

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI



Școala doctorală de Economie II

TEZĂ DE DOCTORAT

Prezentată și susținută public de către autor:

LĂCRĂMIOARA-ALINA VASILE

Titlul tezei de doctorat:

**Proiectarea unui sistem de comercializare a produselor
agroalimentare prin rețeaua CENTROCOOP**

Conducător de doctorat: Prof. univ. dr. Nicolae ISTUDOR

Comisia de îndrumare a tezei de doctorat:

Prof. univ. dr. Mirela Stoian (referent)	- Academia de Studii Economice din București
Prof. univ. dr. Raluca Andreea Ion (referent)	- Academia de Studii Economice din București
Conf. univ. dr. Irina Petrescu (referent)	- Academia de Studii Economice din București
Prof. univ. dr. Nicolae Istudor (conducător doctorat)	- Academia de Studii Economice Bucuresti

București, 2025

ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

Consiliul pentru Studii Universitare de Doctorat

Școala Doctorală Economie II

**PROIECTAREA UNUI SISTEM DE COMERCIALIZARE A
PRODUSELOR AGROALIMENTARE PRIN REȚEAUA
CENTROCOOP**

LĂCRĂMIOARA-ALINA VASILE

Conducător de doctorat: Prof. univ. dr. Nicolae Istudor

București, 2025

REZUMAT

În ultimele decenii, sistemele de comercializare a produselor agroalimentare au fost supuse unor transformări profunde, determinate de globalizarea fluxurilor de aprovizionare, consolidarea marilor lanțuri de distribuție și schimbările comportamentului consumatorilor. În Uniunea Europeană, aceste dinamici au generat o polarizare accentuată între actorii mari și cei mici de pe lanțul valoric agroalimentar, iar efectele asupra fermierilor independenți și a producătorilor locali au fost adesea negative: scăderea capacității de negociere, volatilitatea veniturilor și diminuarea accesului la piață. În acest context, revitalizarea formelor asociative, în special a cooperativelor agroalimentare, este privită din ce în ce mai mult ca o soluție strategică pentru întărirea poziției producătorilor și echilibrarea raporturilor de forță de-a lungul lanțului de distribuție.

În România, aceste provocări sunt și mai acute, pe fondul unei agriculturi predominant de subzistență, a unei infrastructuri comerciale inegale și a unei lipse cronice de integrare între producție, procesare și distribuție. Modelul cooperatist, deși consacrat istoric, a traversat o perioadă de declin semnificativă în perioada postcomunistă, pierzându-și coerența instituțională, influența economică și încrederea membrilor. Totuși, în prezent, contextul socio-economic și politic creează premise favorabile pentru o regândire a rolului rețelelor cooperatiste în agricultură și pentru reconstrucția acestora pe baze moderne, sustenabile și adaptate cerințelor actuale ale pieței. Politicile europene de susținere a lanțurilor scurte de aprovizionare, accentul pus pe sustenabilitate, coeziune teritorială și digitalizare, dar și nevoia de reziliență economică regională conturează o oportunitate valoroasă pentru reintegrarea cooperăției în sistemul agroalimentar românesc.

Rețeaua CENTROCOOP, ca expresie instituțională a cooperăției de consum din România, beneficiază de o amprentă teritorială extinsă și de o infrastructură materială considerabilă, care, deși afectată de subfinanțare și reforme incomplete, nu este pe deplin pierdută. În multe cazuri, activele deținute de entitățile CENTROCOOP păstrează caracteristici funcționale, poziționări comerciale strategice și o memorie instituțională valoroasă. Din această perspectivă, revitalizarea și modernizarea acestei rețele devine nu doar o chestiune de interes economic, ci și una de interes public, în sensul valorificării eficiente a patrimoniului cooperatist și a reconectării acestuia la nevoile comunităților locale.

