



**MOLDOVA STATE UNIVERSITY
UNIVERSITATEA DE STAT
DIN MOLDOVA**



**Faculty of Economic Science
Facultatea de Științe Economice**

**National Scientific Conference with International
Participation
Conferința Științifică Națională cu Participare Internațională**

**MODERN PARADIGMS IN THE DEVELOPMENT
OF THE NATIONAL AND WORLD ECONOMY
PARADIGME MODERNE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMIEI
NAȚIONALE ȘI MONDIALE**

**The materials of the National
Scientific Conference with
International Participations**

**Materialele Conferinței
Științifice Naționale cu
Participări Internaționale**

**OCTOMBER 29 - 30, 2021
CHIȘINAU, REPUBLIC OF
MOLDOVA**

**29 – 30 OCTOMBRIE 2021
CHIȘINĂU, REPUBLICA MOLDOVA**



CZU 082=135.1=111=161.1

P 32

The National Scientific Conference with International Participation "Modern paradigms in the development of the national and world economy"

Organized by:

Faculty of Economic Science, Moldova State University

ORGANIZATIONAL COMMITTEE:

President: HAMURARU Maria, PhD, Ass. prof., MSU

Members:

ULIAN Galina, PhD hab., Prof.

BUZDUGAN Adriana, PhD, Ass. prof.

SCUTARU Alexandru, PhD, Ass. prof.

BULAT Veronica, PhD, Ass. prof.

COJOCARU Maria, PhD, Ass. prof.

MULIC Andrei, PhD, Ass. prof.

PRISACARU Veronica, PhD, Ass. prof.

MIRONOV Svetlana, PhD, Ass. prof.

PESTUȘCO Nina, PhD, Ass. prof.

POSTICA Maia, PhD, Ass. prof.

COSNICEAN Irina, PhD, lecturer

DIACONU Tatiana, PhD, lecturer

RAEVSKAIA Irina, lecturer assist.

SOCOLOVA Ana, lecturer assist.

BALMUS-ANDONE Mihaela, lecturer assist.

VOLOSIUC Ana, lecturer assist.

BUJOR Ovidiu, lecturer assist.

"Paradigme moderne în dezvoltarea economiei naționale și mondiale", conferință științifică națională cu participare internațională (2021 ; Chișinău). Conferința Științifică Națională cu Participare Internațională "Paradigme moderne în dezvoltarea economiei naționale și mondiale" = National Scientific Conference with International Participation "Modern paradigms in the development of the national and world economy", 29-30 octombrie 2021, Chișinău / scientific committee, organizational committee: Hamuraru Maria (president) [et al.]. – [Chișinău] : CEP USM, 2021. – 452 p. : fig., tab.

Antetit.: Univ. de Stat din Moldova, Fac. de Științe Econ. – Tit., cuprins paral.: lb. rom., engl. – Texte : lb. rom., engl., rusă. – Rez.: lb. engl., fr. – Referințe bibliogr. la sfârșitul art. – 20 ex.
ISBN 978-9975-158-88-6.

082=135.1=111=161.1

P 32

SCIENTIFIC COMMITTEE:

President: HAMURARU Maria, PhD, Ass. prof., Dean of the Faculty of Economic Science, Moldova State University

Vice-president: ULIAN Galina, PhD hab., Prof., Moldova State University

Members: STRATAN Alexandru, c.m., PhD hab., Prof., NIER, Republic of Moldova
Gert DE JONG, PhD, Ass. prof., AUAS, Netherlands
ALECU Ciprian Ionel, PhD, “Gh. Zane” IESR, Iasi, Romania
LVOVA Dina, PhD hab, Prof., SPBU, Russia
PRODAN Adriana, PhD, Prof., Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași, Romania
GANEA Victoria, PhD hab., Prof., MSU, Republic of Moldova
POPA Andrei, PhD hab., Prof., CSU, Republic of Moldova
TCACI Carolina, PhD, Ass. prof., USARB, Republic of Moldova
BUZDUGAN Adriana, PhD., Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
FOMISHINA VERA, PhD hab., Prof., KHNTU, Ukraine
SCUTARU Alexandru, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
BULAT Veronica, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
MULIC Andrei, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
COJOCARU Maria, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
PRISACARU Veronica, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
MIRONOV Svetlana, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
MASKO LUDMILA, PhD, Ass. prof., PSU, Belarus
DOLGHI Cristina, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
LUSMANSCHI Galina, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
GOLOCIALOVA Irina, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
STEFANIUC Olga, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
FILIP Angela, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova
ANTOCI Natalia, PhD, Ass. prof., MSU, Republic of Moldova

C O N T E N T
C U P R I N S

OPENING SPEECH / DISCURS DE DESCHIDERE.....11

PLENARY PAPERS

LUCRĂRI PREZENTATE ÎN PLENUL CONFERINȚEI

DEZVOLTAREA CONCEPTULUI ȘI EVALUAREA EFICIENȚEI FINANCIARE A
INCUBATORULUI TEHNOLOGIC ȘI DE AFACERI UNIVERSITAR.....13

Andrei MULIC; Ecateriana ULIAN; Gert DE JONG

ASIGURAREA CA INSTRUMENT MODERN DE REDUCERE A RISCURILOR
FINANCIARE ALE ENTITĂȚILOR ECONOMICE 18

Svetlana GHERJAVCA

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В
УКРАИНЕ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН.....23

Вера ФОМИШИНА

TOURISM DEVELOPMENT IN THE INTERNATIONAL SUSTAINABLE MARKETING
SYSTEM.....28

Veronica BULAT; Oana BOCĂNETE

CREATING AN INNOVATIVE LEARNING ENVIRONMENT AS A DECISIVE FACTOR OF
THE QUALITY OF VOCATIONAL EDUCATION.....36

Veronica PRISACARU; Tatiana IVANOVA

SECTION 1

**MODERN POLICIES FOR THE DEVELOPMENT OF ACCOUNTING, AUDITING AND
INFORMATION TECHNOLOGIES**

SECȚIUNEA 1

**POLITICI MODERNE DE DEZVOLTARE A CONTABILITĂȚII, AUDITULUI ȘI
TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIONALE**

CALITĂȚILE ESENȚIALE ALE UNUI BUN AUDIT AL PERFORMANȚEI. ABORDĂRI
TEORETICE ȘI PRACTICE.....43

Cristina DOLGHI

О ПРИЗНАНИИ, КЛАССИФИКАЦИИ И ОЦЕНКЕ АКТИВОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ
СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ.....48

Dina LVOVA

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-
ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ.....54

Ирина ГОЛОЧАЛОВА

ACTUALITĂȚI ȘI PERSPECTIVE ALE RAPORTĂRII FINANCIARE CORPORATIVE ÎN CONDIȚIILE ÎNCĂLZIRII GLOBALE ȘI A LIMITELOR BURSELOR DE VALORI.....	60
Aliona BÎRCĂ; Lucia BURDUJA	
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕТОДОЛОГИИ БУХГАЛТЕРСКОГО АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	66
Игорь МАТЮШ	
UNELE REFERINȚE PRIVIND CONTABILITATEA EXPLORĂRII RESURSELOR MINERALE.....	70
Tatiana ȘEVCIUC	
ON A STATISTICAL METHOD FOR THE APPROXIMATE SOLUTION OF THE DISCRETE OPTIMIZATION PROBLEM.....	76
Dmitri TERZI	
ECONOMIC ESSENCE OF MINERAL RESOURCES AND THEIR REFLECTION IN THE ACCOUNTING AND REPORTING OF SUBSURFACE USERS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	82
Olga ROMANOVA	
UNELE DEFICIENȚE AFERENTE IMPLEMENTĂRII SNC „PREZENTAREA SITUAȚIILOR FINANCIARE CONSOLIDATE”.....	87
Valentina PALADI	
ABORDAREA CAPACITĂȚII DE PRODUCȚIE PRIN PRISMA PREVEDERILOR CONTABILE NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE.....	92
Valentina PANUȘ	
STUDIUL PRELIMINAR ȘI ROLUL DECISIV AL ACESTUIA ÎN CADRUL PLANIFICĂRII AUDITULUI PERFORMANȚEI. ASPECTE TEORETICE ȘI ABORDĂRI PRACTICE.....	96
Cristina DOLGHI	
PARTICULARITĂȚILE EFECTUĂRII ȘI CONTABILITĂȚII OPERAȚIUNILOR CU RESURSELE FINANCIARE ATRASE ÎN BĂNCILE COMERCIALE.....	103
Ada ȘТАНОВСCHI	
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ В ОБРАЗОВАНИИ.....	106
Наталия Апетрий	
INDUSTRIAL WASTE ACCOUNTING AT LIFE-CYCLE STAGES IN THE CONCEPT OF “GREEN” ECONOMY	110
Volha SUSHKO	
ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ В ПЧЕЛОВОДСТВЕ.....	115
Екатерина АФАНАСЬЕВА	
PROVOCĂRI GENERATE DE DIGITALIZAREA OPERAȚIUNILOR ECONOMICE.....	120
Valentina PANUȘ; Marina VOLOH	

ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ СКОРРЕКТИРОВАННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....	123
Татьяна СЕЛЮЖИЦКАЯ	

CONCILIAREA TRATAMENTELOR FISCAL CONTABILE ALE IMPOZITULUI PE VENIT DIN ACTIVITATEA DE ÎNTREPRINZĂTOR.....	126
Lilia LAVRENCIUC	

ABORDĂRI METODOLOGICE ȘI APLICATIVE ALE CONTABILITĂȚII INSTITUȚIILOR MEDICALE PRIVATE.....	130
Maria BOGOI	

SECTION 2 DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL SYSTEM: PROBLEMS AND PERSPECTIVES

SECȚIUNEA 2 DEZVOLTAREA SISTEMULUI FINANCIAR: PROBLEME ȘI PERSPECTIVE

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФРАНЧАЙЗИНГА – КАК МЕТОД КОСВЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО.....	135
Анжела ШЕСТАКОВСКАЯ; Ольга НАГОРНАЯ	

EVOLUȚIA SECTORULUI NEBANCAR ÎN REPUBLICA MOLDOVA.....	140
Olga ȘTEFANIUC; Angela FILIP; Vasili GALEȚCHII	

BONITATEA DEBITORULUI- PARTICULARITĂȚI DE EVALUARE ȘI PREVENIRE A RISCULUI DE CREDIT.....	146
Daniela BUMBAC; Olga ȘTEFANIUC	

PERFEȚIONAREA MANAGEMENTULUI CALITĂȚII SERVICIILOR DE SĂNĂTATE ÎN REPUBLICA MOLDOVA.....	151
Lilia DRAGOMIR	

ABORDĂRI CONCEPTUALE ȘI PRACTICE ALE ASIGURĂRIILOR DE VIAȚĂ – OPORTUNITĂȚI ALTERNATIVE DE INVESTIȚII PE PIAȚA FINANCIARĂ.....	156
Anastasia SIVOCONI; Alexandru SCUTARU	

CROWDFUNDINGUL – MODALITATE MODERNĂ DE FINANȚARE ÎN ERA DIGITALIZĂRII.....	159
Daniela BUMBAC	

PERSPECTIVELE SECTORULUI IMM DIN REPUBLICA MOLDOVA.....	166
Ruslan MIHALACHI	

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА.....	172
Светлана БИЛООКАЯ	

PECULIARITIES OF DERIVATIVES MANAGEMENT IN NON-FINANCIAL ORGANIZATIONS.....	178
Pavel PANKOV	

ILAAP 2022 ÎN CONTEXTUL ALINIERII LA CERINȚELE ȘI PRACTICILE INTERNAȚIONALE DE SUPRAVEGHERE BANCARĂ – INOVAȚIA BNM PENTRU CONSOLIDAREA PERMANENTĂ A SECTORULUI BANCAR DIN REPUBLICA MOLDOVA.....	184
Cristina LACHI; Tatiana MANOLI	

ECONOMIA TENEBRĂ PRIN PRISMA ANALIZEI DECALAJULUI TAXEI PE VALOARE ADĂUGATĂ LA NIVELUL ECONOMIEI NAȚIONALE.....	190
Lucia CASTRAVEȚ; Nicoleta NEMERENCO	

COLLABORATIVE ECONOMY IN THE CONTEXT OF CURRENT GLOBAL CHALLENGES.....	196
Otilia MANTA	

КРИВАЯ ФИЛЛИПСА И ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ИНФЛЯЦИИ.....	209
Andrei PASLARI	

SECTION 3 PROMOTING PRODUCTS AND SERVICES IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

SECȚIUNEA 3 PROMOVAREA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR ÎN CONTEXTUL DEZVOLTĂRII DURABILE

VECTORII DEZVOLTĂRII AFACERILOR DURABILE PRIN PRISMA PRACTICILOR INTERNAȚIONALE.....	216
Maria HĂMURARU, Doina BEJENARI	

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛОГИСТИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ	227
Мухиззи Жан БАНЗЕКУЛИВАХО	

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТУРБУЛЕНТНОСТЬ ОБЩЕСТВА: ИСТОКИ И УГРОЗЫ.....	231
Ольга СОРОЧАН	

NECESITATEA STRATEGIILOR DE MARKETING ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERILOR PRESTATOARE DE SERVICII.....	234
Alexandr ONOFREI; Anatolie GUJA	
EFFECTUL VALORILOR DE CONSUM ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI.....	239
Lucia NEPOTU	

CONTROLUL STOCURILOR ÎN LOGISTICA MĂRFURILOR.....	243
Veronica BULAT	

IMPORTANȚA SERVICIILOR TURISTICE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMICĂ A REPUBLICII MOLDOVA.....	250
Anatolie GUJA	

TENDINȚE ALE INFORMATIZĂRII LOGISTICII LA NIVEL INTERNAȚIONAL.....	256
Elena CARP	

DEZVOLTAREA DURABILĂ A SPAȚIULUI RURAL A REPUBLICII MOLDOVA SUB ASPECTUL IDENTIFICĂRII EXPLOATAȚIILOR AGRICOLE ECONOMIC VIABILE ÎN BAZA COMERCIALIZĂRII PRODUCȚIEI OBȚINUTE.....	261
Dragoș CIMPOIEȘ; Iurie DANILOV; Anatol RACUL	
PROBLEME ALE REPUBLICII MOLDOVA ÎN PERIOADA DE LA CREAREA ACESTEIA PÂNĂ ÎN ANUL 2021.....	267
Valeriu CAPSÎZU; Ceslav CIOBANU	
ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК	271
Алла ТРУСЕВИЧ; Лилия КИСЕЛЁВ	
STRATEGII GLOBALE PRIVIND DEZVOLTAREA DURABILĂ ÎN SECTORUL ENERGETIC.....	276
Adriana BUZDUGAN	
ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ.....	280
Наталия КОШЕЛЕВА	
SECURITATEA ECONOMICĂ: AMENINȚĂRI ȘI PROVOCĂRI ALE SECURITĂȚII ALIMENTARE.....	285
Natalia ANTOCI; Svetlana DIACONU	
ANALIZA INDICATORILOR MACROECONOMICI AI REPUBLICII MOLDOVA ȘI IMPACTUL LOR ASUPRA SECURITĂȚII NAȚIONALE.....	288
Elena MOROI; Boris COREȚCHI	
IMPLICAȚIILE PROGRESULUI TEHNICO-ȘTIINȚIFIC ASUPRA COMPORTAMENTULUI PRODUCĂTORILOR ȘI CONSUMATORILOR.....	295
Angela DOLGOPOL	
POTENȚIALUL DE DEZVOLTARE A REPUBLICII MOLDOVA PRIN PRISMA ANALIZEI VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR.....	398
Elena MOROI	
TENDINȚE INOVATIVE ALE INDUSTRIEI OSPITALITĂȚII ÎN CONTEXTUL GLOBALIZĂRII.....	304
Mariana STOICA	
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ.....	308
Александр ЧАЙКОВСКИЙ; Борис КОРЕЦКИЙ	
DETURNAREA CLIENTELEI CONCURRENTULUI – LA CONFLUENȚA DINTRE PROTECȚIA CONSUMATORULUI, CONCURENȚA NELOIALĂ ȘI PUBLICITATEA NEAUTENTICĂ.....	313
Iulian MORARU	
СПЕЦИФИКА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КОМПАНИИ «VIABASTET».....	319
Нелли ДИЛАН	

ЗНАЧИМОСТЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ.....	324
Александр ЧАЙКОВСКИЙ	

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РЕШЕНИЯ.....	330
Алёна КОВАЛЬЧУК	

SECTION 4 MODERN WAYS OF ACHIEVING MANAGERIAL PERFORMANCE

SECȚIUNEA 4 MODALITĂȚI MODERNE DE ATINGERE A PERFORMANȚEI MANAGERIALE

EVALUAREA IMPLEMENTĂRII POLITICILOR ACTIVE AFERENTE PIEȚEI MUNCII DIN REPUBLICA MOLDOVA.....	335
Alic BÎRCĂ; Adriana PRODAN	

PROIECTUL ERASMUS+ RESTART: REZULTATE ȘI IMPACT.....	343
Elena FLEACĂ; Marian JALENCU; Tatiana BULIMAGA	

IMPACTUL COMPORTAMENTULUI ORGANIZAȚIONAL ÎN DEZVOLTAREA AFACERILOR ÎN CONTEXTUL PANDEMIC.....	348
Alexandru SCUTARU	

ANALIZA MODELELOR DE PARTENERIAT PUBLIC-PRIVAT ȘI A PROIECTELOR DE INFRASTRUCTURĂ.....	352
Irina CĂLUGĂREANU	

MODELUL DE EXCELENȚĂ EFQM VIZAVI DE PREOCUPĂRILE PENTRU CALITATE ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR.....	359
Veronica PRISĂCARU; Denisa ABRUDAN	

ANALIZA RESURSELOR CULTURILOR FURAJERE ÎN REPUBLICA MOLDOVA ȘI PERSPECTIVELE ACESTEIA	365
Grigore BALTAG; Elena BARANOV	

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОБОБЩЕНИЮ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ИННОВАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА.....	371
Алена Игоревна ПЛЯСКИНА; Татьяна Викторовна ЯКИМЧУК	

CORELAȚIA DINTRE MANAGEMENTUL BAZAT PE INSTRUMENTE DIGITALE ȘI PERFORMANȚA ÎNTRINDERILOR DIN SECTORUL AGRICOL.....	375
Nelli AMARFII-RAILEAN	

RAPORTUL DE ACTIVITATE AL CONSILIULUI SOCIETĂȚII – ELEMENT DE DEZVOLTARE AL MANAGEMENTULUI CORPORATIV ÎN CADRUL COMPANIILOR DIN DOMENIUL SERVICIILOR PUBLICE DE ALIMENTARE CU APA	380
Ana TIMUȘ	

REPUBLICA MOLDOVA ÎNTRE TRIPODA PUTERII MONDIALE ȘI UNIUNEA VAMALĂ	384
Irina COSNICEAN; Irina RAEVSKAIA	
STUDIU ASUPRA INDICILOR DE SUSTENABILITATE A ECOSISTEMULUI ANTREPRENORIAL.....	391
Galina LISA	
INOVAȚII DIGITALE UTILIZATE ÎN ÎNTREPRINDERI VIRTUALE ÎN TIMPUL PANDEMIEI COVID-19.....	394
Nina PESTUȘCO	
IMPACTUL SUBVENȚIONĂRII ASUPRA PERFORMANȚELOR ÎNTREPRINDERILOR AGRICOLE.....	398
Natalia TCACI; Alexandru TCACI; Ina DOMBROVSKI	
VALORI COMPORTAMENTALE ȘI ORGANIZAȚIONALE: ASPECTE TEORETICE ȘI IMPLICAȚII PRACTICE ÎN CADRUL ORGANIZAȚIILOR.....	405
Valentina POSTOLACHI	
БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПУТИ АДАПТАЦИИ	411
Анна СОКОЛОВА; Анастасия БУЗОВИЧ	
TINERII NEET – BARIERE ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU LANSARE ÎN CARIERĂ.....	416
Mihaela BALMUȘ-ANDONE; Ana-Maria CELAN	
TENDINȚE ÎN SECTORUL TERMOENERGETIC DIN REPUBLICA MOLDOVA.....	420
Mihail CERNEI; Vasile LEU; Inesa BRUMĂ	
TIPURI DE COLABORĂRI CORPORATIVE ÎN CONDIȚIILE PANDEMIEI COVID-19	425
Nina PESTUȘCO	
CRIZA ECONOMICĂ, PRESIUNEA INFLAȚIONISTĂ ȘI EFECTE MICROECONOMICE	431
Nicolae VEREJAN	
LOCUL ȘI ROLUL MANAGEMENTULUI INOVAȚIONAL CA FACTOR DE SPORIRE A PERFORMANȚEI ÎNTREPRINDERILOR	436
Olga STRĂINU	
EMPLOYEES' EMPOWERMENT AND ENGAGEMENT AS A WAY TO ACHIEVE PERSONAL AND ORGANIZATIONAL GOALS	442
Ifat MENASHKO	
MODALITĂȚI DE CREȘTERE A PERFORMANȚELOR ANGAJAȚILOR ÎN ORGANIZAȚIE	446
Tatiana DIACONU; Lilia DRAGOMIR; Aliona POPA	

OPENING SPEECH DISCURS DE DESCHIDERE

Stimați invitați, profesori, doctoranzi, tineri cercetători,

Sunt încântată să vă urez bun venit la conferința științifică internațională „PARADIGME MODERNE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMIEI NAȚIONALE ȘI MONDIALE”, ediția 16.

Este un eveniment important pentru comunitatea academică, deoarece scoate în evidență contribuțiile remarcabile pe care le aduc cercetătorii privind tendințele moderne în asigurarea dezvoltării durabile a economiei naționale, aceasta din urmă creând plus valoare atât la nivel macro, cât și la nivel microsocial.

O privire prin lista de prezentări planificate pentru următoarele 2 zile oferă o diversitate uimitoare, clasificată pe cele patru secțiuni:

Secțiunea I: Politici moderne de dezvoltare a contabilității, auditului și tehnologiilor informaționale;

Secțiunea II: Dezvoltarea sistemului financiar: probleme și perspective;

Secțiunea III: Promovarea produselor și serviciilor în contextul dezvoltării durabile;

Secțiunea IV: Modalități moderne de atingere a performanței manageriale.

Rezultatele cercetărilor variază, de la implementarea inovațiilor în activitatea economică, elaborarea politicilor contabile, valorificarea patrimoniului cultural, managementul performanței, până la dezvoltarea de noi modele de afaceri.

Conferința Științifică Internațională își propune să reunească oameni de știință, cercetători și cadrele științifico-didactice pentru a face schimb de experiențe și rezultate ale cercetării lor cu privire la toate aspectele conferinței. Este o oportunitate valoroasă pentru toți participanții. De asemenea, oferă o platformă interdisciplinară de prim rang pentru cercetători, practicieni și profesori pentru a prezenta și discuta cele mai recente inovații, tendințe și preocupări, precum și provocările practice întâlnite și soluțiile adoptate în domeniile conferinței privind Științele Economice.

Un rol cheie al conferinței științifice este de a pune la dispoziția tuturor beneficiarilor tendințele spre care se îndreaptă economia, bazate pe noile teorii, abordări ale științei economice și a educa tinerele generații în spiritul valorilor unei astfel de economii, ce urmărește obiectivele de dezvoltare în sănătatea umană, valorificarea potențialului și utilizarea energiei din surse regenerabile, utilizarea tehnologiilor de producție ce minimizează cantitatea de reziduuri eliminate în mediul extern, agricultura ecologică, managementul resurselor naturale, economia colaborativă ș.a. Pentru a reuși realizarea acestor obiective, este necesară consolidarea capacităților tuturor membrilor societății prin procese de conștientizare individuală și colectivă și promovarea acestor obiective în dezvoltarea de afaceri, dar și în consum.

Doar împreună, vom reuși să formăm specialiști bine pregătiți în domeniul noii economii.

Sunt recunoscătoare numeroșilor experți cercetători internaționali care au reușit să se alăture conferinței noastre, ca să ne împărtășească cunoștințele, experiențele la acest eveniment. Sunt sigură că vom avea noi începuturi de colaborări fructuoase și pline de satisfacții.

Vă doresc mult succes la acest eveniment științific important și aștept cu nerăbdare să aflăm despre rezultatele ei.

Maria HĂMURARU, dr., conf. univ., decan al facultății de Științe Economice a USM

PLENARY PAPERS

LUCRĂRI PREZENTATE ÎN PLENUL CONFERINȚEI

DEZVOLTAREA CONCEPTULUI ȘI EVALUAREA EFICIENȚEI FINANCIARE A INCUBATORULUI TEHNOLOGIC ȘI DE AFACERI UNIVERSITAR

Andrei MULIC, Ecateriana ULIAN

Universitatea de Stat din Moldova

Gert DE JONG

Amsterdam University of Applied Sciences, Netherlands

Abstract. *Actuality of the research topic focuses on increasing the role of entrepreneurial initiative in the university environment, aiming at attracting and retaining young people in the community and implementing new technologies. The research topic aims to define the role, mission and purpose of the Technology and Business Incubator of MSU (TBI) as an integral part of an ecosystem for accelerating technology transfer, innovation and business support. The purpose and objectives of the research focus on describing the process of reforming the University Innovation Incubator, taking into account the process of accelerating the business and identifying the types of support for startups. The development of the entrepreneurial ecosystem and the highlighting of the role of the Technological and Business Incubator in the university environment is achieved by identifying, within the research, the necessary infrastructure and human resources. To achieve the proposed goal and objectives we used the classical cognitive methods of analysis and research and the method of prediction. During the research, we will rely on the experience of the TECHNICOM Technical University of Kosice in order to multidimensional assessment and development of the entrepreneurial ecosystem at national level in order to boost the SME sector in the Republic of Moldova. The research results consist in proposing the structure and complexity of the services of the Technological and Business Incubator of MSU according to the stipulations of Law no. 226 of 01.11.2018 and in calculating the necessary financial investments and determining their effectiveness.*

Keywords: *business acceleration, ecosystem, Innovation Incubator, Technology and Business Incubator, startup, pre-incubation services, incubation services.*

Introducere

Pentru dezvoltarea ecosistemului antreprenorial la nivel național și regional în vederea impulsării sectorului IMM în cadrul Universității de Stat din Moldova este necesar de revizuit denumirea Incubatorului de inovare în *Incubator Tehnologic și de Afaceri*, diversificând activitatea acestora în cadrul universității și dezvoltând inițiativa antreprenorială din mediul universitar, având ca obiectiv atragerea și reținerea tinerilor în comunitate și implementarea ideilor și tehnologiilor elaborate și dezvoltate de studenți / masteranzi / doctoranzi în cadrul facultăților (universității).

