de tipul și numărul nivelurilor integrate vertical.

8.2.3. Modalități de întocmire a necesarului de produse

Necesitatea economisirii resurselor materiale și bănești, folosirea cu maxim de eficiență a activelor circulante necesită determinarea unui nivel optim al stocurilor⁴⁴. Pentru aceasta este necesară organizarea judicioasă a aprovizionării în vederea reducerii imobilizărilor de valori materiale, pentru asigurarea unor stocuri în concordanță cu nevoile reale de producție. În vederea stabilirii *stocului optim, cantității optime de aprovizionat și a intervalului optim de reprovizionare* este necesară găsirea unor modalități de echilibrare a doua costuri antagonice: *costul stocajului* (care crește odată cu cantitatea comandată) și *costul de comandă* (care scade odată cu cantitatea comandată).

Deși stocurile au o structură generală comună, ca urmare a modalităților diferite în care sunt gestionate nu este posibilă generalizarea unui model de optimizare⁴⁵. Opțiunea pentru o anumită metodă trebuie să țină seama de factorii concreți care influențează mărimea stocurilor pentru fiecare resursa materială.

În vederea optimizării stocurilor se pot utiliza, în principal, două categorii de metode: *sintetice și analitice*.

8.2.3.1. Modalități analitice de dimensionare a stocurilor.

Metodele analitice presupun determinarea stocurilor, anual și trimestrial, pe fiecare component al elementelor de active, circulante materiale. La fiecare element de stoc, calculul analitic se desfășoară pe fiecare material sau produs și pe fiecare fel de stoc: curent, de siguranță, de condiționare și de transport interior.

8.2.3.1.1. Dimensionarea analitică a stocurilor de materii prime și materiale

Pentru dimensionarea stocului la materii prime și materiale este necesară cunoașterea:

- **necesarului fizic și valoric** de materii prime și materiale, în vederea realizării programului (N). Necesarul fizic se determină în funcție de cantitățile de produse necesare a se fabrica și de consumul specific, iar necesarul valoric reprezintă produsul, dintre necesarul fizic, astfel obținut și prețul de aprovizionare;

- **timpul de imobilizare total** al materiilor prime și materialelor (Tit), reprezentând numărul total de zile în care acestea vor fi stocate, timpul de imobilizare total este alcătuit, la

⁴³ *Idem*.

⁴⁴ Adochiței, M., Adochiței, A., *Finanțele întreprinderii în economia de piață*, Editura Mitrea, Piatra Neamț, 1993, pag. 103.

⁴⁵ Bășanu, Gh., Pricop, M., *Managementul aprovizionării și desfacerii*, Editura Economică. București, 1996, pag. 110.

rândul sau, din: timpul pentru stocul curent, timpul pentru condiționare, timpul de siguranță, timpul pentru transporturi interioare și pentru stocul de iarnă, în funcție de specificul agentului economic.

Timpul pentru stocul curent (T_{sc}) reprezintă numărul mediu de zile între aprovizionări care poate asigura cantitatea de materii prime și materiale necesare continuării producției. Se poate obține din fișele de magazie aferente perioadei precedente sau din planul anual de producție, calculându-se după relația:

$$T_{sc} = \frac{\sum C_i \times i}{\sum C_i}, \text{ în care:}$$

T_{sc} = timpul. pentru stocul. curent (intervalul. mediu între aprovizionări);

C_i = cantități intrate de materii și materiale;

i = intervale între aprovizionări.

Timpul pentru stocul de condiționare (T_{scdt}) cuprinde numărul. de zile necesar efectuării unor operațiuni de pregătire a materialelor, de stocare, de uscare în vederea intrării în producție, fiind rezultatul timpilor necesari acestor operații.

Timpul pentru stocul de siguranță (T_{ssig}) reprezintă numărul de zile necesar prevenirii întreruperii procesului de producție ca urmare a unor variații în aprovizionare și se calculează conform relației:

$$T_{ssig} = \frac{\sum C_i \times Z_i}{\sum C_i}$$

C_i = cantități întârziate

Z_i = zile de întârziere în aprovizionări

Prin însumarea acestor timpi, eventual și a altora, dacă specificul producției o cere se obține **timpul total de imobilizare** (T_{it}).

Fiecărui timp îi corespunde, în expresie fizică și valorică, un stoc: stoc curent, stoc de condiționare, stoc de siguranță ș.a. Aceste **stocuri** pot fi determinate pe baza relației generale:

$$\frac{N \times T_i}{90 \text{ sau } 360} \text{ în care:}$$

T_i = timpul de imobilizare (T_{sc} , T_{ssig} , T_{scdt} etc.);

N = necesarul de materii și materiale.

Stocul total de materii prime și materiale (S) se obține prin însumarea tuturor stocurilor componente, sau cu ajutorul relației:

$$S = \frac{N \times T_{it}}{90 \text{ sau } 360}$$

În cazul stocului curent, în vederea finanțării acesta se corectează cu coeficientul 1/2, deoarece nivelul sau variază între 0 și 100%. În același timp, stocul de siguranță nu trebuie să depășească stocul curent deoarece acesta se poate reconstitui într-un interval de timp maxim egal cu perioada dintre doua aprovizionări.

În măsura în care stocurile sunt înscrise în fișele de magazie, deci se cunoaște situația lor la un moment dat, se poate compara stocul prevăzut (S_p) cu cel existent (S_e), putând rezulta următoarele situații ⁴⁶ :

$S_e > S_p$ - existența unor stocuri supranormative, echivalând cu imobilizări de fonduri și o reducere a rentabilității ;

$S_e < S_p$ - insuficiență de resurse materiale, implicând o serie de costuri și o diminuare a rentabilității.

⁴⁶ Adochiței, M., Adochiței, A., *Finanțele întreprinderii în economia de piață*, Editura Mitrea, Piatra Neamț, 1993, pag. 106.

În vederea optimizării stocurilor de materii prime și materiale se poate face apel la **modelele matematice**, în măsura să găsească o soluție matematică intermediară între reîntregirea stocului la intervale mai lungi sau mai scurte.

Unul dintre cele mai cunoscute modele matematice de determinare a optimului de stocaj este modelul **WILSON -WHITIN**⁴⁷, aplicabil în cazul cererii constante și a unei perioade fixe de aprovizionare, fără posibilitatea apariției „rupturii” de stoc. Cum însă, în practică, această situație este întâlnit mai rar, s-au dezvoltat o multitudine de modele, aferente tuturor modalităților de gestiune a stocurilor.

Modelele de optimizare necesită un volum mare de muncă, mai ales în condițiile unei multitudini de sortimente de materii prime și materiale. Pentru eliminarea acestor inconveniente este necesar un sistem de gestionare a stocurilor, integrat sistemului informatic al unității.

8.2.3.1.2. Dimensionarea analitică a stocurilor la obiecte de inventar

În cazul *obiectelor de inventar* de mică valoare sau scurtă durată, a *echipamentului și materialelor de protecție*, precum și a materialelor cu valori mici și foarte numeroase se poate dimensiona stocul pentru toate la un loc, formându-se o grupă specială intitulată „*diverse materiale*”, pentru care necesarul de materiale se determină prin regula de trei simplă⁴⁸:

$$S_{dm} = N_{dm} \times \frac{S_n}{n}$$

S_{dm} = stocul total valoric pentru grupa "diverse materiale", N_{dm} = necesarul de valori materiale aferent grupei,

S_{dm} = stocul valoric total la materiile și materialele nominalizate;

n = necesarul valoric total la materiile și materialele nominalizate.

Stocurile (S) se stabilesc ținându-se seama de stocurile inițiale (S_j), stocul fără mișcare (S_{fm}) achizițiile ce se fac în perioadă aferentă (A) și uzura (U) acestora, relația de calcul fiind următoarea:

$$S = S_i - S_{fm} + A - U.$$

În cazul obiectelor de inventar de valori mari metoda nu este recomandabilă, optimizarea acestora necesitând determinări analitice pe fiecare fel de obiecte de inventar, utilizându-se ultima relație de calcul.

8.2.3.2. Dimensionarea sintetică a stocurilor de materii prime, materiale și obiecte de inventar

Metodele sintetice presupun determinarea nevoii de capitaluri circulante materiale pentru totalul acestora, în funcție de volumul planificat al activității de exploatare și de viteza de rotație înregistrată în exercițiile anterioare⁴⁹. Aceste metode se folosesc cu bune rezultate în perioadele de stabilitate economică. Cel mai adesea se folosesc modelele liniare de proporționalitate directă a mărimii financiare a stocurilor, în raport cu volumul de activitate (producția marfă în cost de producție sau cifra de afaceri).

Pentru a corecta această liniaritate se introduc în calcul anumiți coeficienți de degersivitate a evoluției activelor circulante materiale, în raport cu producția, determinați la nivelul realizărilor anterioare, privind accelerarea rotației capitalurilor circulante, sau la

⁴⁷ Stancu, I., , *Finanțe*, Editura Economică, București, 1997, pag. 606

⁴⁸ Adochiței, M., Adochiței, A., *Finanțele întreprinderii în economia de piață*, Editura Mitrea, Piatra Neamț, 1993, pag. 106.

⁴⁹ Vintilă, G. *Gestiunea financiară a întreprinderii*, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1977, pag. 260.

nivelul unei mărimi dorite a acestei accelerări. O altă alternativă o reprezintă utilizarea metodelor neliniare (probabilistice), pe baza legilor statistice ce s-au manifestat în evoluția activelor circulante materiale, în corelație cu volumul de activitate. Deși sunt mai rafinate, rezultatele sunt dependente de o singură variabilă, ca și în cazul metodelor sintetice.

Metoda mixtă - este o variantă intermediară metodelor sintetice și analitice. Presupune *determinarea trimestrială* a stocurilor de materii prime, materiale și obiecte de inventar cu ajutorul *metodelor sintetice*, în timp ce determinarea anuală a lor se face cu ajutorul *metodelor analitice*.

Concluzionând, pentru asigurarea gestiunii ciclului de exploatație decidentul trebuie să asigure creșterea rentabilității activității, în condițiile diminuării riscului economic și financiar. În acest context, armonizarea relației rentabilitate-risc necesită asigurarea unui echilibru între necesarul de active circulante și sursele de mobilizat pentru finanțarea lui. Pentru aceasta, este vitală cunoașterea cât mai exactă a necesarului de finanțat al ciclului de exploatație aferent unui volum de activitate propus, pentru a putea fi acoperit cu costuri minime.

Metodele existente în literatura de specialitate vin să ofere soluții, decidentul putând opta, în funcție de condițiile proprii ale întreprinderii, pentru una dintre ele. Fiecare metoda oferă avantaje și dezavantaje, opozabile acestor condiții.

Având în vedere *condițiile din țara noastră*, o metoda care corespunde principalelor cerințe ale gestiunii ciclului de exploatație este *metoda analiticii*, deoarece oferă premisele pentru o ANALIZA amănunțită și un CONTROL riguros privind gospodărirea resurselor materiale și financiar ale întreprinderii.

8.3. Verificarea stării produselor din stoc

8.3.1. Norme interne privind verificarea produselor din stoc

Resursele materiale, energetice, echipamentele tehnice și resursele financiare se află cu preponderență în mediul exterior firmei. Asigurarea lor necesită interacțiunea, colaborarea și conlucrarea tuturor participanților la circuitul economic, motiv pentru care, pentru a se obține continuitatea acestui proces, unitățile patrimoniale constituie stocuri.

Data fiind importantă deosebită a stocurilor de bunuri materiale în activitatea unității patrimoniale se impune o gestiune științifică a procesului de stocare, urmărindu-se „*cea mai eficientă alocare a capitalului în stocuri, în condiții de diminuare a riscului*”⁵⁰. Armonizarea relației rentabilitate-risc necesită un proces de optimizare între soluția realizării ciclului de exploatare cu un nivel minim de active circulante și posibilitatea apariției „*rupturii de stoc*”.

Decidentul este chemat în acest condiții să determine, pe de o parte, necesarul optim de stocuri, iar pe de altă parte să găsească modalități de finanțare a acestui necesar. El poate opta, în funcție de obiectivele și strategia de ansamblu a întreprinderii, precum și a viziunii sale asupra raportului între vânzări (cifra de afaceri) și nivelul stocurilor, pentru una din următoarele variante ale politicii de gestiune a ciclului de exploatație (în strânsa legătura cu procesul stocării):⁵¹.

Politica ofensivă (agresivă) se caracterizează prin indiferență rata de fisc; este promovată de managerii care doresc realizarea unei cifre de afaceri cu stocuri minime. Acești conducători sunt dispuși să accepte riscuri mari legate de lipsa de stoc, lipsa de lichidități și de insolabilitate a întreprinderii, mizând pe rentabilitatea mult mai ridicată a accelerării vitezei de rotație, a creșterii gradului de lichiditate;

⁵⁰ Stancu, I., *Finanțe*, Editura Economică, București, 1997, pag. 603.

⁵¹ Vintilă, G., *Gestiunea financiară a întreprinderii*, EDP, 1997, pag. 303.

Politica defensivă, specifică managerilor prudenți, este o politică de aversiune față de risc, și își propune realizarea unei cifre de afaceri cu **stocuri și lichidități ridicate**. Conducătorii prudenți nu acceptă riscul „*rupturii de stoc*” curent chiar în detrimentul unei rentabilități mai moderate astfel încât pentru orice creștere a cifrei de afaceri ei se preocupă și de creșterea corespunzătoare stocurilor care asigură continuitatea activității de exploatare (stocuri curente și de siguranță);

Politica echilibrată (intermediară) armonizează relația contradictorie dintre rentabilitate și risc. Potrivit acestei politici creșterea volumului activității (cifrei de afaceri) se realizează cu un stoc curent de mărime corespunzătoare cifrei de afaceri, pe când stocul de siguranță este determinat de acel nivel care egalizează costurile lipsei de stoc („*rupturile de stoc*”) și costurile ridicate ale stocurilor (peste necesitățile stricte ale exploatarei).