Lucrarea de față propune un model aplicat de reformă și repunere în funcțiune a rețelei CENTROCOOP ca actor activ în comercializarea agroalimentară, plecând de la analiza stării actuale și ajungând până la formularea unui plan strategic detaliat și a unui studiu de fezabilitate economică. Tema se situează la intersecția dintre economie agrară, dezvoltare teritorială, politici publice și guvernanta cooperatistă, vizând în mod concret articularea unei soluții sistemice la disfuncționalitățile existente în piața internă a produselor agroalimentare.

Scopul principal al lucrării este proiectarea unui sistem integrat de comercializare agroalimentară prin intermediul rețelei CENTROCOOP, capabil să îmbunătățească accesul producătorilor locali la piață, să reducă numărul intermediarilor, să scurteze lanțul de aprovizionare și să genereze beneficii economice și sociale tangibile în comunitățile rurale.

Pentru atingerea acestui scop, au fost definite următoarele **obiective specifice**:

- Analiza evoluției sistemelor agroalimentare din România și Uniunea Europeană, cu accent pe reformele pieței și pe formele asociative funcționale;
- Identificarea principalelor disfuncționalități din sistemul de comercializare agroalimentară din România;
- Evaluarea modelelor europene de cooperare în marketingul agroalimentar și extragerea de bune practici relevante;
- Caracterizarea detaliată a rețelei CENTROCOOP din perspectivă teritorială, funcțională și instituțională;
- Elaborarea unei analize SWOT și a unui model funcțional de marketing cooperatist;
- Realizarea unui plan strategic de reformă etapizată a rețelei CENTROCOOP pentru perioada 2025–2034;
- Validarea economică a modelului propus printr-un studiu de fezabilitate, pe baza unor indicatori financiari relevanți.

Abordarea metodologică adoptată este una multidisciplinară și integrată, în care analiza calitativă este completată de evaluări cantitative și proiecții strategice. Lucrarea valorifică atât literatura de specialitate (națională și internațională), cât și date statistice oficiale provenite din surse precum MADR, RNCA, Eurostat, DG AGRI, precum și informații interne furnizate de structurile CENTROCOOP. Pentru perioada de referință 2022–2024, s-au realizat analize descriptive, comparări interregionale, proiecții financiare și scenarii de dezvoltare instituțională.

Instrumentele utilizate includ analiza SWOT, evaluarea performanței financiare, analiza comparativă a modelelor europene și extragerea bunelor practici relevante, analiza rețelei comerciale existente și construirea unui model operațional replicabil. Evaluarea fezabilității economice a fost realizată cu ajutorul indicatorilor clasici de analiză investițională: Valoarea Actualizată Netă (VAN), Rata Internă de Rentabilitate (RIR) și Perioada de Recuperare a Investiției (PRI), într-o perspectivă decenală (2025–2034).

Lucrarea este structurată în cinci capitole, urmărind o progresie logică de la analiza conceptuală și contextuală către construcția propriu-zisă a modelului de reformă cooperatistă și validarea acestuia.

Capitolul 1, intitulat „Considerații generale privind asocierea și cooperarea în sectorul agroalimentar românesc”, este dedicat cadrului teoretic și conceptual al cooperării și asocierii în agricultură, fiind analizate principiile fundamentale, avantajele și limitele cooperării, precum și modelele instituționale prin care aceasta se poate manifesta. Sunt evidențiate diferențele între formele informale de asociere și structurile cooperatiste reglementate, în contextul economic și juridic românesc.

Capitolul 2, având titlul „Practici instituționale și mecanisme financiare europene privind cooperarea în sectorul agroalimentar”, analizează practicile europene privind cooperarea în sistemele de marketing agroalimentar și sursele de finanțare aferente. Studiul include modele consacrate precum Rochdale, Schulze-Delitzsch, Raiffeisen și Haas, precum și exemple contemporane din Franța, Germania, Polonia, Italia și Țările de Jos. Accentul este pus pe adaptabilitatea acestor modele la realitățile socio-economice ale României și pe lecțiile învățate din aplicarea lor la scară regională.