Misiunea Incubator Tehnologic și de Afaceri (ITA) al USM este de a crea un ecosistem pentru accelerarea transferului de tehnologie, inovarea și sprijinirea afacerilor. În plus, oferă o platformă pentru a susține implementarea cercetării și dezvoltării aplicative (R&D) și asigură transferul rezultatelor cercetării și dezvoltării în practica economică și socială. ITA permite, de asemenea, înființarea și dezvoltarea afacerilor care utilizează rezultatele cercetării și dezvoltării pentru produsele, bunurile și serviciile lor inovatoare.

Scopul este de a oferi un mediu de incubare care permite procesul de accelerare, făcând astfel posibilă înființarea și dezvoltarea întreprinderilor mici sau mijlocii ce utilizează tehnologii moderne (și nu doar), sau a întreprinderilor start-up și spin-off.

Rezultatele cercetării proprii și a discuțiilor

Pentru accelerarea afacerii este necesar de asigurat trei componente:

- 1) Competiții pentru idei inovatoare denumită „AVETI O IDEE? PREZENTAȚI-VĂ START-UP” se desfășoară anual.
- 2) Durata etapei de preincubare la Startup Center USM este de șase luni.
- 3) Posibilitatea implicării ulterioare în Incubator Tehnologic și de Afaceri (ITA) al USM.

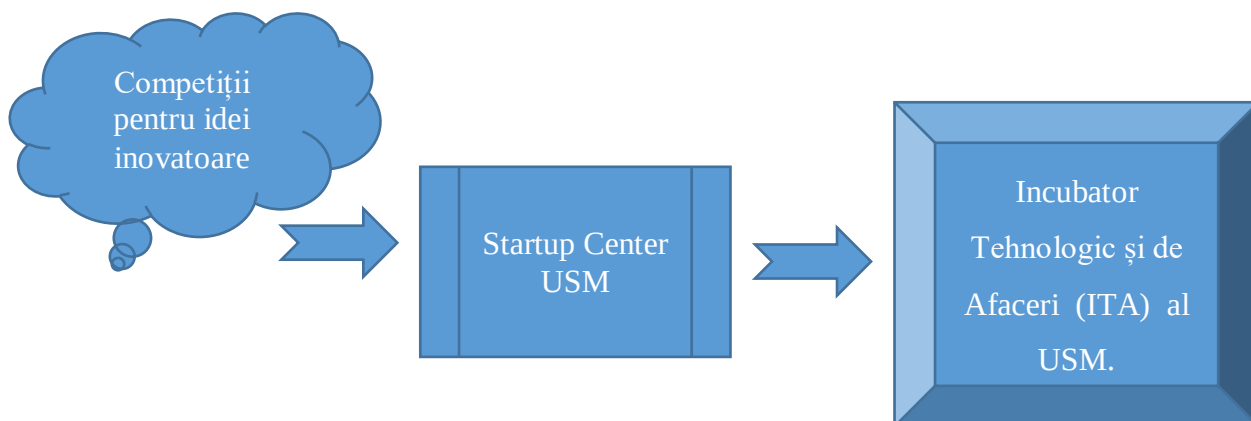


Figura 1. Componente esențiale pentru accelerarea afacerii

Sursa: elaborat de autori



Suport pentru startup-uri:

- condiții favorabile pentru amplasarea fizică în incinta Startup Center USM;
- suportul experților și mentorat în dezvoltarea planului de afaceri și proiectelor financiar, oferit de instituții specializate USM și instituții partenere;
- sprijinirea gestionării și controlului drepturilor de proprietate intelectuală, aceasta include coordonarea procedurilor de creare, protecție și utilizare a proprietății intelectuale;
- consultanță profesională, servicii educaționale și juridice în domeniul financiar, contabil, protecției și comercializării proprietății intelectuale, de asemenea, în domeniul protecției industriale, juridice și al protecției drepturilor de autor;
- sprijin în atragerea partenerilor din mediul comercial în atragerea (găsirea) de potențiali investitori și în crearea planului de afaceri.

Tabelul 1. Infrastructura necesară pentru Incubator Tehnologic și de Afaceri (ITA) al USM

Servicii de preincubare	Servicii de incubare	Servicii post incubare	Servicii de instruire	Servicii de coaching și mentorat
• Spațiu pentru preincubare • Stații de lucru • Conectivitate • Facilități de birou	• Spațiu de incubare • Spațiu de secretariat /recepție • Săli de ședințe • Spațiu pentru pauza de cafea • Săli de conferințe • Laboratoare • Facilități de birou	• Săli de conferințe • Centre de cercetare • Laboratoare	• Săli de instruire complet echipate	• Spațiu de birouri • Săli de ședințe • Conectivitate

Sursa: elaborat de autori

Tabelul 2. Resursele umane al Incubatorului Tehnologic și de Afaceri (ITA) al USM

Management	Experți interni	Personal extern	Alt personal
• Orientat spre activitățile de bază • Specific nevoilor antreprenoriale • Full / Part Time	• Orientat spre activitățile de bază • Specific nevoilor antreprenoriale • Full / Part Time	• Experți calificați pentru sarcini specifice • Specialiști relevanți • Competențe externalizate (Outsourcing)	• Secretariat • Administrare • Comunicare

Sursa: elaborat de autori

Conform Hotărârii Guvernului nr.583 din 31.07.2020 pentru punerea în aplicare a Legii nr. 226 din 01.11.2018 care prevede aprobarea: *Regulamentul de selectare a administratorilor parcurilor științifico-tehnologice și/sau incubatoarelor de inovare* se propune următoarea structura organizatorică și administrativă a Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM:

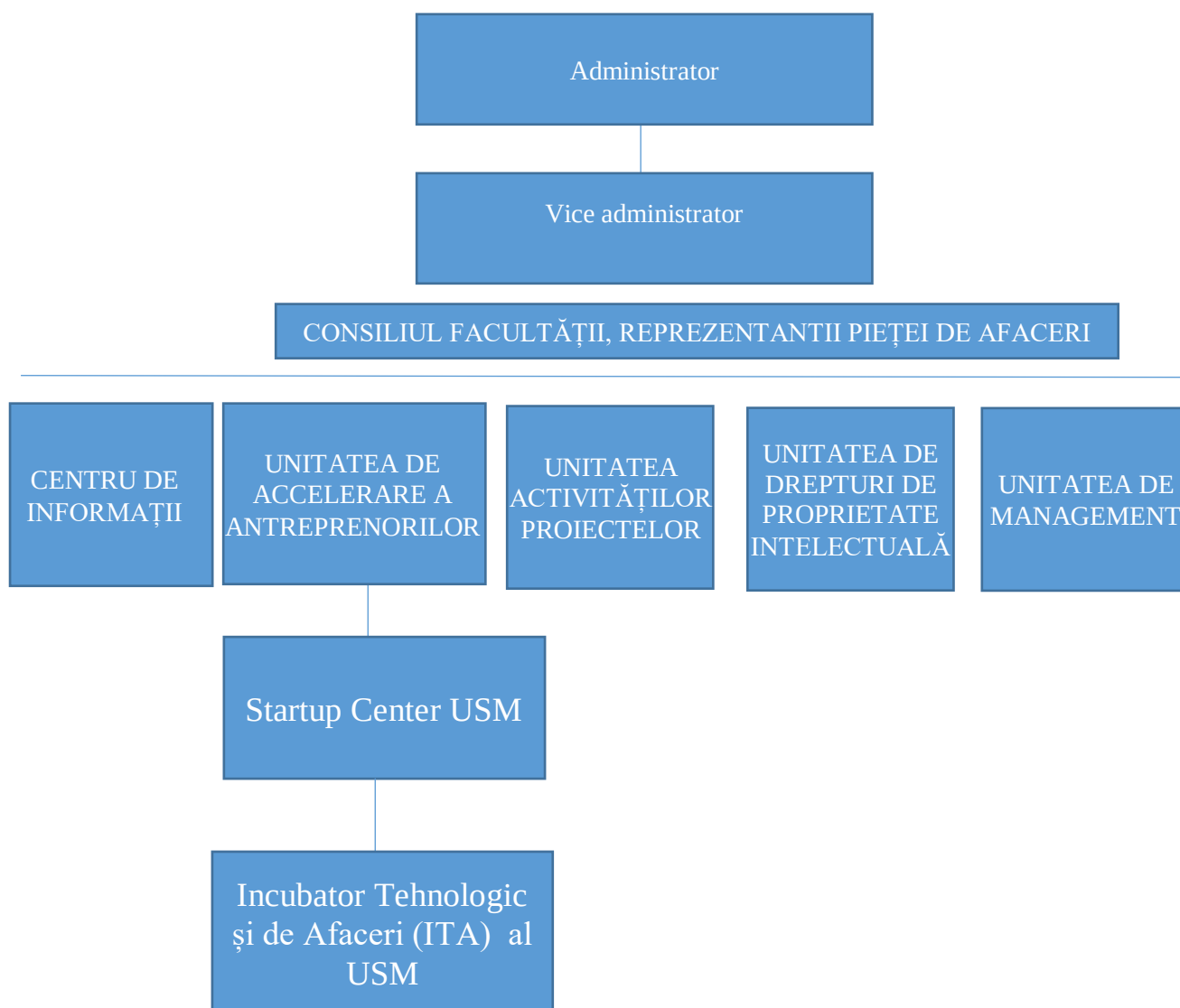


Figura 2. Structura organizatorică și administrativă a Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM

Sursa: elaborat de autori

Serviciile Incubatorului Tehnologic și de Afaceri (ITA) al USM:

1. Servicii de consultanță (individuale) domeniile economic și IT (statistica, analiza datelor, matematica, marketing, management, agricultura, etc). De invitat experti din domeniul;
2. Cursuri d specializare îngustă (5-10 ore pe o anumită tematică domeniile economic și IT). Ceea ce nu oferă universitate și cursuri din oraș.
3. Oferirea spațiului pentru reprezentanți din mediul de afaceri (pentru prezentarea afacerii sale și servicii de consultanță).
4. Colaborarea cu mediul de afaceri + universitate (conferinte comune, cercetări comune, tirguri de locuri de muncă)

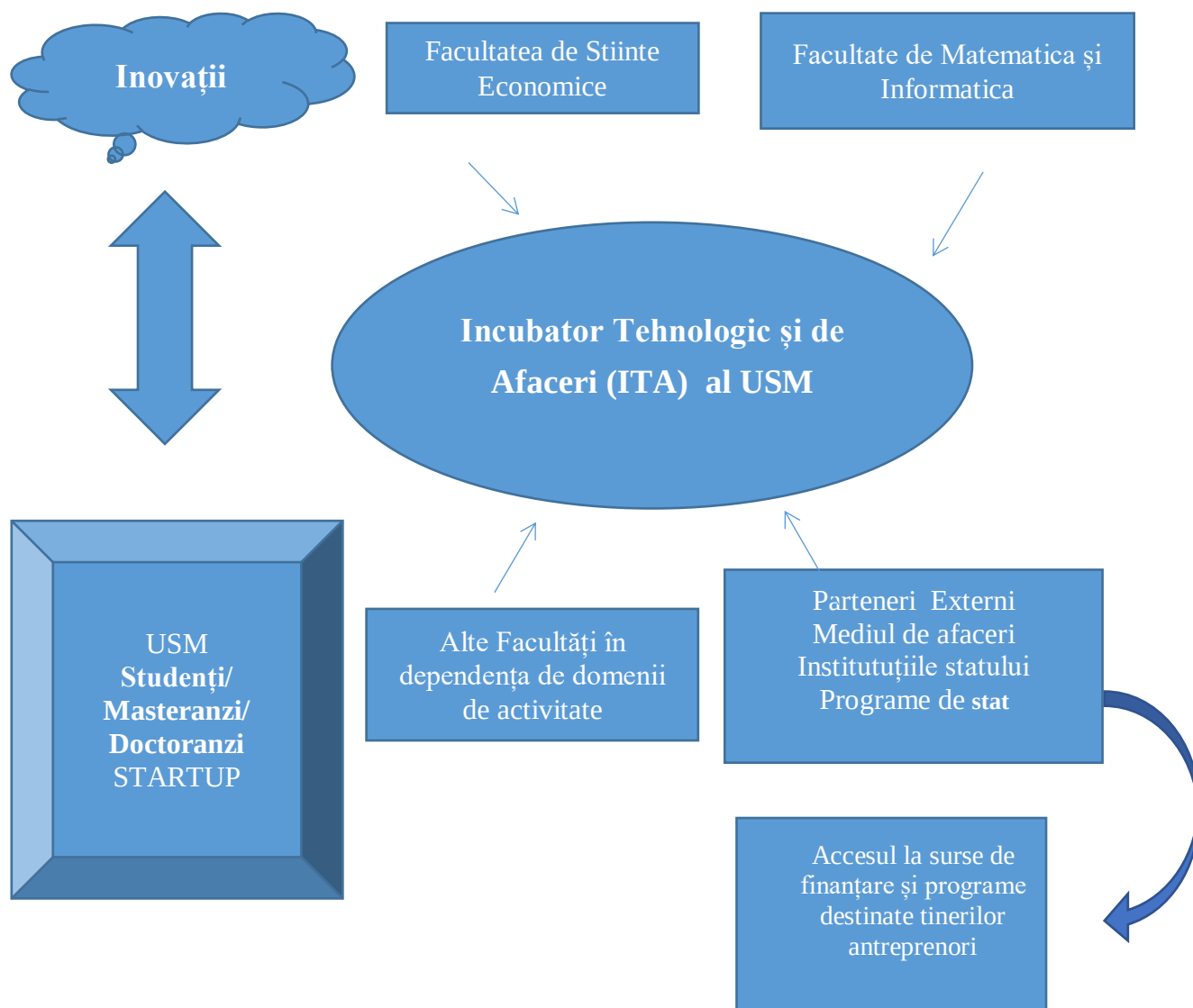


Figura 3. Infrastructura și complexitatea serviciilor Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM

Sursa: elaborat de autori

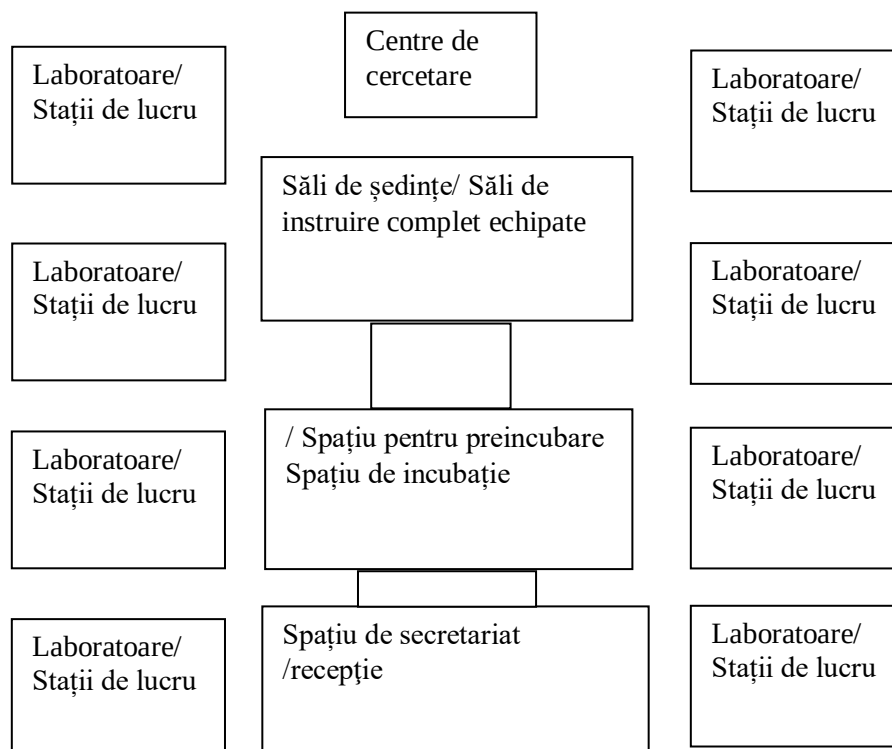


Figura 4. Structura (Plan-Schema) Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM
Sursa: elaborat de autori

După calcule efectuate bugetul de Investiții pentru tehnica de calcul al Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM reprezintă valoare de 572606 lei. În continuare vom efectua apreciere eficienței economice și financiare Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM:

Tabelul 3. Evaluarea eficienței economice și financiare Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM

Starea economiei	P	Rata de actualizare	Fluxuri financiare pe ani					Investitii	VAN
			1	2	3	4	5		
Recesiune	20%	0,1	120000	132000	145200	159720	175692	572606	-27151,5
Normală	35%	0,06	180000	201600	225792	252887	283233,5	572606	378166,7
Avânt	50%	0,07	210000	241500	277725	319383,8	367291,3	572606	566827,4

Sursa: elaborat de autori

Pe baza datelor obținute, putem concluziona că atunci când economia națională se află într-o stare normală și în stadiu de creștere, valoarea actualizată netă a acestui proiect investițional este pozitivă, ceea ce indică eficiență economică și financiară a Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM. Pentru generalizarea rezultatelor este necesar de calculat valoarea media a valorii actualizate nete.

$$VAN = -27151,5 \cdot 20\% + 378166,7 \cdot 35\% + 566827,4 \cdot 050\% = 410341,76 \text{ lei}$$

Concluzii

În cadrul cercetărilor, autorii au propus căile de reformare a Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM, luând în considerare procesul de accelerare a afacerilor și determinarea tipurilor de suport pentru startup-uri. Rolul incubatorului tehnologic și de afaceri în mediul

universitar se realizează prin definirea infrastructurii necesare, a resurselor umane, a structurii organizatorice și administrative

Astfel, s-a efectuat calcule investițiilor financiare necesare pentru tehnica de calcul al Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM, dezvoltarea unui ecosistem antreprenorial și a fost evaluată eficiența acestora. Pe baza la trei scenarii valoare media a valorii actualizate nete a Incubatorului Tehnologic și de Afaceri al USM este pozitivă ce demonstrează eficiența financiară a proiectului.

BIBLIOGRAFIE:

1. Legea cu privire la activitatea de antreprenoriat și întreprinderi, nr. 845-XII din 03.01.92 // În: Monitorul Parlamentului, 28.02.1994, nr. 2, art. nr: 33
2. Legea cu privire la parcurile științifico-tehnologice și incubatoarele de inovare nr. 226 din 01.11.2018
3. Legea privind susținerea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, nr.179 din 21 iulie 2016 // În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 16.09.2016, nr. 306-313, art nr: 651.
4. Hotărârea Guvernului nr. 463 din 23.05.2018 Planul de acțiuni privind implementarea Strategiei de dezvoltare a sectorului IMM-urilor pentru anii 2018-2020 // În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 25.05.2018, nr. 167-175, art nr: 514

Notă: Coceptul Incubator Tehnologic și de Afaceri a fost elaborat în baza experienței centrului TECHNICOM Technical University of Kosice și articolul este parte componentă din cadrul Proiectului de cercetare Evaluarea multidimensională și dezvoltarea ecosistemului antreprenorial la nivel național și regional în vederea impulsării sectorului IMM în Republica Moldova cu cifrul 20.80009.0807.38

ASIGURAREA CA INSTRUMENT MODERN DE REDUCERE A RISCURILOR FINANCIARE ALE ENTITĂȚILOR ECONOMICE

Svetlana GHERJAVCA

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *In the nowadays conditions of uncertainty, one of the most important factors of financial resources management is represented by the risk which is estimated both by managers, shareholders and the creditors of the company for whom the main guarantees are the company's assets. Economic activity exists within a frame of risky situations, especially the risks generated by the financing solutions accepted by the company. In both, national and international practices, external financing, especially borrowing, has an important share in the total amount of resources. Moldavian companies usually prefer cash payments due to high level of insolvency risk. The increase of insolvency risk is the consequence of instability that local companies are facing with. An efficient management of the business means identifying risks, their measurements and the last but not the least, finding solutions for their optimization. To achieve this goal a wide analysis of all the methods and techniques of risks minimization is needed, in order to find those tools which will allow the sustainable development of the company. One of the solutions is given by the insurance companies, which allow a sustainable development of the company's activity by taking a part of its financial risks.*

Keywords: *insolvency risk, insurance, risks minimization, sustainable development.*

În condițiile actuale de instabilitate, riscul este termenul cel mai uzual în domeniul afacerilor. Activitatea entităților economice este supusă mai multor categorii de risc, iar gestiunea necorespunzătoare a lor amenință întreaga activitate a entității și poate avea efecte negative asupra capitalului, clienților, salariaților, rezultatelor financiare. Pornind de la

accepțiunea că gestiunea financiară a entității are ca obiectiv principal maximizarea valorii, ceea ce presupune corelarea optimă a deciziilor privind investițiile în active cu cele privind finanțarea acestora, minimizarea riscurilor financiare ar trebui să prezintă unul din obiectivele prioritare în acest sens. Prin urmare, entitățile economice au ca opțiune autoasigurarea (crearea de rezerve) sau transmiterea riscurilor financiare către persoane terțe.

Potrivit Legii cu privire la asigurări ”riscul reprezintă un eveniment inconvenient, posibil și viitor care ar putea afecta bunurile, capacitatea de muncă, viața ori sănătatea persoanei” [5].

Riscul financiar se referă la probabilitatea înregistrării pierderilor în urma unor operațiuni de finanțare. Pornind de la originile operațiunilor de asigurare, care au apărut odată cu relațiile de împrumut, autorul german Blau B., asociază asigurările cu creditul: „creditul este mama asigurării” [4].

Există mai mulți factori specifici care pot fi clasificați ca risc financiar. Unele riscuri financiare mai comune și distincte includ riscul de credit, riscul de piață și riscul operațional.

Riscurile financiare ale entităților economice sunt relaționate de politicile de credit adoptate de către acestea. Prin urmare, principalele cauze ale instabilității în activitatea entităților autohtone este creșterea riscului de nerambursare a împrumuturilor, dar și de neîncasare a creanțelor, fapt ce impune o gestiune eficientă riscurilor, prin identificarea și măsurarea lor, precum și găsirea soluțiilor privind minimizarea lor. În prezent, piața financiară oferă mai multe posibilități de minimizare a riscurilor, printre care cele mai eficiente sunt considerate factoringul și transmiterea riscurilor către societățile de asigurări. Vânzările în credit, pe lângă avantajele reale pe care le oferă ambilor participanți ai afacerii, implică și anumite angajamente, nerespectarea cărora conduce la înregistrarea de cheltuieli. În acest context, în vederea minimizării riscului de nerambursare, facturile pot fi cedate societăților de factoring. Factoring-ul reprezintă o modalitate de asigurare și de finanțare pe termen scurt a unei entități. Totodată, factoring-ul este un mecanism de finanțare prin care se obțin lichidități prin vânzarea de facturi, scadența cărora este până la un an. Astfel, factoring-ul, pe de o parte oferă posibilități reale de procurare a resurselor financiare de care are nevoie entitatea economică, iar pe de altă parte, reprezintă un instrument eficient de transmitere a riscurilor de neîncasare a facturilor către societățile de factoring.

Spre deosebire de societățile de factoring, societățile de asigurări oferă o acoperire mai vastă a riscurilor financiare. În momentul încheierii contractului de asigurare, societatea de asigurare analizează obligațiunile contractuale ale partenerilor, situațiile financiare și indicatorii ce caracterizează activitatea financiară/comercială a entității asigurate, fapt ce permite crearea unei viziuni reale asupra riscurilor aferente operațiunilor comerciale. Cerințele impuse de către companiile de asigurare entităților asigurate vor avea ca efect reducerea pierderilor financiare.

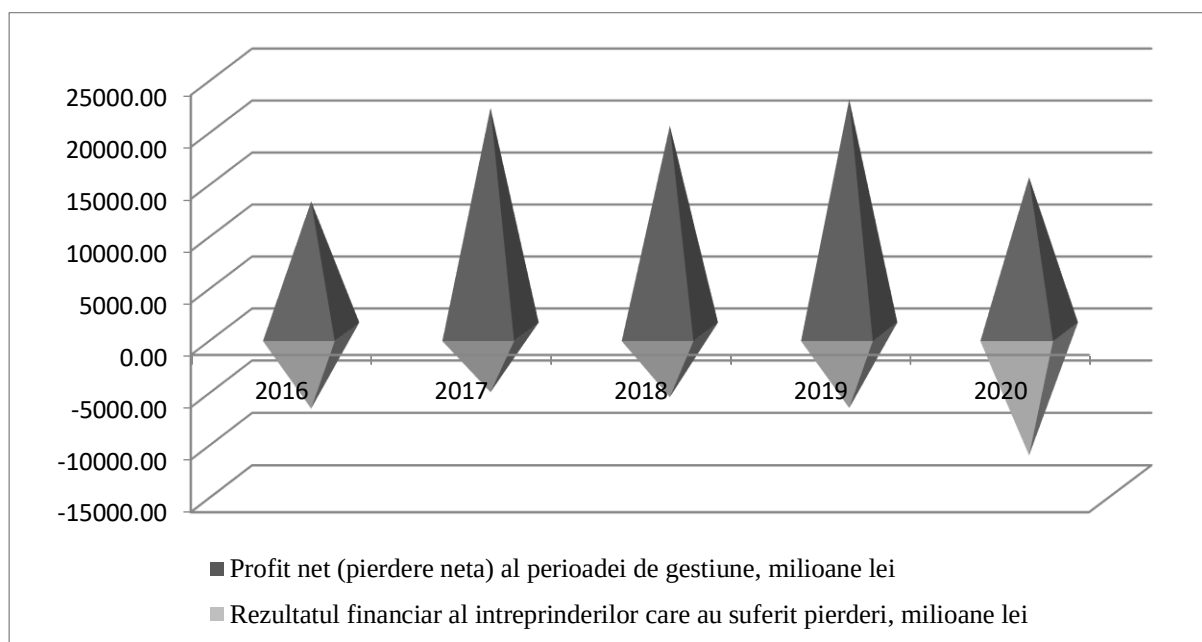


Figura 1. Corelația dintre rezultatele pozitive și rezultatele negative înregistrate de către entitățile economice în perioada anilor 2016-2020, lei.

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor Biroului național de statistic al Republicii Moldova

Potrivit datelor Biroului național de statistic al Republicii Moldova, suma pierderilor înregistrate de către entitățile economice autohtone este în creștere în ultimii ani, iar coeficientul de corelație dintre suma pierderilor înregistrate de către entitățile economice și suma profitului înregistrat, în anul 2020 a constituit 0,79. Nivelul acestui indicator indică faptul că la fiecare 10 entități profitabile le revin 8 entități economice ce înregistrează pierderi financiare. Criza provocată de pandemia Covid-19 a avut repercusiuni majore asupra activității companiilor din întreaga lume. Astfel, riscurile financiare rămân a fi iminente și ar putea fi agravate în perioadele următoare. În vederea minnizării riscurilor, entitățile economice pot apela la societățile de asigurare ce dețin licență pentru asigurarea riscurilor financiare (tabelul 1).

Tabelul 1. Companiile de asigurări ce dețin licență în domeniul asigurărilor de credite, garanții și pierderi financiare.