8.3.2. Norme specifice ale producătorului

Procesul de stocare este caracterizat de o serie de elemente funcționale care dau măsura managementului adoptat de unitatea patrimonială. În principal, acestea sunt:

a) **Necesarul (cererea) pentru consum** se referă la categoriile și tipurile de resurse, cantitățile, ritmul de eliberare în consum, volumul și ritmul aprovizionărilor. În general, pentru determinarea acestui necesar se folosesc modele decizionale deterministe. În cazul în care cererea de resurse este necunoscută dar previzibilă, se pot folosi modelele decizionale probabiliste. În acest din urmă caz, caracteristicile cererii se stabilesc pe baza de observații și studii de prognoză, serii de date statistice etc.

De obicei, necesarul de resurse materiale necesare producției se determină și se eșalonează cantitativ și calendaristic în corelație cu programele de fabricație ;

b) **Necesarul de aprovizionat** pentru perioada de gestiune luată în calcul exprimă volumul de bunuri care trebuie asigurat de la furnizor ;

c) **Lotul de livrare** reprezintă cantitatea de bunuri materiale care se aduce la un moment dat de la furnizori. Se mai numește și lot de reprovizionare;

d) Parametrii de timp care intervin în procesul de stocare și gestiune a stocurilor sunt, în sinteză, următorii:

- perioada de gestiune (an, trimestru, semestru) ;
- intervalul de timp dintre două aprovizionări succesive;
- durata de aprovizionare;
- data calendaristică a începerii acțiunii de aprovizionare.

e) **Costurile** implicate în procesul de stocare cuprind:

• costurile de lansare a comenzii, care includ toate cheltuielile care se fac de la emiterea comenzii și până la onorarea ei (transport, delegații, negocieri etc.);

• **costul de stocare**, ce cuprinde suma cheltuielilor care se efectuează pe durata staționării resurselor cu recepția, manipularea, depozitarea, paza, evidența etc. ;

• **costurile suplimentare** aferente lipsei materialelor din stoc;

• costurile care se acumulează cu ocazia plății unor penalizări când cererea este mai mare decât stocul disponibil.

Pe baza acestor indicatori se stabilesc metodele de gestiune a stocurilor cele mai adecvate cerințelor și specificului fiecărei unități patrimoniale.

8.3.3. Tipuri de condiții de depozitare și păstrare specifice

Analiza economico-financiară mobilizează un ansamblu de concepte, tehnici și instrumente în vederea cercetării fenomenelor și proceselor economico-sociale. Ea își propune să descopere structura proceselor, să verifice și să stabilească relațiile de cauzalitate

existente, factorii generatori, să formuleze concluzii privind procesele studiate și, pe baza acestora, să contureze cadrul decizional și activității viitoare⁵².

Analiza economico-financiară este indispensabilă conducerii agentului economic, fiind în măsura să pună în evidență esența fenomenelor și proceselor economice, cauzele modificării lor și, totodată, să ofere soluții de prevenire și înlăturare a cauzelor generatoare de situații negative⁵³.

„Analiza economico-financiară se constituie într-un instrument de cunoaștere sub multiple aspecte a rezultatelor utilizării resurselor umane, materiale și financiare în diverse întreprinderi, la nivel micro sau macroeconomic, în scopul descoperirii de noi posibilități de dezvoltare și perfecționare a activității economice desfășurate de acestea”⁵⁴.

Astfel, analiza pune la dispoziția managementului unității o modalitate de obținere și aprofundare a unor informații cu un grad mare de complexitate, necesare procesului decizional.

Pornind de la aceste considerații generale asupra analizei economico-financiare, abordarea stocurilor presupune, într-o optică funcțională, definirea a două categorii principale:

- stocul curent (regulator)
- stocuri de siguranță

8.3.3.1. Analiza stocurilor curente (regulatorii)

Stocurile curente au rolul de a sincroniza procese cu ritmuri diferite, în măsură să dea continuitate și să asigure eficiența exploatarei⁵⁵. Analiza acestor stocuri vizează mai multe aspecte.

1. Un prim aspect în analiza stocurilor se referă la evoluția lor comparativ cu cifra de afaceri, evoluția măsurată cu ajutorul *VITEZEI DE ROTAȚIE*.

Pentru a caracteriza viteza de rotație a stocurilor materiale, în practica economică se folosesc doi indicatori:

- numărul de rotații (n), exprimat prin relația:

$$n = \frac{CA}{S_m},$$

în care: CA = cifra de afaceri;

S_m = stoc de materiale

- durata în zile a rotației (D_z)

$$D_z = \frac{S_m \times T}{CA},$$

T = 360 zile, 180 sau 90 în funcție de perioada pentru care se face calculul.

Deoarece indicatorii implicați în calcul sunt exprimați în mărimi diferite: stocurile în cost de achiziție, iar CA în preț de vânzare, în calculul exact al duratei de rotație se recomandă⁵⁶:

$$D_z = \frac{S_m}{\text{Costul de cumpărare a marfurilor vandute}} \times T$$

⁵² Stănescu, C., Ișfănescu, A., Băicuș, A., *Analiza economico-financiară*, Editura Economică, București, 1996, pag. 12.

⁵³ Paraschivescu, M.D., Păvăloaia, W., Toma, C., *Contabilitate și modele de analiză economică*, Editura Gh. Zane, Iași, 1993, pag. 368.

⁵⁴ Rusu, D., Cuciureanu, A., *Analiza activității economice a întreprinderilor*, Editura Didactică și pedagogică, București, 1979, pag. 26.

⁵⁵ Niculescu, M., *Diagnostic strategic*, Editura Economică, București, 1997, pag. 124.

⁵⁶ *Op. cit.*, pag. 133.

Este deosebit de important să se calculeze numărul de rotații și viteza de rotație pe categorii și feluri de stocuri, furnizându-se informații privind gestiunea stocurilor materiale, reflectând și localizând aspectele pozitive sau negative a activității diferitelor compartimente ale întreprinderii.

2. Un al doilea aspect în analiza stocurilor materiale se referă la evoluția lor față de nivelul normat, capabil să asigure o gestiune echilibrată a stocurilor.

Se recomandă în evidența stocurilor care reprezintă abateri să se opereze cu principiul excepției⁵⁷

3. Un al treilea aspect recomandat în analiza stocurilor se referă la „gradul de imobilizare”, funcție de care stocurile se împart în stocuri normale, stocuri cu mișcare lentă, stocuri fără mișcare.

Încadrarea în una din aceste grupe se face în funcție de frecvența consumului, calculându-se durata de imobilizare a stocului (D_i), în zile, pe baza relației:

$$D_i = \frac{\bar{S} \times 360}{E}, \text{ în care: } S = \text{stocul mediu anual}; E = \text{ieșirile din magazie}$$

În report cu aceasta mărime calculată pentru perioadele anterioare, se stabilește în mod convențional, intervalul în zile aferent fiecărei grupe.

4. Deoarece rolul stocurilor este de a asigura continuitatea procesului de producție, un alt aspect se referă la rezerva în zile pentru care este asigurată această continuitate:

S_1 = stocul efectiv la un moment dat

$$R_z = \frac{S_1}{CZ}$$

în care

S_1 = stocul efectiv la un moment dat

CZ = consumul mediu zilnic

Pentru situația generală în care se constituie și stoc de siguranță, rezerva în zile se calculează astfel:

$$R_z = \frac{S_1(t \times CZ)}{CZ}$$

în care t = echivalentul în zile a stocului de siguranță.

8.3.3.2. Analiza stocurilor de siguranță

Stocul de siguranță este suplimentul de stoc care permite depășirea „nivelului de serviciu” (K) atins de stocul activ⁵⁸.

„Nivelul de serviciu” măsoară gradul de satisfacere a solicitărilor sau probabilitatea de non-ruptură a stocului putându-se calcula:

$$K = \frac{\text{numărul de solicitări satisfăcute pe parcursul perioadei } T}{\text{numărul total de solicitări în perioada } T}$$

Stocul de siguranță va absorbi fluctuațiile peste medie a producției, acoperite pe seama stocurilor active, până la un anumit nivel de serviciu. Peste acest nivel se va produce fenomenul de „ruptură” de stoc, dacă nu va avea loc reînnoirea lor.

⁵⁷ Stanescu, C., Iștefănescu, A., Băicuși, A., *Analiza economico-financiară*. Editura Economică, București, 1996, pag 315.

⁵⁸ Niculscu, M., *Diagnostic strategic*, Editura Economică, București, 1997, pag. 128.

8.3.3.3. Implicațiile economico-financiare ale politicii de stocare

O politică de stocare trebuie să realizeze accelerarea rotației stocurilor, cu efecte pozitive asupra performanțelor întreprinderii, conducând la diminuarea cheltuielilor și sporirea venitului.

Căile de accelerare a rotației stocurilor de materii prime, materiale și obiecte de inventar în faza aprovizionării ⁵⁹ presupun alimentarea la timp, complexă și a procesului de aprovizionare.

Perfecționarea aprovizionării necesită o creștere a operativității, adaptarea promptă la condițiile pieței, selectarea furnizorilor, încheierea la timp și respectarea contractelor.

Totodată în vederea creșterii vitezei de rotație este necesară optimizarea stocurilor de materiale, reducerea consumurilor specifice și a pierderilor în timpul transportului, manipulării și depozitării, a cheltuielilor de transport-aprovizionare.

În ce privește *modalitățile de accelerare a vitezei de rotație în faza de producție*, sunt necesare: reducerea costurilor și duratei ciclului de fabricație, prin organizarea corespunzătoare a producției și muncii, prin utilizarea tuturor capacităților de producție existente, stabilirea unor fluxuri raționale de fabricație, organizarea rațională a mișcării și manipulării resurselor materiale, folosirea integrală a timpului de lucru, mecanizarea, automatizarea, robotizarea proceselor de producție ș.a. Un alt mod de accelerare a vitezei de rotație îl reprezintă creșterea nivelului calitativ al producției și al volumului fizic al acesteia, dimensionarea corectă a stocurilor la producția neterminată.

8.3.4. Norme de sănătate și securitate în muncă aplicabile la depozitarea și păstrarea stocurilor

Decizia de alegere a uneia sau alteia din posibilitățile de răspuns la problemele pe care le implică gestiunea stocurilor trebuie să fie colaborată cu politica generală a firmei, implicând din partea acesteia luarea unei decizii. De fapt, alegerea criteriului de optimizare a stocurilor este un proces de decizie, cu importanță strategică. Există mai multe reguli de decizie a căror aplicare conduce la obiectivul căutat, ținând seama de restricțiile impuse de politica generală a firmei. În analiza condițiilor specifice care influențează politica stocurilor trebuie avute în vedere o serie de particularități ale gestiunii stocurilor, prezentând o mare importanță în acest sens, pe de o parte, natura și obiectul activității desfășurate, iar pe de alta, caracteristicile fiecărei verigi comerciale (cu ridicata sau cu amănuntul), în care se localizează stocul.

8.3.4.1. Natura și obiectul activității desfășurate

Natura și obiectul activității desfășurate sunt primele particularități ale gestiunii stocurilor ce trebuie avute în vedere la analiza condițiilor concrete în care-și desfășoară activitatea firma.

a) Criteriile de optimizare vor depinde, în primul rând, de natura activității desfășurate, respectiv de producție sau de comerț (de intermediere). În ceea ce privește

⁵⁹ Adochitei, M., Adochitei, A., *Finanțele întreprinderii în economia de piață*, Editura Mitrea, Piatra Neamț, 1993, pag. 154.

firmele cu activitate de intermediere, acestora le sunt specifice stocuri cu o structură unitară, respectiv mărfuri aflate în curs de realizare către consumatorii cărora le-au fost destinate. Spre deosebire de întreprinderile comerciale, ce desfășoară activități de intermediere, cele producătoare trebuie să dețină mai multe categorii de stocuri precum materii prime, semifabricate, produse finite etc., între asemenea categorii trebuind să existe o corelație permanentă. Pornind de la acest lucru, gestiunea stocurilor în cadrul întreprinderilor producătoare ridică probleme complexe privind planificarea și controlul producției, dar și politica comercială și financiară a acestora.

În comerț însă, gestiunea stocurilor, deși ridică o serie de probleme, acestea nu sunt la fel de complexe, ele presupunând menținerea unui stoc a cărui structura sortimentală să fie constituită din cantități determinate judicios pentru fiecare produs, astfel încât să existe toate premisele pentru satisfacerea cantitativă și calitativă a cererii populației. Într-un asemenea context, trebuie menționat faptul ca gestiunea stocurilor în comerț presupune rezolvarea altor probleme care devin prioritare: mobilizările de fonduri, cunoașterea perfectă și în tot timpul a preferințelor consumatorilor, previziunea mărimii și structurii cererii etc.

b) La rândul său, obiectul activității firmei își pune amprenta asupra criteriilor de optimizare a stocurilor, urmare, pe de o parte, caracteristicilor fizice ale produselor comercializate, iar, pe de altă, particularităților lor economice.

În ceea ce privește particularitățile fizice ale produselor, exista două grupe de probleme ce trebuie avute în vedere în optimizarea stocurilor, respectiv volumul și gradul de perisabilitate a mărfurilor.

Volumul mărfurilor aflate în stoc va trebui să fie bine corelat cu capacitatea de manipulare și stocaj a depozitului. Astfel, în cazul unor mărfuri voluminoase, capacitatea de depozitare devine un criteriu prohibitiv, ce influențează dimensiunile totale ale stocului, determinând cantitatea ce urmează a fi comandată și intervalul optim de re aprovizionare.

Daca avem în vedere perisabilitatea mărfurilor, fie de natură fizică, fie chimică, trebuie remarcat faptul ca ea influențează hotărâtor politica de stocare a întreprinderii, în multe cazuri devenind singurul criteriu avut în vedere la optimizarea stocurilor. Pe lângă produsele cunoscute și calificate unanim ca perisabile (avem în vedere, în principal, alimentele), trebuie avute în vedere și produsele care pot deveni „perisabile” urmare unor procese chimice de degradare, ca de exemplu bateriile electrice, filmele fotografice, cimentul etc. La toate asemenea produse, nepunându-se problema unui timp mai lung de stocare, intervalul maxim admis de depozitare se va constitui în criteriul primordial de optimizare a dimensiunilor stocurilor.