Capitolul 3, intitulat „Diagnoza pieței produselor agroalimentare. Determinări structurale și dinamici evolutive ale pieței produselor agroalimentare”, integrează analiza pieței la nivel european și național, printr-o abordare comparativă. Capitolul este structurat în două părți distincte, corespunzătoare secțiunilor 3.1 și 3.2, care permit surprinderea atât a particularităților pieței agroalimentare din Uniunea Europeană, cât și a celor din România.

Subcapitolul 3.1, prezentat sub titlul „Studiul pieței agroalimentare în UE”, oferă o analiză comprehensivă a evoluțiilor din Uniunea Europeană, evidențiind tendințele dominante, mecanismele de reglementare, politicile de sprijin și provocările sistemice cu care se confruntă

actorii de pe lanțul valoric. Se pune accent pe disparitățile dintre statele membre și pe direcțiile strategice europene relevante pentru dezvoltarea unor sisteme agroalimentare durabile.

Subcapitolul 3.2, denumit „Analiza pieței agroalimentare în România”, se concentrează asupra specificului românesc, prezentând disfuncționalitățile actuale ale sistemului de comercializare a produselor agroalimentare, fragmentarea excesivă a pieței, rolul limitat al producătorilor în lanțul valoric și lipsa unor forme de organizare eficiente. Secțiunea oferă o analiză empirică a principalelor bariere structurale și instituționale care afectează funcționarea pieței interne.

Capitolul 4, dedicat „Cooperativele agricole – între realitatea românească și modelele europene de referință”, analizează evoluția și funcționalitatea cooperativelor agricole din România în perioada 2018–2023, surprinzând transformările structurale și dinamica adaptării lor la cerințele pieței agroalimentare. Totodată, capitolul valorifică experiența europeană, prezentând modele de bune practici din state precum Polonia, Franța, Olanda, Germania și Danemarca, pentru a evidenția diversitatea formelor de organizare și rolul acestora în consolidarea lanțurilor valorice agroalimentare.

Capitolul 5, intitulat “Modernizarea și dezvoltarea sistemului cooperatist CENTROCOOP”, este dedicat rețelei CENTROCOOP și integrează atât dimensiunea strategică, cât și cea de fezabilitate economică a modelului propus, reunind analiza instituțională, structurală și financiară cu proiecțiile de dezvoltare pentru perioada 2025–2034. Capitolul este organizat în două părți majore: prima este dedicată fundamentelor analitice și strategice, iar cea de-a doua este consacrată studiului de fezabilitate.

Subcapitolul 5.1, denumit „Fundamentele analitice și strategice ale sistemului CENTROCOOP”, include o caracterizare detaliată a structurii organizaționale, a distribuției teritoriale, a activităților comerciale și a capacității de producție existente. Se realizează o analiză SWOT extinsă, sunt evidențiate punctele forte și punctele slabe ale rețelei și se formulează un plan strategic de modernizare a rețelei, structurând procesul de reformă în etape clare, cu obiective, acțiuni, termene și responsabilități. Este prezentat un model funcțional aplicabil, inspirat din bunele practici europene, și este oferită o arhitectură instituțională și operațională coerentă pentru perioada 2025–2034.

Subcapitolul 5.2, axat pe „Studiul de fezabilitate pentru dezvoltarea modelului cooperatist CENTROCOOP”, oferă validarea economică a propunerii printr-un studiu de fezabilitate, care

include estimări ale veniturilor, costurilor, profitabilității și sustenabilității investiției. Totodată, este realizată o analiză a impactului social și economic asupra comunităților locale, fiind evaluate beneficiile potențiale ale reactivării rețelei CENTROCOOP la scară națională.

