



Program finanțat de
Uniunea Europeană



Romania-Republica Moldova
ENI-COOPERARE TRANSFRONTALIERĂ

Project name: “RO MD Cross Border Wine Tourism Cluster Development”

STUDY PROGRAMME

**- Aspecte organizatorice și juridice ale aderării la clusterul de turism
vitivinicol din România -**

- Galați 2021 -

Cuprins

1. Alegerea formei juridice de proprietate a viitoarei companii din industria de turism viticol
 2. Forme organizatorice și juridice de proprietate a companiilor din industria turismului din România
 3. Procedura de înregistrare a unei firme în România
 4. Procedura de înregistrare a unui PFA în România (pentru anul 2021)
 5. Organizarea și executarea situațiilor financiare ale unei companii din România
 6. Metode de promovare a turismului
 7. Surse și direcții de investiții pentru dezvoltarea afacerii enoturismului în România
 8. Procedura de formare a componenței clusterului transfrontalier viticol
- Bibliografie

1. Alegerea formei juridice de proprietate a viitoarei companii din industria de turism viticol

Alegerea formei organizatorice și juridice de proprietate a viitoarei companii din industria turismului vitivinicol din România trebuie analizată în prealabil, deoarece:

- alegerea va avea implicații asupra obligației fiscale a societății;
- alegerea va afecta costurile administrative ale companiei;
- alegerea poate limita tipurile de activități ale firmei.

Tabel 1.1.

Caracteristici ale unei companii din industria turismului din România în funcție de forma juridică aleasă:

Persoană fizică care își desfășoară activitatea în antreprenariat Exemplu: - Persoană fizică autorizată - Întreprindere Individuală	• Identificate legal ca persoane cu obligații (și responsabilități) personale pentru orice probleme și obligații juridice ale întreprinderii; • Înregistrarea acestora se realizează într-o manieră simplificată; • Ei plătesc impozite conform unei scheme simplificate; • Poate ține contabilitatea pe bază de casă, poate transmite raportări fiscale simplificate; • Au restricții privind accesul la împrumuturi și capital; • Au restricții cu privire la tipurile de activități pe care le pot desfășura • Exista limitări la angajare.
Persoane juridice care își desfășoară activitatea în antreprenariat	• Identificate ca persoane juridice; • Limitarea răspunderii fondatorilor / proprietarilor; • Necesită contabilitate de angajamente în partidă dublă și situații financiare complete; • Au acces la împrumuturi bancare mai ușor; • Nu există limitări în privința numărului de angajați.

Tabel 1.2.

Scurte caracteristici comparative ale formelor de proprietate organizatorică și juridică a companiilor din industria turismului din România.

Forma de proprietate organizatorică și juridică	Avantaje	Dezavantaje
Întreprindere individuală (ÎI)	- Înregistrarea este simplă și ieftină; - Raportarea fiscală este prezentată într-o formă simplificată.	- Fondatorul și familia sa poartă răspundere nelimitată pentru obligațiile antreprenorului individual; - Activele de patrimoniu sunt inseparabile de activele fondatorilor lor; - Oportunități foarte limitate de a atrage împrumuturi și fonduri.
Societate cu răspundere limitată (SRL)	- Relativ ușor de creat și gestionat; - Potrivită pentru o varietate de activități (unele activități pot necesita licențe); - Răspunderea membrilor este limitată; - Numărul de membri nu poate fi mai mare de 50.	- Contabilitate completă în partidă dublă; - Obligatoriu să prezinte rapoarte către diferite autorități.

2. Forme organizatorice și juridice de proprietate a companiilor din industria turismului din România

1. *Întreprinderea individuală*, conform OUG 44/2008 (privind desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale) este un tip de întreprindere economică, fără personalitate juridică, organizată de un întreprinzător persoană fizică (spre deosebire de întreprinderea familială care este organizată de membrii unei familii). La rândul său, întreprinderea economică reprezintă activitatea economică desfășurată în mod organizat, sistematic și permanent, combinând materii prime, resurse financiare, forță de muncă, mijloace logistice și informație, **pe riscul întreprinzătorului**, în cazurile și în condițiile prevăzute de lege.

Orice întreprindere individuală trebuie:

- să aibă un sediu profesional pe teritoriul României
- să fie înregistrată și autorizată.

Înregistrarea unei întreprinderi individuale se face la Registrul Comerțului.