Compania de asigurare	Clasa de asigurare		
	Asigurări de credite	Asigurări de garanții	Asigurări de pierderi financiare
Acord Grup S.A.			•
Asterra Grup S.A.	•		•
Donaris Vienna Insurance Group S.A.			•
Garanție S.A.			•
General Asigurări S.A.		•	•
Grawe Carat Asigurări S.A.			
Intact Asigurări Generale S.A.		•	
Moldasig S.A.	•	•	•
Moldcargo S.A.		•	•
Moldova Astrovaz S.A.			
Transelit S.A.			•

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor Comisiei naționale a pieței financiare

Conform calculelor autorului în baza datelor Comisiei naționale a pieței financiare, volumul primelor brute subscrise pentru riscurile financiare constituie doar 1,2% din volumul total al primelor brute încasate de către societățile de asigurări autohtone pe segmentul asigurărilor generale. Asigurările de riscuri financiare sunt produse relativ noi pentru țara noastră, totuși creșterea cotei în ultimii ani oferă perspective reale de dezvoltare a acestui sector al asigurărilor. În comparație cu statele dezvoltate, în Republica Moldova, capacitatea de plată atât a persoanelor juridice, cât și a celor fizice este scăzută. Aceasta din urmă limitează interesul, dar și accesul la produsele de asigurare care nu sunt obligatorii prin legislație.

Tabelul 2. Societățile de asigurări și condițiile de asigurare a riscurilor financiare

Societatea de asigurări	Tipul produsului	Descrierea produsului
Acord Grup	<i>Asigurarea de riscuri financiare</i>	asigurarea intereselor patrimoniale ale asiguratului în cazul neexecutării angajamentelor contractuale din partea contragentului de afaceri al asiguratului (neplata, neonorare, nerambursarea, nelivrarea etc.).
Asterra Grup S.A.	<i>Asigurările de credite</i>	asigurarea intereselor patrimoniale ale asiguratului, legate de pierderea totală sau parțială de către asigurat (beneficiar), a mijloacelor bănești proprii, acordate drept credit sau sub formă de depozit bancar, a veniturilor sau cheltuielilor probabile suplimentare, în rezultatul neexecutării a obligațiilor contragentul asiguratului (beneficiarului), de rambursare a creditului sau depozitului bancar în termenii stabiliți și plată a dobânzii bancare, de efectuare a plății costului lucrărilor îndeplinite, mărfurilor livrate, serviciilor acordate din partea asiguratului (beneficiarului).
	<i>Asigurările de pierderi financiare</i>	are ca obiect al asigurării interesele patrimoniale ale asiguratului, legate de riscul pierderii dreptului de proprietate la un bun imobil determinat.
Donaris Vienna Insurance Group S.A.	<i>Asigurările de pierderi financiare</i>	*lipsește informație pe site-ul societății de asigurare.
Moldasig	<i>Asigurarea riscurilor financiare</i>	asigurarea riscului de neachitare în termen a mijloacelor bănești și apariția pierderilor.

Sursa: Elaborat de autor în baza informațiilor de pe site-urile oficiale ale societăților de asigurări autohtone.

În Republica Moldova, asigurările de riscuri financiare ocupă un loc neînsemnat pe piața asigurărilor, în comparație cu România (tabelul 3), unde cota de piață a acestor tipuri de asigurări este mai mare.

Tabelul 3. Cota de piață a asigurărilor de riscuri financiare în Republica Moldova și România în anul 2020, %

Asigurarea riscurilor financiare	Cota de piață	
	Republica Moldova	România
Asigurări de credite	0,14	19,74
Asigurări de garanții	0,00	0,00
Asigurări de pierderi financiare	1,10	14,14

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor cnpf.md și asfromania.ro

Deși Republica Moldova înregistrează cote de piață la asigurările de credite și de pierderi financiare destul de scăzute comparativ cu cele înregistrate în țara vecină, totuși perspectivele de dezvoltare a acestor produse sunt favorabile. Cota de piață pentru aceste clase de asigurări este mai mare în țările vecine, ea rămâne, totuși scăzută pe plan internațional. Companiile străine oferă o gamă mai variată de produse de asigurări, cu un conținut mai complex, dar din cauza caracterului facultativ al acestor tipuri de asigurări, entitățile economice au un comportament mai "relaxat" față de riscurile financiare. Caracterul complex al unor operațiuni comerciale, cum ar fi exportul, trebuie să semnaleze despre importanța asigurării riscurilor financiare. În acest caz, exportatorii sunt supuși nu doar riscului neîncasării contravalorii mărfurilor din partea clienților străini, dar și riscului valutar, ceea ce amplifică probabilitatea pierderilor financiare.

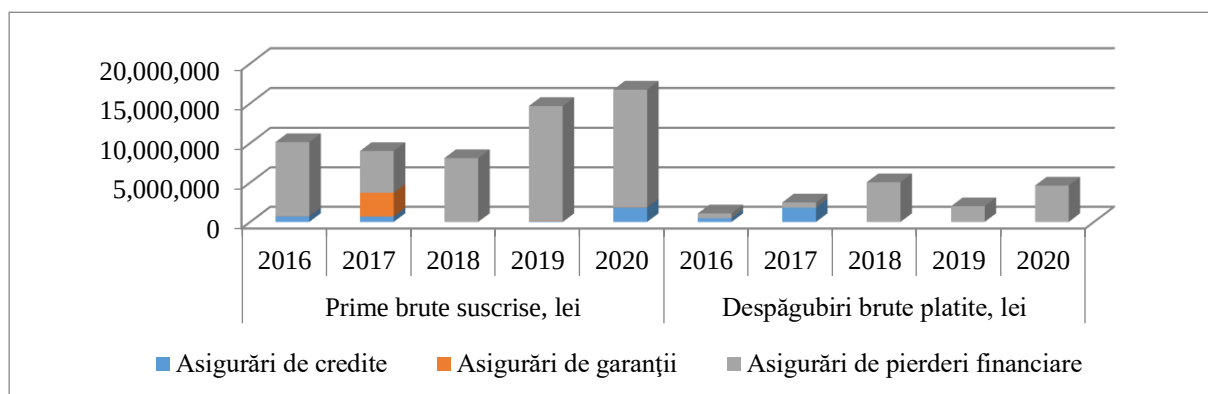


Figura 2. Evoluția volumului primelor brute și volumului de indemnizații brute achitate în perioada anilor 2016-2020, lei.

Sursa: Elaborată de autor în baza datelor Comisiei naționale a pieței financiare.

Piața asigurărilor de riscuri financiare înregistrează o tendință de creștere a volumului primelor brute încasate de către societățile de asigurare în ultimii ani, în special în anul 2020 (figura 2), fiind dominată de asigurările de pierderi financiare. Cu toate acestea, volumul indemnizațiilor achitate este în ușoară scădere în ultimul an, dar înregistrează un avânt semnificativ față de anul 2016. Toate aceste tendințe confirmă creșterea interesului față de asigurarea riscurilor financiare în ultimii ani.

Efectele pandemiei Covid-19 continuă să fie resimțite de către unitățile economice autohtone, ceea ce semnalează despre necesitatea asigurării riscurilor aferente afacerilor. Prin urmare, asigurarea riscurilor financiare va permite entităților economice:

- Optimizarea politicii de credit;
- Minimizarea rezervelor pentru pierderi;
- Reducerea cheltuielilor privind remunerarea persoanelor calificate în domeniul gestionării riscurilor;

- Optimizarea fluxurilor de numerar;
- Asigurarea unei activități continue;
- Realizarea proiectelor investiționale fără întreruperi.

Concluzii:

Multitudinea de riscuri la care este supusă activitatea entităților economice a făcut necesară apariția mai multor metode și instrumente de gestiune a riscurilor financiare. Cea mai simplă metodă este autoasigurarea, prin crearea de rezerve destinate acoperirii pierderilor financiare. Dezavantajul acestei metode constă în faptul că pierderile sunt suportate integral de entitatea economică. În vederea reducerii pierderilor, entitățile economice pot transmite aceste riscuri către alte persoane, precum societățile de factoring și societățile de asigurări. Avantajul societăților de asigurări constă în varietatea riscurilor luate în asigurate, în comparație cu societățile de factoring. Entitățile economice autohtone nu beneficiază în mare parte de aceste avantaje din cauza lipsei informațiilor, resurselor financiare, dar și neîncrederii în instituțiile financiare. Doar prin intervenția societăților de asigurări și a statului, prin educația financiară a entităților economice și a persoanelor fizice, prin creșterea capacității de plată, prin lansarea de produse noi în corespundere cu necesitățile actuale poate fi sporit interesul față de asigurări, care, în cele din urmă, vor consolida sectorul asigurărilor din Republica Moldova.

BIBLIOGRAFIE:

1. Biroul național de statistic al Republicii Moldova. Activitatea și poziția financiară a agenților economici după marime și activități economice, 2015-2020 preluat de pe https://statbank.statistica.md/PxWeb/pxweb/ro/40%20Statistica%20economica/40%20Statistica%20economica__24%20ANT__ANT030/ANT030060.px/?rxid=9a62a0d7-86c4-45da-b7e4-fecc26003802.
2. Clasele de asigurare incluse în licența de activitate la situația din 06.04.2021 preluat de pe <https://www.cnpf.md/ro/entitati-supravegheate-6412.html>.
3. Încasări de prime de asigurare și plăți a despăgubirilor și sumelor asigurate preluat de pe <https://www.cnpf.md/ro/indicatori-si-raportari-specializate-6437.html>.
4. Klapkiv I., The use of Financial risks insurance to launder Financial resources in Ukraine, Insurance Review 4/2015 / Wiadomości Ubezpieczeniowe 4/2015, p. 125-131.
5. Legea cu privire la asigurări nr. 407-XVI din 21.12.2006// Monitorul Oficial nr.47-49 art.213 din 06.04.2007.
6. Raport privind evoluția pieței asigurărilor pentru anul 2020, preluat de pe <https://asfromania.ro/uploads/articole/attachments/6076d9413c2df993732126.pdf>.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ТАМОЖЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОПЫТА ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН

Вера ФОМИШИНА

Херсонский национальный технический университет, Украина

Abstract. *Improvement of the customs regulation system in Ukraine based on the experience of foreign countries. The article is devoted to the issues of functioning and reformation of the customs regulation system of Ukraine. It is noted that in the process of reformation of the practice of customs policy realization and improvement of the mechanism of usage of customs and tariff regulation instruments it is expedient to use the experience of foreign countries especially because of the course towards the European integration of Ukraine.*

The problems of adaptation of Ukrainian legislation to the legislation of the European Union and other partner states are considered. The goal to improve the Ukrainian tax and customs legislation was set. As a result, national customs system will comply with the international legal norms. It has been determined that the strategic direction of state regulation of the foreign economic sphere is the implementation of the export-oriented policy of enterprises. This calls for the optimization of the export structure, expansion of the range of goods and services, an increase in the share of high-tech products in the total volume of exports, and new markets to enter. The following directions of improving the system of administration of customs payments are proposed: the establishment of optimal tax rates, discounts and benefits, the introduction of effective methods of management and combating corruption, and others.

Keywords: customs regulation, export-oriented policy, international legal norms, Ukraine.

Активное включение стран постсоветского пространства в международное разделение труда может принести множество положительных результатов. Это прежде всего достижение экономического роста за счет извлечения преимуществ расширения рынков сбыта, специализации и кооперации, удовлетворения потребностей производителей и потребителей, повышения качества и технического уровня производства, роста производительности труда и пр. Кроме того, внешнеэкономическая деятельность является источником дополнительных бюджетных поступлений. Эти результаты достижимы только в рамках целенаправленной внешнеэкономической экономической политики, составляющей которой является таможенное регулирование.

Вопросы таможенного регулирования и администрирования исследуются многими учеными, такими как Бойкова М.В. [2], Джеймс Т. Уолш [3], Котыш Е.Н. [5], Крисоватий А. І. [6], Гусаков В.Г. [8] и др. На фоне глубокого исследования теоретико-методологических и прикладных аспектов недостаточное внимание уделяется, на наш взгляд, регулирующей функции налогообложения внешнеэкономических операций.

Целью этой статьи является исследование современных практик использования системы таможенного регулирования в разных странах. Это позволит определить основные направления совершенствования экономических инструментов таможенной политики Украины.

Таможенная система любой страны направлена на достижение двух целей – содействие внешней торговле с целью социально-экономического развития (регулирующая функция) и пополнение государственного бюджета (фискальная функция).

Реализация фискальной функции подтверждается суммами и долей поступлений в государственный бюджет страны от внешнеэкономической деятельности. Таможенный кодекс Украины от 13 марта 2012 года определяет таможенные платежи через перечисление его видов [7]:

1. Налоги на международную торговлю и внешние операции;
2. Акцизный налог с ввезенных в Украину подакцизных товаров;
3. Налог на добавленную стоимость с импортных товаров.

Таблица 1. Доля поступлений от таможенных платежей в доходах государственного бюджета Украины, %

	2016	2017	2018	2019	2020
Налоги на международную торговлю и внешние операции	3,31	3,09	2,92	3,01	2,83
Акцизный налог с ввезенных в Украину подакцизных товаров	5,68	5,29	5,14	5,36	5,38
Налог на добавленную стоимость с импортных товаров	29,44	31,58	31,83	29,03	25,47
Всего	38,44	39,96	39,89	37,4	33,68

Источник: Составлено автором по [4].

Изучение данных, представленных в таблице 1, показывает, что поступления в виде таможенных платежей служат одним из основных источников наполнения государственного бюджета Украины. Наибольший удельный вес имеет НДС. Все платежи показывают тенденцию к снижению на протяжении рассматриваемого периода, однако являются чрезвычайно высокими по сравнению с некоторыми постсоветскими странами. Т.е. таможенные платежи выполняют скорее фискальную, а не регулирующую функцию.

Таблица 2. Доля таможенных пошлин в доходах консолидированного бюджета, % к итогу

	2018	2019
Армения	6,0	6,1
Беларусь	21,2	18,3
Казахстан	12,7	11,3
Кыргызстан	13,5	14,8
Россия	18,9	14,8

Источник: Составлено автором по [11].

Вместе с тем в странах ЕС таможенная пошлина не применяется в фискальных целях и рассматривается как влиятельный фактор экономической интеграции. В частности, с середины 90-х годов средний таможенный тариф стран ЕС постепенно снижается [5].

Такое положение оказывает негативное влияние на условия ведения внешнеэкономической деятельности в Украине, ставит украинских предпринимателей в неравные условия на мировом рынке и предусматривает необходимость пересмотра налогового законодательства. Субъекты международного бизнеса, экономисты и юристы настойчиво требуют привести действующее административное законодательство, и особенно законодательное обеспечение администрирования налогов и таможенных платежей, до мирового уровня, что способствовало бы развитию бизнеса в государстве, в том числе притока иностранных инвестиций. Определенные шаги в этом направлении уже делаются: в соответствии с постановлением Кабинета Министров Украины от 18.12.2018 за № 1200 «Об образовании Государственной налоговой службы Украины и Государственной таможенной службы Украины» принято решение о создании самостоятельного, отдельного центрального органа исполнительной власти по таможенным вопросам, а именно Государственной таможенной службы Украины [9].

Вместе с тем целесообразным для Украины в процессе реформирования практики осуществления таможенной политики и совершенствования механизма использования инструментов таможенно-тарифного регулирования является использование мирового опыта.

Таможенно-тарифное регулирование экспортно-импортных операций развитых стран в основном соответствует рекомендациям международных организаций. В странах с развитой рыночной экономикой с целью поощрения притока капитала в страну пошлиной облагается только импорт, а экспортная пошлина не применяется (в США даже запрещено законодательно). Стоит отметить, что большинство высокоразвитых стран и стран с переходной экономикой применяют внешнеэкономическую политику, которая заключается в стимулировании экспорта готовой продукции, ограничении вывоза сырья и поощрении импорта комплектующих, материалов для развития собственной промышленности [6].

Таможенно-тарифное регулирование как средство стимулирования экспорта успешно используется в Индонезии, в частности, если экспортер представляет план

экспорта, где указаны импортные материалы, а также добавляет банковскую гарантию, то импортер данных материалов освобождается от уплаты пошлины путем получения лицензии на импорт ресурсов, а сумму пошлины оплатит экспортер в том случае, если не вывезет 85% продукции в указанное время.

В Китае также действует система содействия экспорту, которая заключается в предоставлении многочисленных льгот и содействии при осуществлении экспортных операций, в то время, как льготы импортерам запрещены и введены дополнительные тарифы за ускорение таможенного оформления. То есть таможенный тариф применяется как инструмент стимулирования производства и экспорта продукции с высокой долей добавленной стоимости, специализируется на основе использования принципа тарифной эскалации, которая заключается в том, что ставки пошлины повышаются в соответствии с ростом степени обработки товаров, причем эта разница может достигать даже 10 раз [6].

В частности, уровень таможенного обложения импортной готовой продукции в Японии больше уровень ставок пошлин на сырье в 10,8 раз, в ЕС – в 7,7 раз, США – в 7,1 раз. В странах с переходной экономикой тарифная эскалация несколько меньше: с увеличением степени обработки товара уровень тарифной защиты растет в Польше в 2,8 раз, Чехии – в 4,5 раз.

Примерно на том же уровне находится и тарифная эскалация в Украине, где готовая импортированная продукция облагается пошлиной, большей в 3,2 раз, чем для сырья. Тарифная эскалация является действенным методом защиты национального товаропроизводителя. Однако тарифная эскалация – одно из главных препятствий диверсификации экспорта многих стран, отчасти, это объясняет, почему в экономике развивающихся стран преобладает продукция первой степени переработки, а на долю продукции более глубокой степени переработки приходится только менее 5% экспорта товаров [8].

Применение ее в развитых странах приводит к консервированию технологической отсталости стран, находящихся на пути к рыночной экономике, ведь исключает доступ их готовой продукции на рынки таких стран.

Интересен тот факт, что многие страны мира наряду со стимулированием экспорта и содействием развитию отечественного производства не создают препятствий и для импортных товаров. Здесь можно привести пример Японии, где действует система налоговых льгот для импортеров, например, налоговый кредит в размере 5% от объема импорта или вообще освобождение от налогообложения большого перечня импортных товаров, составляет в конечном итоге до 25% общего объема импорта. Таможенный тариф Польши предусматривает четыре вида таможенных пошлин: основные (конвенционные), преференциальные, автономные и снижены. Сниженные ставки применяются для стран, подписавших соглашения о свободной торговле с Польшей [10].

В Венгрии, аналогично Польше, таможенно-тарифная политика осуществляется по нормам ЕС, а таможенное оформление – на основе Единого административного документа, применяемого в странах ЕС.

Таможенная политика Венгрии, так же, как и других новых стран - членов ЕС (Словении, Словакии), характеризуется переходным состоянием от политики защиты национальной экономики от импортной экспансии в либерализации торговой политики под давлением ВТО, попыткой избежать резкого снижения таможенных ставок и сохранить элементы государственной поддержки сельского хозяйства и других уязвимых отраслей экономики [10].

Существенное отличие таможенно-тарифного регулирования в Украине от рассмотренных стран мира заключается в чрезвычайно разветвленной товарной номенклатуре внешнеэкономической деятельности, создает потенциальную

возможность для злоупотреблений субъектов ЗЕД путем декларирования товара не по своим кодам с целью уплаты меньшей суммы платежей.

К сожалению, возможность гармонизации таможенного законодательства Украины к требованиям ЕС существенно тормозится из-за приоритета фискальной функции таможенных органов, что чрезвычайно усложняет возможность тесного сотрудничества с таможенными системами ЕС и мирового сообщества.

В настоящее время мировая таможенная система развивается как система таможенного сервиса, целью которой является результативное содействие бизнесу при поддержании неизменно высокого уровня безопасности. В чрезвычайно конкурентоспособной мировой окружающей среде международная торговля и инвестиции не будут направлены в те области, которые рассматриваются бизнесом как бюрократические и с высокими затратами [2].

Анализ показывает, что многие законы и нормативные акты, принятые с целью улучшения бюджетных показателей за счет усиления налогового бремени во внешнеэкономической деятельности, создали неблагоприятные условия экономического развития. Поэтому стратегической целью государственного регулирования внешнеэкономической сферы должна стать система экономических мероприятий в сфере налогов и таможенных платежей, которые одновременно будут давать возможность осуществлять контроль и регулирование ВЭД, способствовать сбалансированному росту отечественной экономики и обеспечивать поступления в бюджет страны. С учетом международного опыта, деятельность соответствующих институтов, регулирующих таможенные процессы и процедуры, должна сосредотачиваться на следующих направлениях:

1. Переориентация с преимущественно фискальной функции таможенных платежей на преимущественно регуливающую и защитную (создание благоприятного инвестиционного климата, развитие свободных экспортных зон, гибкое управление таможенными пошлинами на разных стадиях экономического цикла, политика разумного протекционизма, управление тарифной эскалацией).

2. Стимулирование экспортоориентированной политики отечественных предприятий (устранение барьеров в международной торговле, создание механизма финансовой поддержки экспорта, предоставление налоговых льгот и скидок, установление оптимальных налоговых ставок, модернизация инфраструктуры, налоговые инструменты повышения конкурентоспособности производителей и привлечения иностранных инвестиций, упрощение и сокращение времени таможенных процедур, стимулирование выхода на новые рынки сбыта, ускорение товаро- и пассажиропотоков, преодоление или сведение к минимуму коррупции, устранение контрабанды и др.).

3. Разработка и реализация нормативно-правовых актов, направленных на гармонизацию таможенного законодательства Украины к требованиям ВТО и основных внешнеэкономических партнеров (завершение гармонизации украинского законодательства с европейским, в частности относительно имплементации положений Таможенного кодекса Европейского союза, запуска механизмов по совместному контролю и обмену информацией со странами ЕС [1], четкое разграничение функций разработки налоговой политики и ее реализации при максимально возможной простоте и прозрачности законов и нормативных актов; конфиденциальность информации о налогоплательщиках, благоприятные условия для постановки налогоплательщиками вопросов толкования налогового законодательства и его применения [3].

Выводы. Проведенное исследование показывает, что таможенная система Украины, в отличие от развитых стран, а также некоторых стран с переходной экономикой, направлена преимущественно на выполнение фискальной, а не

регулирующей функции. В условиях долгосрочной стратегии интеграции страны в ЕС основными направлениями совершенствования таможенной системы являются: переориентация с преимущественно фискальной функции таможенных платежей на преимущественно регулирующую и защитную; стимулирование экспортоориентированной политики отечественных предприятий; разработка и реализация нормативно-правовых актов, направленных на гармонизацию таможенного законодательства Украины к требованиям ВТО и основных внешнеэкономических партнеров.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Бизнес-цензор [Электронный ресурс]: URL: https://biz.censor.net/news/3258569/ukraina_vnedrila_sistemu_obmena_tamojennoyi_inform
2. Бойкова М.В. Зарубежный опыт таможенного администрирования [Электронный ресурс]: / М.В. Бойкова; под общ. ред. В.В. Макрусева. М.: РИО Российской таможенной академии, 2017. 130 с. URL: http://rta.customs.ru/nrta/attachments/3756_978-5-9590-0935-9.pdf
3. Джеймс Т. Уолш. Новая таможенная система [Электронный ресурс]: / Финансы & развитие, март 2006 URL: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/rus/2006/03/pdf/walsh.pdf>
4. Доходи державного бюджету України [Электронный ресурс]: / Офіційний сайт Міністерства фінансів України: URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/2020/>
5. Котыш Е.Н. Анализ таможенных платежей как источника формирования государственного бюджета Украины [Электронный ресурс]: URL: <http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/10261/1/%D0%9A%D0%BE%D0%BF%>
6. Крисоватий А. І. Домінанти гармонізації оподаткування: національні та міжнародні вектори: Монографія [Текст]: / А. Крисоватий, В. Валігура. - Тернопіль: Підручники і посібники, 2010. - 248 с.
7. Митний кодекс України від 13 березня 2012 року № 4495-VI [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Верховної Ради України - URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
8. Повышение эффективности внешней торговли АПК Беларуси в условиях развития международного торгово-экономического пространства [Электронный ресурс]: / В.Г. Гусаков [и др.]; под ред. В.Г. Гусакова. - Минск: Беларуская навука, 2020. - 238 с. URL: <https://www.litres.ru/v-g-gusakov/povyshenie-effektivnosti-vneshney-torgovli>
9. Про утворення Державної податкової служби України та Державної митної служби України: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.12.2018 № 1200 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/pro-utvorenniyaderzhavnoyi-podatkovoyi-sluzhbi-ukrayini-taderzhavnoyi-mitnoyi-sluzhbi>
10. Світовий досвід оподаткування: Республіка Польща [Електронний ресурс]. URL: <http://sfs.gov.ua/modernizatsiya-dps-ukraini/arkhiv/mijnarodniy-dosvid-rozvitk/>
11. Статистика государственных финансов Евразийского экономического союза. 1 квартал 2020. Стат. бюллетень; Евразийская экономическая комиссия [Электронный ресурс]. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/act/integr_i_makroec/dep_stat/fin_stat/statistical_publications/Document/sfinstat_1/finstat_1_1Q2020.pdf

TOURISM DEVELOPMENT IN THE INTERNATIONAL SUSTAINABLE MARKETING SYSTEM

Veronica BULAT
Moldova State University
Oana BOCĂNETE
Tomis University, Romania

Abstract. Enterprises operating on the tourism market are faced with rapid and frequent change that affects their performance from both the tourist demand side and the tourist supply side. The tourist demand side is distinctly heterogeneous about what customers want. Customer demands regarding services involved in tourist trips are becoming increasingly personalized, and market segments with new requirements and habits in

satisfying tourism-related needs are emerging. Change in traveler demand instantly hits tourist supply. In this meaning, the ability of tourism enterprises to recognize their market position and identify recently beginning business conditions in their environment is vital to their successful performance. To this end, tourism enterprises need to analyze their environment and, based on this analysis, identify the types of environmental factors that exist, and determine in which way and to what extent these factors affect their performance. Factors of the marketing microenvironment affect the performance of enterprises. The purpose of the study is determined to identify all microenvironment elements and give a few characters of this. In this way to prepared a study were approached these all specifics. It is welcome to affirm that the microenvironment relates to the immediate periphery of an organization and directly influences the organization regularly. Hence, it is also known as the task environment. An organization needs to monitor and analyze all the elements of its microenvironment like customers, competitors, etc. The main objective is based on a description of the microenvironment as an important element for future strategies of the company. Also, the second aim is to define the elements of the microenvironment and specify how they influence the enterprises. The third aim is to apply theoretical aspects in a practical one basing on a real example. As methods of research are used analysis, deduction, observation and synthesis.

Keywords: sustainability, tourism industry, international marketing, competitors, suppliers, customers, intermediaries, shareholders, employees.