Prin formularea unui model de marketing cooperatist adaptat specificului românesc, validat teoretic și aplicabil practic, lucrarea de față contribuie la dezvoltarea unei perspective integrate asupra modernizării rețelei CENTROCOOP și a reactivării potențialului său economic. Demersul oferă un instrument de lucru valoros atât pentru mediul academic, cât și pentru factorii decizionali și actorii instituționali implicați în reforma sectorului agroalimentar din România.

Lucrarea de doctorat are ca obiectiv proiectarea unui model integrat de comercializare a produselor agroalimentare prin intermediul rețelei CENTROCOOP, în vederea revitalizării cooperației de consum din România. Cercetarea combină analiza teoretică a modelelor asociative și cooperatiste cu evaluarea aplicativă a pieței agroalimentare din Uniunea Europeană și România, alături de un studiu de fezabilitate pentru perioada 2025–2034.

Metodologia îmbină instrumente calitative și cantitative: analiza comparativă a modelelor europene, prelucrarea datelor statistice din perioada 2022–2024, analiza SWOT și proiecții financiare pe baza indicatorilor Valoarea Actualizată Netă (VAN), Rata Internă de Rentabilitate (RIR) și Perioada de Recuperare a Investiției (PRI).

Rezultatele arată că, în ciuda declinului instituțional, rețeaua CENTROCOOP dispune de o infrastructură logistică și comercială semnificativă, care poate fi reactivată strategic. Studiul de fezabilitate confirmă viabilitatea economică a modelului propus, cu o VAN pozitivă și recuperarea investiției într-un orizont de zece ani. Beneficiile identificate includ reducerea intermediarilor, creșterea competitivității producătorilor locali și consolidarea dezvoltării regionale.

Concluziile susțin că revitalizarea rețelei CENTROCOOP printr-un model cooperatist modern este atât fezabilă, cât și sustenabilă, generând efecte economice și sociale semnificative pentru piața agroalimentară din România.

Cuvinte cheie: CENTROCOOP; cooperativă agroalimentară; comercializare; fezabilitate economică; dezvoltare rurală.

SUMMARY

In recent decades, agri-food marketing systems have undergone profound transformations, driven by the globalization of supply chains, the consolidation of large retail networks, and shifts in consumer behavior. In the European Union, these dynamics have generated a sharp polarization between large and small actors along the agri-food value chain, with often negative effects on independent farmers and local producers: declining bargaining power, income volatility, and reduced market access. In this context, the revitalization of associative forms, particularly agri-food cooperatives, is increasingly viewed as a strategic solution to strengthen producers' positions and balance power relations throughout the distribution chain.

In Romania, these challenges are even more acute, against the backdrop of predominantly subsistence agriculture, uneven commercial infrastructure, and a chronic lack of integration between production, processing, and distribution. Although the cooperative model has a long historical tradition, it experienced significant decline during the post-communist period, losing institutional coherence, economic influence, and members' trust. Today, however, the socio-economic and political context creates favorable premises for rethinking the role of cooperative networks in agriculture and rebuilding them on modern, sustainable bases adapted to current market requirements. European policies supporting short supply chains, the emphasis on sustainability, territorial cohesion, and digitalization, as well as the need for regional economic resilience, outline a valuable opportunity for reintegrating cooperation into Romania's agri-food system.

The CENTROCOOP network, as the institutional expression of consumer cooperation in Romania, benefits from an extensive territorial footprint and considerable material infrastructure, which, although affected by underfunding and incomplete reforms, has not been entirely lost. In many cases, the assets held by CENTROCOOP entities retain functional characteristics, strategic commercial positioning, and valuable institutional memory. From this perspective, revitalizing and modernizing this network is not only an economic matter but also one of public interest, in the sense of efficiently leveraging the cooperative heritage and reconnecting it to the needs of local communities.

This thesis proposes an applied model for reforming and reactivating the CENTROCOOP network as an active actor in agri-food marketing, starting from the diagnosis of the current

situation and leading to the formulation of a detailed strategic plan and an economic feasibility study. The topic lies at the intersection of agricultural economics, territorial development, public policy, and cooperative governance, aiming to articulate a systemic solution to the dysfunctions of Romania's domestic agri-food market.