Într-un asemenea context, trebuie menționat că politica de stocaj depinde de categoria de mărfuri ce face obiectul acesteia, existând trei categorii distincte de mărfuri, respectiv mărfuri solicitate permanent, sezoniere, și cele de modă. Pentru fiecare din aceste categorii de mărfuri exista criterii diferite în optimizarea stocurilor. Astfel:

- Mărfurile permanente sunt solicitate aproximativ regulat de consumatori, de-a lungul întregului an, desfacerile lor fiind previzibile pentru o perioadă relativ lungă de timp. Există deci posibilitatea de a previziona desfacerile, acest lucru oferind întreprinderilor comerciale „șansa” aplicării unor metode de gestiune a stocurilor cu aprovizionare la intervale fixe, folosind drept criterii de optimizare grupele distincte de cheltuieli, respectiv cele de lansare a comenzii, de menținere în stoc, etc.

- Mărfurile sezoniere au o vânzare influențată de factori cronologici sau climaterici. Într-o asemenea situație, aprovizionarea și implicit dimensiunile stocurilor trebuie astfel eșalonate, încât să se adapteze evoluției în timp a desfacerilor. De data aceasta, optimizarea stocurilor de mărfuri nu va mai avea în vedere criteriul „nivelul de serviciu”, acest nivel nemaigăsindu-și justificarea economică. Astfel, un exemplu în acest sens sunt produsele pentru pomul de crăciun, al căror sezon de vânzare începe la sfârșitul lunii noiembrie și se

încheie efectiv la începutul lunii ianuarie a anului următor. Într-o asemenea situație, stocurile încep să se constituie în depozitele angroșiștilor din septembrie, octombrie, iar aprovizionarea detailiștilor începe în prima parte a lunii noiembrie. Sfârșitul sezonului reduce vânzarea la zero, întregul stoc rămas trebuind păstrat un an întreg, cu toate consecințele negative ce decurg de aici și care se vor răsfrânge, în final, asupra cheltuielilor întreprinderii și, implicit, asupra rezultatelor economico-financiare ale acesteia.

- La articolele de modă, care au o cerere iregulată, ce se confruntă cu incertitudinea realizării acestora ca mărfuri, rolul principal în alegerea și cumpărarea lor îl joacă gusturile și criteriile de judecată ale consumatorilor la un moment dat. Astfel, în domeniul confecțiilor, poate exemplul cel mai concludent în acest sens, criteriul fundamental în gestiunea stocurilor îl reprezintă permanența în magazin a unui sortiment de modele ce trebuie să răspundă gustului la zi al consumatorilor, optimizarea stocurilor pentru această categorie de mărfuri este cel mai greu de realizat, fiind imposibil de calculat cum vor evolua desfacerea în perioadele următoare. Din acest motiv, produsele de modă sunt efectiv excluse din toate sistemele de gestiune a stocurilor, cheltuielile de instalare și funcționare a unui sistem de gestiune a stocurilor de mărfuri de modă nejustificându-se din punct de vedere economic.

8.3.4.2. Caracteristicile verigilor comerciale

Pentru a scoate în evidență influența verigii comerciale (cu amănuntul sau cu ridicata) asupra criteriilor de optimizare a stocurilor, este necesar, ca mai întâi, să fie prezentate trăsăturile celor două verigi, respectiv acele trăsături care influențează și diferențiază politica de stocuri a acestora.

Este vorba, în principal, de trei asemenea trăsături, respectiv mărimea și structura sortimentului comercializat, modul de organizare a aprovizionării și desfacerii, precum și condițiile de depozitare și evidență. În cele ce urmează vom prezenta succint cele trei caracteristici⁶⁰.

a) Mărimea și structura sortimentului comercializat influențează în mod hotărâtor politica de stocuri, în general și obiectivele de optimizare a mărimii și structurii acestora, în special.

Astfel, în ceea ce privește mărimea sortimentului, se constată faptul că în rețeaua cu amănuntul există un sortiment mai numeros față de cel din depozitele comerțului cu ridicata. Este explicabil acest lucru, atât prin faptul că există o clară tendință de specializare a angroșiștilor, în comparație cu despecializarea tot mai accentuată a detailiștilor, dar și datorită faptului că în magazinele cu amănuntul există multe produse primite direct de la producător, care au ocolit depozitele cu ridicata.

Cel de-al doilea aspect se referă la structura sortimentului comercializat din punct de vedere al participării fiecărui articol la volumul desfacerilor. Potrivit unor studii atent elaborate, în întreprinderile comerciale cu ridicata, 20% din totalul articolelor asigură până la 90% din volumul desfacerilor, în timp ce în magazinele cu amănuntul, circa 45% din numărul articolelor asigură cel mult 80% din desfacerea totală. Iată doar un argument care conduce la ideea că existența în depozitele cu ridicata a unui număr relativ mare de produse cu mișcare lentă și chiar fără mișcare influențează criteriile de optimizare.

b) Aprovizionarea, la fel ca și desfacerea, respectiv modul de organizare a acesteia condiționează la fel de semnificativ politica de stocuri și metodele de gestionare a acestora.

Astfel, în ceea ce privește aprovizionarea, între cele două verigi comerciale există mai multe deosebiri, referitoare, în principal la contractele de aprovizionare, mărimea loturilor și

⁶⁰ G. Pistol, L. Pistol, *Comerț Interior – Teoria și Practică*, Editura Economică, București, 2004

importurile de stoc. Oprindu-ne doar la primul aspect, respectiv contractele de aprovizionare, este de remarcat faptul ca dacă aprovizionarea angrosiștilor se face pe baza contractelor economice încheiate, contracte concretizate până la nivel de detaliu, aprovizionarea detailiștilor se face de la întreprinderile cu ridicata sau direct de la producător, pe baza unui contract cadru, concretizat, actualizat, în timpul perioadei la care se referă, prin intermediul comenzilor lansate de fiecare magazin atunci când stocul existent scade sub un nivel, numit „de aprovizionare” sau „de alarma”.

În ceea ce privește evoluția desfacerilor, există, ca și în primul caz, deosebiri importante între cele două tipuri de întreprinderi. Astfel, vânzările întreprinderilor cu ridicata sunt relativ stabile și în cantități mari, iar influența factorilor conjuncturali este atenuată sau amânată. În aceste condiții, previziunea desfacerilor este ușor de realizat și cu un înalt grad de incertitudine. În ceea ce privește vânzările firmelor cu amănuntul, acestea sunt mai puțin previzibile, urmare, pe de o parte, marilor variații sezoniere și aleatoare, iar, pe de alta, influenței imediate a factorilor conjuncturali.

În aceste condiții, politica de stocuri este diferită, în principal în ceea ce privește obiectivele și, implicit, criteriile ce stau la baza realizării unei gestiuni eficiente a stocurilor. Astfel, în cazul întreprinderilor cu ridicata, optimizarea intervalului între două livrări succesive are la bază mărimea lotului economic de aprovizionare, în timp ce la întreprinderile comerciale cu amănuntul se are în vedere un alt criteriu, respectiv nivelul de servicii.

c) Condițiile de depozitare și evidență influențează criteriile de optimizare a stocurilor. Astfel, spațiul disponibil, posibilitatea de a stoca timp îndelungat mărfuri, unele dintre acestea presupunând chiar condiții speciale, vor influența în magazinele cu amănuntul mai mult decât în depozitele cu ridicata, mărimea și structura stocurilor. Drept consecință a condițiilor de depozitare, se manifesta o diferență relativ mare între volumul cheltuielilor de menținere în stoc, acestea fiind net superioare în cazul comerțului cu ridicata.

La rândul său, tehnica de calcul și sistemul informațional sunt diferențiate ca volum și structura între cele două sisteme de comerț. Dacă, urmare dimensiunilor mult mai mari pe care le au depozitele cu ridicata este economic și posibil ca aici să se introducă tehnica de calcul modernă, în rețeaua cu amănuntul este relativ greu introducerea unui calculator (poate cu excepția marilor magazine universale), indiferent de capacitatea acestuia. Între cele două verigi comerciale există deosebiri mari în ceea ce privește sistemul informațional adoptat și, implicit, posibilitățile de urmărire și de gestiune a stocurilor. În prezent sistemul de evidență în depozitele cu ridicata permite urmărirea evoluției tuturor elementelor necesare-evidențierea tipurilor de cheltuieli, urmărirea evoluției vânzărilor, etc.- în timp ce în magazinele cu amănuntul, un asemenea sistem este proiectat în exclusivitate pentru urmărirea răspunderii gestionare a angajaților, acest lucru influențând negativ calitatea gestiunii stocurilor.

8.4. Menținerea produselor din stoc în termenul de garanție/valabilitate

8.4.1. Termene de garanție/valabilitate a produselor

Politica privind protecția consumatorilor în Uniunea Europeană permite cetățenilor europeni să facă cumpărături în deplină siguranță în toate statele membre. Întrucât Piața Internă trebuie să garanteze libera circulație a mărfurilor, persoanelor, serviciilor și

capitalului, a fost nevoie de crearea unui set comun de norme minime de protecție a consumatorilor, valabil indiferent de locul de achiziție a bunurilor în Comunitate.

Când un consumator a cumpărat un produs, legislația comunitară cere ca produsul pe care acesta îl primește să corespundă cu ceea ce el, cumpărătorul, în mod explicit sau implicit, a fost de acord să cumpere, adică cu ceea ce prevede contractul dintre vânzător și vconsumator. Evident, **produsul trebuie să poată fi utilizat într-un mod normal**. Din aceasta cauză, **produsele trebuie să fie în conformitate cu contractul de vânzare-cumpărare**.

Se presupune că **bunurile de consum sunt în conformitate cu contractul** dacă, așa cum se menționează în *Directiva 1999/44/CE privind vânzarea produselor și garanțiile acestora*, acestea:

- **sunt conforme** cu descrierea dată de vânzător și **posedă calitățile** pe care vânzătorul le expune consumatorului printr-o mostră sau model;
- **se potrivesc unui scop anume** pentru care consumatorul le cere și pe care le-a făcut cunoscute vânzătorului în momentul încheierii contractului și pe care vânzătorul le-a acceptat;
- **sunt similare produselor** de același tip și **utilizate** în mod normal;
- **arată calitatea și performanța** care sunt normale la produse de același tip și pe care consumatorul le așteaptă în mod rațional, dată fiind natura bunurilor prezentată de vânzător, producător sau reprezentant, în special, prin reclamă sau etichetare.

Directiva 1999/44/CE este aplicabilă în fiecare stat membru al Uniunii Europene.

Aceasta stabilește drepturile consumatorilor și garanțiile minime pentru produsele cumpărate într-un stat membru al UE. Aceste **drepturi și garanții**, prin urmare, **nu pot fi înlăturate** prin orice clauză de garanție sau prin termenii și condițiile generale ale vânzătorului. În plus față de aceste drepturi și garanții de bază, **anumite țări pot avea o legislație națională mai vastă și reguli special concepute pentru protecția consumatorilor în domeniul vânzării produselor**.

Când se aplică Directiva 1999/44/CE privind vânzarea produselor și garanțiile acestora? Directiva 1999/44/CE se aplică pentru **orice produs cumpărat de consumatori** dintr-un magazin sau de la un vânzător profesionist dintr-un stat membru, **cu excepția**:

- bunurilor vândute prin executare sau alt mod, prin autoritatea legii;
- apei și gazului, atunci când acestea nu sunt oferite spre vânzare în volum limitat sau
- cantitate fixată;
- electricității.

În unele state membre ale UE se pot aplica **alte reguli** cu privire la **bunuri de ocazie** sau la **articole cumpărate la licitații**.

Este agentul economic obligat să acorde garanție? Potrivit legislației europene, noțiunea de garanție este înțeleasă în sensul **garanției comerciale** pe care operatorul economic – producător, importator sau vânzător – o oferă, **în mod voluntar**, consumatorului.

În esență, Directiva 1999/44/CE prevede că **garanțiile**, în sensul unor operațiuni comerciale voluntare, **devin totuși obligatorii** pentru cel care le-a declarat sub orice formă, astfel încât consumatorii să poată avea o bază juridică în situația neîndeplinirii obligațiilor prevăzute în acestea. Astfel, dacă printr-o reclamă sau prin certificatul de garanție se oferă garanție de 5 ani, atunci aceasta este obligatorie pentru comerciant.

Este chitanța primită de la magazin suficientă pentru susținerea garanției, în lipsa unui certificat de garanție, semnat și ștampilat de comerciant? Fiecare stat membru al UE are propriile reglementări cu privire la garanție – dacă un certificat de garanție trebuie emis sau nu, dacă este suficientă chitanța primită de la magazin pentru a solicita aducerea produsului la conformitate, etc. În **România**, spre exemplu, pentru

produsele de folosință îndelungată se prevede **obligativitatea pentru vânzător de a înmâna consumatorului**, pe lângă instrucțiunile de folosire, instalare, exploatare, întreținere, eliberate de producător, și **certificatul de garanție**.

Pentru a obține informații cu privire la reglementările în domeniu, specifice fiecărui stat membru, consumatorii pot contacta Centrul European al Consumatorilor România. Este cu adevărat certificatul de garanție european valabil în toate statele membre? Așa numitul certificat de garanție europeană nu există, vânzătorii nefiind obligați să emită un asemenea certificat doar pentru că produsul este comercializat în UE. Însă, dacă în certificatul de garanție se menționează că **garanția este europeană** atunci **consumatorul poate solicita aplicarea garanției în oricare dintre statele membre al UE, inclusiv România**. Cu toate acestea, dacă certificatul de garanție nu prevede aceasta, atunci nu se poate solicita aplicarea garanției decât în țara din care s-a achiziționat produsul. Deci, sunt foarte importante prevederile certificatului de garanție sau anunțurile publicitare făcute de comerciant în acest sens. Nu de puține ori s-a întâmplat ca **unitățile service** din România **să refuze repararea** unui produs achiziționat dintr-un alt stat membru UE **pe motiv că acesta nu a fost achiziționat din România** sau pentru că personalul nu are instruirea necesară pentru a repara acel tip de produs ori că nu au piese de schimb pentru efectuarea reparației sau, mai mult decât atât, că nu au contract încheiat cu vânzătorul respectiv. Însă, dacă în certificatul de garanție sau în declarațiile publice făcute de vânzător se menționează că garanția europeană se aplică pentru produsul respectiv și că este valabilă și în România, atunci reprezentantul legal al vânzătorului în România este obligat să accepte produsul defect în service și să îl repare.