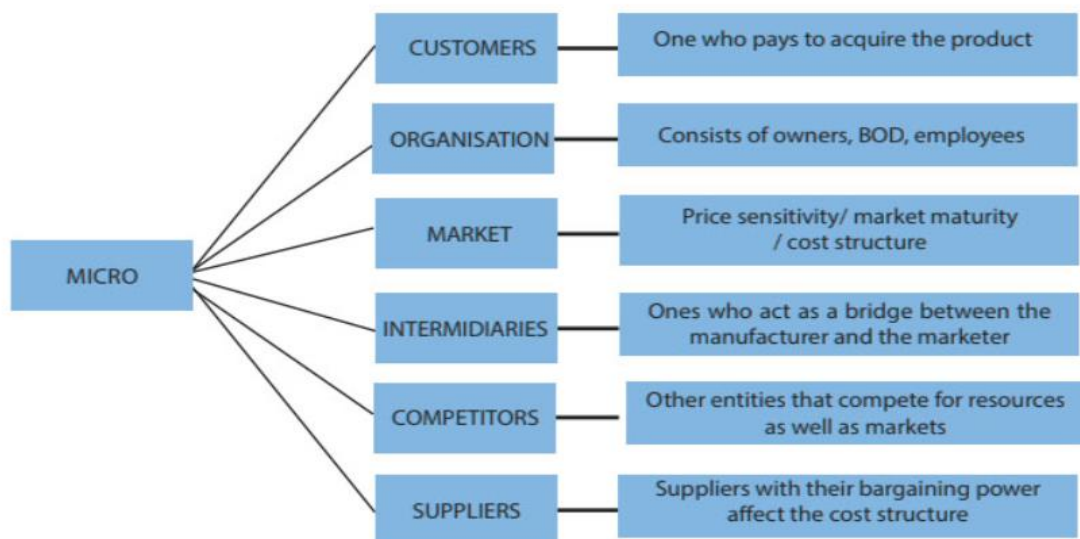
Literature review

Microenvironment, refers to the environment comprising all the actors of an organization's immediate environment which influences the performance of the company, as they have a direct bearing on the firm's regular business operations.

The microenvironment is popularly referred to as a task environment or operating environment. The elements of the microenvironment are closely associated with the company and they do not affect all the companies operating in the industry, similarly, as some factors are specific to the firm. So we can say that the microenvironment is one that the firm addresses in its specific areas, such as the industry or the strategic group [1].

Microenvironment factors are factors that have a direct impact on business operations and their success. The microenvironment is the organization's operating environment. The reason is that the function of the microenvironment is directly related to the firm.

Next, we will number the elements of the microenvironment. In this way, the elements of microenvironment are competitors, suppliers, customers, intermediaries,



shareholders, employees and media (Fig.1.). [2]

Fig. 1 Micro-elements of a company, adapted by the authors

Surse: VOICU Mirela-Cristina , "Hotel Management". Bucharest, 2012

The first element that we will analyse is competitors. Competition is what keeps the firm thriving. Competitors are the rival sellers operating in the same industry. It must be noted that the nature and intensity of competition highly influence the firm's products and services.

The second element is suppliers, Suppliers are the one who provides inputs such as material, components, labor and other stock of goods to the firm, which is required to undertake manufacturing activities. when there is uncertainty as to the supply constraints, it usually builds pressure on the firms and they are required to maintain high inventories, which leads to cost increases. Suppliers have the power to change the firm's position in the market and its capabilities [2].

The third element is customers. The success of the organization greatly depends on how effectively the firm fulfills the needs and wants of the customers, which is profitable to the firm and also provides value to the customer. The firm needs to analyze what the customers expect from their products and services so that the firm can satisfy them. It must be noted that without customers no business can survive for a long time. So, the primary objective of the firm is to create and retain customers, to keep itself going.

Even before the hotel opened, knowledge of the potential clientele is mandatory. The hotel product offered by the hotel business needs to comply with customer needs and desires and evolve as they change these requirements [3]. After opening the hotel, get to know the clientele is based on the systematic collection of information about them through via the arrival and departure notice form as well as through a satisfaction questionnaire provided in the room or handed in an envelope on arrival with the ID card.

The hospitality company needs to study five types of general customer markets closely. Consumer markets consist of individuals and household that purchase hospitality services for leisure activities, medical needs and gatherings such as re-unions, weddings or funerals.

Business markets buy hospitality services to facilitate their business. This can be individual rooms for travelers representing the company or for group meetings the company or organization may conduct or produce.

Also, an important element is shareholders. Shareholders are the real owners of the company who invest their money in the company's business, by purchasing the shares, for which they are paid a dividend every year as a return. Shareholders have the right to vote in the company's general meeting.

Employees are a vital element in the microenvironment. Placing the right person at the right job and retaining them for the long term by keeping the staff motivated is very important for the strategic planning process [7]. Training and development act as a guide to the firm's employees which ensures an up-to-date workforce. The availability and quality of skilled employees who have been educated and can be easily trained is an important factor in delivering a quality service. Because employees interact with customers, they can have a major influence on the level of customer satisfaction.

Publics are also an important element. The location of a hospitality premises and the size/scale of the company will determine the character of the organizations (also called publics) with which the organization interacts.

These publics will include: Local government authorities (who enforce health and safety, hygiene and planning regulations) Other businesses and people who live in the neighborhood (some of whom may also be customers) Community, educational, religious, social and voluntary institutions Leisure, sporting and tourism attractions.

Using the general definition of sustainable development which implies that 'meeting the needs of the present without compromising the ability of the future generations to meet their own needs', and giving that competitive advantage is the primary goal of the marketing strategy, according to Martin et al, 2011 [3] points that marketing should include sustainability goals and move companies closer to sustainable models of business [6]. Also, tourism in the last 50 years develops with a lot of challenges from the business and customer

perspectives, facing an impact from three aspects: economic, social and environmental as said Badulescu (2014) [4]. This aspect of sustainability is based on so-called triple bottom line framework developed by Elkington (1997) [5].

Study case: The Panda Tour Travel Agency

The Panda Tour Travel Agency has been operating since 2010. In our agency's database there are already over 90,000 customers who were satisfied with our services. We have products for everyone, whether it's 1 day trips through Moldova, in Romania or Ukraine, or even 10 days to visit the most beautiful European cities, Istanbul and Cappadocia, the Baltic countries and St. Petersburg. Every weekend, we organize 2-day trips, at the starting price of 29 euros, in Odessa, Lviv, Braşov, Bicăz, Transfăgărăşan or Cernăuţi. The seaside stay in Greece has never been more available than now - for 8 days in Halkidiki, including transport, accommodation, medical insurance and excursions, starting at just 119 euro / person. They are enthused by holidays and trips.

A good managerial policy together with a well-prepared team made Panda Tur soon become one of the most appreciated tourism companies in the area. The company uses modern methods of promotion (media, billboards, sponsorship-advertising contracts, etc.).

The microenvironment is that component of the environment that includes those forces and factors with which the company enters into direct relations on which depends to a greater or lesser extent the success of its activities. These are customers, suppliers, intermediaries, competition, public and institutions, internal resources of the enterprise. According to some opinions: "The company's managers and markers must supervise and maintain intense relationships with all these agents. The supplier-company-intermediaries-customers chain is the central axis of the marketing microenvironment, and the competition and the public are the "supports" on which it is based and the "milestones" on which it is oriented. "

The key to micro-marketing are customers. This is the destination and reason for the company's efforts and is presented through the effective market of the enterprise, in every moment of its existence.

The seriousness with which the Panda Tour company treats tourists, advertising and publicity, the quality of services, the advantageous prices charged for the services offered are decisive in choosing the company's clients.

The company's clients are part of all social categories. The quality of the services and the advantageous prices for the services offered are decisive in choosing the clients of the Panda Tour company.

Some clients use the company's services at least once a year (individual tourists, during holidays), but also clients who use the services whenever they have the opportunity (institutions, companies, VIPs, schools, trade union groups, associations, sports groups, etc.)

The quality-price ratio is in most situations the decisive factor in the choice of Panda Tour by customers. But the moral guarantee of the company, the operability, and the diversity of the services and products offered must not be neglected. Loyal customers make the best advertisement for the company. This type of advertising has the strongest impact on future customers, but it is not a mass advertisement.

Suppliers of different types influence the result of the marketing activity through the quality of the products and services offered, which affect the quality of the final product. Marketing managers must select these offers through the prism of the consumer. There may also be marketing research providers - specialized companies.

Suppliers can exert influence and pressure on the company. For basic resources, as a rule, long-term contracts are negotiated with a larger number of suppliers to have better control of prices, quality, delivery terms, credit conditions, payments, as well as to guarantee

the fluidity of supply. A rule used in trade negotiation recommends that no supplier holds more than 60% of the total required resources of a certain type. Otherwise, its bargaining power increases beyond any acceptable level. All those agents on the market that mediate the commercial connections between producers and consumers or users are called intermediaries or distributors. They represent a wide component, but also a very important one, of the microenvironment of the enterprise. They are companies that help the manufacturing company to promote, sell and distribute the products to the final consumer.

The category of intermediaries includes intermediaries, physical distribution companies, financial intermediaries, agencies providing marketing services. In the case of Panda Tour, their number is very small because the transactions are made directly between travel agencies and clients.

Financial intermediaries are representatives of the banks with which the company works.

Financial intermediaries also include credit, insurance, and other economic activities that have the role of helping the financial and insurance transactions of the company; news agencies - transfer of business information.

Marketing services agencies can also be included in the category of intermediaries. Whenever in a certain market several companies sell or buy the same goods, there will be a certain rivalry between them.

Competition between companies that manufacture or want to buy a certain product is one of the main premises of the emergence of marketing as a science. Its tightening has even led to the detachment from general marketing of branches that have specialized in the analysis of competition such as combat marketing or war marketing. These types of marketing aim to provide companies with methods and techniques for identifying competitors, of the strategies elaborated by them, of the objectives they pursue, of their strengths and weaknesses, of their reactions, etc.

To maintain and expand in a market, any company must know its competition. Knowing the sources of competition is very important in the choice of marketing strategies by the company. Competition in a market requires moving the center of concern from a product made to the needs of customers. Taking into account the needs of consumers expands competition and strengthens the company's position on the market. Whenever it wants to conquer a new market segment, it must estimate the market share held by each competing company and its power. reaction, the success depending on how it will manage to satisfy to a higher level the consumption needs of the new customers.

To evaluate the strength of a competing company, it is necessary to take into account the main parameters that define it:

- Turnover, market position, the absolute size of profit, and rate of return;
- investment program;
- production capacity;
- research capacity etc.

Many of the data related to these parameters are very difficult to obtain, having to resort to indirect or secondary information and approximate assessments, which maintain a certain uncertainty or dose of risk.

The information about the competition is divided into:

- primary information - obtained through direct contact with the market
- secondary information - provided by certain statistics, various newsletters, etc.

One of the most important competitors of the Panda Tour is Still Tour company that is the travel agency based in Chisinau. We can also mention as competitors of the company on the local market the travel agencies such as Ghid Tour Travel, Best Travel.md, Solei Tourism, etc.

Stil Tour travel agency focuses especially on destinations: Greece, Montenegro, Turkey,

Bulgaria, Romania, Hungary, Czech Republic, etc. and offers its customers a variety of services: individual stays; group tours for children and youth (domestic and international tours); coastal and mountain stay - Greece, Bulgaria, Romania, Turkey, Ukraine, Italy; individual tours for exotic enthusiasts - Tunis, Thailand, Maldives, Egypt; treatment programs in Romania, Czech Republic, Hungary; business tourism.

Best Travel is a travel agency specializing in business travel management. Best Travel aims to optimize and reduce costs for all its partners, national and multinational. Best Travel rewards the loyalty of its customers by personalizing travel services following the highest quality standards and by benefits for customer companies. Best Travel has established a quality and environment management system, following the requirements of the SR EN ISO 9001: 2015 and SR EN ISO 14001: 2015 standards, which are described in the Integrated Quality and Environment System Manual.

Solei Tourism Founded in 2001, the Solei-Tourism travel agency has undergone a consistent development path and has occupied an important place in the contemporary tourism market of the Republic of Moldova. Since its inception, Solei-Tourism has been operating based on the principles of professionalism, safety, and efficiency. The main purpose of Solei-Tourism is to ensure a high level of service at an optimal price, with the use of advanced technologies in the field of tourism and the individual approach of each client. During the years of work on the tourist services market, the Solei-Tourism company has accumulated considerable experience in the field of tourist service, connections have been established with airlines, tourism companies, and leading associations with international recognition. The impeccable business reputation, the qualification of the staff, the organization in serving the clients, both individual and corporate, made the Solei-Tourism agency to be among the most important

Public authorities are also a component of the micro-environment of public bodies, insofar as they influence the activity of the enterprise.

These bodies are:

- financial public: banks, investment companies;
- mass media: newspapers and magazines, broadcasting, television;
- governmental and local bodies that adopt measures regarding the organization of economic activity;
- the general public, which influences the activity of the enterprise through the decisions to buy their goods and services;

The financial public of the Panda Tour company is represented by the NBM. The mass media used by the agency are magazines (eg Vip Magazin), local radio stations (eg Radio Moldova) and television stations. The governmental body that influences the economic activity of the enterprise is the Government of Moldova, through its decisions regarding the establishment of the profit tax.

Study case: The Marriott Bucharest Grand Hotel

The Marriott Bucharest Grand Hotel opened in November 2000 and is a the 2050s were owned by the Marriott concern. The hotel is considered one of the most beautiful European properties Marriott Hotels, Resorts, and Suites- MHRS, being highly appreciated and as a level of services. The J.W. Marriott Bucharest Grand Hotel operates in Calea 13 September Nr. 90, Sector 5, Bucharest 050726, Romania. It is the largest complex of its kind in Romania with an area of over 80,000 m² accessible on 13 levels. The JW Marriott Bucharest Grand Hotel has become the first unit included in the JW Marriott network in Europe, which brings together five-star hotels distinguished by architecture, interior design, and quality of services. "Of the 32 units operated by the Marriott group in Continental Europe, the JW Marriott Hotel in Bucharest is among the top five contributors to the group's business," says Kurt Strohmayer, the hotel's general manager J. W. Marriott Bucharest Grand. The hotel offers guests a total of 402 rooms and suites, five restaurants and bars, conference rooms, and offers

the following services: swimming pool, sauna, jacuzzi, equipment maintenance performance.

The object of activity of the Marriott Hotel is the practice of tourism, being a hotel unit that tries to remain a leader in the hospitality market and front of competitors and improve the provision of services to retain current customers and attract potential.

Suppliers. From the opening until now, the hotel has concluded a series of contracts with companies specialized in promoting and marketing the products and services offered. E.g the interiors of the hotel were designed long before and only materials were used quality, furniture, accessories, the technical part, all were brought from abroad, most of America. Bucharest we can say that he participated only with the building and the labor force, although reconstruction workers also worked. The hotel has a contract for courier with DHL, the world market courier leader, the world's number 1 in cargo transportation naval and contract logistics, and FedEx. For food and non-food services, the hotel has concluded contracts with Heinz, Atifco, Mărgăritar, Unisol, Borsec (bottles with the JW emblem Marriott), first-class wines (with the JW Marriott emblem), Heineken, Coca-Cola, Pepsi, Evian, Bridge Advertising. Presentation of hotel services on the internet (website) in a transparent way and interactive to convert potential customers into buyers as possible with the help IPIX.

Clients. It can be said that Marriott offers its customers the most luxurious product in between hotels of the same category present on the market. The following types of customers who frequent the hotel regularly can be identified:

- the representatives of the companies located near the Parliament Palace;
- representatives of companies that have offices rented in the hotel;
- the representatives of the international governing bodies that maintain relations with the Parliament

Taking into account the location and facilities available, as well as the shareholding structure, which maintains strong ties with the political world, Marriott has a good chance of monopolizing

J. W. Marriott Bucharest Grand Hotel has as direct competitors in this market, hotels for business people, mainly those integrated with other hotel chains.

According to a study conducted (based on the criteria of notoriety, quality of services, financial results and hosted events), the top Romanian hotels are as follows:

1. J. W. Marriott Bucharest Grand Hotel
2. Hilton Athénée Palace Bucharest
3. Intercontinental Bucharest
4. Howard Johnson Grand Plaza
5. Crowne Plaza
6. Sofitel Hotel Bucharest.

Thus, it is found that J. W. Marriott Bucharest Grand Hotel has as competitors. The following hotels are listed in descending order: Hilton Athénée Palace Bucharest, Intercontinental Bucharest, Howard Johnson Grand Plaza, and Sofitel Bucharest. For concrete and efficient analysis, below are presented the mentioned hotels, with the category of their classification and offer.

Hilton Athénée Palace Bucharest. Housed in a 1914 monumental building in the city center, this luxury hotel is an 8-minute walk from a metro station, 2 km from the Romanian Peasant Museum, and 3 km from the Parliament Palace. The luxurious rooms offer balconies with city views, flat-screen TVs, free Wi-Fi, and minibars, as well as marble bathrooms, tea, and coffee-making facilities. Superior rooms also offer a free continental breakfast; apartments include living rooms and dining areas. There are an elegant French café and a fine Italian restaurant and a terrace. Other facilities include an English bar, an indoor pool, and a fitness room.

Intercontinental Bucharest. Set in a tall tower, this elegant hotel is a 2-minute walk from both the nearest metro station and the performances offered by the Bucharest National

Theater. The elegant rooms include balconies with city views, as well as flat-screen TVs, minibars, and free Wi-Fi. Superior rooms offer Nespresso machines and access to a club lounge, and the imposing apartments also offer separate living rooms and spa baths. An elegant restaurant serves Italian cuisine and there is a fine brasserie with a terrace overlooking the street. Other facilities include a spa with a sauna and steam bath, as well as a fitness center on the 22nd floor and an indoor pool with panoramic views.

Howard Johnson Grand Plaza. Set in a modern and elegant tower block, this luxury hotel is a 4-minute walk from the nearest metro station and a 13-minute walk from the National Art Museum of Romania. The refined rooms with contemporary décor offer free Wi-Fi, flat-screen TVs, and tea and coffee making facilities. Superior rooms offer access to a lounge where you can enjoy a free breakfast and snacks. The apartments also offer separate living areas. 24-hour room service is available.

Public authorities are also a component of the micro-environment of public bodies, insofar as they influence the activity of the enterprise.

These bodies are:

- 1) financial public: banks, investment companies;
- 2) mass media: newspapers and magazines, broadcasting, television;
- 3) governmental and local bodies that adopt measures regarding the organization of economic activity; the general public, which influences the activity of the enterprise through the decisions to buy their goods and services.

The financial public of the Grand Hotel is represented by the NBR. The mass media used by the agency are magazines (e.g. LUXURY), local radio stations (eg FM Radio) and television stations. The governmental body that influences the economic activity of the enterprise is the Government of Romania, through its decisions regarding the establishment of the profit tax.

Conclusions

Many travel and tourism businesses are continuously monitoring the countries' political, economic, social, and technological changes to reduce their risks. However, the external environmental forces will also affect the organizations' microenvironment. The microenvironment consists of forces that are close to the companies themselves, forces that will affect their ability to serve customers. These forces include the organizations' capital structure, resources, capabilities of management and staff, companies' aims and objectives, the companies' marketing intermediaries, customer markets, competitors, and all other stakeholders that may have an interest or an impact on the organizations' ability to achieve their objectives (for example, financial, media and government stakeholders, among others).

To achieve the strategic objectives, the company can use all the resources at its disposal. Their strategic value must be determined according to the advantages or disadvantages of each category of resources and, of course, in correlation with the conditions of the marketing environment of the company, with suppliers, customers, intermediaries, and, last but not least, about the competition. The competitive position held by the company influences the decision-making corresponding to the position, and the competitive advantage is based on the distinctive performance of the company. Providers and service providers also play a role very important, because they provide raw materials, use, materials and at the same time guarantee a certain quality level of the finished product. Customers show a key element in a travel company because without their existence there would be no direct market, only they consume and purchase the tourist products and services provided. So, we can say with certainty that the activity of tourism companies will be a success and continue as long as the company will analyze small factors that directly or indirectly influence them, more strongly or moderately.

Bibliography

1. Rotaru Olesia, Chiriac Lilia, Moldovan Academy of Economic Studies "Content and importance of studying the marketing microenvironment". 2014.
2. Voicu Mirela-Cristina, "Hotel Management". Bucharest, 2012
3. Martin D & Schouten J. (2011). Sustainable marketing. Prentice Hall; 1 edition
4. Badulescu, A., Badulescu, D., Bac, D. & Sipos-Gug, S. (2014). Attitudes and intentions of Business Master Students towards Sustainable tourism and entrepreneurship. *Amfiteatru Economic*. Vol. XVI. Special No.8. November 2014, pp. 1110-1124
5. Elkington, J. (1997). *Cannibals with forks*. Oxford: Capstone.
6. Cuculeski Nikola, Petrovska Ilijana, Cuculeski Vasko, Sustainable marketing and consumers' preferences in tourism. January 2016 [European Journal of Tourism Hospitality and Recreation](https://doi.org/10.1515/ejthr-2016-0010) 7(2) DOI:10.1515/ejthr-2016-0010
7. Dabija Dan-Cristian, Babut Raluca, Abordarea dimensiunilor durabile din perspectiva turistilor. *Amfiteatrul economic*, 2013. P. 439-455.

CREATING AN INNOVATIVE LEARNING ENVIRONMENT AS A DECISIVE FACTOR OF THE QUALITY OF VOCATIONAL EDUCATION

Veronica PRISACARU, dr., conf.univ.

Moldova State University

Tatiana IVANOVA

Czech University of Life Sciences Prague, Czech Republic

ABSTRACT. The main object of the research was to elucidate the difficulties related to the creation of the innovative learning environment as an indispensable component of the innovative pedagogy. In order to achieve the proposed objective, there was analyzed the existing innovative learning environment in higher education in the Republic of Moldova in terms of its four core elements: learners; educators; content; resources. The practical investigation was carried out in two universities: Moldova State University and the State Agrarian University of Moldova. As a result of the research, the difficulties related to the creation of an appropriate innovative learning environment were identified and the directions to remedy the identified problems were proposed. The research methodology included: analysis, synthesis, generalization, observation, interviewing, opinion survey, formulation of reasoning and conclusions. The investigation was carried out within the project: "Support of teaching innovation, Research development and Inter-university cooperation of SAUM and TSU (Moldova)" funded by the Ministry of Foreign Affairs of the Czech Republic, Czech Republic Development Cooperation, realized by the Czech University of Life Sciences Prague (grant decision number 7/2021/7).

Keywords: *innovative learning environment, innovative pedagogy, quality vocational education.*

Innovation and knowledge transfer are indispensable components of our current society, being required, first of all, by the extremely dynamic environment that causes the rethinking of economic and social systems and structures. Life today takes place in a world based on competition and efficiency, the strength of which lies in the knowledge. The significance of the mentioned subject is also argued by the concerns of the European Union with the creation of a knowledge-based society, a task that it is impossible to achieve without an innovative approach to education. Thus, 2009 was designated by the Council of the European Union as the European Year of Creativity and Innovation [6], starting from the premise that Europe must strengthen its capacity for creativity and innovation for social and economic reasons. That initiative aimed "to promote, through lifelong learning, creativity and innovation as key skills for all. The main challenge was to create an environment that is conducive to all forms of creativity and innovation, whether artistic, cultural, social or technological, and to promote the practical use of knowledge and ideas" [1].

While examining the specific objectives of the European Year of Creativity and

Innovation, there can be identified some requirements that are directly related to the quality of vocational education, namely:

- providing favorable environment for innovation as well as encouraging creativity and innovation;
- demonstrating the importance of creativity, innovation and entrepreneurship, especially with regard to economic growth and employment;
- promoting the acquisition of essential skills in social and occupational context etc. [1].

Although we are already more than 12 years away from the mentioned event, the issue of innovative approach to education still remains extremely important. Pandemic conditions created additional problems, making the process of communicating with students more difficult. Thus, identifying directions to streamline communication with students and, in this way, to increase the potential of the teaching process to develop creative skills, is a priority today. In this context, innovative pedagogical approaches become an indispensable tool for the quality of education.

The term “innovation” comes from the Latin word “inovatis”, which in translation would mean renewal, novelty, change. Therefore, in its essence, innovation is something new, unprecedented.

According to The OECD Handbook for innovative learning environments, innovation represents fresh ways of meeting outstanding challenges in a spirit of openness to disciplined experimentation [3].

Innovative pedagogy in its turn is defined by IGI Global, a leading international academic publisher, as the study of pioneering ways of teaching along with an exploration of how the process of teaching is impacted by those innovations [2].

With reference to the innovative environment, we find that it is defined as “organized learning for given groups of learners around a single pedagogical core and shared learning leadership” [3].

Regarding the content of the learning environment, there have been identified the following four main elements: learners; educators; content; resources. In order to reconsider the existing learning environment and to transform it into an innovative one, the rethinking of these core elements is needed. So, according to OECD Handbook [3], in order to create an innovative learning environments:

- there must be found and applied innovative ways for bringing learners together;
- different experts must be involved in teaching process;
- the content needs to be adapted to the requirements of the 21st century competencies and, respectively, include social learning; the interdisciplinary connection is essential; emphasizing specific knowledge domains such as language and sustainability is also needed;
- learning resources and learning spaces must also be diversified, with the special focus on the digital resources.

In order to achieve the research objectives, the evaluation of the innovative environment in two researched universities (Moldova State University and the State Agrarian University of Moldova) was performed by using the following methods: observation; interviewing of 15 teachers from each university; processing the results of students’ satisfaction surveys (100 from each university); survey of 126 students, including 81 students of the Moldova State University and 45 students of the State Agrarian University of Moldova. Each research method used provided some useful information for achieving the research objectives. Thus, by observing the teaching-learning process, it was possible to formulate reasoning related to all the elements examined: learners, educators, content, resources. The processing of the results of the questionnaires applied by the quality management bodies in both universities provided the necessary information on the degree of students' satisfaction with the quality of the learning process, as well as their visions on the directions for its improvement. By

surveying the students, their opinions on the roles played in the learning process were identified. The teachers' interview allowed to evaluate their own position regarding the expected and the real role played by the students in the learning process.

Initially, we will refer to the three of the four elements of the innovation environment: educators, content and resources. The recent efforts made in order to ensure the necessary human, material and informational resources needed for an adequate quality of the educational process are well known. The major investments made have resulted in a suitable material endowment, as well as in the development of teachers' skills, especially in applying IT tools. The results of the teachers' interview, as well as the level of students' satisfaction identified on the basis of the questionnaires allow to make certain assessments, as shown in Table 1.