2. *Înființarea unei societăți cu răspundere limitată* este reglementată de Legea societăților nr. 31/1990, cu modificări (Legea nr. 163/2018, Legea nr. 102/2020). Pentru deschiderea unui *SRL*, este necesar un capital minim de 200 de lei. Asociații răspund, în caz de insolvență, doar cu patrimoniul înregistrat al firmei, fără să le fie luate în considerare bunurile personale. În cazul unei societăți care se înființează de către un asociat unic, valoarea aportului în natură va fi stabilită pe baza unei expertize de specialitate.

3. Conform Legii nr. 145/2014, **atestatul de producător** reprezintă documentul eliberat persoanei fizice care desfășoară activitate economică în sectorul agricol,

valabil pentru titularul acestuia, și care atestă calitatea de producător agricol persoană fizică.

Altfel spus, atestatul de producător este destinat producătorilor agricoli persoane fizice care doresc să își vândă produsele obținute în gospodăria proprie. Pe lângă acest certificat, mai este necesar și un carnet de comercializare și chitanțier. Atestatul de producător va fi valabil 7 ani calendaristici de la data emiterii și trebuie vizat anual, prin aplicarea ștampilei și a semnăturii primarului comunei, orașului, municipiului, după caz.

Pentru a putea comercializa produsele, persoanele care dețin un atestat de producător trebuie să dețină și un carnet de comercializare a produselor din sectorul agricol.

Carnetul de comercializare este, conform Legii nr. 145/2014, un document utilizat de persoana fizică deținătoare a atestatului de producător, precum și de soțul / soția, rudele de gradul I, după caz, pentru exercitarea actului de comerț cu ridicata sau comerț cu amănuntul al produselor agricole obținute în ferma / gospodăria proprie. Vânzarea produselor cumpărate de la diferite persoane în baza carnetului de comercializare este interzisă.

Carnetul de comercializare va fi utilizat exclusiv pentru produse vegetale, zootehnice și apicole.

Ca și atestatul de producător, carnetul de comercializare se eliberează la cerere de către primarul pe a cărui rază de competență se află terenul / ferma / gospodăria în care se obțin produsele destinate comercializării, în termen de cinci zile lucrătoare de la data solicitării.

4. *Persoana fizică autorizată (PFA)* desfășoară activitatea folosind în principal forța de muncă și aptitudinile profesionale ale reprezentantului. Titularul PFA nu poate avea și calitatea de întreprinzător persoană fizică și titular al unei întreprinderi individuale, în schimb poate cere ulterior schimbarea statutului juridic dobândit.

Activitățile realizate de PFA-uri sunt reglementate de Legea nr. 26/1990 privind registrul comerțului, prin OUG 44/2008 privind desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale, cu modificările și adăugirile ulterioare și prin capitolul II din Codul Fiscal actualizat în 2020.

O Persoana Fizica Autorizată:

- poate angaja cu contract individual de muncă maxim 3 persoane
- poate avea în obiectul de activitate cel mult 5 clase de activități prevăzute de codul CAEN
- Soția/soțul titularului persoanei fizice autorizate poate să desfășoare activități economice în cadrul PFA-ului fără să aibă calitatea de salariat, îndeplinind fie aceleași sarcini, fie sarcini complementare, în condițiile legii.

5. *Societatea pe Acțiuni*, cunoscută ca S.A., se constituie în baza Legii 31/1990, având următoarele caracteristici:

- Societatea pe acțiuni va putea funcționa cu minim 2 acționari, care răspund numai până la concurența capitalului social subscris.
- Capitalul social minim este de 90.000 lei.
- Acționarii pot fi persoane fizice sau persoane juridice.
- Societatea pe acțiuni se constituie prin contract de societate și statut. Acestea pot fi încheiate sub forma unui înscris unic, denumit act constitutiv.
- Semnatarii actului constitutiv, precum și persoanele care au un rol determinant în constituirea societății sunt considerați fondatori.
- Societatea pe acțiuni este administrată de unul sau mai mulți administratori, numărul acestora fiind totdeauna impar.
- Când sunt mai mulți administratori, ei constituie un consiliu de administrație. Societățile pe acțiuni ale căror situații financiare anuale fac obiectul unei obligații legale de auditare sunt administrate de cel puțin 3 administratori.

3. Procedura de înregistrare a unei firme în România (pentru anul 2021)

În mod obișnuit, o companie se înregistrează la Oficiul Național al Registrului Comerțului (ONRC).

Pentru deschiderea unui SRL, este nevoie de parcurgerea unor pași ce țin de elaborarea și întocmirea dosarului de înmatriculare.