Ce trebuie să facă un consumator atunci când nu știe dacă vânzătorul are o unitate service autorizată să efectueze repararea produsului cumpărat dintr-un alt stat membru al UE? Într-o astfel de situație trebuie să contacteze vânzătorul pentru a afla dacă există sau nu o unitate service autorizată în România. Dacă vânzătorul nu răspunde, poate contacta ECC România.

Care sunt drepturile consumatorului în cazul unei lipse de conformitate a produsului, manifestată în cadrul termenului de garanție? Vânzătorul este responsabil pentru lipsa de conformitate a produsului pentru o perioadă de 2 ani de la data livrării produsului. Acordarea **garanției legale de 2 ani** pentru produse este o cerință minimă pentru fiecare stat membru. În cazul în care produsul se defectează într-un termen de 6 luni de la data livrării acestuia se presupune că produsul a fost lipsit de conformitate încă de la livrare – **prezumția lipsei de conformitate** - , vânzătorul fiind obligat să demonstreze consumatorului că produsul nu a fost lipsit de conformitate la predare.

Pentru a opera prezumția lipsei de conformitate este necesar ca vânzătorul să fie informat despre aceasta în termen de **2 luni** de la data la care consumatorul a constata-o, însă până la împlinirea termenului de **6 luni** de la data livrării produsului.

Dacă în cadrul termenului de 6 luni produsul nu prezintă o conformitate, acesta se consideră a fi conform cu contractul. Termenul de 2 luni nu trebuie interpretat restrictiv – este aplicabil și situației în care neconformitatea devine aparentă în termen de 2 ani de la livrarea produsului.

Indiferent că vorbim de perioada de 6 luni sau de cea de 2 ani, în cazul neconformității produsului consumatorul este îndreptățit să solicite:

- **repararea sau înlocuirea gratuită**, într-o perioadă rezonabilă de timp și fără inconveniente majore pentru consumator
- **reducerea de preț corespunzătoare sau rezoluțiunea contractului**, dacă repararea sau înlocuirea este imposibilă sau disproporționată sau vânzătorul nu a efectuat repararea într-un termen rezonabil de timp ori fără inconveniente majore pentru

consumator;

- **rezoluțiunea contractului nu operează** dacă neconformitatea este minoră.

Nu uitați! Produsele beneficiază de un termen de garanție legală de 2 ani, astfel că orice lipsă de conformitate, apărută în cadrul acestui termen, trebuie asumată de vânzător fără costuri entru consumator; Orice lipsă de conformitate a produsului în perioada de 6 luni se prezumă a exista încă de la data livrării produsului; în acest caz vânzătorul este obligat să dovedească faptul că produsul a fost conform la livrare; Orice lipsă de conformitate, apărută în cadrul termenului de garanție legală, adusă la cunoștința vânzătorului în termen de 2 luni de la data apariției defectului.

Ce poate face consumatorul care are o garanție acordată de producător? Potrivit Directivei 1999/44/CE vânzătorul este direct răspunzător față de consumator pentru orice lipsă de conformitate a produsului. Prin urmare, el nu se poate ascunde „în spatele” producătorului sau furnizorului. Consumatorul nu trebuie să accepte aceasta, chiar dacă are garanția oferită de producător. Vânzătorul este cel cu care consumatorul a încheiat contractul de vânzare-cumpărare/prestări servicii. Vânzătorul este, așadar, responsabil pentru respectarea contractului, astfel că, pentru soluționarea litigiului, se recomandă consumatorului să se adreseze acestuia. Atunci când acest lucru se dovedește imposibil și consumatorul consideră că drepturile reglementate de Directiva 1999/44/CE i-au fost încălcate de către vânzător, acesta se poate adresa ECC România.

Sfaturi utile pentru consumatorii care achiziționează produse din alte state membre:

- verificați înainte de cumpărarea produsului dorit dacă acesta beneficiază de garanție, care este termenul de garanție și care sunt drepturile dv. în cadrul acestui termen;
- verificați dacă este o garanție reală sau dacă vânzătorul se referă numai la dreptul statutar de reclamație;
- întotdeauna solicitați o garanție în scris – nu trebuie să aveți încredere în promisiunile vânzătorului;
- citiți cu atenție contractul și clauzele referitoare la garanție; cele mai importante detalii sunt, de obicei, bine ascunse în certificatul de garanție tipărit. Luați-vă timp și citiți cu atenție contractul/certificatul de garanție înainte să cumpărați produsul. Fiți atent, mai ales atunci când lecturați condițiile acordării garanției;
- verificați dacă garanția este oferită și pentru România; puteți cere repararea sau înlocuirea produsului cu defecte în termen de 2 ani de la cumpărare în toate statele membre ale UE, astfel că puteți cere de la acest vânzător să facă această mențiune în contract;
- cu toate acestea, lucrurile sunt diferite în caz de **garanție comercială** și anume: în
- cele mai multe din statele membre ale UE, producători nu trebuie să ofere garanție pentru produsul său. Și chiar dacă se oferă garanție, aceasta nu trebuie să fie aplicabilă în toate statele membre ale UE. De aceea, înainte de cumpărarea unui produs (de exemplu, un computer, un aparat electric, etc), ar trebui să verificați dacă se pot aplica drepturi de garanție în țara dumneavoastră;
- păstrați factura/certificatul de garanție timp de 2 ani de la cumpărarea produsului; în
- toate statele membre ale UE, puteți cere înlocuirea sau repararea unui produs defect. Când se încearcă punerea în aplicare a acestui drept, va trebui să prezentați o factură ca o dovadă a faptului că sunteți cu adevărat proprietarul bunului cumpărat de la vânzător, precum și certificatul de garanție.

8.4.2. Modalități de efectuare a rulajului produselor din stoc și eliminarea produselor expirate. Principalele categorii de restricții

În cadrul cercetărilor operaționale, teoria stocurilor este considerată de a fi cel mai elaborat capitol al lor. Gestiunea stocurilor nu se reduce la alegerea unui model matematic, care să fixeze dimensiunile optime ale stocurilor, ci alcătuiește un sistem complex, în cadrul căruia normarea va reprezenta doar punctul de plecare. Funcționarea unui asemenea sistem depinde de elementele, de parametrii ce-l alcătuiesc, respectiv de „restricțiile” sistemului.

În funcție de natura și conținutul lor concret, asemenea restricții vor afecta în mod cu totul diferit rezultatele gestiunii stocului, condiționând în mod semnificativ succesul întregului sistem de gestiune.

Raportate la politica dusă de agentul economic, restricțiile sistemului de gestiune se împart în două categorii:

- a) restricții exogene, ce nu depind de politica firmei (ex: evoluția cererii);
- b) restricții endogene, ce depind de politica firmei, aceasta având posibilitatea de a le modifica în funcție de obiectivele sale (ex: nivelul de servicii și cheltuielile aferente stocului, sistemul informațional etc.).

O asemenea grupare are o deosebită importanță practică, atunci când se are în vedere aportul restricțiilor dintr-un viitor sistem de gestiune a stocurilor, respectiv modul diferit în care trebuie tratate de către managerii firmei la elaborarea sistemului. Astfel, dacă la o restricție exogenă, intervenția firmei vizează finețea tehnicii adoptate în vederea obținerii unei previziuni cât mai corecte, cu totul altfel trebuie tratate restricțiile endogene.

Astfel, nivelul de serviciu, pentru a prezenta doar un exemplu, va depinde integral de conducerea firmei, reflectând, pe de o parte, o serie de considerente obiective, iar, pe de altă parte, aportul subiectiv al conducerii, modul sau de gândire.

Pe de altă parte, o asemenea grupare a restricțiilor oferă posibilitatea scoaterii în evidență în mod clar a sarcinilor pe care firma le are de îndeplinit în ceea ce privește gestiunea stocurilor, mai bine zis, îmbunătățirea acesteia. Astfel, în cazul restricțiilor din prima categorie, atenția se va concentra mai ales asupra perfecționării metodologiei de calcul al acestora, astfel încât să se ajungă la o cunoaștere aprofundată a cererii populației și a legităților acesteia, fără a putea însă interveni asupra evoluției și dimensiunilor ei. În schimb însă, restricțiile cuprinse în cea de-a doua categorie, vor constitui instrumente cu ajutorul cărora se vor îmbunătăți rezultatele gestiunii stocurilor și, de aici, ale întregii activități economice.

Într-un asemenea context, este evident faptul că sistemul de gestiune a stocurilor, parte integrantă a întregului sistem, pleacă de la restricțiile amintite, le folosește în sistem și le determină evoluția și caracteristicile viitoare pentru a fi reintroduse în sistem. De fapt, „gestiunea stocurilor are rolul de a ordona într-un sistem coerent activități a căror măsură o dau restricțiile, în așa fel încât funcțiile social economice ale comerțului să fie realizate integral”. În funcție de condițiile specifice ale economiei, în general, și ale fiecărei firme, în particular, într-un asemenea sistem de restricții a stocurilor se include fie totalitatea restricțiilor amintite, fie numai o parte a acestora. Din acest punct de vedere, se poate vorbi de o altă grupare a acestor restricții, respectiv:

- restricții a căror prezență este obligatorie, indiferent de sistemul de gestiune a stocurilor adoptat și de condițiile concrete ale economiei (exemplu evoluția cererii, nivelul de serviciu și sistemul informațional);
- restricții care pot fi omise din sistem, datorită, fie imposibilității calculării lor, fie chiar inoportunității acestora.

Și o asemenea grupare are o deosebită importanță practică, ea oferind posibilitatea evidențierii elementelor indispensabile unui sistem coerent de gestiune a stocurilor.

În condițiile vieții economico-sociale actuale, a mediului în care își desfășoară în prezent activitatea agenții economici, deciziile, ca principalele elemente direcționare a activității, - implică, în mod necesar, realizarea unor studii de perspectivă, neputându-se imagina o activitate eficientă fără a dispune de un sistem adecvat pentru realizarea unor previziuni care să aibă un solid fundament științific. Multitudinea problemelor cu care se confruntă firmele în activitatea de comerț ca și a deciziilor privitoare la politica acestora, care din partea managerilor realizarea unor studii de previziune asupra aspectelor complexe și variate ale pieței și chiar cu privire la diferitele segmente de beneficiari, ce apar ca purtători ai cererii din diferite zone emițătoare. În activitatea comercială, previziunile sunt complexe și dinamice, ele nerezumându-se însă doar la determinarea apriorică a cererii în vederea planificării din timp a acțiunilor necesare satisfacerii acesteia, ci, în aceeași măsură, previziunea constituie un instrument de bază în reglarea întregii activități economice desfășurate, în cazurile în care cererea evoluează altfel decât s-a anticipat aprioric. Iată de ce previziunile au cunoscut și cunosc o deosebită evoluție, atât în ceea ce privește sfera lor de cuprindere, cât și a tehnicilor utilizate.⁶¹

8.4.3. Tipuri de efecte negative în ce privește termenul de garanție/valabilitate a produselor

În ceea ce privește gestiunea stocurilor, trebuie menționat faptul ca eficacitatea acesteia depinde în mod direct de posibilitățile firmei de a determina cererea viitoare, dar și de a stabili legitățile care guvernează abaterile aleatoare ale acesteia de la evoluția sa normală și de a le cuantifica.

În mod concret, determinarea cererii viitoare se realizează în mod diferit de către firmele de producție față de cele comerciale. Astfel, firmele cu activitate industrială își vor asuma doar în unele situații, cu totul excepționale, sarcina onorării imediate a unor comenzi primite pe loc, în mod spontan de la beneficiarii săi, ele onorând doar comenzile făcute cu mult timp înainte, astfel încât acestea au posibilitatea de a cunoaște din vreme și cu o anumită precizie dimensiunile viitoare ale cererii formulate de beneficiarii lor. În schimb, întreprinderile ce-și desfășoară activitatea în comerț, fiind obligate să satisfacă prompt cererile beneficiarilor lor (aceștia fiind consumatorii), care nu comandă în prealabil mărfurile pe care doresc să le achiziționeze, trebuie să apeleze la previziune, aceasta fiind singura alternativă pentru cunoașterea cererii viitoare.

Ca expresie a cererii viitoare, comenzile din partea beneficiarilor sunt generatoarele ciclului de operații ce permite realizarea în bune condiții a obiectivului de bază al oricărei întreprinderi economice, respectiv satisfacerea clientelei.

Într-un asemenea context, este de remarcat faptul că fiecare dintre cele două expresii ale cererii - comanda fermă și previziunea- vor declanșa, după caz, doua cicluri oprite de operațiuni, ce au drept parametru inițial cererea ce trebuie satisfăcută, iar ca punct final satisfacerea acesteia.

Înregistrarea unor comenzi va declanșa succesiv procesul de determinare a nevoilor întreprinderii pentru satisfacerea cererii exprimate ferm, de aprovizionare și livrare la beneficiar. În aceste condiții, este evident faptul că previziunea nu este numai generatoarea aprovizionării și satisfacerii cererii, ci și restricția fundamentală a întregului sistem. Astfel, pentru a prezenta doar un exemplu, este clar ca determinarea cantităților și a periodicității aprovizionării nu se va putea face fără cunoașterea cererii din perioada următoare. În aceste condiții, decizia privind gestiunea stocurilor - avem în vedere aici agenți economici ce desfășoară activități comerciale -se poate lua doar pe baza previziunilor.