The main goal of the research is to design an integrated agri-food marketing system through the CENTROCOOP network, capable of improving local producers' market access, reducing intermediaries, shortening supply chains, and generating tangible economic and social benefits in rural communities.

To achieve this goal, the following **specific objectives** were defined:

- Analyzing the evolution of agri-food systems in Romania and the European Union, with emphasis on market reforms and functional associative forms;
- Identifying the main dysfunctions of Romania's agri-food marketing system;
- Assessing European models of cooperation in agri-food marketing and extracting relevant best practices;
- Providing a detailed characterization of the CENTROCOOP network from a territorial, functional, and institutional perspective;
- Developing a SWOT analysis and a functional model of cooperative marketing;
- Designing a phased strategic reform plan for the CENTROCOOP network for the period 2025–2034;
- Validating the proposed model economically through a feasibility study, based on relevant financial indicators.

The methodological approach is multidisciplinary and integrated, combining qualitative analysis with quantitative assessments and strategic projections. The research draws on both national and international literature, as well as official statistical data from sources such as MADR, RNCA, Eurostat, and DG AGRI, alongside internal information provided by CENTROCOOP structures. For the reference period 2022–2024, descriptive analyses, interregional comparisons, financial projections, and scenarios of institutional development were carried out.

The tools used include SWOT analysis, financial performance evaluation, comparative analysis of European models and extraction of relevant best practices, assessment of the existing commercial network, and construction of a replicable operational model. The economic feasibility

assessment employed classical investment analysis indicators: Net Present Value (NPV), Internal Rate of Return (IRR), and Payback Period (PBP), over a ten-year horizon (2025–2034).

The thesis is structured into five chapters, following a logical progression from conceptual and contextual analysis to the construction of the cooperative reform model and its validation.

Chapter 1, entitled “General considerations regarding association and cooperation in the Romanian agri-food sector”, is dedicated to the theoretical and conceptual framework of cooperation and association in agriculture. It analyzes fundamental principles, advantages and limitations, as well as institutional models, and highlights the differences between informal forms of association and regulated cooperative structures.

Chapter 2, entitled “European institutional practices and financial mechanisms regarding cooperation in the agri-food sector”, examines European practices in agri-food marketing cooperation and related financing sources. It includes classical models such as Rochdale, Schulze-Delitzsch, Raiffeisen, and Haas, as well as contemporary examples from France, Germany, Poland, Italy, and the Netherlands.

Chapter 3, entitled “Diagnosis of the agri-food market. Structural determinants and evolutionary dynamics of the agri-food market”, integrates both European and national analyses in a comparative approach, highlighting dominant trends, regulatory mechanisms, support policies, and systemic challenges, as well as dysfunctions of Romania’s domestic marketing system.

Chapter 4, dedicated to “Agricultural cooperatives – between Romanian realities and European reference models”, analyzes the evolution and functionality of Romanian agricultural cooperatives (2018–2023) and presents best practices from Poland, France, the Netherlands, Germany, and Denmark.

Chapter 5, entitled “Modernization and development of the CENTROCOOP cooperative system”, focuses on the CENTROCOOP network, integrating both strategic foundations and feasibility assessment. It provides a detailed characterization of organizational structures, territorial distribution, and commercial activities, develops a SWOT analysis and a phased strategic plan (2025–2034), and validates the proposal through a feasibility study assessing economic, social, and community-level impacts.

By formulating a cooperative marketing model adapted to the Romanian context, both theoretically validated and practically applicable, the thesis contributes to an integrated vision of modernizing the CENTROCOOP network and reactivating its economic potential. It provides a

valuable tool for academia, policymakers, and institutional actors involved in reforming Romania's agri-food sector.