Este nevoie, în primul rând, de un capital social minim de 200 de lei, care va fi depus la bancă. Pe lângă această sumă, se mai achită taxele pentru depunerea dosarului la Registrul Comerțului, care pornesc de la 122 de lei.

Iată care sunt etapele necesare:

1. Rezervarea denumirii firmei

Primul pas în procesul de înființare a unui SRL este alegerea și rezervarea unei denumiri pentru societate. Cererea pentru rezervarea numelui de firmă se găsește pe site-ul ONRC.

2. Stabilirea sediului social al firmei

Viitoarea companie trebuie să aibă o locație pentru desfășurarea activității, o clădire sau un apartament, pentru care poate fi dovedit dreptul de folosință asupra imobilului, prin acte de proprietate, contract de comodat sau contract de închiriere.

3. Redactarea actului constitutiv al firmei

Actul constitutiv cuprinde:

- datele de identificare ale asociaților și rolul lor în companie,
- informații referitoare la sediul social,
- numele firmei,
- date despre capitalul social,
- partea fiecărui asociat la beneficii și pierderi în cadrul firmei,
- aportul fiecărui asociat,

- semnăturile asociaților, în original,
- obiectele de activitate ale firmei.

4. Depunerea capitalului social

Asociații vor depune, la o unitate bancară, contribuțiile fiecăruia în parte. Extrasul de cont obținut de la bancă va fi atașat dosarului pentru înființarea firmei.

5. Întocmirea declarației pe propria răspundere

Din acest document reiese faptul că asociatul unic / asociații, respectiv administratorul și cenzorul, îndeplinesc toate condițiile legale pentru a deține aceste funcții în cadrul societății.

6. Depunerea actelor și înmatricularea la ONRC

Ultimul pas pentru înființare SRL îl reprezintă depunerea dosarului cu acte la Oficiul Registrului Comerțului, în zona în care se află sediul social al firmei. Autoritățile competente vor elibera certificatul de înmatriculare al noii societăți în trei zile lucrătoare de la depunerea documentelor.

Documente necesare pentru înființarea unui SRL

Dosarul care se depune la Oficiul Registrului Comerțului trebuie să conțină:

- Cererea de înregistrare, disponibilă pe site-ul ONRC
- Anexa 1 privind înregistrarea fiscală și, dacă este cazul, Anexa 2 privind investiția străină, disponibile pe site-ul ONRC
- Declarația pe propria răspundere a asociaților
- Dovada verificării disponibilității și rezervării firmei și acordul pentru utilizarea denumirii, dacă este cazul
- Actul constitutiv al societății
- Contractul de sediu social, de închiriere, leasing imobiliar, comodat sau alt tip de contract, după caz

- Extrasul de cont care dovedește depunerea capitalului social
- Actele de identitate ale fondatorilor, administratorilor
- Specimenul de semnătură al administratorului / administratorilor firmei
- Declarație privind beneficiarul real al persoanei juridice, disponibilă pe site-ul ONRC
- Dovezile privind plata tarifului legal.

Toate aceste documente necesare pentru o înființare SRL se pun într-un dosar cu șină și se depun la Registrul Comerțului în vederea înmatriculării societății.

4. Procedura de înregistrare a unui PFA în România (pentru anul 2021)

Pașii înființării unui PFA

Pot deveni persoană fizică autorizată doar persoanele de peste 18 ani care nu au săvârșit infracțiuni economice și au pregătire profesională în domeniul în care vor să fie autorizate.

1. Depunerea la ghișeul ONRC a cererii de verificare a disponibilității numelui pentru PFA. De cele mai multe ori, numele firmei este chiar numele persoanei care se autorizează sub forma „Nume Prenume Persoană Fizică Autorizată”;
2. Depunerea dosarului complet la ghișeul pentru depunerea documentelor pentru înființarea PFA din cadrul ONRC.