⁶¹ G. Pistol, I. Pistol, *Comerț Interior – Teorie și practică*, Editura Economică, București, 2004

Desigur, o previziune utilă în acest domeniu este aceea în care orizontul maxim este de un an, impunându-se utilizarea unor metode adecvate. Acest lucru înseamnă ca previziunile să fie realizate rapid și cu costuri relativ mici, dar să fie suficient de exacte pentru a fi într-adevăr eficiente.

În acest sens, metodele de previziune pe termen scurt adecvate gestionarii stocurilor sunt endogene, metode precum ritmul și sporul mediu, nivelarea exponențială etc. Asemenea metode admit ipoteza ca în toate fenomenele economice pe termen scurt se manifestă o anumită inerție, altfel spus, fluctuațiile mediului economic ambient nu vor avea o influență importantă și, mai ales, imediată asupra fenomenului studiat. Pornind de la o asemenea ipoteză, singurele variabile explicative ale evoluției sunt valorile reale înregistrate în trecut. În aceste condiții, previziunea fenomenului economic se poate realiza cu ajutorul seriei cronologice a desfăcerilor, respectiv a ieșirilor din stoc, ca o măsură a cererii, în cazul nostru.

În același timp însă, având în vedere faptul ca previziunea se bazează în exclusivitate pe valorile reale ale desfăcerilor, este necesar să se menționeze contradicția specifică utilizării în previziune a seriilor cronologice, respectiv, pe de o parte, necesitatea analizei în previziune a unei serii cât mai lungi de date (aceasta pentru a putea degaja mărimile caracteristice unei serii - de exemplu media -), iar, pe de altă parte, riscul în asemenea condiții a influenței unor factori care nu mai prezintă actualitate.

În activitatea practică de previzionare, se urmărește respectarea unor criterii de alegere a metodelor de previziune care „să fie capabile să extrapoleze fenomenul cu ajutorul unei serii cronologice a cărei lungime, în timp, să poată răspunde concomitent celor două imperative contradictorii⁶². Astfel, se vor avea în vedere în principal patru criterii de apreciere: erorile, stabilitatea, sensibilitatea și costul calculelor.

- Erorile influențează hotărâtor buna gestionare a stocurilor, ele punându-și amprenta asupra eficienței economice a activității comerciale, indiferent de sensul în care se înregistrează (sub sau supra dimensionarea cererii). În cazul unei previziuni subdimensionate, de exemplu, se va ajunge la rupturi de stoc, cu toate consecințele ce decurg de aici.

- Următoarele două criterii - stabilitatea și sensibilitatea - indică modul cum reacționează metoda de previziune la principalele modificări pe care le pot suferi desfăcerile într-o anumită perioadă. Asemenea modificări pot fi consecință a variațiilor tendinței, urmarea unor schimbări profunde în evoluția cererii, și/sau ale variațiilor întâmplătoare în jurul valorii centrale a desfăcerilor.

Astfel, stabilitatea reprezintă măsura în care metoda atenuază variațiile aleatoare ale desfăcerilor, relevând, în principal, efectul modificărilor tendinței, singura modificare care trebuie să ducă la schimbări în politica de stocuri. De regulă, în previziunea desfăcerilor, realizată însă cu ajutorul unor metode stabile, se vor neglija chiar și variațiile de tendință. În aceste condiții, se impune utilizarea unei metode a cărei stabilitate să permită doar extrapolarea tendinței și nu a variațiilor aleatoare ale desfăcerilor⁶³.

La rândul său, sensibilitatea sau, altfel spus, răspunsul va reflecta viteza de reacție a modelului de previziune la schimbările reale petrecute în evoluția cererii. Desigur, o buna metoda de previziune trebuie să aibă un nivel acceptabil convenabil al sensibilității, deoarece un răspuns prea rapid a metodei va conduce la instabilitate, în timp ce un răspuns întârziat nu va evidenția în timp util modificările de tendință a evoluției.

- Costul calculelor, respectiv totalitatea cheltuielilor aferente previziunii, nu trebuie să depășească economiile preconizate a se realiza prin utilizarea respectivei metode de previziune.

În condițiile în care furnizorii de mărfuri, fie ei producători direcți, fie angroșiști, încearcă și de cele mai multe ori și reușesc să asigure prompt aprovizionarea beneficiarilor

⁶² D.Patrichi(coordonator), *Op.Cit.*, pag. 405.

⁶³ G. Pistol,I. Pistol, *Comerț Interior – Teorie și practică*, Editura Economică, București, 2004

for, respectiv magazinele cu amănuntul, apare tendința acestora din urma, în general a detaiștilor, de a reduce la minimum necesar stocurile, urmărindu-se diminuarea costurilor stocării și, de aici, creșterea eficienței activității desfășurate. În activitatea practică, există însă situații când nu toate comenzile detaiștilor sunt onorate, principalele motive fiind variația cererii, reflectată în variația comenzilor, neonorarea de către producători a contractelor încheiate cu angrosiștii sau chiar apariția unor greșeli, a unor erori ale furnizorului, erori referitoare la constituirea loturilor de expediat, la emiterea documentelor de expediție etc. Desigur, cea mai mare parte a unor asemenea cauze, fiind de natură subiectivă, pot fi preîntâmpinate sau remediate, atenția agenților economici în activitatea de comerț cu ridicata trebuind să se concentreze asupra acelor cauze generate de politica de aprovizionare a depozitelor proprii de la furnizor.

Desigur, în baza contractului de livrare de mărfuri încheiat cu furnizorii, angrosiștii întocmesc programul (planul) de aprovizionare, plecând de la previziunile privind cererea pentru, fiecare poziție existentă în nomenclatorul depozitului. Având însă în vedere faptul că, de fapt, cererea previzionată nu reprezintă altceva decât o valoare medie, calculată pe baza unor serii cronologice a desfăcerilor reale, fiind de așteptat ca în cele mai multe cazuri aceasta să nu coincidă cu cererea efectivă, întreprinderea comercială cu ridicata va elabora programul de aprovizionare luând în calcul un stoc suplimentar, care are rolul de a prelua sarcina livrării din depozit a mărfurilor comandate atunci când stocul curent, constituit în condiții „normale” este epuizat. Evident, și mărimea acestui stoc trebuie stabilită ca urmare a unor analize serioase, care să aibă în vedere, mai întâi, evitarea unor eventuale rupturi de stoc, iar apoi cheltuielile suplimentare aferente unui asemenea stoc. În activitatea practică, este destul de greu de stabilit mărimea stocului suplimentar, respectiv costul unei rupturi de stoc, în cele mai multe cazuri stabilindu-se limite maxime admise. Astfel, pentru a prezenta doar un exemplu, limitarea rupturilor de stoc la 3% din comenzile primite, înseamnă un nivel de serviciu al întreprinderii de 97%. Este de menționat deci ca înainte de a stabili dimensiunile stocului de siguranță, firma trebuie să-și fixeze nivelul de serviciu pe care dorește să-l atingă în activitatea sa. În practică există două principale modalități de a defini nivelul de serviciu pus la dispoziția detaiștilor, modalități axate, în ambele cazuri, pe satisfacerea comenzilor magazinelor.

8.4.4. Modalități specifice de eliminare din stoc

O primă modalitate are în vedere exprimarea stocului de serviciu prin intermediul rupturilor de stoc, o asemenea modalitate neținând însă seama de importanța sau cantitatea comenzilor neonorate. Mai mult, aceasta modalitate de definire a nivelului de serviciu nu permite să se determine cât de mare va fi ruptura de stoc, în condițiile în care se referă atât la cantitatea de mărfuri vândute, cât și la numărul de articole epuizate. Aceasta deoarece procentul de ruptura rămâne același, indiferent de numărul de zile în care stocul este epuizat și de cantitatea de mărfuri nevândute. Astfel, plecând de la exemplul prezentat, un nivel de serviciu de 97% înseamnă ca se admite ca în 3% din cazuri livrările de la furnizori să sosească la beneficiar după ce stocul, inclusiv cel de siguranță, a fost epuizat.

Cea de-a doua modalitate de exprimare a nivelului de serviciu va lua în considerație importanța rupturilor de stoc și nu frecvența acestora. În această situație, nivelul de serviciu va exprima proporția comenzilor satisfăcute față de numărul total de comenzi. Astfel, dacă avem în vedere exemplul prezentat mai sus, un nivel de 97% înseamnă ca se vor livra detaiștilor 97% din cantitățile de mărfuri comandate, fie având în vedere valoarea acestora, fie numărul total de comenzi.

Indiferent însă de modul în care este definit nivelul de serviciu, decizia ce urmează să fie luată este afectată de numeroși factori, precum valoarea unitară a articolului sau

rentabilitatea acestuia. Astfel, de valoarea unitară a articolului depind fondurile financiare imobilizate în stoc, iar în condițiile în care aceasta valoare este ridicată, resursele financiare imobilizate vor fi mari, logic fiind ca în acest caz să se fixeze un nivel mai scăzut. Pe de alta parte, cu cât rentabilitatea articolului este mai mare, cu atât nivelul de serviciu trebuie să fie mai ridicat, compensând valoarea mare a articolului. După ce s-a stabilit nivelul de serviciu, se vor determina dimensiunile stocului suplimentar pentru realizarea acestuia, respectiv a stocului de siguranță. Acest stoc va depinde nu numai de mărimea nivelului de serviciu, ci și de erorile de previziune înregistrate, stocul de siguranță depinzând direct de aceste două variabile.

În această situație, se impune măsurarea erorilor de previziune, prin studierea modului cum au evoluat acestea în trecut și, pe această bază, determinarea distribuției lor statistice, cu ajutorul căreia se pot trage concluzii asupra probabilității de a se produce o eroare data. În cele ce urmează, vom prezenta patru situații distincte, respectiv calculul stocului de siguranță în cazul distribuției normale a erorilor de previziune; calculul direct al stocului de siguranță în situațiile în care distribuția erorilor de previziune nu este una normală; calculul stocului de siguranță pentru articolele cu viteză lentă de circulație și, în sfârșit, determinarea factorului de siguranță cu ajutorul „funcției de serviciu”⁶⁴.

a) Calculul stocului de siguranță în cazul distribuției normale a erorilor de previziune trebuie analizat în condițiile în care marea majoritate a erorilor de previziune se distribuie potrivit legii normale. În acest caz, determinarea mărimii stocului de siguranță ventru diferite niveluri de serviciu se face relativ ușor, fiind suficiente media și abaterea standard. Stocul de siguranță va fi egal cu deviația standard multiplicată cu factorul de siguranță, acesta din urma indicând numărul de deviații standard necesare ventru obținerea nivelului de serviciu stabilit. În practică, utilizarea deviației standard prezintă o serie de avantaje, nivelul de serviciu rămânând valabil, indiferent de valoarea pe care o ia desfacerea medie și deviația standard a erorilor de previziune. În condițiile în care metoda matematica utilizată va permite obținerea unor previziuni bune, atunci erorile vor fi mici, la fel ca și stocul de siguranță, chiar și în cazul unui nivel de serviciu ridicat.

Pentru determinarea abaterii standard, se utilizează următoarea formula:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - X)^2}{n}}$$

σ = este abaterea standard;

X_i reprezintă mărimea reală în perioada i ;

X reprezintă valoarea medie calculată ventru n perioade;

n - reprezintă numărul perioadelor.

În practică, ținând seama că o asemenea relație presupune operați matematice greoaie, multiplicare cu numărul extrem de mare al articolelor aflate în stoc, abaterea standard se înlocuiește cu media absolută a deviațiilor (Mad). Între aceste două expresii ale abaterilor există următoarea relație:

$$\sigma = 1,25 \times \text{Mad}$$

b) Calculul direct al stocului de siguranță în cazul în care distribuția erorilor de previziune nu este normală, presupune utilizarea metodei distribuției cumulate de frecvență. Concret, se va calcula frecvența erorilor de previziune, ordonându-se erorile înregistrate într-un anumit număr de clase, indicându-se în dreptul fiecăreia frecvența de apariție. Pentru a

⁶⁴ G. Pistol, L. Pistol, *Comerț Interior – Teorie și Practică*, Editura Economică, București, 2004

putea determina stocul de siguranță, se va întocmi un grafic cu frecvențele cumulate ale erorilor de previziune, fiind relativ ușor de stabilit apoi nivelul unui asemenea stoc.

c) În cazul articolelor cu viteză foarte lentă de circulație, stocul de siguranță trebuie calculat utilizând distribuția ieșirilor din stoc, deoarece folosirea erorilor de previziune ar conduce la stabilirea unor stocuri de siguranță foarte mari, ieșirile din stoc având o la fel de mare variație față de medie. Se va deduce astfel probabilitatea de a primi comenzi a căror valoare va depăși o mărime dată. Aflându-ne în fața unor evenimente izolate, distribuția de frecvențe a acestora este de tip POISSON, cu probabilități mici de a produce o ieșire din stoc. Practic, se va determina probabilitatea ca evenimentul, în cazul nostru ieșirea din stoc, să se producă de 1,2,3 n ori într-o perioadă dată, stabilindu-se apoi dimensiunile stocului necesar pentru asigurarea unui nivel de serviciu dorit, utilizând în acest scop tabelele cumulative POISSON.

d) În cazul în care se preferă în locul unui factor de siguranță unic, către un factor de siguranță specific fiecărui articol existent în stoc, în funcție de cantitatea de comandat din articolul respectiv, se va utiliza „funcția de serviciu”, aceasta fiind o mărime intermediară calculată pentru a permite includerea în calculul factorului de siguranță și a cantității de comandat.

Funcția de serviciu are următoarea expresie matematică:

$$F = \frac{Cc(1 - Ns)}{Mad},$$

unde

F reprezintă funcția de serviciu;

Cc reprezintă cantitatea de comandat;

Ns reprezintă nivelul de serviciu;

Mad reprezintă media absolută a deviațiilor.

Fiecărei funcție de serviciu îi corespunde un anumit factor de siguranță, această corespondență fiind rezolvată cu ajutorul unui program special elaborat de firma IBM, existând tabele cu 72 valori gata calculate.