Table 1. The general findings related to educators, content and resources as indispensable elements of the innovative learning environment

The element of the innovative environment	The overall appreciation	The justification of the appreciation	The sources of information
Educators	Teachers have an adequate level of competences in the related fields, as well as good skills in applying modern educational technologies, including the application of IT tools.	The average grade given by students to staff is within the limits of "good" and "very good".	Students' satisfaction assessment questionnaires; teachers' statements during the interview.
		All the teachers involved in the study programs use various IT tools, carrying out a large part of the teaching activities on the educational platforms.	Students' satisfaction assessment questionnaires; observation on the way of carrying out the didactic activities.
Content	The study content corresponds to the requirements of the labor market.	A continuous updating of the study content by connecting to the trends in the related fields and to the needs of the labor market is carried out.	Students' satisfaction assessment questionnaires; curricula; employer's satisfaction with programs.
Resources	Learning resources are varied, constantly updated and accessible to students.	Study programs are adequately resourced through the joint efforts of universities, teachers and libraries.	Students' satisfaction assessment questionnaires; accessibility of learning resources on the MOODLE platform; continuous completion of the repository (in the case of MSU); the existence of multimedia equipment, as well as other material resources necessary for the teaching process. <i>Note: within SAUM, some students mentioned the need to update the resources needed for practical lessons.</i>

Source: elaborated by the author.

Making a generalization of the information exposed in Table 1, we deduce that the general level of assurance of the three components of the innovative learning environment examined: educators, content and resources, can be considered as adequate. However, this

reasoning does not mean that continuous efforts should not be made to permanently connect the respective components to the needs of the beneficiaries, given the fact that some vulnerable moments related to the material resources have been found. At the same time, increased attention requires the fourth, but the most important component of the innovative learning environment - learners. According to the OECD Handbook for innovative learning environments, the provision of a central role to the learner is the key feature of the innovative pedagogy [3]. Focusing on the student, in turn, is impossible without the latter assuming and exercising an active role in the learning process. And here we find the existence of substantial differences between the role expected by the teachers and that actually exercised by the students. Thus, the interviewed teachers unanimously supported the idea that the success of the learning process can be ensured only through the active students' participation, by transforming learning into a collaborative process.

The students, in turn, evaluate their actually exercised roles more modestly, as noted in Table 2.

Table 2. The self-assessment of the roles played by students in the learning process

The roles' content	% of respondents who selected that option
Information assimilation and reproduction.	5
Information assimilation and reproduction; searching for and systematizing new information.	34
Information assimilation and reproduction; searching for and systematizing new information; the exchange of opinions with colleagues during different didactic and extra didactic activities.	29
Information assimilation and reproduction; searching for and systematizing new information; the exchange of opinions with colleagues during different didactic and extra didactic activities; the accumulation of new knowledge through collective learning, as a result of the synergy of opinions.	23
Information assimilation and reproduction; searching for and systematizing new information; the exchange of opinions with colleagues during different didactic and extra didactic activities; the accumulation of new knowledge through collective learning, as a result of the synergy of opinions; expanding the horizon of knowledge by participating in innovation and research activities carried out in collaboration with teachers and business representatives; obtaining common innovative products.	9

Source: elaborated by the author.

Based on Table 2, we find out that each subsequent role involves an additional task, which brings the learning activity closer to an appropriate innovative environment. At the same time, the share of people exercising these responsibilities decreases as they move towards the innovative environment, this fact being reflected in Figure 1.

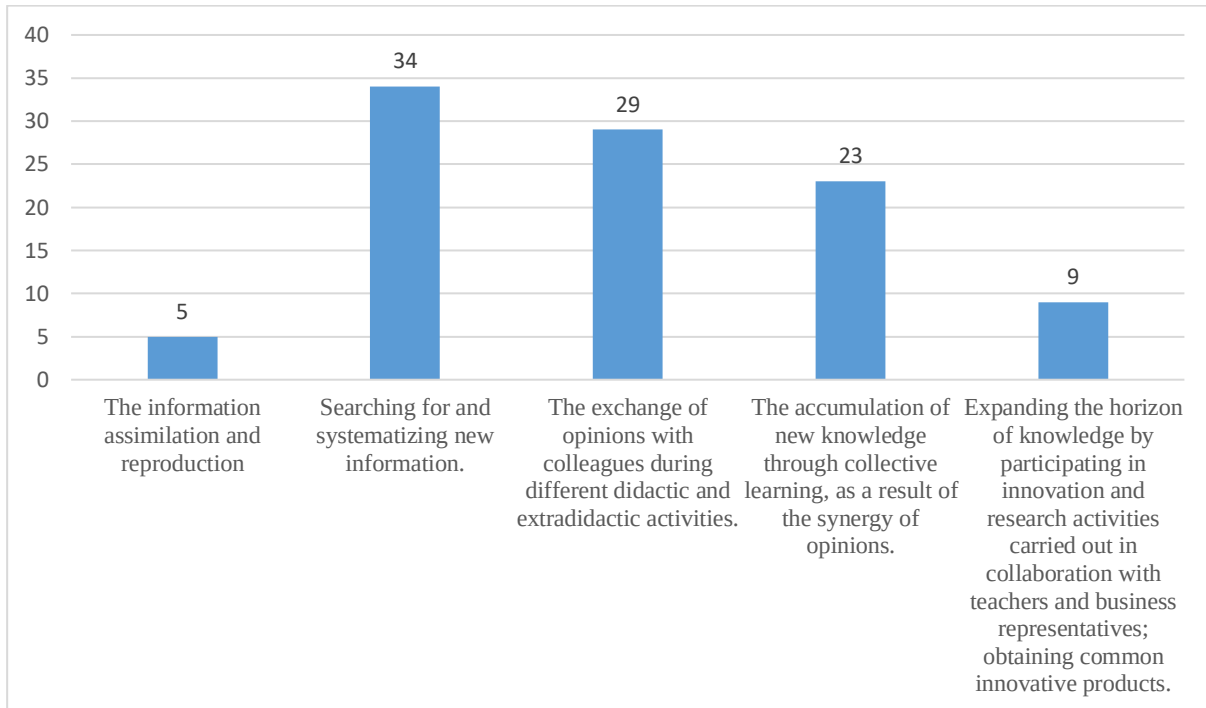


Figure 1. The share of respondents playing different roles in the learning process

Source: elaborated by the author.

Thus, we deduce the existence of important reserves needed to be mobilized in order to foster the learning process to move to a higher level - the innovative learning environment. Creating an innovative learning environment, in turn, involves adapting teaching tools for the more active involvement of the students in this process, motivating them to assume the commitment of active participants and even partners in the learning process. The last reasoning is supported by the existence of good practices of partnership with students not only in research activities [4], but also in the development of teaching resources [5], in the organization of the events, etc.

At the same time, returning to the first three analyzed components of the innovative learning environment, we deduce the need for their continuous updating, they being a necessary framework for remedying the problems related to the latter, i.e. learners. The conditioning links that exist between the four core elements analyzed and the quality of the vocational education is represented schematically in Figure 2.

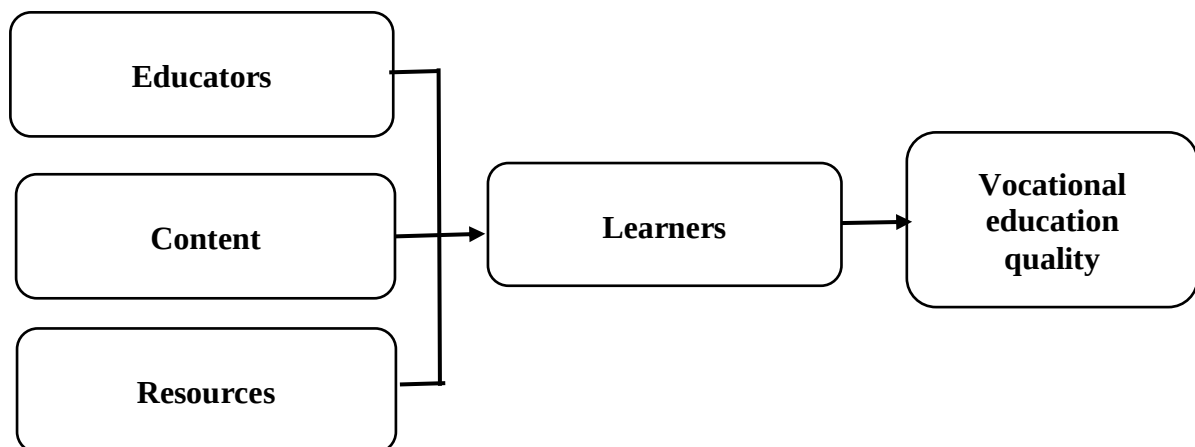


Figure 3. The conditioning relations between the core elements of the innovative learning environment and the quality of the vocational education

Source: elaborated by the author.

By generalizing the above mentioned, we find out that only by mobilizing all components of the innovative learning environment, the process of vocational education can claim the performance required by the labor market. Thus, the central role of the learners in the innovative learning environment being recognized, the optimal mobilization of the other three elements is strictly necessary, and the expected final effects can be obtained as a result of the synergy of all four components.

CONCLUSIONS

The creation of an innovative learning environment is today a significant objective of the vocational education process in the context of the concern for connecting the quality of the educational offer to the flexible requirements of the labor market.

The evaluation of the quality of the innovative learning environment based on two researched universities: MSU and SAUM allow to make a positive initial assessment for three of the four components: educators, content and resources. The analysis of the fourth, but the most important component - learners, highlighted the problem of their insufficient involvement in innovative activities. Based on the latest reasoning, we deduce the need for broader efforts aimed at stimulating students for activities specific to an innovative environment. Therefore, there exists the obvious need to permanently connect the teaching-learning tools, the study content and the learning resources to the requirements of an innovative learning environment. So, the expected final effects can be obtained as a result of the synergy of all four components.

REFERENCES

1. European Year of Creativity and Innovation (2009) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=LEGISSUM%3A129020>.
2. IGI Global Publisher of Timely Knowledge. <https://www.igi-global.com/dictionary/innovative-pedagogy/74920>.
3. OECD. The OECD Handbook for innovative learning environments. Publishing Paris, 2017, <http://dx.doi.org/9789264277274-en>. https://read.oecd-ilibrary.org/education/the-oecd-handbook-for-innovative-learning-environments_9789264277274-en#page7.
4. Prisăcaru, V. The research hatchery-an innovative approach in the process of developing research skills to future specialists. *Modern paradigms in the development of the national and world economy*. Materials of the International Scientific Conference. Chisinau, MSU, 2019. p.462-467.
5. Prisăcaru, V., Caradja, A. Partnership with students as a factor of higher education institution's performance and competitiveness. *Scientific Papers. Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development"*, Vol. 18 Issue 2, 2018, p. 359-366.
6. 2009 to be designated European Year of Creativity and Innovation <https://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?language=en&type=IM-PRESS&reference=20080922IPR37790>.

SECTION 1

MODERN POLICIES FOR THE DEVELOPMENT OF ACCOUNTING, AUDITING AND INFORMATION TECHNOLOGIES

SECȚIUNEA 1

POLITICI MODERNE DE DEZVOLTARE A CONTABILITĂȚII, AUDITULUI ȘI TEHNOLOGIILOR INFORMAȚIONALE

CALITĂȚILE ESENȚIALE ALE UNUI BUN AUDIT AL PERFORMANȚEI. ABORDĂRI TEORETICE ȘI PRACTICE

Cristina DOLGHI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *Quality assurance at the highest standards in performing a performance audit mission must be a priority for the auditors of the Supreme Audit Institution at the country level. Improving the quality of performance audit and audit in general requires a systematic approach and is achieved through a process of identifying and managing the activities of the auditors involved in the mission, being necessary to achieve quality objectives at the institutional level. The members of the audit mission must understand that quality is essential and the benefits that can be obtained once the quality of the audit becomes a priority in carrying out the given mission. The essential qualities of a good performance audit must be ensured by auditors from the beginning to the end of the mission and reporting the recommendations made to the Supreme Audit Institution, whose functions in our country are performed by the Court of Accounts of the Republic of Moldova. The quality objectives will be achieved by carrying out at a high level all the processes established by the institution, namely, in the process of planning and performing the performance audit, but also in the process of reporting and subsequent follow-up of the implementation of audit recommendations. it must have certain qualities.*

Keywords: *performance audit, essential audit qualities, public money management, economy, efficiency, efficacy, audit mission.*

Introducere. Impactul auditului performanței asupra activităților ce țin de gestionarea resurselor financiare publice și a patrimoniului public a constatat necesitatea asigurării unei înalte calități a tuturor proceselor ce țin de realizarea acestuia, deoarece asigurarea calității în auditul performanței este un factor vital în lanțul de responsabilitate și eficacitate a guvernării în sectorul public, care este important și prin interesul tot mai mare al societății față de performanța acestora și preocuparea pentru modul în care sunt cheltuiți banii publici. Domeniul dat este într-un continuu proces de dezvoltare și restructurare a activității de audit practicate atât la nivel național cât și internațional și necesită studii suplimentare. Toate aceste aspecte au determinat formularea scopului corespunzător al studiului dat, care reprezintă examinarea complexă a aspectelor teoretice și aplicative ale auditului performanței, în vederea identificării problemelor existente și fundamentării direcțiilor prioritare de îmbunătățire a calității proceselor de planificare, realizare și raportare în cadrul acestuia.

Potrivit standardelor INTOSAI, auditul performanței constituie o evaluare sau examinare independentă a unei activități, a unui program sau a unei instituții, dacă aceasta funcționează în mod eficient și eficace cu respectarea economicității [5, pag.8]. Depășind practicile tradiționale a activității de audit de a verifica doar conturile, documentele financiar-contabile și legalitatea operațiunilor economice, auditul performanței oferă societății o evaluare clară cu privire la modul în care sunt cheltuiți banii publici, iar pe de altă parte, în calitate de nouă tehnică de audit, acesta contribuie la îmbunătățirea gestiunii instituțiilor publice și la reducerea riscurilor ca resursele publice să fie utilizate într-un mod ineficace [8, art.12]. Realizarea acestora în calitate de sarcini prioritare a auditului performanței pot fi prevăzute la etapa de planificare a auditului, în cadrul selectării proiectului/entității sau activității pentru auditare.

Curtea de Conturi a Republicii Moldova în calitate de Instituție Supremă de Audit din țară efectuează auditul gestionării patrimoniului public și al performanței în cadrul parteneriatelor public-private, gestionării patrimoniului public și al performanței în cadrul concesiunilor, împrumuturilor, creditelor și datoriilor garantate de către entitățile din sectorul public etc. În cadrul auditului performanței Curtea de Conturi evaluează economicitatea, eficiența și eficacitatea unui anumit aspect al operațiunilor desfășurate de o entitate sau de o parte a acesteia ori în cadrul unui program sau al unei activități [6, art.31]. Acesta se

efectuează în conformitate cu legislația Republicii Moldova, cu actele interne ale Curții de Conturi și Cadrul Declarațiilor Profesionale INTOSAI (International Organization of Supreme Audit Institutions), puse în aplicare conform Hotărârii Curții de Conturi nr.2 din 24 ianuarie 2020, care joacă un rol fundamental în stabilirea standardelor aplicabile auditului public din întreaga lume [4, p.1].

Rezultate și discuții. Dezvoltarea auditului performanței în Republica Moldova este prioritară, însă având în vedere că resursele financiare publice sunt limitate și alocate în rezultatul stabilirii priorităților și necesităților, acestea trebuie să fie gestionate pe baza principiilor de economicitate, eficiență și eficacitate [3, pag.284]. Toate acestea, în opinia autorului, constată necesitatea supunerii instituțiilor din sectorul public auditului performanței, care este important și prin interesul tot mai mare al societății față de performanța acestora și preocuparea pentru modul în care sunt cheltuiți banii publici.

Auditurile performanței, de regulă, au un caracter normativ. Constatările sunt bazate pe diferențele dintre condiții și norme. Totuși, pe lângă caracterul său normativ auditarea performanței este, de regulă, descriptivă și poate include, de asemenea, elemente analitice conform surselor din domeniu [1, pag. 14]. În cadrul realizării acestuia se întâlnește abordarea orientată pe rezultate, care se referă în principal la performanța realizată; rezultatele obținute și îndeplinirea obiectivelor, dar și respectarea cerințelor. În același timp, abordarea orientată pe probleme în auditul performanței se concentrează, în principal, pe identificarea, verificarea și analiza problemei, fără a face referiri la criterii de audit predefinite, iar sarcină majoră a acestuia în misiunile date o constituie verificarea existenței problemelor semnalate și analiza acestora din diferite perspective a cauzelor care le-au generat. Scopul abordării date îl constituie furnizarea de informații actualizate privind problemele și modul de abordare a acestora.

Studiind mai multe audituri de performanță realizate de către Curtea de Conturi a Republicii Moldova și evaluând recomandările elaborate în cadrul acestora autorul a constatat, că la nivelul entităților publice auditate astfel de audituri aduc plusvaloare, contribuie la stabilirea obiectivelor performanței și a unei funcționări în mod eficient și eficace cu respectarea economicității, contribuie la distribuția responsabilităților pe diferite nivele de autoritate. Concomitent, constatările și recomandările formulate în cadrul auditului performanței urmăresc diminuarea costurilor, sporirea eficienței utilizării resurselor și a îndeplinirii obiectivelor stabilite la nivel de entitate publică auditată, program sau proiect auditat. Dar, realizarea cu succes a obiectivelor date implică o succesiune de măsuri detaliate care contribuie la asigurarea calității.

Procesul de îmbunătățire a calității este continuu și cere în primul rând definirea standardelor calității și apoi elaborarea și implementarea procedurilor de control al calității ce vor asigura respectarea acestor standarde. În opinia mai multor experți din domeniu, aceste proceduri nu trebuie să suprimă inițiativa și aplicarea raționamentului profesional al auditorului atunci când acesta trebuie să se conformeze anumitor situații. Însă, dacă auditorul consideră că este necesar să se abțină de la aplicarea tehnicilor de audit prevăzute de standarde, acesta trebuie să argumenteze necesitatea unei alte abordări și să demonstreze că abordarea pe care a ales-o poate satisface obiectivele auditului. Atingerea adevăratei excelențe necesită și mai mult, și anume crearea unei culturi instituționale în care calitatea reprezintă o valoare fundamentală care se reflectă în competențele manageriale ale conducerii și în relațiile cu alte instituții. Deci, instituția trebuie să promoveze o cultură internă bazată pe recunoașterea ideii conform căreia, calitatea este esențială pentru realizarea misiunilor de audit. În opinia autorului studiului dat, responsabilitatea finală pentru asigurarea calității din cadrul instituției trebuie să fie atribuită managementului de la toate nivelurile de conducere și de la nivelul misiunilor realizate în care este parte Instituția Supremă de Audit din țară.

Recomandarea nr. 7 din „Recomandările privind Funcționarea Instituțiilor Supreme de Audit în contextul Integrării Europene” stipulează: „Instituțiile Supreme de Audit (ISA)

trebuie să asigure că resursele lor umane și financiare sunt folosite în modul cel mai eficient în scopul exercitării mandatului acestor instituții. În acest scop conducerea ISA va trebui să-și creeze și să instituie politici și măsuri adecvate spre a garanta că, instituțiile supreme de audit sunt organizate în mod competent astfel încât să ofere o muncă de control și auditare de înaltă calitate, și să producă rapoarte de auditare eficiente” [7, pag.12].

Curtea de Conturi a Republicii Moldova trebuie să asigure respectarea Cadrului Declarațiilor Profesionale INTOSAI, acceptate și puse în aplicare în ianuarie 2020 în țară. Procedurile eficace de control al calității bazate pe norme și standarde internaționale și pe experiența altor țări trebuie să fie utilizate în activitatea experților, auditorilor și altor angajați în instituție. Standardul ISSAI 40 prevede următoarele componente care alcătuiesc sistemul de control al calității: responsabilitățile liderilor; cerințele relevante de etică; acceptarea și continuarea relațiilor cu entitățile auditate și a misiunilor specifice; resursele umane; efectuarea auditului și a altor activități și monitorizarea. Dacă există o lipsă de consecvență față de aceste standarde, Parlamentul trebuie să întreprindă măsurile necesare spre a aduce amendamentele legislative necesare normalizării situației date.

Efectuarea auditului și a altor activități, cuprinde două funcții principale: supervizarea și revizuirea, pe de o parte, și revizuirea controlului calității misiunii. Supervizarea și revizuirea se referă la activitatea normală de monitorizare întreprinsă de nivelurile ierarhice superioare cu privire la activitățile derulate de către echipa de audit. Astfel, la nivelul cel mai de bază al controlului calității, coordonatorul monitorizează activitățile derulate de membrii echipei, iar membrul raportor monitorizează activitatea coordonatorului.

În cazul auditurilor performanței, revizuirea controlului calității misiunii trebuie realizată (cel puțin) în etapa elaborării planului de audit și în etapa formulării observațiilor preliminare. Acest exercițiu este întreprins de membri ai personalului care sunt independenți de echipa de audit și este destinat să furnizeze instituției o asigurare suplimentară că auditurile în cauză au fost efectuate cu respectarea standardelor profesionale și a cerințelor legale și de reglementare aplicabile, precum și că rapoartele elaborate sunt corespunzătoare în raport cu circumstanțele date [5, pag.29]. Standardele ce reglementează calitatea auditului prevăd obligativitatea răspunderii personale a tuturor persoanelor implicate într-un proces de auditare. Aceștia trebuie să-și înțeleagă sarcinile în cadrul grupului de lucru și să respecte normele respective pe parcursul realizării misiunii și raportării în cadrul acesteia. Este important ca controlul calității să se efectueze într-o atmosferă de deschidere și de încredere, să fie un proces interactiv în care membrii echipei misiunii să fie încurajați să ofere un feedback partenerilor de misiune și persoanelor responsabile de controlul calității din cadrul Curții de Conturi, privind modul în care decurge exercitarea auditului. De asemenea aceștia pot oferi idei pentru îmbunătățirea calității realizării misiunilor de audit și implementării noilor proceduri de eficientizare a proceselor de control în cadrul acestora.

Reușita unui audit, cum a fost menționat, este garantată prin realizarea la nivel înalt a tuturor proceselor stabilite de Standardele Internaționale de Audit, inclusiv și în auditul performanței, care prevede procesul de planificare, executare, raportare și urmărire ulterioară a implementării recomandărilor auditului. Toate acestea trebuie să prezinte anumite calități.

Calitățile esențiale ale unui bun audit al performanței trebuie să fie asigurate de către auditor de la începutul până la sfârșitul auditului. Pentru a stabili un cadru care să permită întocmirea unor rapoarte de audit de înaltă calitate și în timp util, precum și pentru a evita orice activitate inutilă, Curtea de Conturi Europeană [5, pag.24] atribuie auditului performanței abordările prezentate de autor în tabelul 1.

Tabelul 1. Cadru ce permite întocmirea unor rapoarte de audit de înaltă calitate

Nr.d/o	Calități asigurate de auditor pe toată perioada realizării auditului performanței
1.	Auditul este exercitat prin aplicarea unui raționament echilibrat pe toată durata procesului de audit.
2.	Se utilizează o combinație de metodologii adecvate pentru a colecta o serie de date.
3.	
4.	Sunt formulate întrebările de audit pe baza cărora pot fi trase concluzii.
5.	Sunt analizate și gestionate riscurile care pot afecta întocmirea raportului de audit.
6.	Sunt utilizate instrumentele necesare pentru a realiza cu succes activitatea de audit.
7.	Probele sunt suficiente, pertinente și fiabile pentru a sprijini constatările auditului.
8.	Structura raportului final este luată în considerare încă din faza de planificare.
	Este adoptată transparența – o abordare „fără surprize” – față de entitatea auditată.

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei nr.5

Aplicarea unui raționament echilibrat pe toată durata procesului de audit, în opinia Comitetului pentru controlul calității auditului (DQC) a Curții de Conturi Europene este, că raționamentul echilibrat *trebuie* exercitat, în special, în procesele de stabilire a obiectivelor de audit, de definire a criteriilor de audit relevante, de stabilire a cantității și a calității adecvate pentru probele de audit, de elaborare a constatărilor auditului, de formare a concluziilor, precum și în procesul de raportare.

Utilizarea unei metodologii adecvate pentru a colecta o serie de date. Metodologia în cadrul auditului performanței prezintă o tehnică utilizată în colectarea și analiza datelor, printre care: examinarea dosarelor sau studiul literaturii de specialitate, organizarea interviurilor sau efectuarea sondajelor. În funcție de subiectul auditului performanței și de întrebările de audit formulate în cadrul realizării acestuia se utilizează metodologii combinate. De exemplu pentru a obține date cantitative și calitative. Datele cantitative sunt numerice, spre deosebire de datele calitative, care pot fi de altă natură. Deci, auditorul are obligația să stabilească cea mai adecvată combinație de metodologii.

Formularea întrebărilor de audit pe baza cărora pot fi trase concluzii. Literatura de specialitate propune în cazul auditului performanței ca obiectivele de audit să fie stabilite sub forma unor întrebări la care auditul va trebui să răspundă. Pentru a oferi o orientare adecvată auditului se formează întrebarea generală de audit, însoțită de întrebări secundare, care se subdivizează pe nivel inferior al acestora pe baza cărora trebuie să fie trase concluzii. Fiecare întrebare formată trebuie să permită furnizarea unui răspuns prin „da” sau „nu”, astfel încât activitatea de audit să poată fi orientată spre un rezultat final precis.

Analiza și gestionarea riscurilor care pot afecta întocmirea raportului de audit. Membrii echipei de audit în cadrul analizei și gestionării riscurilor ce pot afecta întocmirea raportului de audit utilizează strategia de gestionare a riscului ca referință pe măsură ce auditul evoluează. Aceasta este un suport eficient echipei de audit cu ajutorul căreia se poate gestiona mult mai bine riscurile și echipa poate reacționa prompt în cazul în care intervin anumite probleme. Printre riscurile care pot afecta întocmirea la timp a unui raport de audit de calitate se numără dificultățile în obținerea datelor, personalul insuficient și lipsa de cooperare din partea entității auditate. În toate fazele auditului, echipa de audit trebuie să identifice: problemele care ar putea apărea; care este probabilitatea ca aceste probleme să apară; care ar fi impactul acestor probleme; care ar fi măsurile de diminuare a riscului ca acestea să apară; și cum ar putea fi gestionat acest risc, în cazul în care s-ar concretiza.

Utilizarea instrumentelor necesare pentru a realiza cu succes activitatea de audit. Instrumentul de bază pentru reușita unui audit este planul de audit, care se întocmește la faza de planificare și contribuie la facilitarea monitorizării și examinării continue a progreselor efective în raport cu acesta. Planul de audit definește auditul, produsul ce urmează să fie

predat, resursele care vor fi utilizate și data de prezentare a raportului. Planul cuprinde evaluarea riscurilor care pot afecta buna gestiune financiară, întrebările și criteriile auditului, probele care urmează a fi colectate sau generate și metodologia care urmează a fi utilizată.