Acte necesare

1. Cererea de înregistrare, original
2. Anexa 1 privind înregistrarea fiscală
3. Declarația-tip pe propria răspundere care să ateste că nu desfășoară activitate la sediul profesional, sedii secundare sau în afara acestora sau care să ateste îndeplinirea condițiilor legale de funcționare prevăzute de legislația

- specială din domeniul sanitar, sanitar-veterinar, protecției mediului și protecției muncii);
4. Dovada verificării disponibilității și rezervării denumirii firmei și, după caz, a emblemei, în original;
 5. Actul de identitate al titularului PFA (în copie certificată olograf de către titular privind conformitatea cu originalul);
 6. Declarație pe propria răspundere privind îndeplinirea condițiilor legale pentru desfășurarea activităților ca persoană fizică autorizată (formă olografă, original);
 7. Dovada care atestă dreptul de folosință asupra sediului profesional și, dacă este cazul, înscrisul care atestă dreptul de folosință asupra spațiului cu destinație de punct de lucru;
 8. Specimenul de semnătură, certificat în condițiile legii de către directorul ORCT sau de către înlocuitorul acestuia ori legalizat de notarul public, în original, sau, după caz, împuternicirea avocațială care conține semnătura persoanei fizice care se autorizează;
 9. Verificarea unicității calității de persoană fizică autorizată / titular al întreprinderii individuale / membru al întreprinderii familiale, obținută prin grija personalului ORCT;
 10. Informațiile din cazierul fiscal, în original;
 11. Dacă este cazul:
 - avizul asociației de proprietari privind schimbarea destinației imobilelor colective cu regim de locuință, prevăzut de Legea nr. 196/2018 (original);
 - declarația persoanei fizice titulare a persoanei fizice autorizate, că soția / soțul participă în mod obișnuit la activitatea desfășurată de persoana fizică autorizată, în original;
 - declarație pe propria răspundere privind patrimoniul de afectățune, în original;

- copii certificate olograf de pe documentele care atestă pregătirea profesională, dacă aceasta este cerută, potrivit unor prevederi legale speciale;
- dovada privind împuternicirea persoanei desemnate să îndeplinească formalitățile legale (original).

Toate documentele necesare se găsesc pe situl <https://www.onrc.ro>.

5. Organizarea și executarea situațiilor financiare ale unei companii din România

Administratorul companiei este responsabil de organizarea contabilității și raportării financiare. Contabilitatea poate fi efectuată atât de un contabil de firmă cu normă întreagă, cât și de o firmă specializată pe bază de contract. Indiferent cine ține contabilitatea, acesta trebuie să fie înregistrat ca contabil al companiei la Ministerul Finanțelor Publice din România.

Rapoartele fiscale pot fi depuse electronic sau pe hârtie. Pentru a depune rapoarte electronic este necesară o semnătură electronică. De cele mai multe ori, de aceste proceduri se ocupă, după caz, contabilul sau firma de contabilitate.

Tabel 3.1.

Tipuri de situații financiare furnizate de o companie din România

Situație financiară completă	Bilanț; Raportul profiturilor și pierderilor; Situația modificărilor capitalurilor proprii; Situația fluxurilor de trezorerie; Nota explicativă la situațiile financiare
Situații financiare simplificate	Bilanț; Raportul profiturilor și pierderilor; Notă explicativă la situațiile financiare; Situații financiare prescurtate
Bilanț abreviat	Declarația de venit prescurtată; Notă explicativă

O formă importantă de raportare a activităților financiare ale unei companii din România este Factura Fiscală – aceasta este o factură care confirmă realizarea unei tranzacții de vânzare-cumpărare între două persoane juridice. Facturile fiscale sunt documente oficiale care indică bunurile achiziționate și informații despre companii, sumele TVA (dacă este cazul) și alte informații. Companiile sunt obligate să asigure siguranța facturilor pentru fiecare cumpărare și vânzare. Factura în sine este un fel de „acord” între companii pentru a face o achiziție sau vânzare. Ea nu confirmă plata. În cazul în care cumpărătorul plătește numerar, acesta trebuie să primească bon fiscal de la casa de marcat sau chitanță în cazul în care societatea nu este dotată cu casă de marcat (de obicei bonul fiscal / chitanța este atașat(ă) la factura fiscală). În cazul în care compania plătește prin transfer bancar, acest lucru nu este necesar, deoarece plata este confirmată printr-un extras de cont bancar.

În prezent, au apărut o serie de situri care ajută companiile să emită facturi și să țină evidența plăților.

În prezent, companiile din România au următoarele oportunități:

1. Samrtbill.ro
2. oblio.eu
3. 2invoice.ro
4. facturează.ro
5. facturis-online.ro
6. fgo.ro

În cazul vânzărilor directe în numerar sau cu ajutorul cardurilor de plată, societatea este obligată să emită bonuri fiscale sau chitanțe. Un bon fiscal este un document legal care confirmă vânzarea unui produs sau serviciu. Pentru a emite bonuri fiscale, companiile trebuie să achiziționeze și să înregistreze o casă de marcat, pe care autoritățile fiscale o pot supune verificărilor pentru a stabili respectarea obligațiilor în materie de TVA. Există diverse reglementări pentru emiterea de bonuri fiscale, înregistrarea vânzărilor zilnice etc.