BIBLIOGRAFIE

1. **Adochiței, M., Adochiței, A.**, *Finanțele întreprinderii în economia de piață*, Editura Mitrea, Piatra Neamț, 1993;
2. **Axinte E.** – Asigurarea calitatii – Ed. Ion Ionescu de la Brad, Iasi, 2004;
3. **Bălan C.**, *Logistică*, Editura Uranus, Bucuresti, 2006;
4. **Bășanu, Gh., Pricop, M.**, *Managementul aprovizionării și desfacerii*, Editura Economică. București, 1996;
5. **Băseanu Gh.**, *Gestiunea economică a stocurilor*, Editura Științifică și Enciclopedică, București, 1988;
6. **Cănanău N., Cazacu N., Gurau Gh.** – Managementul calității totale, Editura Fundatiei Universității Dunărea de Jos, din Galati, 2000;
7. **Gherasim, T., Maxim, E.**, Marketing mix, Editura Sedcom-Libris, Iași, 1996;
8. **Gurău Gh., Cănanău N., Cazacu N., Dima O., Gonzales – Barajas**, Evaluarea și certificarea Sistemului calității, Editura Fundației Universității "Dunărea de Jos" din Galați, 2000;
9. **Haiduc, L.**, Management financiar contabil, Editura Fundației România de Măine, București, 2005;
10. **Hurloiu, I., Dragomiroiu, R.**, Managementul aprovizionării și desfacerii, Editura Fundației România de Măine, București, 2013;
11. **Hurloiu, L., Burtea, E.**, Management financiar, Editura Fundației România de Măine, București, 2013;
12. **Niculscu, M.**, *Diagnostic strategic*, Editura Economică, București, 1997;
13. **Oprean C.** și al . - Management strategic, Editura Universității „ Lucian Blaga ”, Sibiu, 2002;
14. **Paraschivescu V.** - Asigurarea, certificarea și controlul calității mărfurilor, Editura Neuron, Focșani, 1994;
15. **Paraschivescu, M.D., Păvăloaia, W., Toma, C.**, *Contabilitate și modele de analiză economică*, Editura Gh. Zane, Iași, 1993;
16. **Patriche D.** (coordonator), *Economie comercială*, Editura Economică, București, 1998;
17. **Pistol G., Pistol L.**, Comerț Interior – Teorie și Practică, Editura Economică, București, 2004;
18. **Pistol L.**, Comerț - concepte, mecanisme și politici (unic autor), Editura Fundatiei “România de Măine”, Bucuresti, 2001;
19. **Pistol L.**, Tehnici de comercializare și cooperare economică internațională (unic autor), Editura Fundatiei România de Măine, Bucuresti, 2007;
20. **Ronald H. Ballou**, *Business Logistics Management*, Third Edition, Prentice-Hall International, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey, 1992;

21. **Stănescu, C., Ișfănescu, A., Băicuș, A.**, Analiza economico-financiară, Editura Economică, București, 1996;
22. **Ștefănescu D.** și al. - Rolul standardelor în asigurarea calității - colecția "Dimensiuni europene în asigurarea calității", Editura Economică, București, 2001;
23. **Tarău I., Gherghel N., Grănescu Tr., Teti R.**, Evaluarea și controlul calității, Editura Junimea, Iași, 1998;
24. **Tomescu F.**, Managementul Societăților Comerciale, Editura Didactică și Pedagogică, București, 1998.
25. **, SR ISO 3534-1:1996, Statistică - vocabular și simboluri. Partea 1: Termeni de teoria probabilităților și statistică generală
26. **, Standardul SR EN 13291:2007 (EN 13921:2007)
27. <http://www.xmanager.ro/>;
28. <http://facturis.ro>;
29. www.conta.ro;
30. www.ceccar.ro;
31. www.manager.ro;

Legislație

1. **Codul Muncii**
2. **Legea nr. 319/2006** a Securității și Sănătății în Muncă
3. **Legea nr. 346/2002** privind asigurarea pentru accidente de muncă și boli profesionale. Monitorul Oficial nr. 454/27.06.2002
4. **Legea nr. 319/2006** – Legea securității și sănătății în muncă, cu modificările și completările ulterioare
5. **Legea nr. 137/1995** privind obligativitatea respectării principiilor ecologice completările ulterioare, iar Directiva 2008/98/CE
6. **Legea nr.211/2011** privind regimul deșeurilor
7. **Legea nr. 137/1995** stipulează obligativitatea respectării principiilor ecologice
8. **Legea 193/2000** privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori cu modificările și completările ulterioare (Legea 65/2002 pentru modificarea Legii 193/2000 privind clauzele abuzive din contractele încheiate între comercianți și consumatori) (MO 560/2000);
9. **Legea 608/2001** privind evaluarea conformității (M.O. 712/2001);
10. **Legea 296/2004** privind Codul Consumului (M.O. 593/2004);
11. **Legea 240/2004** privind răspunderea producătorilor pentru pagubele generate de produsele cu defect (M.O. 552/2004);
12. **Legea 289/2004** privind regimul juridic al contractelor de credit pentru consum destinate consumatorilor persoane fizice (M.O. 611/2004);
13. **Legea 282/2004** privind protecția dobânditorilor cu privire la unele aspecte ale contractelor purtând asupra dobândirii unui drept de utilizare pe durată limitată a unor bunuri imobiliare.(M.O.580/2004);
14. **Legea 245/2004** privind securitatea generală a produselor (M.O.565/2004);
15. **Legea 11/1991** privind combaterea concurenței neloiale (M.O. 24/1991);
16. **Legea 12/1990** privind protejarea populației împotriva unor activități comerciale ilicite, republicată (M.O. 133/1991);
17. **Legea 21/1996** privind concurența, cu modificările ulterioare (M.O. 88/1996);
18. **Legea 205/2002** pentru aprobarea OUG 36/2001 privind regimul prețurilor și tarifelor reglementate, care se stabilesc cu avizul Oficiului Concurenței (M.O. 275/2002).

19. **Legea 617/2002** privind aprobarea OUG 117/2001 pentru modificarea și completarea OG 27/2000 privind regimul produselor supuse accizelor și instituirea unor măsuri pentru diminuarea fenomenelor de fraudă și evaziune fiscală în domeniul alcoolului și al băuturilor alcoolice (M.O. 851/2002);
20. **Legea 571/2003** privind Codul Fiscal, Titlul VI –Taxa pe Valoare Adăugată, Titlul II, Impozitul pe Profit, Titlul VII -Accize (M.O. 927/2003);
21. **Legea nr.455/2001** privind semnătura electronică (M.O 429/ 2001);
22. **Legea 677/2001** pentru protecția persoanelor cu privire la prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date (M.O.790/2001);
23. **Legea 365/2002** privind comerțul electronic (M.O. 483/2002);
24. **Legea 250/2003** pentru aprobarea OUG 193/2002 privind introducerea sistemelor moderne de plată (M.O. 429/2003);
25. **Legea 148/2000** privind publicitatea, cu modificările și completările ulterioare (Legea 283/2002 pentru modificarea și completarea Legii 148/2000 privind publicitatea) (M.O.368/2002).
26. **Legea 300/2004** privind autorizarea persoanelor fizice și a asociațiilor familiale care desfășoară activități economice în mod independent (M.O.576/2004);
27. **Legea 359/2004** privind simplificarea formalităților la înregistrarea în registrul comerțului a persoanelor fizice, asociațiilor familiale și persoanelor juridice, înregistrarea fiscală a acestora, precum și la autorizarea funcționării persoanelor juridice. (M.O.839/2004);
28. **Legea 57/2002** pentru aprobarea O.U.G. 97/2001 privind reglementarea producției, circulației și comercializării alimentelor (M.O. 73/2002);
29. **Legea 244/2002** a viei și vinului în sistemul organizării comune a pieței viticole (M.O. 333/2002);
30. **Legea 150/2004** privind siguranța alimentelor cu modificările și completările ulterioare. (M.O. 462/2004);
31. **Legea 73/2002** privind organizarea și funcționarea piețelor agricole și alimentare în România (M.O. 110/2002);
32. **Legea 349/2002** pentru prevenirea și combaterea efectelor consumului produselor din tutun (M.O. 435/2002);
33. **Legea 379/2004** pentru modificarea și completarea Legii nr. 178/2000 privind produsele cosmetice (M.O.901/2004).
34. **HG nr. 355/2007** cu modificările ulterioare, privind supravegherea sanatații lucrătorilor
35. **HG nr. 557/2007** privind completarea măsurilor destinate să promoveze îmbunătățirea securității și sănătății la locul de muncă pentru salariații încadrați în baza unui contract individual de muncă pe durată determinată și pentru salariații temporari încadrați la agenți de muncă temporară
36. **HG nr.246/2007** privind metodologia de reînnoire a avizelor de încadrare a locurilor de muncă în condiții deosebite
37. **HG nr. 600/2007** privind protecția tinerilor la locul de muncă
38. **HG 1425/2006**, cu modificările și completările ulterioare – Norme metodologice pentru aplicare a prevederilor Legii Securității și Sănătății în Muncă, nr. 3192/2006
39. **HG nr. 1051/2006** privind cerințele minime de securitate și sănătate pentru manipularea manuală a maselor care prezintă riscuri pentru lucrători, în special de afecțiuni dorsolombare

40. **HG nr. 1093/2006** privind stabilirea cerintelor minime de securitate si sanatate pentru protectia lucratorilor impotriva riscurilor legate de expunerea la agenti cancerigeni sau mutageni la locul de muncă
41. **HG nr. 1218/2006** privind stabilirea cerintelor minime de securitate si sanatate în muncă pentru asigurarea protectiei lucratorilor impotriva riscurilor legate de prezenta agentilor chimici
42. **HG nr. 1146/2006** privind cerințele minime de securitate și sănătate pentru utilizarea în muncă de către lucrători a echipamentelor de muncă
43. **HG nr. 1136/2006** privind cerintele minime de securitate si sanatate referitoare la expunerea lucratorilor la riscuri generate de câmpuri electromagnetice
44. **HG nr. 1091/2006** privind cerintele minime de securitate si sanatate pentru locul de muncă
45. **HG nr. 1048/2006** privind cerintele minime de securitate si sanatate pentru utilizarea de catre lucratori a echipamentelor individuale de protectie la locul de muncă
46. **HG nr. 1028/2006** privind cerintele minime de securitate si sanatate în muncă referitoare la utilizarea echipamentelor cu ecran de vizualizare
47. **HG nr. 971/2006** privind cerintele minime pentru semnalizarea de securitate si/sau de sanatate la locul de muncă
48. **HG nr. 493/2006** privind cerintele minime de securitate si sanatate referitoare la expunerea lucratorilor la riscurile generate de zgomot
49. **HG nr. 412/2005** privind organizarea și funcționarea Ministerului Muncii, Solidarității Sociale și Familiei, cu modificările și completările ulterioare,
50. **HG nr. 1876/2005** privind cerintele minime de securitate si sanatate referitoare la expunerea lucratorilor la riscurile generate de vibratii
51. **HG 99/2000** privind măsurile ce pot fi aplicate în perioadele cu temperaturi extreme pentru protecția persoanelor încadrate în muncă
52. **HG nr. 1061** privind transportul deșeurilor periculoase și nepericuloase pe teritoriul României, care a fost publicată în Monitorul Oficial nr. 672/30.09.2008, care a abrogat Ordinul nr. 2/211/118/2004 al ministrului agriculturii, pădurilor, apelor și mediului, ministrului transporturilor, construcțiilor și turismului și al ministrului economiei și comerțului, pentru aprobarea procedurii de reglementare și control al transportului deșeurilor pe teritoriul României, cu modificările și completările ulterioare
53. **HG nr. 1048/2006**, respectiv directiva europeană 89/656/CEE
54. **H.G. 333/2003** Norme metodologice de aplicare a O.G. 99/2000 privind comercializarea produselor și serviciilor de piață (M.O. 235/2003);
55. **H.G. 348/2004** privind exercitarea comerțului cu produse si servicii de piața în unele zone publice (M.O. 269/2004);
56. **H.G. 831/2004** pentru aprobarea Normelor privind limitele admisibile de perisabilitate la mărfuri în procesul de comercializare (M.O. 522/2004);
57. **H.G.1454/2004** pentru aprobarea criteriilor de implantare a structurilor de vânzare cu amănuntul cu suprafață mare și definirea tipologiei structurilor de vânzare (M.O.854/2004).
58. **H.G. 487/2002** pentru aprobarea Normelor metodologice privind desemnarea și notificarea națională a laboratoarelor de încercări, precum și a organismelor de certificare și de inspecție care realizează evaluarea conformității produselor din domeniile reglementate prevăzute în Legea nr. 608/2001 privind evaluarea conformității produselor (M.O. 388/2002);