Probe suficiente, pertinente și fiabile pentru a sprijini constatările auditului. Probele de audit constituie o bază reală pentru formularea constatărilor de audit și a concluziilor. Probele sunt cele pe care trebuie să se sprijine conținutul unui raport de audit, în special toate constatările de audit și concluziile care conduc la recomandări. Auditorii performanței trebuie să atragă mare atenție la natura, calitatea și volumul de probe pe care le colectează. Acestea trebuie să fie competente, relevante și rezonabile.

În auditul performanței, preocuparea principală a auditorilor nu este verificarea afirmațiilor menționate în situațiile financiare, în schimb, folosind datele financiare precum și cele operaționale, auditorii sunt interesați să descopere: dacă resursele au fost obținute ținând cont de economicitate; dacă resursele umane și fizice au fost utilizate eficient, și dacă scopurile instituției, programului sau proiectului au fost realizate în mod efectiv. Cantitatea și calitatea probelor necesare depinde de subiectul și de întrebările auditului. În cadrul auditului performanței, probele colectate pot fi predominant calitative după natură și solicită utilizare extensivă a raționamentului profesional. Prin urmare, auditorul va cere în mod normal confirmarea probelor din diferite surse sau de altă natură. La efectuarea evaluărilor și formularea concluziilor probele sunt mai solide atunci când sunt furnizate de auditor sau când sunt obținute din mai multe surse și sunt combinate.

Structura raportului final este luată în considerare încă din faza de planificare. Echipa misiunii de audit trebuie să evalueze la etapa de planificare dacă este posibil ca activitatea sa să genereze concluzii și recomandări clare, care vor aduce plus valoare pentru entitatea auditată. Planificarea structurii raportului de audit bazată pe întrebările de audit dintr-o fază incipientă contribuie la orientarea activităților în cadrul auditului și sporește probabilitatea de a realiza obiectivele stabilite. Această schiță de raport se redactează periodic de șeful de echipă pe parcursul auditului în caz de necesitate. Conform principiilor fundamentale ale auditului performanței, rapoartele emise trebuie să fie obiective, complete, clare, convingătoare, relevante, exacte, constructive și concise. Rapoartele Curții de Conturi trebuie să fie interesante, ușor de citit, înțelese de către utilizatori și să prezinte o imagine pozitivă a activității Curții. Calitatea rapoartelor de audit este asigurată de sistemul de control al calității din cadrul instituției.

Este adoptată o abordare bazată pe transparență – „fără surprize” – față de entitatea auditată și de ale părți interesate. Dezvoltarea unor relații bazate pe corectitudine cu părțile interesate constituie un factor esențial pentru obținerea unor rezultate eficace și eficiente în urma auditurilor performanței. Discutarea echipei misiunii de audit cu entitatea auditată încă în faza de planificare diminuează semnificativ riscul apariției de neînțelegeri într-o etapă ulterioară a auditului. Aceste măsuri permit entității auditate să înțeleagă scopul auditului, întrebările de audit analizate, precum și criteriile și metodologia de audit care urmează să fie aplicate în cadrul realizării misiunii. În cadrul discuțiilor date concomitent pot fi stabilite încă de la început dacă tema auditului este într-adevăr pertinentă și dacă poate constitui obiectul unui audit. Tot odată, la etapa incipientă a auditului ce poate obține o atmosferă de dialog constructiv, care trebuie menținută pe parcursul tuturor fazelor din cadrul procesului de audit.

Concluzii. Cu toate acestea, în opinia autorului, această abordare a realizării unui bun audit al performanței este în concordanță cu bunele practici în materie de audit, precum și cu principiile fundamentale ale auditului performanței la nivel global.

Curtea de Conturi a Republicii Moldova, gestionează procesul de implementare a bunelor practici de auditare a performanței utilizate pe plan internațional, venind în întâmpinarea necesităților societății la nivel național de a utiliza optim și în condiții de economicitate, eficiență și eficacitate a mijloacelor publice. Faptul dat este confirmat și prin

prevederile strategiei de dezvoltare a activității Curții de Conturi a Republicii Moldova, pentru perioada 2021 - 2025 în care unul din obiectivele primordiale este destinat dezvoltării capacităților de audit al performanței în țară. Deci, realizarea prevederilor strategiei de dezvoltare de către Curtea de Conturi a Republicii Moldova cu referire la furnizarea misiunilor calitative de audit al performanței poate contribui la eficientizarea cheltuielilor publice și îmbunătățirea serviciilor oferite de instituțiile statului pentru următorii ani.

BIBLIOGRAFIA:

1. Curtea de Conturi a Republicii Moldova, „Manual de audit al performanței”, Chișinău, 2009, 100p.
2. Curtea de Conturi a Republicii Moldova. „Strategia de dezvoltare 2021-2025”, Chișinău, 2020, 21p.
3. Dolghii Cristina. „Abordarea auditului performanței și practica acestuia în Republica Moldova”. Conferința Științifică Internațională, ediția a IX „Politici și mecanisme de inovare și dezvoltare a proceselor economico-financiare și sociale în plan național și internațional”, USM, Chișinău, 2014, p. 283-285. ISBN: 978-9975-71-574-4.
4. Hotărârea Curții de Conturi cu privire la Cadrul Declarațiilor Profesionale INTOSAI, nr.2 din 24.01.2020. <http://ccrm.md/hotariri-si-rapoarte-1-95?idh=1044>
5. European Court of Auditors, „Performance Audit Manual”, European Union, September 2017, 93p.
6. Legea privind organizarea și funcționarea Curții de Conturi a Republicii Moldova, nr. 260 din 07.12.2017. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 1-6 din 05.01.2018.
7. SIGMA/OECD și NISPAcee. Coordonator: Prof. univ. dr. Lucica Matei. Publicație SIGMA nr. 34, 2004. JT00186347. Copyright © 2007, Școala Națională de Studii Politice și Administrative – Centrul de Pregătire pentru Administrație Publică, pentru ediția în limba română. „Obiectivul calității la cele mai înalte standarde în activitatea Instituțiilor Supreme de Audit”. <http://www.sigmaweb.org/publications/39594892.pdf> (vizualizat 11.09.2021).
8. The International Standards of Supreme Audit Institutions, nr. 300, „Performance Audit Principles”, Organisation of Supreme Audit Institutions, INTOSAI www.issai.org (vizualizat 18.07.2021).

О ПРИЗНАНИИ, КЛАССИФИКАЦИИ И ОЦЕНКЕ АКТИВОВ В ОБЩЕСТВЕННОМ СЕКТОРЕ ЭКОНОМИКИ

Dina LVOVA

Saint-Petersburg State University, Russia

Abstract: Modern approaches to asset disclosure have much in common across all sectors of the economy. The criteria for the recognition of assets, signs of their classification and methods of assessment have been unified. Meanwhile, the policy of recent decades to unify the reporting of assets of private and public sector has caused and continues to cause discussion. The information content and, consequently, the usefulness and relevance of reporting on public sector assets, formed within the framework of the policy of unification of reporting data, is disputed. The purpose of the study is to establish the correspondence of the modern model of public sector accounting of assets to the information requests of users of public sector reporting and to formulate the directions for its improvement. The study provides a comparative and retrospective analysis of approaches to the recognition, classification and valuation of assets in the private and public sectors of the economy. Economic theory is considered as a connecting factor in the study of two accounting systems in search of a basis for their harmonization. The research was motivated by the changes in Russian public sector accounting in recent years.

Keywords: public sector accounting, assets, financial reporting, accounting reform.

В последние годы бухгалтерский учет в общественном секторе охвачен глобальными преобразованиями. Большинство стран мира, а вместе с ними и Россия, участвуют в реформе общественного счетоводства, направленной на заимствование методологии учета и стандартов отчетности частного сектора экономики. Характер, масштаб реформы и участие в ней нашей страны представляются значимым поводом для научного исследования этой области бухгалтерского учета.

Еще одним аргументом в подтверждение актуальности темы стало существенное

число критических публикаций о первых итогах глобальной реформы. В исследовании на основе анализа теоретических исследований и практики в этой области, выделена основная проблема реформы: перестройка общественного счетоводства на основе МСФО без должных на то оснований, т.е. без учета специфики этого сектора.

Исследование исходит из посыла, что в последние годы в бухгалтерском учете возникла очевидная дилемма, а вместе с тем и научная проблема, требующая разрешения. Ее характеризуют две полярные позиции:

1) бухгалтерский учет в общественном секторе не имеет выраженной специфики (или ею можно пренебречь ради глобальных задач), а, следовательно, он должен быть подчинен общему тренду гармонизации и стандартизации учетных систем;

2) бухгалтерский учет в общественном секторе должен строиться на основе собственной концепции и методологии, отвечающей функциональным особенностям этого сектора.

Первая позиция в настоящее время признана на практике, ведь именно она положена в основу реформы. Вторая позиция сформулирована в научной литературе (см. например [1, 3], но пока еще не получила, в силу своей новизны, содержательного развития.

Чтобы понять, насколько оправдана унификация бухгалтерского учета в общественном секторе экономики, было проведено исследование, направленное на идентификацию особых свойств этого сектора, определяющих содержание бухгалтерского учета. В этом заключалась первая задача исследования.

Ее реализация потребовала обращения к экономическим дискуссиям XX в. о полезности государственных услуг, определении секторальных границ государственного хозяйства и его институциональной формы с тем, чтобы установить логику развития представлений об общественном секторе в экономической науке и раскрыть их влияние на бухгалтерский учет [5]. Истоки проблемы, которая была выявлена на этом этапе исследования, выражает следующая схема (рис. 1).

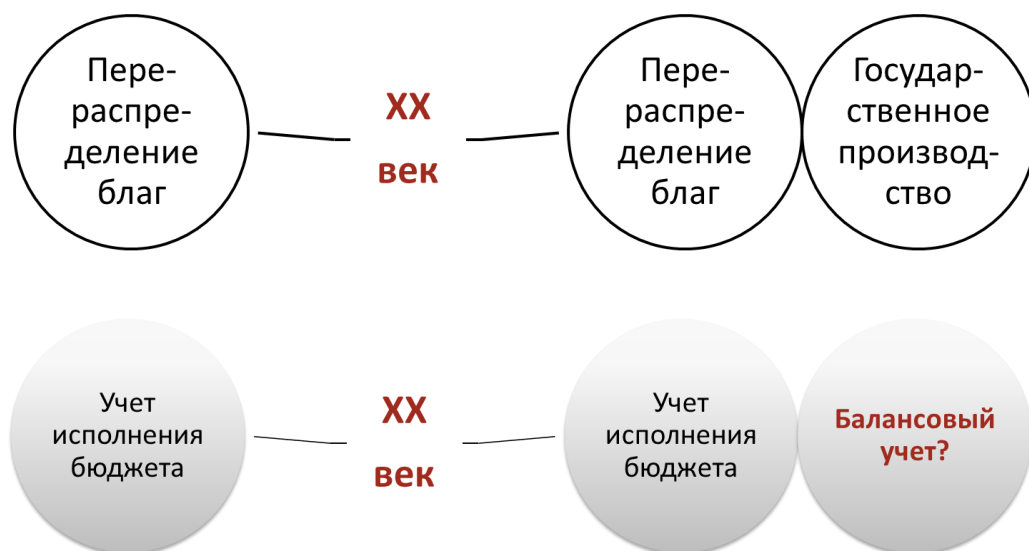


Рис. 1. Эволюция функций государства и отвечающих им учетных концепций

Мы видим, что в начале XX в., в эпоху становления макроэкономики, к функциям правительства были отнесены перераспределение благ и организация коллективных услуг. Исследование показало, что такой трактовке общественного хозяйства вполне отвечает т.н. традиционная (бюджетная, камеральная) бухгалтерия. Государственного производства в то время было относительно мало, и оно не

принималось во внимание в суждениях о природе государственных услуг. Однако, во второй половине XX в. ситуация в государственной экономике коренным образом изменилась, что и породило не замеченную ранее методологическую и концептуальную проблему в учете. Речь идет об эпохе т.н. «кейнсианского консенсуса», когда был отмечен значительный рост социальных функций государства (рис. 2) и, что еще важнее – государственного производства (рис. 3). Государственные активы перестали быть абстракцией, а показатель чистых активов государства сравнялся в ряде развитых стран с показателем годового национального дохода. Это очень много.

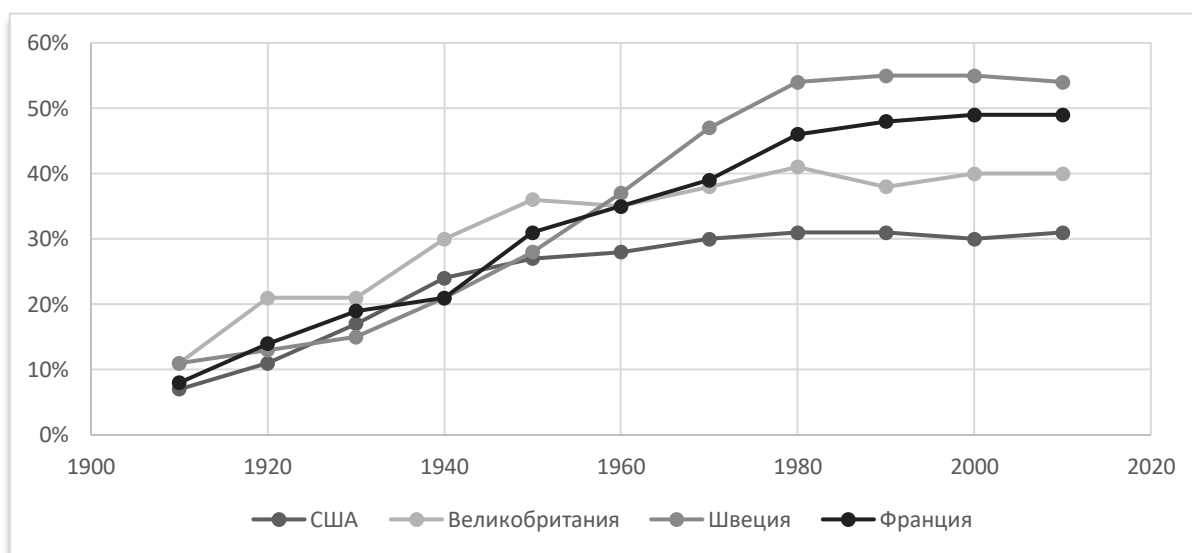


Рис. 2. Обязательные отчисления (налоги, сборы, социальные взносы) в США, Великобритании, Швеции и Франции с 1910 по 2010 гг., в % к национальному доходу

Источник: составлено автором по статистическим материалам, представленным в техническом приложении к книге: [6]. URL: <http://piketty.pse.ens.fr/en/capital21c2> (дата обращения: 05.05.2021).

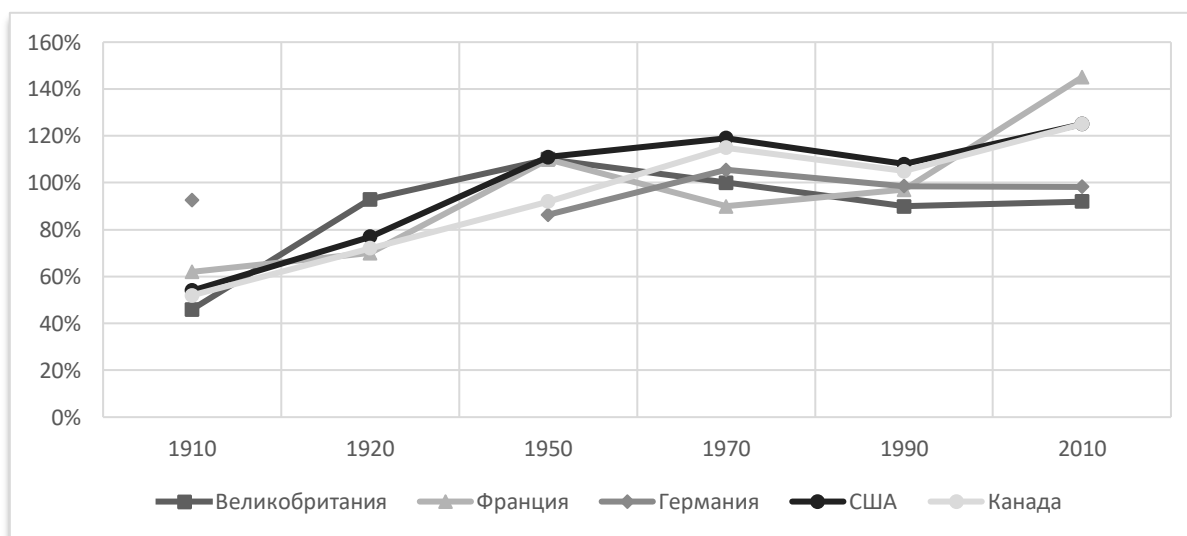


Рис. 3. Государственные активы Великобритании, Франции, Германии, США и Канады в 1910-2010 гг. (в % к национальному доходу)

Источник: составлено автором по статистическим материалам, представленным в техническом приложении к книге: [6]. URL: <http://piketty.pse.ens.fr/en/capital21c2> (дата обращения: 05.05.2021).

Таким образом, появились видимые предпосылки для внедрения в общественном секторе балансового (патримониального) учета и метода начисления. Как показал анализ публикаций тех лет в европейских и американских научных журналах¹, в качестве единственного источника методологии балансового учета рассматривался коммерческий учет. В это время состоялся частичный захват общественного сектора коммерческой учетной практикой. Пока он ограничился государственными корпорациями и квазикорпорациями.

Предпринятое исследование эволюции стандартов СНС обнаружило еще один мотив для обращения госсектора к коммерческому учету. В 1960-1970-е богатство вошло в круг объектов макростатистики, что привело к признанию бухгалтерского баланса одним из ключевых макроэкономических отчетов. Баланс стал атрибутом институциональной единицы статистического учета безотносительно ее принадлежности к государственному или коммерческому секторам экономики. Был создан формальный повод для внедрения балансового учета в государственных учреждениях. Тенденция к секторальной унификации стала очевидной.

Как показало исследование, переход в 1980-е от кейнсианства к неолиберальной повестке создал дополнительную мотивацию для использования коммерческой учетной модели в государственном хозяйстве. В результате приватизации государственные активы резко сократились – произошло то, что Тома Пикетти назвал (рис. 4) «двойным историческим поворотом» в структуре национального имущества. Исследование обнаружило удивительный парадокс: у государств становилось все меньше активов коммерческого типа, а между тем, коммерческий учет завоевывал новые позиции, перейдя на уровень государственного управления.

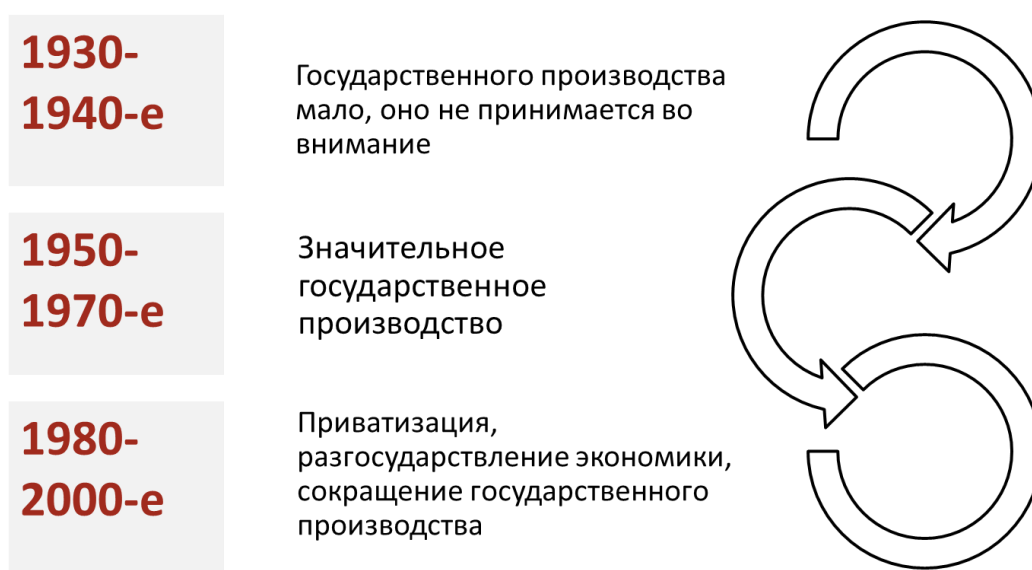


Рис. 4. Метаморфозы государственного богатства: «двойной» исторический поворот

В результате распространения, начиная с 1980-х, доктрины нового общественного управления (New Public Management – NPM) государство стало восприниматься как род корпорации, деятельность которой должна быть, прежде всего, экономически эффективной и максимизирующей богатство. Привнесенный из коммерческой практики метод начисления стал одним из инструментов измерения эффективности. Таким образом, учетная модель частного сектора охватила все

¹ Источники: базы крупнейших научных издательств, NBER – National Bureau of Economic Research.

элементы общественного хозяйства (рис. 5). Она проникла и в ту сферу, где рыночные отношения не действуют или действуют только частично, где производятся и потребляются не рыночные, а общественные блага.

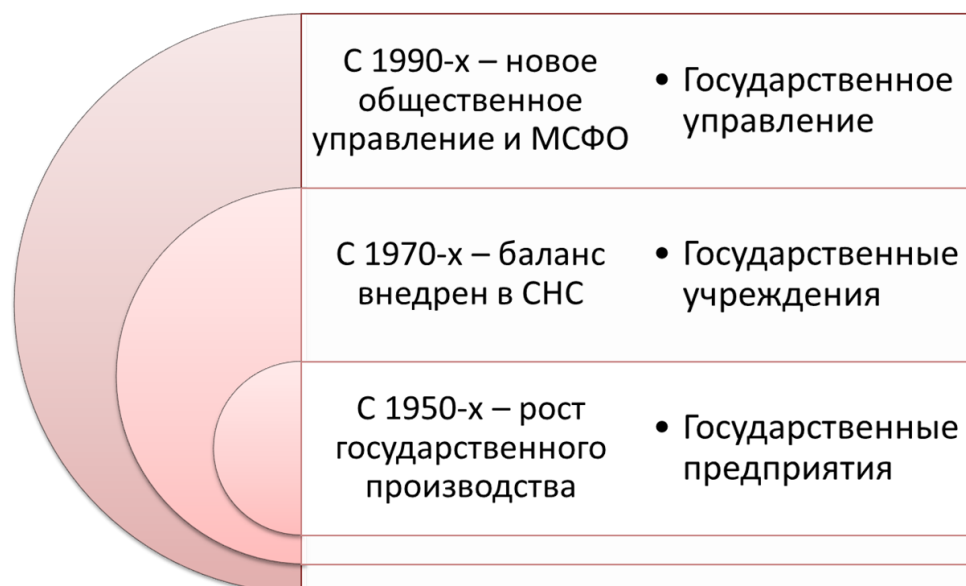


Рис. 5. Этапы и мотивы внедрения коммерческого учета в общественном секторе

Таким образом, в процессе эволюции представлений об общественном секторе в экономической науке XX в. традиционный бюджетный учет, направленный на сопоставление потоков доходов и расходов, был полностью замещен балансовой учетной моделью. А в этой модели, как отмечал еще Юджи Идзири, доходы, расходы и обязательства являются производными от активов. Именно учет активов признан в настоящем исследовании индикатором концептуальных различий между счетоводством частных и общественных хозяйств.

В процессе внедрения баланса в учет общественного хозяйства выяснилось, что капитализации не поддаются особые виды активов общественного сектора – т.н. общественные блага.

Современная теория бухгалтерского учета в общественном секторе испытывает проблемы, обусловленные неоднозначной интерпретацией этого вида активов [1,3]. Необходим контекстный подход к их учетному истолкованию на основе теории капитала.

В исследовании определены и систематизированы характерные свойства активов – общественных благ, препятствующие их отражению в действующей модели баланса:

- общественные блага имеют социальное, а не экономическое назначение, и не обращаются на обычном, коммерческом рынке;
- протяженность их экономической жизни сложно определить²;
- они, как правило, не генерируют денежные потоки и не предназначены для извлечения *экономических выгод*; а значит, к ним не применимы критерии эффективности и максимизации богатства;
- на такого рода активы не распространяются полномочия частной собственности и, в ряде случаев, контроля [4].

² В качестве примера активов-долгожителей приводят “зуб игуанодона” (род динозавров, живших 140—120 млн лет назад) — один из древнейших экспонатов, «самый знаменитый зуб в палеонтологии» — и строят невероятные предположения о том, что будет, если его оценить: «Если у этого зуба появится ценник, можно ли ожидать звонков с предложениями о его продаже и, в самом деле, можно ли будет дать отказ на такие запросы?» [2].

И на основе этого анализа сделаны следующие выводы:

- активы – общественные блага не восприимчивы к справедливой (аппроксимации рыночной) стоимости, предусмотренной современными стандартами финансовой отчетности МСФО, МСФО(ОС) и статистики — СНС и СГФ;
- их неспособность генерировать денежные потоки, а также правовые ограничения в распоряжении ими лишают прагматического смысла противопоставление «общественные блага — обязательства» для целей анализа финансового положения субъекта отчетности.

Как показало исследование, в настоящее время есть два компромиссных решения проблемы такого рода активов:

- 1) замена рыночных критериев признания квазирыночными (такими как «полезный потенциал» вместо «будущих экономических выгод»);
- 2) отказ от отражения этих активов в финансовой отчетности в пользу нефинансовой.

Оба варианта разрушают концепцию баланса в общественном секторе экономики, поскольку и в первом, и во втором случае теряется экономический смысл активов, их сопоставимость с категорией капитала.

По итогам исследования предлагается третий вариант решения проблемы, не ограниченный рамками бухгалтерской методологии. Он заключается в поиске подхода к пониманию капитала, учитывающего не только рыночную среду, но и общественные отношения и может базироваться на следующих методологических подходах.

1. Бухгалтерский баланс в общественном секторе экономики должен строиться по правилам, отличным от правил построения балансов субъектов частного сектора. К нему не применимы критерии признания активов по признакам контроля (собственности) и способности приносить экономические выгоды, а также подходы к оценке, основанные на аппроксимации текущей (рыночной) стоимости.

2. Актив бухгалтерского баланса общественного хозяйства следует формировать исходя из бюджета, рассматривая его как совокупность капитализированных расходов бюджета с добавлением начисленных, но не полученных на отчетную дату бюджетных доходов (дебиторская задолженность недоимщиков) и кассовых остатков.

3. Представление об активах бухгалтерского баланса общественного хозяйства как о капитализированных расходах бюджета следует считать основанием для их оценки на основе затратной теории стоимости.

5. С экономической точки зрения актив бухгалтерского баланса общественного хозяйства следует интерпретировать как совокупность фондов, сформированных в результате исполнения бюджета и предназначенных для осуществления функций государственного управления и/или самоуправления. Суждения о том, что баланс предназначен для демонстрации текущего имущественного положения (статическая концепция) или кругооборота капитала (динамическая концепция) применительно к общественному хозяйству не имеют экономической основы.

