

UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRONOMICE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ DIN
BUCUREȘTI



ȘCOALA DOCTORALĂ DE INGINERIA ȘI
MANAGEMENTUL RESURSELOR VEGETALE
ȘI ANIMALE

Domeniul: Agronomie



TEZĂ DE DOCTORAT

**CERCETĂRI PRIVIND ROLUL ȘI IMPORTANȚA
PRODUSELOR TRADIȚIONALE ÎN
SUSTENABILITATEA VIEȚII RURALE**

Doctorand: NECULCEA Elena

Coordonator științific:
Prof. Univ. Dr. DONA Ion

**București
2024**

REZUMAT

al tezei de doctorat intitulată:

CERCETĂRI PRIVIND ROLUL ȘI IMPORTANȚA PRODUSELOR TRADIȚIONALE ÎN SUSTENABILITATEA VIEȚII RURALE

Doctorand: **NECULCEA Elena**

Coordonator științific: **Prof. Univ. Dr. DONA Ion**

CUVINTE-CHEIE: produs tradițional, performanță financiară, benchmarking, rural-urban, impact economic, impact social

Sectorul produselor tradiționale din România este un sector emergent și în continuă dezvoltare, dar foarte puțin analizat datorită lipsei datelor. Abia începând din anul 2013 „Ministerul Agriculturii și Dezvoltării Rurale” („MADR”) a întocmit o evidență a producătorilor din sector, care este, însă o simplă bază de date cu firmele care au certificat produsele tradiționale. Multe produse tradiționale din această bază de date nu pot fi identificate datorită marketingului defectuos și rămân cunoscute doar pe plan local, iar multe firme ies anual din baza de date deoarece nu reușesc să se mențină pe piață. Spre exemplu, doar 23 de producători care au avut produse certificate în 2013 mai activează în sector în anul 2022.

În acest context, ne-am propus să identificăm firmele de referință în domeniu, să evaluăm performanța financiară a acestora și, nu în ultimul rând, să identificăm impactul economic și social asupra localităților rurale în care își desfășoară activitatea. Astfel, putem spune că prezentele cercetări au urmărit să evalueze rolul și importanța sectorului produselor tradiționale din România din perspectiva contribuției la mediul de afaceri și forța de muncă sectorială și locală. Pentru a atinge acest deziderat am stabilit următoarele obiective:

- identificarea modului de definire a produselor tradiționale la nivel internațional și național;
- sintetizarea modului de reglementare a produselor tradiționale în Uniunea Europeană și în România;
- identificarea modului de abordare a tematicii în cercetările de specialitate;
- analiza sectorului în 2013/2022 și identificarea tipologică și structurală a produselor tradiționale (pe județe, forme de relief și categorii de produse);

- evaluarea performanțelor financiare ale firmelor din sector prin aplicarea tehnicii de benchmarking și realizarea de comparații între primele 10 firme din sector, între firmele din cadrul aceleiași categorii de produse și comparații rural-urban;
- evaluarea rolului economic și social al firmelor din rural la nivelul localităților în care își desfășoară activitatea.

Capitolul I, Aspecte generale privind produsele tradiționale, reprezintă un studiu bibliografic, care permite înțelegerea conceptului de produs tradițional atât din perspectivă teoretică, cât și legislativă. În partea a doua a capitolului s-a realizat o documentare privind cercetările efectuate în domeniu.

Capitolul al II-lea, Metodologia de cercetare utilizată, cuprinde etapele metodologice parcurse, metodele și instrumentele utilizate. Capitolul prezintă modul de construire a bazelor de date, modul de fundamentare a grilei comparative utilizate și modul în care s-a cuantificat rolul firmelor în sustenabilitatea vieții rurale.

Metodologia utilizată a cuprins: analiza datelor oferite de „Registrul Național al Produselor Tradiționale” (RNPT) și „Catalogul Produselor și Activităților Certificate” (coordonate de „Ministerul Agriculturii, Pădurilor și Dezvoltării Rurale” din România); metoda de analiză pe bază de bilanț aplicată pe datele oferite de Ministerul de Finanțe, care a stat la baza calculării celor 27 de indicatori din cele 5 tipologii de indicatori (indicatori de lichiditate; indicatori de risc; indicatori de eficiență; indicatori de activitate; indicatori de profitabilitate); utilizarea metodei de scalare pentru construcția unei grile comparative pentru măsurarea performanței financiare; aplicarea tehnicii de benchmarking pentru compararea firmelor pe baza grilei de scalare proiectate (tehnică de comparație care utilizează stabilirea unei firme/categorii de firme ca “benchmark” de referință); aceasta a fost completată de calcularea abaterii medii față de media sau maximul sectorului; estimarea rolului firmelor în comunitate după ponderea în cifra de afaceri, profit și numărul de salariați având ca bază de date informațiile oferite de site-ul topfirme.com. Contribuția proprie a autorului este reprezentată de elaborarea modelului de benchmarking ca instrument de evaluare a performanței firmelor care au certificat produse tradiționale și care stă la baza stabilirii importanței și rolului acestora în cadrul comunităților locale.