59. **H.G. 71/2002** pentru aprobarea Normelor metodologice privind stabilirea procedurilor ce se utilizează în procesul de evaluare a conformității produselor din domeniile reglementate, prevăzute în Legea nr.608/2001 privind evaluarea conformității produselor, și a regulilor de aplicare și utilizare a marcatului național de conformitate CS (M.O. 119/2002);
60. **H.G.891/2004** privind stabilirea unor măsuri de supraveghere a pieței produselor din domeniile reglementate, prevăzute în Legea 608/2001 privind evaluarea conformității produselor (M.O. 620/2004);
61. **HG 511/2004** pentru modificarea și completarea normelor metodologice privind etichetarea alimentelor prevăzute în anexa nr.1 la HG 106/2002 privind etichetarea alimentelor (M.O.348/2004);
62. **H.G.1553/2004** privind unele modalități de încetare a practicilor ilicite în domeniul protecției intereselor colective ale consumatorilor (M.O.902/2004).
63. **H.G. 947/2000** privind modalitatea de indicare a prețurilor produselor oferite consumatorilor spre vânzare (M.O. 524/2000);
64. **H.G. 44/2004** pentru aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Legii 571/2003 privind Codul Fiscal (M.O.112/2004).
65. **H.G. 479/2003** privind aprobarea Normelor metodologice pentru aplicarea Ordonanței de urgență a Guvernului nr. 28/1999 privind obligația agenților economici de a utiliza aparate de marcat electronice fiscale (M.O. 319/2003).
66. **H.G.1259/2001** privind aprobarea Normelor tehnice și metodologice pentru aplicarea Legii 455/2001 privind semnătura electronică (M.O.847/2001);
67. **H.G. 1308/2002** privind aprobarea Normelor metodologice pentru aplicarea Legii nr.365/2002 privind comerțul electronic (M.O. 877/2002);
68. **H.G. 1253/2003** privind aprobarea Normelor metodologice pentru aplicarea prevederilor Ordonanței de urgență a Guvernului 193/2002 privind introducerea sistemelor moderne de plată (M.O. 790/2003).
69. **H.G. 573/2002** pentru aprobarea procedurilor de autorizare a funcționării comercianților (M.O. 414/2002);
70. **H.G. 1766/2004** privind normele de aplicare a Legii 300/2004 privind autorizarea persoanelor fizice și a asociațiilor familiale care desfășoară activități economice în mod independent;
71. **H.G. 385/2001** pentru actualizarea limitelor amenzilor contravenționale prevăzute în Legea viei și vinului nr.67/1957 (M.O. 211/2001);
72. **H.G. 760/2001** privind aprobarea Normelor de exploatare și comercializare a apelor minerale naturale (M.O. 495/2001);
73. **H.G.559/2001** privind unele măsuri de comercializare a produselor alimentare și nealimentare în stațiunile turistice (M.O. 335/2001);
74. **H.G. 415/2004** privind regimul de comercializare a ouălor. (M.O. 296/2004);
75. **H.G.308/2004** privind organizarea și funcționarea Agenției Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor și a unitarilor din subordine acesteia cu modificării și completării (M.O.243/2004).
76. **H.G. 661/2001** privind procedura de eliberare a certificatului de producător (M.O. 436/2001);
77. **H.G.394/1995** privind obligațiile ce revin agenților economici – persoane fizice sau juridice – în comercializarea produselor de folosință îndelungată destinate consumatorilor, republicată (M.O. 10/1997);
78. **H.G. 1057/2001** privind regimul bateriilor și acumulatorilor care conțin substanțe periculoase (M.O. 700/2001);

79. **H.G. 40/2003** privind stabilirea criteriilor de acordare a etichetei ecologice pentru mașinile de spălat rufe, de uz casnic(M.O. 82 /2003);
80. **H.G.1039/2003** privind stabilirea cerințelor referitoare la etichetarea și eficiența energetică a aparatelor frigorifice de uz casnic pentru introducerea pe piață (M.O. 643/2003);
81. **H.G. 665/1995** privind înlocuirea, remedierea sau restituirea contravalorii produselor care prezintă deficiențe de calitate (M.O. 206/1995);
82. **H.G. 329/2001** privind importul și comercializarea unor produse folosite, cu modificările ulterioare (M.O. 151/2001);
83. **H.G. 332/2001** privind denumirea, marcarea compoziției fibroase și etichetarea produselor textile, cu modificările ulterioare (M.O. 166/2001);
84. **H.G. 26/2002** privind stabilirea condițiilor de etichetare a materialelor utilizate la producerea principalelor componente ale articolelor de încălțăminte destinate vânzării către consumatori (M.O. 67/2002);.
85. **H.G 254/2004** privind stabilirea Criteriilor acordate la etichetarea articolelor ecologice de încălțăminte (M.O. 185/2004).
86. **H.G.745/1999** pentru aprobarea Normelor privind etichetarea detergenților, a produselor de întreținere și a produselor de curățat (M.O. 453/1999);
87. **H.G.253/2004** privind stabilirea criteriilor de acordare a etichetei ecologice pentru detergenții de mașini de spălat (M.O. 185/2004);
88. **H.G.1530/2004** privind stabilirea criteriilor de acordare a etichetei ecologice pentru grupul de produse detergenți de vase pentru spălare manuală.(M.O.908/2004);
89. **H.G.1058/2004** privind stabilirea Criteriilor de acordare a etichetei ecologice pentru grupul de produse detergenți universali și detergenți pentru grupuri sanitare (M.O.755/2004).
90. **H.G. 50/1999** privind marcarea buteliilor din sticlă refofosibile, utilizate pentru ambalarea substanțelor și produselor periculoase (M.O. 52/1999);
91. **H.G. 134/2002** privind caracterizarea, clasificarea și marcarea produselor din sticlă cristal în vederea comercializării acestora (M.O. 144/2002);
92. **H.G. 396/2003** privind securitatea utilizatorilor de jucării (M.O. 264/2003);
93. **H.G. 1219/2000** privind unele măsuri de protecție a intereselor consumatorilor la achiziționarea de piese de schimb auto, altele decât cele care pot afecta siguranța circulației și /sau protecția mediului (M.O. 644/2000);
94. **H.G. 767/2001** privind regimul de comercializare a produselor în compoziția cărora intră substanțe cu efect ebrionarcotic, produse denumite generic „aurolac” (M.O
95. **H.G. 106/2002** privind etichetarea alimentelor, cu modificările și completările ulterioare (M.O. 147/2002);
96. **Ordin nr. 187** din 19 august 2010 pentru aprobarea Dispozitiilor generale privind apararea impotriva incendiilor la spatii pentru comert
97. **Ordin nr.427** din 14 iunie 2002 al ministrului sănătății și familiei pentru aprobarea componenței trusei sanitare și a baremului de materiale, ce intră în dotarea posturilor de prim ajutor fără cadre medicale
98. **Ordin nr.109** din 16 decembrie 2013 al președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor pentru modificarea Ordinului președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor nr. 113/2008 privind aprobarea Instrucțiunilor pentru organizarea și desfășurarea activității de control oficial în unitățile de prelucrare, procesare, depozitare, transport, valorificare și comercializare a produselor și subprodusebr alimentare de origine nonanimală
99. **Ordin nr.496/1632/65 din 2013** al ministrului agriculturii și dezvoltării rurale, al ministrului mediului și schimbărilor climatice și al președintelui Autorității Naționale

- Sanitare 'I/eterinare' și pentru Siguranța Alimentelor privind modificarea' Ordinului "ministrului agriculturii și dezvoltării rurale, al ministrului mediului și pădurilor și al președintelui Autorității Naționale Sanitare Veterinare și pentru Siguranța Alimentelor nr. 187/2.155/42/2011 pentru aprobarea cerințelor legale în materie de gestionare (SMR) privind mediul și identificarea și înregistrarea animalelor în cadrul schemelor și măsurilor de sprijin pentru agricultori în România
100. **Ordin 206/2002** pentru aprobarea Normelor cu privire la comercializarea cărnii de pasăre (M.O. 699/2002);
 101. **Ordin 357/2003** pentru aprobarea Regulamentului cu privire la acordarea, suspendarea și retragerea licențelor de fabricație în domeniul producției de produse alimentare (M.O. 404/2003);
 102. **Ordin 1225/2003** privind aprobarea Metodologiei pentru organizarea și certificarea instruirii profesionale a personalului privind însușirea noțiunilor fundamentale de igienă. (M.O.49/2004);
 103. **Ordin 232/4.034/2004** al ministrului sănătății și al Ministrului Educației și Cercetării privind modificarea și completarea metodologiei pentru organizarea și certificarea instruirii profesionale a personalului privind însușirea noțiunilor fundamentale de igiena aprobată prin ordinul Ministrului Sănătății și al ministrului educației ,cercetării și tineretului nr.1.225/5.031/1/2003 (M.O.606/2004);
 104. **Ordin 259/2003** pentru stabilirea condițiilor minime obligatorii la comercializarea produselor agricole și agroalimentare în piețele de gros (M.O. 106/2004);
 105. **Ordin 260/981/2003/11/2004** privind înființarea Comitetului interinstituțional pentru piețele de gros de interes național (M.O. 37/2004);
 106. **Ordin 143/2004** privind aprobarea organizării și funcționării Inspecției de stat pentru controlul tehnic în producerea și valorificarea legumelor și fructelor (M.O. 197/2004).
 107. **Ordin 38/160/ 2001** pentru aprobarea unor măsuri privind comercializarea băuturilor alcoolice distilate (M.O. 151/2001);
 108. **Ordin 268/441/117/2003** pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea și prezentarea băuturilor spirtoase (M.O. 573/2003);
 109. **Ordin 79/79/20** privind modificarea Ordinului ministrului agriculturii, alimentației și pădurilor, al ministrului sănătății și familiei și al președintelui Autorității Naționale pentru Protecția Consumatorilor nr. 268/441/117/2003 pentru aprobarea Normelor privind definirea, descrierea și prezentarea băuturilor spirtoase (M.O.106/2004).
 110. **Ordin 318/1999** privind aprobarea Normelor metodologice de aplicare a Ordonanței Guvernului 55/1999 pentru interzicerea produselor din tutun (M.O. 383/1999);
 111. **Ordin 91/1999** privind aprobarea formularului specific cu regim special „Autorizație de comercializare” pentru alcool, băuturi alcoolice, produse din tutun (M.O. 72/1999);.
 112. **Ordin 391 / 2003** privind mărfurile supuse licențelor automate la export și import (M.O. 26/ 2004);
 113. **Ordin 393/2003** privind aprobarea Listei cuprinzând standardele române din domeniul securității utilizatorilor de jucării care adoptă standardele europene, armonizate (M.O. 49/2004);
 114. **Ordin 188/2004** președintelui A.N.P.C. privind modificarea ordinului președintelui A.N.P.C. nr. 517/2001 pentru aprobarea normelor privind criteriile de clasificare a produselor folosite, destinate copiilor mai mici de 36 de luni (M.O. 665/2004);
 115. **O.U.G nr.195/2005** privind protecția mediului, cu modificările și completările ulterioare

116. **O.U.G 78/2000**, care implementează o serie de directive ale Consiliului Europei privind activitatea de gestionare a deșeurilor
117. **O.U.G. 28/1999** privind obligația agenților economici de a utiliza aparate de marcat fiscale, republicată (M.O. 381/2002);
118. **O.U.G. 27/2003** privind procedura aprobării tacite (M.O. 291/2003);
119. **O.U.G. 75/2004** pentru modificarea și completarea Legii nr.359/2004 privind simplificarea formalităților la înregistrarea în registrul comerțului a persoanelor fizice, asociațiilor familiale și persoanelor juridice, înregistrarea fiscală a acestora, precum și la autorizarea funcționării persoanelor juridice. (M.O.932/2004).
120. **O.U.G. 42/1995** privind producția de produse alimentare destinate comercializării, cu modificări ulterioare (M.O.1995);
121. **O.U.G. 55/1999** pentru interzicerea publicității produselor din tutun în sălile de spectacol și interzicerea vânzării produselor din tutun minorilor, cu modificările ulterioare, republicată (M.O. 461/2000);
122. **Directiva nr. 94/62/EC** privind ambalajele și deșeurile de ambalaje, pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2013
123. **Directiva nr. 99/31/EC** privind depozitarea deșeurilor, pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2017
124. **Directiva Consiliului nr. 2000/76/EC** privind incinerarea deșeurilor, pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2008
125. **Directiva Consiliului nr. 2002/96/CE** privind deșeurile de echipamente electrice și electronice (DEEE), pentru care s-a solicitat și obținut o perioadă de tranziție până în anul 2008
126. **Regulamentul nr. 259/93** privind importul, exportul și tranzitul de deșeuri, până la sfârșitul anului 2015

Conținutul Normelor generale pe protecția muncii

Norme generale de protecție a muncii

TITLUL I Dispoziții generale

TITLUL II Organizarea protecției muncii la nivelul angajatorilor

CAPITOLUL I Obligațiile angajatorului privind securitatea și sănătatea în muncă

CAPITOLUL II Obligațiile și drepturile angajaților privind securitatea și sănătatea în muncă

CAPITOLUL III Principii și criterii de organizare

CAPITOLUL IV Organizarea compartimentului de protecție a muncii

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Organizarea serviciului de securitate a muncii

Secțiunea 3 Organizarea structurilor medicale de medicina muncii

CAPITOLUL V Organizarea Comitetului de Securitate și Sănătate în Muncă

CAPITOLUL VI Angajarea și repartizarea personalului la locurile de muncă; examenele medicale la angajare și periodice

Secțiunea 1 Prevederi generale

Secțiunea 2 Examenul medical la angajarea în muncă

Secțiunea 3 Controlul medical de adaptare și controlul medical periodic

Secțiunea 4 Examenul medical la reluarea activității

Secțiunea 5 Consultații spontane

Secțiunea 6 Recurs la concluzia medicului de medicina muncii privind aptitudinea sau inaptitudinea în muncă

Secțiunea 7 Prevederi finale

CAPITOLUL VII Pregătirea și instruirea personalului

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Instructajul introductiv general

Secțiunea 3 Instructajul la locul de muncă

Secțiunea 4 Instructajul periodic

CAPITOLUL VIII Formarea și perfecționarea personalului specializat

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Formarea personalului specializat

Secțiunea 3 Perfecționarea personalului

CAPITOLUL IX Metode și mijloace de propagandă

CAPITOLUL X Dotarea cu echipament individual de protecție și echipament individual de lucru

CAPITOLUL XI Acordarea materialelor igienico-sanitare și a alimentației de protecție

TITLUL III Sarcinile de muncă

CAPITOLUL I Conceperea și repartizarea sarcinilor de muncă

CAPITOLUL II Organizarea timpului de muncă și de odihnă, muncă în schimburi

CAPITOLUL III Efortul fizic

CAPITOLUL IV Efortul mintal

CAPITOLUL V Munca femeilor

CAPITOLUL VI Munca tinerilor

TITLUL IV Clădiri și alte construcții

CAPITOLUL I Obligații generale ale proiectantului, executantului, beneficiarului

CAPITOLUL II Amplasarea cladirilor, depozitelor și a altor tipuri de construcții

CAPITOLUL III Căi de circulație

CAPITOLUL IV Înălțimea cladirilor, dimensionarea suprafețelor și a volumului de lucru