The results demonstrate that, despite institutional decline, CENTROCOOP retains significant commercial and logistical infrastructure that can be strategically reactivated. The feasibility study confirms the model's economic viability, with a positive NPV and investment recovery within a ten-year horizon. Benefits include reduced intermediation, greater competitiveness for local producers, and strengthened regional development.

The conclusions support that revitalizing the CENTROCOOP network through a modern cooperative model is both feasible and sustainable, generating significant economic and social benefits for Romania's agri-food market.

Keywords: CENTROCOOP; agri-food cooperative; marketing; economic feasibility; rural development.

CUPRINS

REZUMAT3

SUMMARY8

CAPITOLUL 1. Considerații generale privind asocierea și cooperarea în sectorul agroalimentar românesc.....Error! Bookmark not defined.

1.1 Definirea conceptului de asociere **Error! Bookmark not defined.**

1.1.1 Forme de asociere în agricultură..... **Error! Bookmark not defined.**

1.1.2 Clasificare asociațiilor..... **Error! Bookmark not defined.**

1.1.3 Rolul strategic al asocierii în consolidarea sectorului agroalimentar **Error! Bookmark not defined.**

1.1.4 Importanța asocierii pentru dezvoltarea sectorului agroalimentar **Error! Bookmark not defined.**

1.2 Definirea conceptului de cooperare **Error! Bookmark not defined.**

1.2.1 Tipologia cooperativelor agricole **Error! Bookmark not defined.**

1.2.2 Repere istorice privind apariția cooperativelor în România..... **Error! Bookmark not defined.**

1.2.3 Rolul strategic al cooperării în dezvoltarea sistemului agroalimentar **Error! Bookmark not defined.**

1.2.4 Rolul cooperării în creșterea competitivității sectorului agroalimentar **Error! Bookmark not defined.**

1.2.5 Provocările contemporane ale cooperăției în mediul rural..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3 Sisteme de comercializare a produselor agroalimentare - definiții, concept, sisteme și forme de comercializare **Error! Bookmark not defined.**

1.3.1 Cooperativele de marketing ca soluție pentru comercializare ... **Error! Bookmark not defined.**

1.3.2 Bursele de mărfuri în comerțul agroalimentar **Error! Bookmark not defined.**

1.3.3 Comercializarea produselor prin comerțul cu ridicata și amănuntul..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3.4 Comercializarea prin piețe de gros..... **Error! Bookmark not defined.**

1.3.5 Comercializarea prin comerțul electronic **Error! Bookmark not defined.**

CAPITOLUL 2. Practici instituționale și mecanisme financiare Europene privind cooperarea în sectorul agroalimentarError! Bookmark not defined.

2.1 Practici europene privind cooperarea în sistemele de marketing ale produselor agroalimentare **Error! Bookmark not defined.**

2.1.1 Sistemul Rochdale..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.2 Sistemul Schulze-Delitzsch..... **Error! Bookmark not defined.**

2.1.3 Sistemul Raiffeisen **Error! Bookmark not defined.**

2.1.4 Sistemul Haas.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.5 Sistemele italiene: Modelele Luzzatti și Wollemborg	Error! Bookmark not defined.
2.2 Sisteme de finanțare a cooperării în sfera marketingului produselor agroalimentare practicate în UE	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Finanțarea Politicii Agricole Comune.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Instrumentele Politicii Agricole Comune.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Efectele Politicii Agricole Comune	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Contribuția Politicii Agricole Comune la stimularea cooperării și asocierii agricole.....	Error! Bookmark not defined.