6. Metode de promovare a serviciilor turistice

Promovarea serviciilor turistice presupune utilizarea instrumentelor de comunicare și de marketing. Acestea includ (tabelul 4.1.):

Tabelul 4.1

Principalele metode de promovare a serviciilor turistice pe piața de consum din România

Metode	Caracteristică
Publicitatea	O metodă de promovare care presupune bugetarea prealabilă a fondurilor companiei pentru informarea în masă a turiștilor despre tipul serviciului turistic, modalitățile de prestare a acestuia. Mijloacele de publicitate includ: • clipuri video la TV, Instagram (Igtv), YouTube, Facebook, • panouri publicitare, vitrine și expoziții, broșuri.
Relații publice (PR)	O metodă de promovare care nu presupune bugetarea prealabilă a fondurilor companiei pentru informarea în masă a turiștilor despre tipul serviciului turistic, modalitățile de prestare a acestuia. Mijloacele de relații publice includ participarea la: diverse emisiuni TV sau radio, conferințe tematice, mese rotunde, târguri, expoziții (de exemplu: Târgul de Turism de la Romexpo). Participarea la evenimente de specialitate internaționale, naționale și regionale (conferințe, expoziții) în vederea asigurării promovării și recunoașterii vinurilor produse în Regiunea Moldova din România. Interacțiune permanentă în mediul online cu clienții prin intermediul postărilor create pe paginile companiei de Facebook, Instagram, TikTok.
Vânzări personale (personale).	O metodă de promovare care presupune furnizarea de

	servicii de călătorie prin activitățile unui agent de turism (prin serviciile agențiilor de turism, de exemplu: Hai La Drum, Damla Tour etc.)
Trimiterea directă a informațiilor și lucrul cu diverse baze de date	Formarea unor baze de date, întreținute în permanență, ale clientelei stabile, pe baza cărora sunt aduse clienților turistici informații despre excursii specifice etc.
Marketing direct	Marketing pe internet (site-uri web ale companiei cu maximum de puncte de intrare și conținut ușor de înțeles, recenzii turistice, newslettere. Măsuri SEO pentru creșterea gradului de conștientizare a site-ului companiei în motoarele de căutare de pe Internet, pagini de pe rețelele de socializare, marketing telefonic (SMS). Lista de corespondență – informații pentru potențialii clienți corporativi.
Vânzări promoționale	Compania oferă clienților săi, de exemplu, cupoane de reducere, se organizează diverse concursuri și extrageri de premii pentru cumpărătorii de tururi, se desfășoară programe de bonus și se distribuie articole cu elemente de identitate corporativă.

7. Surse și direcții de investiții pentru dezvoltarea afacerii enoturismului în România

În prezent, pentru dezvoltarea afacerilor de turism viticol în România fondurile sunt asigurate de:

- Capitalul personal
- Investiții private externe / interne etc.
- Programe PNDR (Programul Național de Dezvoltare Rurală) prin atragerea de fonduri europene
- Programul Național de Sprijin în sectorul vitivinicol 2019-2023

Tabel 5.1.

Domenii cheie de investiții în dezvoltarea turismului vitivinicol în România

Direcții	Detalierea direcțiilor
Îmbunătățirea infrastructurii de acces adiacentă podgoriilor și companiilor asociate dezvoltării turismului vitivinicol	Pentru construcția de autostrăzi; Să realizeze rețele de apă și canalizare; Pentru achiziționarea și amplasarea indicatoarelor de informare turistică.
Îmbunătățirea infrastructurii de bază și a bazei materiale și tehnice a întreprinderilor vitivinicole și a companiilor asociate dezvoltării turismului vitivinicol	Pentru repararea atelierelor de producție; Pentru construirea și amenajarea sălilor de degustare; Pentru construcția și amenajarea cramelor; Pentru amenajarea plantațiilor demonstrative de viță de vie; Pentru construirea de spații de cazare; Pentru organizarea comerțului de marcă și suveniruri.
Despre formarea personalului de specialiști în domeniul turismului vitivinicol:	Pentru formarea de specialiști axați pe furnizarea de servicii turistice (ghizi, traducători, somelier, restauratori, vânzători de vinuri și vânzători de produse suvenir etc.), specialiști ITC; specialiști în promovarea serviciilor turistice; Pentru organizarea de evenimente de formare pentru îmbunătățirea calificării angajaților: cursuri de perfecționare, vizite de formare pentru schimbul de experiență.
Promovarea serviciilor turistice în industria viei și vinului	Pentru dezvoltarea și promovarea unui brand de vin pentru industria vinului din Regiunea Moldova din România; Pentru elaborarea hărților electronice de navigație ale Rutelor Vinurilor regiunii Moldova din România; Pentru dezvoltarea și realizarea unui site de internet (WEB-page) care vizează sprijinul de informare și comunicare pentru dezvoltarea turismului vitivinicol; Pentru publicarea de materiale tipărite pentru promovarea serviciilor de turism viticol; Pentru dotarea cu echipamente multimedia.