Эти подходы предлагаются в качестве возможной основы самостоятельной концепции бухгалтерского учета в общественном секторе экономики. Концепции, которая учитывает необходимость признания и отражения в учете особой, социальной функции общественного сектора и нерыночного характера генерируемых им благ.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Aversano N., Christiaens J. Governmental Financial Reporting of Heritage Assets From a User Needs Perspective. *Financial Accountability & Management*. 2014. Vol. 30 (2). P. 150-174.
2. Hooper K., Kearins K., Green R. Knowing “The Price of Everything and the Value of Nothing”: Accounting for Heritage Assets. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 2005. Vol. 18. Issue 3. P. 410-433.

3. Pallot J. Elements of a Theoretical Framework for Public Sector Accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*. 1992. Vol. 5. Issue 1. P. 38-59.
4. Львова Д.А. *Истоки теории бухгалтерского учета общественного сектора экономики*. СПб: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2014.
5. Львова Д.А. Общественный сектор экономики как объект макроэкономического учета. *Финансы и бизнес*. 2018. № 2. С. 20-44.
6. Пикетти Т. *Капитал в XXI веке* / пер. С англ. : Дунаев А. А. М.: АД Маргинем Пресс, 2015.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛНЕНИЯ ПРОЕКТОВ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО УЧЕТА И ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ

Ирина ГОЛОЧАЛОВА

Государственный университет Молдовы

Abstract. *In the context of the implementation of the socio-economic model of sustainable development, the state is intended to form a medium in which the economy can safely function. In this process, the state is a macroeconomic subject, acting as a manufacturer of quality public services, the owner of the capital, an effective manager in finding decisions, the Institute for the Development of Society and Business Interaction Tools. The practice of interaction between the state and business has developed many instruments of its implementation, one of which is a public-private partnership (PPP), an institutionally enshrined system of business environment involving into the creation and reconstruction of socially significant objects that promotes the investment process and the efficiency of public resources. To involve a business unit in PPP, to implement its financing mechanism, assess its impact on the growth of equity capital, to display in the financial statements require an effective institutional platform for the execution of PPP projects, which is based on its concept. As part of this article, the author conducted a study according to the scheme: disclosure of the concept of PPP, the overall characteristics of the institutional platform for the implementation of PPP in the Republic of Moldova (PM), the content analysis of the legislative framework for the implementation of PPP projects in innovation.*

Keywords: *accounting model, institutional platform, paradigm financial statements, PPP concept, sustainable development.*

Введение. Республика Молдова сталкивается с рядом социальных проблем, обусловленных необходимостью перехода на новый технологический уклад, притом, что национальная специфика экономики и ограниченность в ресурсах не позволяет их в оперативном порядке. Тем не менее мировой опыт выработал несколько инструментов разрешения этих проблем которые должны и могут быть использованы, и первый из которых это концепция устойчивого развития, базирующаяся на трех принципах: сбалансированность экономики и экологии; сбалансированность экономического и социального аспектов; солидарность поколений в использовании и распределении ресурсов. Однако, как отметил Генеральный Секретарь ООН Пан Ги Мун, для успешного внедрения концепции УР. необходимы прочные, всеобъемлющие и всесторонние партнерства на всех уровнях [6]. Одни из видов таких партнерств известен как договоры государственно-частного партнерства (ГЧП). Широкое распространение проектов (договоров, соглашений) ГЧП предопределено фактом того, что все больше бизнес-единиц стремятся обеспечить устойчивость своей деятельности через умелое сочетание достижения долгосрочной доходности капитала и социальной ответственности перед обществом в целом. Сегодня бизнес-единица на ряду со стратегической целью создание собственности для акционеров путем увеличения эффективности производства и инвестиций в развитие к стратегическим целям относит: 1) оптимизацию технологических и управленческих процессов; 2) внедрение лучших практик соблюдения социальной и экологической ответственности в ключевые бизнес-

процессы для достижения устойчивого развития. Государство, в свою очередь, прибегает к инструментам ГЧП по множеству причин, но стремление улучшить критерий эффективности и результативности расходов денежных средств является наиважнейшим поводом для выбора ГЧП [4]. Проблема исполнения договоров ГЧП связана с его толкованием, поскольку в контексте классификации форм ГЧП – к нему сторонники широкого толкования партнерства зачастую относят эндаумент-фонд (институциональная форма), субсидии, гранты и стипендиальные программы (проектно-контрактная форма) [1], их оппоненты в нем видят сделку по объединению капиталов [2], возникает вопрос в какой степени обозначенные механизмы финансирования отвечают концепции ГЧП? Более того, для вовлечения бизнес-единицы в инвестирование проектов на базе ГЧП, оценки воздействия его исполнения на прирост собственного капитала, подлежащий отображению в финансовой отчетности бизнес-единицы требуется действенная институциональная платформа, в основу которой положена концепция партнерства. Особо актуальна эта проблема в инновационной системе, функционирование которой требует использования особых механизмов финансирования. В рамках данной работы исследование проводится по схеме: раскрытие концепции ГЧП, общая характеристика институциональной платформы имплементации ГЧП в Республике Молдова, контент-анализ законодательной базы исполнения проектов ГЧП.

Основная часть. Известным фактом является тот, что показатели расходов на финансирование инновационной деятельности и вклада во валовый внутренний продукт через коммерциализацию инновационных продуктов и услуг, представляют собой параметры эффективности национальных экономик. В Республике Молдова бизнес-сектор не подлежит аккредитации, и он не имеет права на получение государственного финансирования научно-исследовательской (инновационной) деятельности, все виды собственных ресурсов им направляются в прибыльные, а не рискованные проекты, что в полной мере отвечает его цели – приращение собственного капитала. Отсюда и незначительная доля участия бизнеса в научных исследованиях. Для нейтрализации обозначенной проблемы необходимо разработать инструменты по привлечению бизнес-сектора в инновационную деятельность, одним из которых является ГЧП.

По мнению автора, концепция ГЧП является симбиозом концепций экономического характера (собственности и капитала) и социального направления (устойчивого развития), что представлено в рисунке 1.

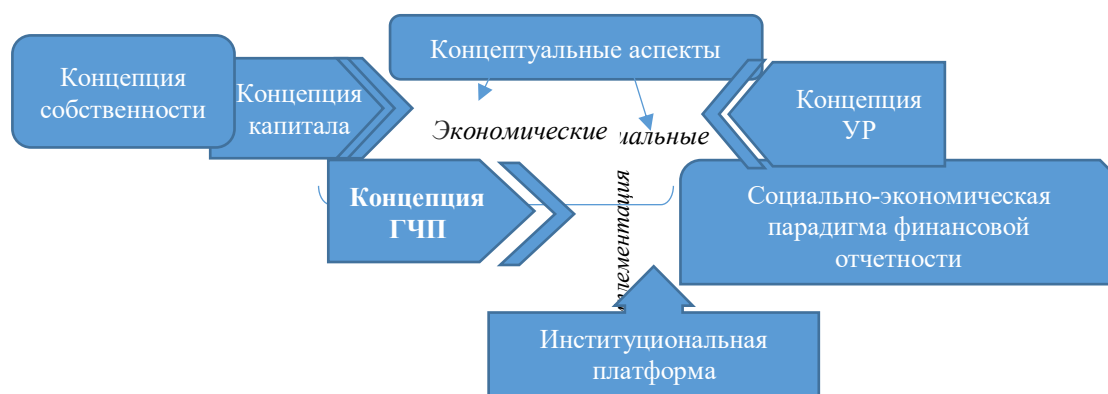


Рис. 1. Взаимодействие концепции ГЧП с институциональной платформой ее исполнения

Источник: разработано автором

Приведем краткое обоснование данного тезиса. Современный технологический уклад базируется на активном взаимодействии высших форм ассоциированной собственности – государственной (нечастной), которая сосредоточена на производстве качественных общественных благ, и бизнеса, которая обладает для этого инвестиционным потенциалом [3]. Государство в этом процессе выступает как макроэкономический субъект, осознавший свое предназначение стать эффективным собственником. **Концепция УР** определила бизнес как сбалансированную трехкомпонентную систему (экономическая, социальная и экологическая подсистемы), каждой из которой присущ свой фактор производства – **капитал**, отсутствие данных о размере, которого в денежном эквиваленте, противоречит **концепции капитала**, неотделимой от концепции экономического расчета [5]. Новые формы капитала обладают рядом экономических характеристик, свойственных финансовому капиталу: конвертируются в другую форму капитала, приносят дивиденды в будущем, меняют свою стоимость во времени, требуют инвестиционной поддержки, влияют на общую стоимость бизнес-единицы, трансформируются друг в друга [7]. Имплементация проекта ГЧП влечет за собой создание бизнесом социальных или инфраструктурных благ, а, следовательно, – и приращение капитала в разрезе новых его форм. Экономическая выгода, созданных бизнесом благ призвана отражать не только эффективность капитала, использованного в этом процессе, но и потребность в них ближайших его партнеров – государства и общества. Данная трактовка концепции ГЧП согласуется с точкой зрения Колмакова В., что базовыми квалифицирующими признаков ГЧП являются: обязательный вклад доли собственности, справедливое распределение рисков и выгод, сфера применения [2]. Имплементация договоров ГЧП базируется на стратегических актах и законодательной базе – компонентах институциональной платформы, призванной придать юридическую силу приоритетным направлениям, обозначенных в стратегиях развития. Приведем краткую характеристику стратегий РМ, основной целью разработки и реализации которых является создание и развитие благоприятной среды для деятельности в сфере исследования-развития и инноваций, создания необходимых условий для внедрения инновационных продуктов в реальный сектор экономики. Следуя требованию евроинтеграции, выражаемой во внедрении Соглашения об Ассоциации (2014 г.) между Республикой Молдова (РМ) и Европейским Союзом (ЕС), Правительством РМ разработана **Национальная Стратегия развития «Молдова-2030»**, основу которой составляет концепция устойчивого развития, используемая странами ЕС. Это первый стратегический акт. Предназначение стратегии – это изменение фокусирования государственной политики на проблемы, интересы, устремления каждого социального субъекта и достижение экономического развития, обладающего устойчивым характером. Второй стратегический акт – это **Национальная программа в областях исследований и инноваций на 2020-2023 гг.** предусматривает комплексный подход к исследованиям и инновациям, решая, таким образом, проблему фрагментации, создавшуюся из-за существования двух отраслевых стратегий – Стратегии исследования-развития Республики Молдова до 2020 года, утвержденной Постановлением Правительства № 920/2014 и Инновационной стратегии Республики Молдова на период 2013–2020 гг.: «Инновации для конкурентоспособности». И третий документ, имеющий стратегическое значение для развития инновационной деятельности – это Инновационная стратегия на период 2013-2020 гг.: «**Инновации для конкурентоспособности**». Общие положения обозначенных стратегий через призму реализации договоров ГЧП представлены в таблице 1.

Таблица 1. Общая характеристика стратегических актов РМ через призму реализации договоров ГЧП в инновационном сегменте экономики

Критерии сравнения	Стратегический акт Республики Молдова		
	Национальная стратегия развития «Молдова – 2030»	Национальная программа в областях исследований и инноваций на 2020-2023 гг	Инновационная стратегия на период 2013-2020 гг.: «Инновации для конкурентоспособности»
Цель	Заметное повышение качества жизни населения страны через: соблюдение социальных и экономических прав человека и обеспечение равных возможностей всем людям с учетом специфики устойчивого характера развития конкретной среды.	Повышение эффективности национальной системы исследований и инноваций, а также обеспечение оптимальных условий для генерации новых знаний, и их применения для повышения конкурентоспособности национальной экономики и общего уровня благосостояния.	Создание экономики, основанной на знаниях, с помощью развития человеческого капитала, путем укрепления способности компаний усваивать, генерировать и распространять инновации посредством их более тесного взаимодействия с университетскими и научно-исследовательскими центрами.
Стратегическое видение государственно-частного партнерства	Государственные политики должны быть сфокусированы на гармоничном выравнивании всех интересов в рамках партнерских отношений государства и общества.	Для действенности результатов инновационной деятельности в предпринимательской среде, установлен принцип укрепления сотрудничества между государственным и частным сегментами.	Ключевая роль в формировании инновационной среды отводится качеству и степени взаимодействия государственного и бизнес-секторов.
Приоритетные действия в отношении исследовательской деятельности	В том числе: - Содействие финансирования социальных предприятий; - Симулирование частных инвестиций в сектор научных исследований и развития, а также партнерских отношений между компаниями и образовательными учреждениями.	В том числе: - Разработка нормативной базы, регулирующей доступ и его обеспечение к исследовательской инфраструктуре организаций публичного права в областях исследований и инноваций; - Запуск и организация прикладных проектов сотрудничества между научным сообществом и предпринимательской средой и стимулирование этого сотрудничества.	Укрепление инновационных взаимосвязей между компаниями, образовательной и научно-исследовательской сферами через: - поощрение развития проектов государственно-частного партнерства; - поощрение и приоритетное финансирование совместных инновационных проектов между университетами, научно-исследовательскими институтами и компаниями.
Ожидаемый эффект включает:	Основные показатели на 2026 г.: - Повышение индекса инноваций до 42 (наибольший – 100) - Повышение индекса уровня защиты инвесторов до 8 (наилучший – 10); - Усиление готовности компаний инвестировать в систему образования, исследования и разработки, показатель которой составит 3.5 (наилучший – 7); - Модернизация системы финансирования бизнес сектора, осуществляющего инновационную деятельность, которое должно составить 40%.	- Высокую эффективность исследовательской и инновационной деятельности; - Растущий объем государственного финансирования исследовательских и инновационных проектов; - Высокую степень внедрения результатов научных исследований; - Обновленную и подключенную к международной исследовательской инфраструктуре; - Наглядность и высокое доверие общества и предпринимательской среды к отечественному научному и инновационному потенциалу; - Сеть образцовых центров, влияющих на инновационное предпринимательство и признанные на международном уровне.	Основные показатели на 2020 г.: - Расходы на исследования и развитие – 0.8% от ВВП; - Государственные расходы на исследования – 0.5% от ВВП; - Возможность защиты прав инвесторов (показатель легкости ведения бизнеса) – выше 75; - Договоры венчурного финансирования / миллиард ВВП, по ППС в долл. США не реализовано; - Исследования и разработки, проводимые компаниями – 20 % от общего объема затрат; - Исследования и разработки, финансируемые предприятиями - более 10% от общего объема затрат; - Сотрудничество в области исследований университеты/ экономика - выше 45.

Источник: разработано автором

Итак, в контексте рассмотренных стратегических актов исследовательский сектор экономики рассматривается как часть национальной инновационной системы и требует действенной институциональной платформы его деятельности и соответствующего механизма финансирования. Одним из основных законов, регламентирующих порядок финансирования исследовательской (инновационной) деятельности является Закон РМ № LP2/2020 от 06.02.2020 «Об альтернативных организациях коллективного инвестирования», который частично транспонирует Директиву 2011/61/ ЕС Европейского парламента и Совета от 8 июня 2011 г. о менеджерах альтернативных инвестиционных фондов и поправки к Директивам 2003/41 / ЕС и 2009/65 / ЕС и Регламенту (ЕС) No. 1060/2009 и др. Общие положения этого закона, а также других, регламентирующих условия развития инновационного сектора через призму реализации договоров ГЧП представлены в таблице 2.

Таблица 2. Общая характеристика законодательных актов РМ через призму реализации договоров ГЧП в инновационном сегменте экономики

Элементы характеристики	Законы Республики Молдова:		
	№ 179 от 10-07-2008 «О частно-государственном партнерстве»	№ 138 от 21.07. 2007 «О научно-технологических парках и инновационных инкубаторах»	№ LP2/2020 от 06.02.2020 «Об альтернативных организациях коллективного инвестирования»
Определяет цель	Содействие привлечению частных инвестиций и эффективного использования государственной собственности при реализации социально значимых проектов.	Регулирование процесса создания и функционирования научно-технологических парков и инновационных инкубаторов для внедрения в практике инноваций и трансфера технологий.	Установление правовой основы для организации и управлению деятельности альтернативных предприятий коллективного инвестирования, в том числе предприятий с венчурным капиталом.
Формулирует базовые понятия:	В том числе (ст. 2): ▪ <i>государственный партнер</i> – юридическое лицо публичного права или объединение таких лиц, устанавливающее партнерские отношения в рамках ГЧП; ▪ <i>частный партнер</i> – юридическое лицо частного права или физическое лицо и/или объединение таких лиц, ставшее в соответствии с законом участником ГЧП; ▪ ГЧП – договор, заключенный между государственным и частным партнерами на длительный период времени для осуществления деятельности публичного интереса, основанный на способности каждого партнера распоряжаться ресурсами, рисками и доходами.	В том числе: ▪ <i>фонд развития научно-технологического парка (НТП)</i> – фонд для создания и развития инфраструктуры НТП, предназначенный для реализации проектов инновационной деятельности, инициированных его резидентами; ▪ <i>учредители НТП</i> – юридические лица любого вида собственности и организационно-правовой формы (организации, учреждения, предприятия), осуществляющие инновационную деятельность подписавшие договор об их объединении в рамках НТП; ▪ <i>НТП</i> – форма организации инновационной деятельности на основе предоставляемого государством льготного режима, с привлечением субъектов любой организационно-правовой формы.	В том числе: ▪ <i>альтернативное предприятие коллективного инвестирования (далее – АПКИ)</i> - предприятие (кроме общества коллективного инвестирования) которое привлекает финансовые ресурсы от ряда инвесторов для их размещения в соответствии с инвестиционной политикой, продвигаемой в интересах этих инвесторов; ▪ <i>квалифицированное участие</i> - прямое или косвенное владение не менее чем 10% уставного капитала компании или холдинга по управлению инвестициями, с оказанием значительного влияния; ▪ <i>Право на участие в АПКИ</i> - акции, сертификаты участия или паи фонда, выпущенные АПКИ в зависимости от юридической формы организации.

Идентифицирует:	Принципы, в том числе (Глава II, ст. 3, ст. 7, ст. 8): ▪ равновесия, исполнение которого направлено: 1) на сбалансированность в рамках ГЧП прав, обязанностей и выгод государственного и частного партнеров; 2) на соотношение и адекватное распределение рисков между государственным и частным партнерами согласно условиям, заключенного между ними договора ГЧП, в котором отмечается каждый тип риска и доля риска, приходящаяся на каждого из партнеров	Цели субъектов НТП (ст. 6), к которым относятся в том числе: ▪ мотивирование и поддержка хозяйствующих субъектов, вовлеченных во внедрение результатов исследований и освоение новых технологий; ▪ привлечение инвестиций для реализации проектов по внедрению инноваций; ▪ ориентирование инновационной деятельности на основе принципа конкурентоспособности.	В рамках АПКИ: Базовые принципы – справедливости и разделения рисков инвесторов; Цель (ст. 8) - получения значимого дохода на вложенные ресурсы; Методы инвестиционной политики для достижения ее цели (ст. 8) такие как: ▪ инвестирование в основные категории финансовых инструментов (активов); ▪ установление факторов риска, свойственных инвестиционной политике АПКИ и методов страхования рисков.
Определяет	Предмет договора ГЧП - любое имущество, работы, публичные услуги или любая деятельность, осуществляемая государственным партнером (исключаются запрещенные законом) и его договорные формы (ст. 17)	НТП, (ст. 3). как субъект: ▪ со сроком функционирования не менее 10 лет; ▪ управляется администратором на основании договоров, заключенных с учредителем и его резидентами; ▪ земля и здания, передаются в управление администратору, и подлежат аренде/наем только на срок предоставления статуса резидента НТП.	В рамках АПКИ: ▪ типы, применяемые в том числе и для предприятия с рисковым (венчурным) капиталом открытого и закрытого типа. ▪ организационно-правовые формы: инвестиционный фонд без правосубъектности, который при создании выпускает только паи в нематериализованной именной форме; акционерное инвестиционное общество, который при создании выпускает обыкновенные акции; инвестиционная компания командитного товарищества действует как компания с ограниченной ответственностью.

Источник: разработано автором

Анализ положений выше обозначенных законодательных актов свидетельствует о состоятельности тезиса о том, что концепция ГЧП является симбиозом экономических теорий капитала и собственности и концепции УР, согласно которой при толковании ГЧП следует руководствоваться квалифицирующими признаками: вклады ассоциированного капитала его собственниками – бизнеса и государства, распределение рисков и выгод на паритетной основе и социальная сфера применения.

Выводы. В контексте имплементации социально-экономической модели устойчивого развития государство призвано формировать среду, в которой экономика может благополучно функционировать. В этом процессе государство является макроэкономическим субъектом, выступающее как производитель качественных общественных услуг, собственник капитала, эффективный менеджер в поиске решений, институт разработки инструментов взаимодействия общества и бизнеса. Особое значение реализация этих функции государства имеет в социальной сфере, в том числе и такого ее сегмента как инновационная деятельность. Практика взаимодействия государства и бизнеса выработала множество инструментов его реализации, одним из которых является ГЧП. Однако для вовлечения бизнес-единицы в ГЧП требуется действенная институциональная платформа исполнения проектов ГЧП, в основу которой положена его концепция. В рамках исследования автор раскрыл концепцию ГЧП, привел общую характеристику институциональной платформы имплементации

ГЧП в Республике Молдова, осуществил контент-анализ законодательной базы исполнения проектов ГЧП с целью обоснования выдвинутого тезиса о концепции ГЧП как симбиозе экономических теорий капитала и собственности и социальных концепций устойчивого развития.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Государственно-частное партнерство в образовании: сущность, тенденции, социальная ответственность (2013)/Коллективная монография под ред. В. Тимирясова. Казань: Изд-во «Познание» Института экономики, управления и права – 232 с. [Электронный ресурс] URL: <http://www.researchgate.net/publication/282857696>
2. Готовые проекты для развития государственно-частного партнерства в социальной сфере. Образование, спорт, культура. [Электронный ресурс], URL: <https://edu.gov39.ru/edu/>
3. Красникова, Е., Хаматхановой, А. Акционерная собственность как фактор долголетия капитализма: Монография. – М: Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова, 2018. – 184 с.
4. Крыканов Д. Проблемы выработки методологии оценки эффективности проектов государственно-частного партнерства – российский и зарубежный опыт // Государственно-частное партнерство. – 2017. – Том 4. – № 3. – С. 179-196. – doi: [10.18334/ppp.4.3.38449](https://doi.org/10.18334/ppp.4.3.38449)
5. Мизес, Л. Человеческая деятельность. Трактат по экономической теории. (пер. с 3-го испр. англ. изд. – Челябинск: Социум, 2012 – 878 с.
6. Партнерство: почему это важно. [Электронный ресурс], URL: https://www.un.org/ru/development/devagenda/pdf/Russian_Why_it_matters_Goal_17_Partnerships.pdf
7. Golochalova, I., VAKUN, O. Natural capital accounting in context of the socio-economic paradigm of financial reporting: conceptual and methodological aspects. Public Policy and Accounting, [Электронный ресурс] URL: <http://ppa.ztu.edu.ua> [https://doi.org/10.26642/ppa-2020-2\(2\)-24-33](https://doi.org/10.26642/ppa-2020-2(2)-24-33)

ACTUALITĂȚI ȘI PERSPECTIVE ALE RAPORTĂRII FINANCIARE CORPORATIVE ÎN CONDIȚIILE ÎNCĂLZIRII GLOBALE ȘI A LIMITELOR BURSELOR DE VALORI

Aliona BÎRCĂ

Academia de Studii Economice din Moldova

Lucia BURDUJA

Universitatea de Stat din Moldova

Résumé. L'adaptation du reporting fourni par la comptabilité aux nouvelles exigences du marché national et mondial est l'un des objectifs clés de la gestion comptable. Mais cette approche se heurte à un certain nombre de problèmes liés aux pressions des normalisateurs, des bourses et des organismes internationaux. Malgré ces obstacles, les entités nationales dans la collecte, le traitement et la présentation de l'information comptable financière doivent prendre en compte les attentes des utilisateurs, veiller au respect du cadre réglementaire spécifique et enfin évaluer le risque et présenter les principaux risques pouvant avoir une influence significative sur la continuité de l'activité de l'entité. A cet égard, les états financiers et le rapport de gestion sont un résumé des dispositions du Comité des normes comptables internationales, des Directives Européennes et de l'Organisation internationale des commissions de valeurs.

Mots clés: rapports financiers d'entreprise durables, réchauffement de la planète, principales activités de gestion comptable.

INTRODUCERE

Analiza evoluției contabilității demonstrează că până nu demult, aceasta se cerceta din perspectiva „anglo-saxonă” și „continental-europeană”. În prezent, raportarea financiară la nivel internațional este influențată de prevederile directivelor Uniunii Europene, *Comitetului pentru Standardele Internaționale de Contabilitate* (IASB), Federației Internaționale a Contabililor (IFAC), Organizației Internaționale a Comisiilor Valorilor Mobiliare (IOSCO). Comisia Europeană promovează politici de convergență spre IFRS prin respectarea unor

tradiții ale contabilității europene. Normalizatorii din țările cu orientare anglo-americană urmăresc să dețină majoritatea și respectiv să influențeze reglementările emise. IOSCO a devenit un actor important prin influențarea raportărilor prezentate de entitățile listate în cadrul unei burse de valori.

ATITUDINEA BURSELOR DE VALORI ÎN ASIGURAREA UNOR POLITICI DE DEZVOLTARE DURABILĂ A ENTITĂȚII

Un rol important în dezvoltarea economică a unei țări sau regiuni o au bursele de valori -forța motrică, barometrul sau spațiul rezervat pentru gestiunea capitalului acumulat de persoanele fizice și juridice din perspectiva economică, financiară și juridică. La nivel mondial, primele tranzacții caracteristice unei burse au fost atestate în jurul secolului al II-lea d. Hr. în Aizanoi, Turcia, ulterior în perioada secolelor XI-XV au fost atestate burse formative în Franța, Italia, Belgia și Olanda. Prima bursă de valori a fost înregistrată în 1415.

Situația actuală a burselor de valori este cunoscută, însă dorim să examinăm, în această perspectivă, problemele bursei de valori din Republica Moldova. De-a lungul timpului se observă că bursele de valori la nivel internațional, pe lângă activitatea de bază, contribuie și la ameliorarea conținutului raportărilor corporative, promovarea transparenței și a dezvoltării durabile. Urmare a neclarităților în cadrul reglementativ specific Bursei de Valori a Moldovei, raportările entităților din cadrul pieței reglementate nu pot fi comparate cu raportările prezentate de entitățile din cadrul altor burse internaționale.