CAPITOLUL 3. Diagnoza pieței produselor agroalimentare. Determinări structurale și dinamici evolutive ale pieței produselor agroalimentare

3.1 Studiul PIEȚEI AGROALIMENTARE ÎN UE	Error! Bookmark not defined.
3.1.1 Evoluția ofertei de produse agroalimentare în UE	Error! Bookmark not defined.
3.1.2 Evoluția cererii de produse agroalimentare în UE	Error! Bookmark not defined.
3.1.3 Evoluția comerțului extern cu produse agroalimentare în UE ...	Error! Bookmark not defined.
3.2 Analiza pieței agroalimentare în România.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Caracteristici structurale și funcționale ale pieței produselor agroalimentare ..	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Analiza ofertei de produse agroalimentare în România	Error! Bookmark not defined.
3.2.3 Analiza cererii de produse agroalimentare în România	Error! Bookmark not defined.
3.2.4 Analiza prețurilor și a comerțului extern pe piața produselor agroalimentare în România.	Error! Bookmark not defined.

CAPITOLUL 4. Cooperativele agricole - între realitatea românească și modelele europene de referință

4.1 Evoluția și funcționalitatea cooperativelor agricole în România, în perioada 2018–2023	Error! Bookmark not defined.
4.2 Experiența europeană a cooperativelor agricole: modele de bune practici	Error! Bookmark not defined.
4.2.1 Polonia – Model cooperativ în tranziție și adaptare europeană ..	Error! Bookmark not defined.
4.2.2 Modelul cooperativ francez – o structură matură și multifuncțională	Error! Bookmark not defined.
4.2.3 Olanda – Model cooperativ integrat și orientat spre piață	Error! Bookmark not defined.
4.2.4 Germania – Un model cooperativ descentralizat și instituționalizat.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.5 Danemarca – Un model cooperativ puternic consolidat și orientat către export.....	Error! Bookmark not defined.

CAPITOLUL 5. Modernizarea și dezvoltarea sistemului cooperatist CENTROCOOP Error! Bookmark not defined.

5.1 Fundamentele analitice și strategice ale sistemului CENTROCOOPError! Bookmark not defined.

5.1.1 Evoluția istorică și structura instituțională a sistemului cooperatist CENTROCOOP**Error! Bookmark not defined.**

5.1.2 Evoluția rețelei comerciale și funcționale CENTROCOOP, în perioada 2022-2024**Error! Bookmark not defined.**

5.1.3 Analiza financiară a rețelei CENTROCOOP, în perioada 2022-2024.....**Error! Bookmark not defined.**

5.1.4 Rolul socio-economic și instituțional al cooperației de consum **Error! Bookmark not defined.**

5.1.5 Analiza SWOT a rețelei CENTROCOOP..... **Error! Bookmark not defined.**

5.1.6 Direcții strategice de dezvoltare pentru perioada 2025-2034..... **Error! Bookmark not defined.**

5.1.7 Planul strategic cooperatist 2025-2034 - model de reformă aplicată**Error! Bookmark not defined.**

5.2 Studiul de fezabilitate pentru dezvoltarea modelului cooperatist CENTROCOOPError! Bookmark not defined.

5.2.1 Obiectivele și principiile generale ale proiectului..... **Error! Bookmark not defined.**

5.2.2 Direcții strategice de dezvoltare..... **Error! Bookmark not defined.**

5.2.3 Plan operațional detaliat pe fiecare direcție strategică **Error! Bookmark not defined.**

5.2.4 Analiza financiară și economică a planului de dezvoltare CENTROCOOP....**Error! Bookmark not defined.**

5.2.5 Analiza riscurilor și scenarii alternative de dezvoltare **Error! Bookmark not defined.**

5.2.6 Estimarea impactului economic al modelului propus **Error! Bookmark not defined.**

5.2.7 Fezabilitatea generală a proiectului CENTROCOOP **Error! Bookmark not defined.**

CONCLUZII ȘI PROPUNERI.....Error! Bookmark not defined.

BIBLIOGRAFIE.....Error! Bookmark not defined.

ANEXE.....Error! Bookmark not defined.

LISTA TABELELOR.....Error! Bookmark not defined.

LISTA FIGURILORError! Bookmark not defined.

LISTA ANEXELOR.....Error! Bookmark not defined.