CAPITOLUL V Instalații tehnico–utilitare

CAPITOLUL VI Dotări social–sanitare, puncte de prim ajutor, necesarul de apă potabilă, colectarea și îndepărtarea reziduurilor

CAPITOLUL VII Loc de muncă

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Principii ergonomice în organizarea locului de muncă

Secțiunea 3 Semnalizarea de securitate și/sau sănătate la locurile de muncă

Secțiunea 4 Loc de muncă pentru lucrul în condiții de izolare

Secțiunea 5 Locuri de muncă în șantiere temporare și mobile

Secțiunea 6 Locuri de muncă aflate în atmosfere potențial explozive

CAPITOLUL VIII Nave de pescuit

TITLUL V Echipamente tehnice

CAPITOLUL I Prevederi comune

CAPITOLUL II Principii ergonomice de proiectare și utilizare

CAPITOLUL III Sisteme de comandă

CAPITOLUL IV Echipamentele tehnice mobile, cu sau fără autopropulsie

CAPITOLUL V Instalații și echipamente electrice

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Măsurile de protecție împotriva pericolului de electrocutare

Secțiunea 3 Proiectarea, executarea și montarea instalațiilor și echipamentelor electrice

Secțiunea 4 Exploatarea instalațiilor și echipamentelor electrice

CAPITOLUL VI Instalații sub presiune, de ridicat și de transportat

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Instalații de ridicat sarcini

CAPITOLUL VII Echipamente tehnice prevăzute pentru lucrul temporar la înălțime

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Utilizarea scărilor

Secțiunea 3 Utilizarea schelelor

Secțiunea 4 Tehnici de acces și de poziționare cu ajutorul frânghiilor

CAPITOLUL VIII Echipamente pentru fluide energetice

CAPITOLUL IX Echipamente portabile și unelte manuale

TITLUL VI Mediul de muncă

CAPITOLUL I Agenți chimici

Secțiunea 1 Generalități

Secțiunea 2 Azbest

CAPITOLUL II Agenți cancerigeni și mutageni

CAPITOLUL III Agenți biologici

CAPITOLUL IV Microclimat

CAPITOLUL V Ventilare industrială

CAPITOLUL VI Iluminat

CAPITOLUL VII Zgomot

CAPITOLUL VIII Vibrații

CAPITOLUL IX Ultrasunete

CAPITOLUL X Radiații neionizante

Secțiunea 1 Radiații ultraviolete

Secțiunea 2 Radiații din spectrul vizibil și infrarosu apropiat (400 - 1400 nm)

Secțiunea 3 Radiații laser

Secțiunea 4 Câmpuri electrice și magnetice statice

Secțiunea 5 Câmpuri electrice și magnetice variabile în timp și câmpuri electromagnetice până la 300 GHz

CAPITOLUL XI Presiune atmosferică crescută

ANEXE

ANEXA Nr. 1 Terminologie

ANEXA Nr. 2 Tabel cu bolile profesionale cu declarare obligatorie

ANEXA Nr. 3 Bolile legate de profesie și principalele lor cauze potențiale

ANEXA Nr. 4 Solicitare pentru examenul medical de angajare

ANEXA Nr. 5 Fișa de expunere la riscuri profesionale

ANEXA Nr. 6 Dosar medical

ANEXA Nr. 7 Examenul medical la angajare și controlul medical periodic

ANEXA Nr. 8 Fișa de aptitudine

ANEXA Nr. 9 Tabel pentru evaluarea riscurilor în vederea selecționării echipamentului individual de protecție

ANEXA Nr. 10 Lista orientativă și ne-exhaustivă de echipamente individuale de protecție

ANEXA Nr. 11 Lista orientativă și ne-exhaustivă de activități și sectoare de activitate care pot necesita utilizarea echipamentelor individuale de protecție

ANEXA Nr. 12 Dotări social - sanitare. Normarea încăperilor social - sanitare în funcție de caracteristicile proceselor tehnologice

ANEXA Nr. 13 Dotări social - sanitare. Normarea lavoarelor, dușurilor, a cantității de apă caldă și rece

ANEXA Nr. 14 Dotări social - sanitare. Normarea cabinelor de closet și a punctelor de alimentare cu apă

ANEXA Nr. 15 Dotări social - sanitare. Normarea temperaturii aerului în încăperile social – sanitare

ANEXA Nr. 16 Cerințe de securitate și sănătate pentru locurile de muncă noi conform art. 224

ANEXA Nr. 17 Cerințe de securitate și sănătate pentru locurile de muncă aflate în folosință conform art. 225

ANEXA Nr. 18 Clasificarea locurilor în care pot apărea atmosfere explozive

ANEXA Nr. 19 Cerințe pentru îmbunătățirea protecției sănătății și securității angajaților aflați în pericol potențial de atmosfere explozive

ANEXA Nr. 20 Indicatoare de avertizare pentru locuri unde pot apărea atmosfere explozive

ANEXA Nr. 21 Cerințe de securitate și sănătate pentru navele de pescuit noi

ANEXA Nr. 22 Cerințe de securitate pentru navele de pescuit existente

ANEXA Nr. 23 Cerințe de securitate și sănătate privind mijloacele de salvare și supraviețuire

ANEXA Nr. 24 Cerințe de securitate și sănătate privind echipamentele individuale de protecție

ANEXA Nr. 25 Limitele maxime admise ale curenților prin corpul omului, I_h , considerate în calcule pentru concepția și stabilirea unor sisteme de protecție împotriva electrocutărilor, în funcție de timpul de întrerupere a protecției de baza t_b , stabilită conform documentației tehnice specifice

ANEXA Nr. 26 Limita maximă admisă a tensiunii de lucru pentru echipamentele tehnice portabile, folosite în medii periculoase și foarte periculoase, în funcție de măsura de protecție aplicată împotriva electrocutărilor prin atingere indirectă și de tipul rețelei în care se poate aplica măsura de protecție respectivă

ANEXA Nr. 27 Limita maximă admisă a tensiunii de lucru pentru alimentarea corpurilor de iluminat în funcție de tipul corpului de iluminat, de zona de amplasare a corpului de iluminat și de măsura de protecție

ANEXA Nr. 28 Limita maximă admisă a tensiunii de lucru pentru alimentarea echipamentelor electrice mobile pentru sudare cu arc electric, funcție de partea din circuitul de sudare considerată și măsura de protecție aplicată pentru protejarea sudorului în cazul atingerii părților neizolate (de exemplu, ale cleștelui de sudat)

ANEXA Nr. 29 Limita maximă admisă a tensiunilor de atingere și de pas pentru instalațiile și echipamentele de joasă tensiune în funcție de categoria rețelei de alimentare, de zona de amplasare a echipamentului (instalațiilor) și de timpul de întrerupere în caz de defect

ANEXA Nr. 30 Limita maximă admisă a tensiunilor de atingere și de pas pentru echipamentele (instalațiile) de înaltă tensiune, în funcție de tipul echipamentului, de zona de amplasare, de tipul rețelei și de timpul de întrerupere în caz de defect

ANEXA Nr. 31 Valori limită de expunere profesională pentru agenții chimici

ANEXA Nr. 32 Valori limită admisibile pentru pulberi

ANEXA Nr. 33 Limite biologice tolerabile (LBT)

ANEXA Nr. 34 Interdicții

ANEXA Nr. 35 Metoda de referință pentru măsurarea concentrației de azbest în atmosfera locului de muncă

ANEXA Nr. 36 Recomandări practice pentru supravegherea clinică a angajaților expusi la azbest

ANEXA Nr. 37 Lista indicativă a tipurilor de activități profesionale

ANEXA Nr. 38 Clasificarea agenților biologici

ANEXA Nr. 39 Recomandări practice pentru supravegherea medicală a angajaților

ANEXA Nr. 40 Indicații privind măsurile și nivelurile de izolare

ANEXA Nr. 41 Izolare pentru procese industriale

ANEXA Nr. 42 Cod de conduită recomandat pentru vaccinare

ANEXA Nr. 43 Valorile minime normate ale nivelurilor de iluminare pentru lucrari executate în spații interioare

ANEXA Nr. 44 Valorile minime normate ale nivelurilor de iluminare pentru lucrarile executate în spații exterioare

ANEXA Nr. 45 Valorile minime normate ale nivelurilor de iluminare medie pentru spațiile de circulație industriale exterioare

ANEXA Nr. 46 Limitele minime ale factorilor de uniformitate a iluminării în încăperi de lucru și căi de circulație

ANEXA Nr. 47 Indicații pentru măsurarea zgomotului

ANEXA Nr. 48 Indicații pentru verificarea auzului angajaților

ANEXA Nr. 49 Direcțiile de acționare ale vibrațiilor mecanice asupra corpului omenesc

ANEXA Nr. 50 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa z (az) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială normală

ANEXA Nr. 51 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa z (az) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială normală

ANEXA Nr. 52 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa x și axa y (ax, ay) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială normală

ANEXA Nr. 53 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa x și axa y (ax, ay) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială normală

ANEXA Nr. 54 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa z (az) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială crescută

ANEXA Nr. 55 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa z (az) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială crescută

ANEXA Nr. 56 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa x și axa y (ax, ay) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială crescută

ANEXA Nr. 57 Vibrații - Limite maxime admise pentru vibrațiile pe axa x și axa y (ax, ay) pentru locuri de muncă obișnuite, care necesită o solicitare neuropsihică și psihosenzorială crescută

ANEXA Nr. 58 Vibrații – Limite maxime admise pentru vibrații cu acțiune locală transmise prin sistemul mână-braț

ANEXA Nr. 59 Valorile maxime admise ale expunerii energetice eficace (Hef) pentru radiațiile ultraviolete cu acțiune oculară sau cutanată, în funcție de lungimea de undă (λ) și eficacitatea spectrală relativă ($S\lambda$)

ANEXA Nr. 60 Timpul de expunere zilnică admis în funcție de iluminarea energetică eficace ($\mu\text{W}/\text{cm}^2$) pentru radiațiile ultraviolete actinice (λ : 180 - 315 nm) cu acțiune oculară sau cutanată

ANEXA Nr. 61 Radiații din spectrul vizibil și infraroșu apropiat (400 - 1400 nm)

ANEXA Nr. 62 Coeficienții de ponderare spectrală ($B\lambda$, $R\lambda$) pentru evaluarea riscului de leziune retiniană, prezentat de sursele de radiații vizibile

ANEXA Nr. 63 Radiații din domeniul infraroșu apropiat

ANEXA Nr. 64 Limitele emisiei admise pentru produse laser din clasa 1

ANEXA Nr. 65 Limitele emisiei admise pentru produsele cu laser din clasa 2

ANEXA Nr. 66 Limitele emisiei admise pentru produse laser din clasa 3A

ANEXA Nr. 67 Limitele emisiei admisibile pentru produse cu laser din clasa 3B

ANEXA Nr. 68 Factorii de corecție C1 până la C7 și valorile de tranziție T1 și T2 utilizați în anexele 64 până la 67

ANEXA Nr. 69 Expunerea maximă permisă (MPE) la nivelul corneei pentru expunerea oculară la radiații laser

ANEXA Nr. 70 Diametrele aperturilor pentru măsurarea iradianței și expunerii radiante

ANEXA Nr. 71 Expunerea maximă permisă (MPE) a pielii la radiație laser

ANEXA Nr. 72 Limite de expunere pentru câmpuri electrice statice

ANEXA Nr. 73 Limite de expunere pentru câmpuri magnetice statice

ANEXA Nr. 74 Limite de expunere la câmpuri electrice și magnetice variabile în timp și câmpuri electromagnetice până la 300 GHz

ANEXA Nr. 75 Limite de bază pentru câmpuri electrice și magnetice variabile în timp și câmpuri electro-magnetice pentru frecvențe până la 300 GHz

ANEXA Nr. 76 Nivele de referință pentru expunerea profesională la câmpuri electrice și magnetice variabile în timp și câmpuri electromagnetice (valori rms neperturbate).

ANEXA Nr. 77 Nivele de referință pentru curenți de contact, variabili în timp, de la obiecte bune conductoare

ANEXA Nr. 78 Nivele de referință pentru curenții induși în membre la frecvențe între 10 și 110 MHz

ANEXA Nr. 79 Nivele de referință ale intensității câmpului electric și ale densității de flux magnetic pentru frecvențe între 1 Hz și 300 GHz

ANEXA Nr. 80 Expunerea simultană la câmpuri cu frecvențe multiple

ANEXA Nr. 81 Fișa individuală de instructaj privind protecția muncii

ANEXA Nr. 82 Fișa colectivă de instructaj

ANEXA Nr. 83 Standarde conexe

PLANUL DE PREVENIRE ȘI PROTECȚIE**ANEXA nr. 7 la Normele Metodologice de aplicare a Legii 319/2006**

NR. CRT	LOC DE MUNCĂ/ POST DE LUCRU	RISURI EVALUATE	MASURI TEHNICE	MASURI ORGANIZATORICE	MASURI IGENICO- SANITARE	MASURI DE ALTA NATURA	ACTIUNI IN SCOPUL REALIZARII MASURII	TERMEN DE REALIZARE	PERSOANA CARE RASPUNDE DE REALIZAREA MASURII	OBS
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Lucrător comercial	Căderea lucrătorului de la mică înălțime prin dezechilibrare	Dotarea cu scări stabile	Instruirea periodică a lucrătorilor cu privire la riscurile care rezultă din nerespectarea	Control medical;		Verificări periodice privind modul de respectare și de aplicare a prevederilor în	Permanent	Administrator; Șef magazin	

		, în timpul urcării pe scaun pentru a lua produse de pe raft.		prevederilor de securitate și sănătate în muncă. Instruirea privind modul de utilizare a scărilor.			domeniul legislației de SSM, conform planului de control aprobat de către conducerea societății			
--	--	---	--	--	--	--	---	--	--	--

Sursa: www.protectiamuncii.ro