Al III-lea capitol al lucrării, **Analiza produselor tradiționale alimentare din România**, urmărește să evidențieze tipologia produselor tradiționale din sectorul agroalimentar din România pe categorii, medii de rezidență, forme de relief și județe. Analiza a urmărit evoluția produselor tradiționale în perioada 2013 - 2022 și evidențierea structurii sectorului în anul 2022 pe categorii, localități și forme de relief.

În anul 2013 au fost certificate 171 de produse tradiționale. Pe primele locuri ca număr de produse certificate s-au regăsit următoarele specialități: pastramă (17), cârnați (20), dulceață (15), pâine (10), caș (9), mușchiuleț afumat (8), șuncă afumată (7), slănină (6), brânză telemea sau frământată (6), etc.

În prezent sunt certificate 735 de produse tradiționale, respectiv: 306 produse din carne; 134 produse din lapte; 118 produse din legume-fructe; 114 produse de panificație; 28 produse din pește; 29 tipuri de băuturi; 6 produse din alte categorii.

În anul 2022 doar 23 de produse tradiționale sunt atestate încă din anul 2013. Este vorba de 5 produse din carne, 12 din legume-fructe și 6 de panificație.

În România, în anul 2022 erau 199 de producători de produse tradiționale, din care 20 au certificat produse din mai multe categorii. Dintre aceștia 57 %, respectiv 113 producători erau societăți cu răspundere limitată (SRL) și 43 % se încadrau în alte categorii, precum întreprinderi individuale, întreprinderi familiale, organizații neguvernamentale, cooperative, etc.

Al IV-lea capitol al lucrării, **Eficiența sectorului de produse tradiționale din România**, cuprinde analiza performanței firmelor de tip SRL, producătoare de produse tradiționale, prin aplicarea tehnicii de benchmarking pe baza unei grile proiectate de scalare a rezultatelor financiare anuale (date aferente anului fiscal 2021). Analiza a fost aplicată la nivelul a 103 firme, din care: 78 au obținut profit în anul 2021; 36 de firme care au obținut profit se află în mediul rural.

Aplicarea analizei de tip benchmarking pentru primele 10 firme și separat pentru fiecare din cele cinci categorii principale de produse ne-a permis să identificăm pentru firmele mai neperformante măsurile necesare pentru a reduce decalajul față de firma/firmele stabile ca benchmark (reducerea cheltuielilor, investirea de capital pentru creșterea lichidităților, plata furnizorilor și achitarea datoriilor, reducerea nivelului de îndatorare, etc.).

În **capitolul V, Importanța sectorului de produse tradiționale din mediul rural**, a fost, de asemenea, estimat impactul economic și social asupra comunității locale al celor 36 de firme de tip SRL cu sediul în mediul rural. Cele 36 de companii de tip SRL din mediul rural au obținut în anul 2021 o cifră de afaceri ("CA") de 538,0 milioane lei (59,6 % din totalul cifrei de afaceri a companiilor care au înregistrat profit în anul 2021), un profit net de 464,0 milioane lei (59,1 % din profitul total al companiilor care au obținut profit în anul 2021) și au avut 1545 de angajați (36,4 % din totalul de angajați al acelorasi companii). În acest fel firmele contribuie la valoarea economică a sectorului în proporție de aproape 60 %, aducând valoare adăugată economiilor locale din 36 de localități rurale și 22 de județe. Aceste firme, în anul 2021, au certificat 140 de produse (53 în sectorul de carne, 17 în sectorul de lapte, 41 în sectorul de legume-fructe, 20 în sectorul de panificație și 6 în sectorul de pește).

Impactul estimat a fost următorul:

- sectorul de carne (12 firme și 53 de produse tradiționale) – o contribuție de 426 de mil. lei CA și 40 mil. lei profit; 1015 de locuri de muncă; contribuie cu 11,5 % la veniturile localităților, cu 10,4 % la profit și cu 13 % din locurile de muncă active;

- sectorul de lapte (8 firme și 17 de produse tradiționale) – o contribuție de 48 mil. lei CA și 1,9 mil. lei profit; 213 locuri de muncă; contribuie cu 12 % la venituri, cu circa 4 % la profit și cu 17,3 % la locurile de muncă din localități;
- sectorul de legume-fructe (7 firme și 41 de produse tradiționale) – o contribuție de 14,6 mil. lei CA și 1,3 mil. lei profit; 140 locuri de muncă; contribuie cu doar 1 % la venituri, cu circa 0,9 % la profit și cu 4,2 % la locurile de muncă din localități;
- sectorul de pește (1 firmă și 6 produse tradiționale) – o contribuție de 31,7 mil. lei CA și 0,7 mil. lei profit; 67 locuri de muncă; contribuie cu 7,8 % la venituri, cu 1,9 % la profit și cu 7,7 % la locurile de muncă din localități;
- sectorul de panificație (8 firme și 20 de produse tradiționale) – o contribuție de 16,7 mil. lei CA și 2,3 mil. lei profit; 110 locuri de muncă; contribuie cu 1,1 % la venituri, cu 0,8 % la profit și cu 2,7 % la locurile de muncă.

Ultimul capitol al prezentului demers reprezintă o secțiune dedicată concluziilor și recomandărilor care s-au desprins din cercetările efectuate.