8. Procedura de formare a componentei clusterului transfrontalier vitivinicol și turistic

Activitățile unui cluster transfrontalier de turism viticol sunt reglementate de către membrii fondatori. Pentru a deveni membru al unui cluster transfrontalier de turism viticol este necesar să reprezinte statutul de persoană juridică și de antreprenor individual care activează în domeniul afacerilor: enoturism, industria ITC, organizație financiară / asigurare specializată, organism guvernamental, organism guvernamental local, întreprinderi și organizații ale infrastructurii de sprijinire a întreprinderilor mici și mijlocii, instituții de învățământ pentru formarea și dezvoltarea personalului din domeniul industriei turismului, înregistrate și (sau) care desfășoară activități (care arată intențiile de a desfășura activități) în sectorul turismului.

Aderarea la un cluster transfrontalier presupune o reprezentare geografică a țărilor participante la cluster (România – Republica Moldova) se face voluntar.

Munca comună a membrilor grupului de turism transfrontalier se bazează pe încredere și interes reciproc.

Formarea efectivă a componentei clusterului transfrontalier este inițiată de reprezentanții membrilor viitorului cluster. Sunt diseminate informații despre obiectivele și structura clusterului, beneficiile acestuia pentru participanți. Pentru aceasta se organizează seminarii, se țin întâlniri cu potențialii membri ai clusterului (companii interesate, organizații), inclusiv cu reprezentanți ai autorităților centrale și locale din regiuni.

O problemă importantă pentru aderarea la componenta unui cluster turistic transfrontalier este definirea funcțiilor și rolurilor fiecăruia dintre membrii clusterului, care determină conceptul de activități ale clusterului. Aderarea la un cluster este însoțită de o cerere de includere în acesta, care este luată în considerare și aprobată de Consiliul clusterului.

Bibliografie:

- <https://termene.ro/articole/infografic-pulsul-mediului-de-afaceri-septembrie-2021>(accesat la 15 octombrie 2021)
- <https://termene.ro/articole/totul-despre-intreprinderea-individuala>(accesat la 15 octombrie 2021)
- <https://www.google.com/search?client=firefox-b-d&q=certificat+de+produc%C4%83tor>(accesat la 20 octombrie 2021)
- <https://termene.ro/articole/infiintare-srl>(accesat la 20 octombrie 2021)
- <https://www.startupcafe.ro/infiintare-firma-srl-pfa-romania.htm>
- <https://www.zf.ro/eveniment/oug-44-2008-actualizata-legea-care-reglementeaza-pfa-12525530>(accesat la 25 octombrie 2021)
- www.apdrp.ro(accesat la 25 octombrie 2021)
- <https://www.zf.ro/eveniment/cum-sa-faci-pensiune-turistica-la-tara-cu-bani-europeni-5765043>(accesat la 25 octombrie 2021)
- <https://www.neotrust.ro/fonduri-europene-turism/>(accesat la 25 octombrie 2021)
- <https://ciel.ro>(accesat la 25 octombrie 2021)
- <https://www.smartbill.ro>(accesat la 27 octombrie 2021)
- <https://www.fgo.ro/>(accesat la 27 octombrie 2021)
- <https://www.onrc.ro/index.php/ro/>(accesat la 27 octombrie 2021)
- Legea nr. 196/2018
- OUG 44/2008 (privind desfășurarea activităților economice de către persoanele fizice autorizate, întreprinderile individuale și întreprinderile familiale)
- Legea societăților nr.31/1990
- Legea nr.163/2018,
- Legea nr.102/2020
- Legea nr. 145/2014