POZIȚIA ORGANISMELOR ÎN LEGĂTURĂ CU RAPORTAREA FINANCIARĂ CORPORATIVĂ

IFAC recomandă profesioniștilor contabili să includă în raportările sale și informații cu privire la schimbările climatice deși setul unic de standarde IFRS nu a fost schimbat. Acest set conține: Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS), Standardele Internaționale de Contabilitate (IAS), Interpretările Comitetului pentru Interpretarea Standardelor Internaționale de Raportare Financiară (IFRIC), Interpretările Comitetului Permanent pentru Interpretări (SIC) și Cadrul general conceptual de raportare financiară. Însă diversele categorii ale părților interesate, inclusiv investitorii, consideră schimbările climatice drept un factor de risc semnificativ asupra performanței financiare și nefinanciare ale entităților și trebuie incluse în raportări.

Deși este o problemă mai veche, totuși Acordul Internațional de la Paris în baza Convenției-cadru a Națiunilor Unite asupra schimbărilor climatice impune o anumită prudență ciclului de raportare 2021. Acest acord prezintă un *plan de acțiuni pentru limitarea încălzirii globale* și anume:

- *obiective pe termen lung* – promovarea politicilor de către guverne în scopul menținerii creșterii temperaturii medii la nivel mondial mult sub 2°C peste nivelurile preindustriale și să continue eforturile de a se limita la 1,5°C;
- *contribuții* prin prezentarea planurilor de acțiuni naționale cuprinzătoare privind clima și reducerea emisiilor de gaze;
- *ambitiile* guvernelor ca odată în cinci ani să actualizeze planurile de acțiuni în funcție de situația creată prin obiective mai ambițioase;
- *transparență* prin acceptarea de către guverne a obligațiilor de informare reciprocă a publicului cu privire la rezultatele întreprinse;
- *solidaritate* între statele membre ale UE și alte țări dezvoltate în legătură cu oferirea de finanțări pentru combaterea schimbărilor climatice, reducerea emisiilor în țările în curs de dezvoltare.

Având în vedere faptul că toate statele membre ale UE au ratificat acest acord, Republica Moldova trebuie să inițieze și ea acțiuni concrete în vederea ajustării conținutului raportărilor financiare corporative sustenabile. La nivel mondial, sunt afectate cel puțin o cincime din cele mai mari 2.000 de companii listate în cadrul burselor de valori. Aceste entități elaborează strategii pe termen lung, mediu și scurt cu privire la decarbonizarea

modelelor de afaceri și reducerea emisiilor de gaz, iar dacă acestea politici determină în final implicații financiare semnificative, atunci trebuie prezentate în raportarea financiară a acestora [2].

În această perspectivă, profesioniștii contabili în raportul financiar pentru anul 2021 trebuie să țină cont de prevederile Convenției-cadru a Națiunilor Unite, standardele de contabilitate IFRS care nu au fost modificate și Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ale Republicii Moldova (ODD). Astfel, *ODD 12: Asigurarea unor tipare de consum și producție durabile* și *ODD 13: Luarea unor măsuri urgente de combatere a schimbărilor climatice și a impactului lor* au tangențe cu încălzirea globală, iar contabilii trebuie să fie prudenți în respectarea acestora. Totodată, informațiile din situațiile financiare, mărimea estimărilor contabile, recunoașterea provizioanelor se realizează în funcție de activitate, mediului intern și extern și atitudinea conducerii față de aceste probleme. În cele din urmă, FASB recomandă ca entitățile să evalueze ceea ce părțile interesate așteaptă ca entitatea să raporteze și unde ar dori să fie raportate (raportarea financiară sau nefinanciară) în contextul respectării cadrului reglementativ cu privire la secretul comercial.

„Standardele IFRS nu se referă în mod explicit la aspecte legate de climă. Cu toate acestea, companiile trebuie să ia în considerare aspectele legate de climă în aplicarea standardelor IFRS atunci când efectul acestor aspecte este semnificativ în contextul situațiilor financiare luate în ansamblu. De exemplu, informațiile despre modul în care conducerea a luat în considerare aspectele legate de climă în pregătirea situațiilor financiare ale unei companii pot fi semnificative cu privire la cele mai semnificative judecăți și estimări pe care le-a făcut conducerea.” În Materialul educațional al IASB : *efectele aspectelor legate de climă asupra situațiilor financiare pregătite aplicând standardele IFRS* se examinează importanța informațiilor semnificative legate de climă și se analizează modul în care standardele IFRS abordează aceste probleme și limitele în care acestea pot fi semnificative și afectează raționamentul profesional și estimările incluse în situațiilor financiare. [5].

Viziunea reglementatorilor *Standardelor Internaționale de Audit și Asigurare (IAASB)* este importantă a fi analizată, deoarece auditorii, în cadrul acestui demers, au un rol crucial și trebuie să ia în considerare modul în care standardele internaționale de audit (ISA) se raportează la considerațiile lor privind riscurile legate de climă în auditul situațiilor financiare. *„Dacă schimbările climatice influențează entitatea, auditorul trebuie să ia în considerare dacă situațiile financiare reflectă acest lucru în mod corespunzător în conformitate cu cadrul de raportare aplicabil (adică, în contextul riscurilor de denaturare semnificativă legate de sume și prezentări care pot fi efectuate în funcție de fapte și circumstanțe ale entității). ... Auditorii trebuie, de asemenea, să înțeleagă modul în care riscurile legate de climă se raportează la responsabilitățile lor în conformitate cu standardele profesionale și cu legislația și reglementările aplicabile.”* [5]. Atât auditorii, cât și managementul contabil trebuie să facă în permanență evaluări a riscului legat de climă, ajustarea strategiilor și a deciziilor cu privire la alocarea capitalului. Situațiile financiare trebuie să mai includă și informații cu privire la: durata de utilizare și valoarea realizabilă netă a anumitor active; prognoza fluxului de numerar; eventualele deprecieri; eventualele pierderi din credite și contracte oneroase; necesitatea realizării diverselor asigurări. Pe lângă aceste informații entitatea trebuie să asigure și realizarea principiului comparabilității, iar conducerea să ofere un nivel de asigurare rezonabil că nu au fost realizate omisiuni semnificative sau prezentate informații eronate.

Aspectele generale ale IFAC în legătură cu prezentarea unor soluții pentru aceste probleme vizează următoarele direcții:

⇐ *Analiza scenariului și informațiilor anticipative* în legătură cu probabilitatea impactului climateric asupra informațiilor semnificative, din punct de vedere financiar, prin prognozarea prețului mărfurilor, cererii de produse și servicii, costurile asociate cu excesul de emisii de carbon emise;

⇐ *Analiza scenariului și deficiențelor* legate de prețul mărfurilor sau a serviciilor care stau la baza previziunii fluxului de numerar utilizat în testarea și evaluarea deprecierii. Unii investitori pot solicita conducerii entității să utilizeze prognoze ale prețului pe piețele în care oferta și cererea de petrol sunt aliniate cu obiectivele climatice din Acordul de la Paris. Deși aceste cerințe nu se regăsesc în cadrul IFRS, entitățile estimează deprecierile și amortizările în funcție de probabilitatea realizării problemelor incerte și a riscului de faliment;

⇐ *Raportarea auditorului* – abordarea gradului de utilizare a problemelor legate de climă la pregătirea situațiilor financiare în raportul auditului poate contribui la creșterea încrederii în serviciile de asigurare prestate de ei;

⇐ *Transparența* a jucat un rol esențial în profesia contabilă și îndeosebi în raportarea informațiilor legate de încălzirea globală:

1. Integritatea informației cu privire la climă prin racordarea informațiilor din rapoartele financiare corporativ la planificările interne, deciziile luate de managementul executiv, consiliul de administrație și investitori;
2. Cuantificarea, ori de câte ori este cazul, a impactului financiar;
3. Asigurarea că raportarea legată de climă respectă cerințele de raportare;
4. Sprijiniți inițiativele globale pentru îmbunătățirea raportării climatice și a unor rapoarte mai largi legate de durabilitate - trecerea la standardele globale de durabilitate care vizează valoarea întreprinderii în cadrul ISSB va spori calitatea informațiilor legate de climă și de durabilitate pentru toate părțile interesate.

POZITIA CIMA- CGMA ÎN LEGĂTURĂ CU CONȚINUTUL RAPORTĂRILOR FINANCIARE CORPORATIVE

Fondat în 1919, CIMA (*Institutul Contabililor de Gestione*) este un organism profesional cu sediul în Marea Britanie, implicat în dezvoltarea contabilității de gestiune în întreaga lume. Profesioniștii CIMA- CGMA acționează la nivel strategic și operațional, ghidează deciziile cheie și creează premise pentru asigurarea unui succes sustenabil realizând legătura dintre obiectivele de nivel înalt ale afacerii și diversele componente ale entității. În această perspectivă, principalele domenii de activitate ale managementului contabil sunt următoarele:

⇐ *Transformarea și gestionarea costurilor* - implică identificarea și reducerea permanentă a costului în condițiile unor resurse limitate, inovații orientate către client care determină creșterea valorii viitoare ale părților interesate;

⇐ *Raportare externă* - furnizarea unei viziuni integrate și cuprinzătoare a performanței financiare și nefinanciare a entității, a modelului de afaceri, a riscului și a strategiei, care împreună constituie baza pentru o evaluare eficientă a performanței viitoare așteptate. În scopul verificării situației în Republica Moldova se examinează situațiile financiare ale S.A "Purcari" elaborate în baza IFRS și a Legii privind societățile comerciale din Cipru, cap.113;

⇐ *Strategia financiară* - identificarea posibilelor strategii capabile să maximizeze valoarea actuală netă a unei entități, alocarea resurselor de capital rare între oportunitățile concurente, implementarea și monitorizarea strategiei alese pentru atingerea obiectivelor declarate. Spre exemplu, în cadrul raportului anual al S.A "Purcari" se menționează că pilonii de bază care au asigurat succesul grupului sunt: vinificația modernă, luxul accesibil și marketingul diferențiat. Totodată mai sunt asigurate printr-o serie de valori generale prin:

- Controlul și asigurarea calității;
- Responsabilitatea socială: donații pentru Combaterea COVID-19, CCF/HHC Moldova prin oferirea fiecărui copil oportunitatea sa crească într-o familie iubitoare, Fundația Filantropică Medicală etc.;

- Responsabilitatea de Mediu: colectarea și sortarea deșeurilor din sticlă, hârtie, carton și a altor deșeuri nealimentare în recipiente separate; metode inovative privind transportarea, depozitarea, aplicarea și îndepărtarea pesticidelor;
- Sustenabilitate: înlocuirea corpurilor de iluminat obișnuite cu cele eficiente din punct de vedere energetic;
- Etica profesională: declarație întocmită de persoanele responsabile cu guvernarea prin respectarea cerințelor de etică profesională relevantă privind independența, comunicarea și alte aspecte;
- Extinderea brandului;
- Crearea noilor relații cu organizațiile locale din alte țări;
- Concentrarea prin a deveni lider pe piețele de desfacere din România;

⇐ *Controlul intern* - cadru documentat de politici, sisteme, procese și proceduri necesare în gestiunea riscului privind generarea și conservarea valorii, implementarea eficientă, funcționarea, raportarea și supravegherea acestui cadru de politici ale entității. Din raportul anual al S.A "Purcari" se observă că și entitățile naționale dispun de sisteme de control intern axat pe prevenirea și detectarea ineficiențelor și a altor nereguli, evaluarea conformității cu procedurile interne, evaluarea exactității sarcinilor, prezentarea informațiilor obiective și recomandărilor către conducerea societății. În această perspectivă, procedeele de control intern ajută entitatea să-și îmbunătățească eficiența de funcționare, precum și să adere la valorile și principiile grupului analizat;

⇐ *Evaluarea investiției* – include investițiile racordate la strategii, prioritizarea opțiunilor, accesibilitatea și randamentele acceptabile față de riscurile inacceptabile. Investițiile realizate de S.A "Purcari" sunt contabilizate prin metoda punerii în echivalență fiind realizate în următoarele companii: Grupul IM Glass Container Compan, S.A. Ecosmart Union SA;

⇐ *Managementul și controlul bugetar* - sistemul de control proactiv al performanței împotriva obiectivelor prestabilite la toate nivelurile entității, care poate include diverse laturi: proiecte, oameni, activități, procese, volume și venituri ale vânzărilor, cantități de resurse, costuri și cheltuieli de exploatare, active, pasive și fluxuri de numerar, precum și alte măsuri nefinanciare;

⇐ *Prețuri, reduceri și decizii de produs* - decizia ce să producă sau ce serviciu să furnizeze și stabilirea prețului de vânzare și a structurilor de reducere pentru produse și servicii;

⇐ *Managementul proiectului* - integrarea tuturor aspectelor unui proiect, astfel încât cunoștințele și resursele adecvate să fie disponibile atunci când și unde este necesar și mai ales, pentru a se asigura că rezultatul scontat este produs în timp util, rentabil și calitativ;

⇐ *Respectarea reglementărilor și conformitatea cu acestea* - îndeplinirea obligațiilor legale și de reglementare în legătură cu contabilitate, raportările legale, impozitarea și alte reglementări. Obiectivul este de a preveni sancțiunile și alte activități de executare și de a promova reputația organizației pentru o bună cetățenie corporativă;

⇐ *Managementul resurselor* - luarea în considerare a priorității disponibilității resurselor în contextul luării deciziilor entității. Ajută companiile să gestioneze în mod eficient și eficace transformarea sau îmbunătățirile continue ale produselor și proceselor. Aceasta implică alinierea resurselor, sistemelor și angajaților la obiectivele strategice și prioritățile organizației;

⇐ *Managementul riscului* - procesul de identificare, evaluare și răspuns la incertitudinile care rezultă din activitățile entității pentru a sprijini îndeplinirea obiectivelor sale strategice. Spre exemplu S.A "Purcari", în baza informației prezentate rezultă că pune accent pe următoarele direcții:

- riscul de credit: fiecare client nou este analizat individual din punct de vedere al bonității înainte de a-i fi oferite condițiile standard de plată și de livrare. Analiza bonității este actualizată atunci când există o întârziere semnificativă în perioada de plată comparativ cu perioada maximă de plată convenită. Clienții sunt grupați în funcție de localizarea geografică, domeniul de activitate, vechime, termenul de scadență și existența unor dificultăți financiare anterioare;
- riscul de lichiditate: datoriile financiare care sunt decontate în numerar sau prin transferul altui activ financiar. Asigurarea deținerii în orice moment a lichidității suficiente necesare în achitarea datoriilor la scadență fără a suporta pierderi inacceptabile sau a pune în pericol reputația entității. Permanent se verifică raportul dintre fluxul preconizat de intrări de numerar aferente creanțelor comerciale concomitent cu ieșirile de numerar așteptate aferente împrumuturilor și a datoriilor comerciale și a altor datorii;
- riscul de piață: fluctuația prețurilor pieței influențate de cursul de schimb valutar, rata dobânzii, valoarea instrumentelor financiare deținute etc. Entitatea analizată este expusă la riscul valutar din vânzări, achiziții și împrumuturi realizate în alte monede decât cele funcționale din cadrul Grupului: EUR, USD, MDL și RON;

⇐ *Managementul strategic al impozitelor* - rolul impozitului în analiza financiară și luarea deciziilor, gestionând în mod proactiv poziția fiscală a organizației, astfel încât să fie îndeplinite cerințele legale;

⇐ *Gestionarea trezoreriei și a numerarului* - tratarea corporativă a tuturor problemelor financiare, generarea de surse financiare externe și interne privind activitatea entității, care încorporează gestionarea riscului valutar și a ratei dobânzii, facilitățile băncilor, finanțarea și gestionarea numerarului;

⇐ *Auditul intern* - furnizarea unei asigurări independente că procesele de management al riscului, guvernanta și control intern funcționează eficient. Deși nu este un domeniu practic din cadrul funcției contabilității de gestiune, totuși acesta aduce o contribuție semnificativă asupra sistemului de control intern prin testarea și evaluarea funcționării eficiente a acestuia. Din raportul anual al S.A "Purcari" se poate deduce că aceștia dispun de funcția de audit intern din 1 mai 2019, iar organigrama demonstrează că se supune numai Comitetului de Audit și Consiliului de Administrație.

CONCLUZII

Cercetarea problemelor profesioniștilor contabili în elaborarea raportării financiare corporative pentru anul 2021 se orientează în cea mai mare parte la tehnicile și metodele de raportare a informației cu privire la încălzirea globală. În această perspectivă susținem poziția IFAC în necesitatea promovării transparenței raportărilor prin promovarea unor politici active în domeniul dezvoltării sustenabile, transparenței și a ajustării conținutului raportărilor în funcție de așteptările utilizatorilor.

Abordarea acestor probleme este mai importantă ca oricând deoarece entitățile și bursele de valori trebuie să evalueze impactul schimbărilor climatice asupra activității sale, utilizatorilor și a societății în general. Contabilii profesioniști trebuie să demonstreze implicații active în ajutorarea, înțelegerea și prezentarea în mod adecvat a impactului financiar legat de încălzirea globală.

BIBLIOGRAFIA

1. Acordul de la Paris – Convenția-cadru a Națiunilor Unite asupra schimbărilor climatice. Disponibil: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:22016A1019\(01\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:22016A1019(01))
2. Acordul de la Paris privind schimbările climatice. Disponibil: <https://www.consilium.europa.eu/ro/policies/climate-change/paris-agreement/>

3. Analyzing Alpha. Comprehensive History of the Stock Market. Disponibil: <https://analyzingalpha.com/stock-market-history>.
4. Bursa de Valori a Moldovei. Disponibil: <http://www.bvm.md/ro/legislation>
5. IFAG. Disponibil: <https://www.ifac.org/who-we-are/our-purpose>
6. Flower, J., Ebbers, G. (2002). *Global financial reporting*. New York: Palgrave, Houndmills, Basingstoke, Hampshire, 677 p.
7. Obiective de Dezvoltare Durabilă ale R. M. Disponibil: <https://statistica.gov.md/pageview.php?l=ro&id=6306&idc=605>

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ МЕТОДОЛОГИИ БУХГАЛТЕРСКОГО АНАЛИЗА ЭФФЕКТИВНОСТИ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Игорь МАТЮШ

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь

Abstract. *This article presents the theoretical foundations of accounting analysis for assessing the economic efficiency of enterprise modernization. Using the method of accounting analysis, it was possible to develop an information base for calculating the proposed coefficients. The application of the proposed methods allows you to justify investment decisions and business plans for more optimal options for the implementation of modernization and increasing the production potential of the enterprise.*

Keywords: *accounting analysis, modernization, assets, capital, liabilities, profit, income, expenses.*

Современная методика экономического анализа эффективности модернизации, основанная на традиционных методах исследования и базирующаяся на разобранной информации о модернизации, полученной из типовых форм бухгалтерской и статистической отчетности, не позволяет своевременно отследить движение капитала по стадиям реализации модернизационного проекта, что не позволяет сделать выводы:

- относительно условий и размеров финансирования модернизации предприятия;
- экономической эффективности ее осуществления,
- рентабельности продукции, производимой на модернизируемом оборудовании,
- о денежных потоках, которые сопутствовали модернизации,
- оценить влияние модернизации, как на производственные мощности организации, так и на ее финансовое состояние.

Учетно-аналитический информационный базис, на основании которого оценивается эффективность модернизации предприятия, имеет ряд недостатков.

Во-первых, традиционная система бухгалтерского учета формирует информацию о задействованных в процессе модернизации объектах учета (активах, обязательствах, капитале, доходах и расходах) в комплексе с другими хозяйственными процессами, что не позволяет оценить: какие источники финансирования участвовали при реализации проекта по модернизации предприятия; какая прибыль получена в результате реализации проекта по модернизации; какие денежные потоки сопутствовали модернизации.

Во-вторых, современный анализ хозяйственной деятельности оценивает эффективность модернизационных бизнес-процессов исходя из конечных результатов в рамках традиционных показателей (чистый доход, рентабельность инвестиций, внутренняя норма доходности, срок окупаемости и др.), и не содержит методик оценки эффективности, базирующихся на непрерывном процессе движения средств в рамках кругооборота капитала: от инвестирования до формирования прибыли. Важно

проводить не только количественное исследование заработанной прибыли, а анализ ее обеспечения денежными средствами, дебиторской задолженностью, иными активами. Указанные недостатки учетно-аналитической информации снижают эффективность контроля за целевым и рациональным использованием финансовых ресурсов, не позволяют оценить действительный вклад модернизации в формировании финансовых результатов и приращении капитала для целей принятия управленческих решений и разработки финансовой стратегии. Поэтому необходимо разработать новый методологический подход к формированию учетно-аналитической информации о модернизационных бизнес-процессах, который позволит абстрагировать учетные данные в разрезе активов, обязательств, капитала, доходов и расходов, обусловленных проведением модернизации предприятия, от иных бизнес-процессов и оценить действительную эффективность модернизации в системе кругооборота капитала с учетом физической и финансовой концепций.

Для целей анализа модернизационного бизнес-процесса капитал как совокупность ресурсов необходимо характеризовать одновременно с двух сторон: 1-я – направлений его вложения (объекты модернизации) и 2-я – источников происхождения (источники финансирования модернизации).

Установить взаимосвязи между активным и пассивным капиталом в рамках модернизации предприятия возможно при применении комбинированного методологического подхода, объединяющего методики бухгалтерского учета и анализа хозяйственной деятельности, – бухгалтерского анализа, разработанного Д. А. Панковым [1]. С одной стороны, бухгалтерский анализ использует методы оценки активов, обязательств, капитала, доходов и расходов, применяемых в бухгалтерском учете и основан на бухгалтерской информации о модернизации, формируемой посредством двойной записи и фиксируемой в синтетическом и аналитическом учете. С другой стороны, методика бухгалтерского анализа, основываясь на методологии экономического анализа, позволяет проводить качественную оценку фактических финансовых пропорций, возникающих при модернизации предприятия – соотношение между текущими расходами и инвестициями, между собственными и заемными источниками финансирования модернизации, между прибылью и активами, которые ее обеспечивают, и др. Поскольку бухгалтерский анализ непосредственно интегрирует в себе элементы бухгалтерского учета и экономического анализа, то его метод можно охарактеризовать как компилятивный относительно методов названных научных направлений. Предметом исследования бухгалтерского анализа является «совокупность причинно-следственных связей, отражающих закономерности кругооборота средств организации в разрезе основных бизнес-процессов и составляющих их хозяйственных операций, отражаемых в системе бухгалтерского учета» [2, с. 67].

Жизненный цикл модернизации предприятия включает бизнес-процессы как по улучшению полезных свойств модернизируемых объектов и их дальнейшему использованию в предпринимательской деятельности, так и по извлечению доходов от использования этих объектов. В связи с этим считается целесообразным отслеживать бизнес-процессы, связанные с модернизацией, по всему циклу кругооборота капитала.

Кругооборот капитала при модернизации включает пять последовательных стадий: финансирование, снабжение, производство, реализация, перераспределение финансовых ресурсов [3].

Основываясь на исследовании жизненного цикла модернизации как объекта учета и стадий кругооборота капитала при реализации проекта по модернизации, предприятия следует выделить характерные концептуальные предпосылки, на которых должна базироваться методика бухгалтерского анализа модернизации.

Во-первых, в процессе реализации проекта по модернизации предприятия у субъекта формируются финансово-денежные отношения с различными контрагентами.

На этапе финансирования модернизации и распределения денежных ресурсов у организации возникают финансовые взаимоотношения с:

собственниками (акционерами) по поводу размещения последними своих капиталов в обороте хозяйствующего субъекта с целью получения доходов по результатам осуществления модернизации;

банками и другими кредитно-финансовыми учреждениями относительно привлечения в свой оборот заемных источников финансирования, а также расчетов по ним;

государством, путем привлечения средств целевого финансирования и уплаты налогов в бюджет. На этапе снабжения у организации возникают финансовые взаимоотношения с поставщиками производственных ресурсов при осуществлении расчетов за полученные средства производства. Финансовые взаимоотношения с наемным персоналом у организации возникают по поводу мотивации и оплаты труда на этапе производства. При продаже произведенной продукции (этап реализации) у организации возникают расчетно-финансовые взаимоотношения с покупателями и заказчиками за поставленную продукцию, выполненные работы и оказанные услуги. Вместе с тем денежные средства – это наиболее ликвидный актив, который имеет определяющее значение в непрерывности кругооборота капитала. В связи с этим необходимо иметь прозрачную информацию об источниках поступления денежных средств на финансирование модернизации, о направлениях их расходования и фактической принадлежности остатков (собственные, заемные, привлеченные, авансированные), отражаемых в бухгалтерском балансе. Поэтому бухгалтерский анализ должен раскрывать движение денежных средств путем сравнения дебетового и кредитового оборотов по расчетным, валютным и другим счетам в разрезе контрагентов.

Таким образом, концепция построения бухгалтерского анализа модернизации предприятия должна быть основана на четком представлении системы денежно-финансовых отношений организации (с собственниками, поставщиками, работниками, покупателями, государством и кредиторами) в процессе реализации инвестиционного проекта и отслеживании денежных потоков.

Во-вторых, все многообразие объектов бухгалтерского учёта модернизации предприятия группируется по пяти основным группам: активы, обязательства, собственный капитал, доходы и расходы. Взаимосвязь оборотов по счетам в разрезе указанных элементов основывается на уравнениях, положенных в основу важнейших форм бухгалтерской отчетности:

Активы = Собственный капитал + Обязательства; Чистая прибыль = Доходы – Расходы.

Систематизация корреспонденций счетов в разрезе этих уравнений позволит изучить структуру двойной записи между счетами активов, активов и обязательств, активов и доходов, активов и расходов, участвующих в модернизации. На этой основе становится возможным проанализировать источники и рациональность финансирования модернизации на основании сравнения прироста активов, участвующих в модернизации, с обязательствами или капиталом; уровень обеспеченности доходов и прибыли, полученных от модернизации, денежными средствами, дебиторской задолженностью, другими активами и др. Таким образом, универсальная информационная система бухгалтерского анализа модернизации должна быть основана на бухгалтерском равенстве:

Активы (А) = Собственный капитал (К) + Обязательства (О) + Доходы (Д) – Расходы (Р).

В-третьих, в крупных организациях одновременно могут происходить несколько модернизационных бизнес-процессов, каждый из которых имеет свою специфику и

результаты. Соответственно, для применения методик бухгалтерского анализа и определения эффективности модернизации каждого реализуемого проекта бухгалтерский учет должен быть организован так, чтобы предоставлять абстрагированную прозрачную аналитическую информацию в разрезе модернизационных бизнес-процессов.

В-четвертых, исследование кругооборота капитала в рамках модернизации показало, что этот бизнес-процесс сопровождается многочисленными хозяйственными операциями: от момента финансирования до момента перераспределения ресурсов. Вместе с тем на текущий момент в бухгалтерском учете не создана система аналитического учета, позволяющая отделять хозяйственные операции, относимые к модернизации предприятия, от иных операций, связанных с прочими видами деятельности.

Поэтому с целью применения бухгалтерского анализа необходимо уметь выделять из общего потока данных бухгалтерского учета те информационные треки, которые отражают порядок финансирования процессов модернизации предприятия в разрезе источников финансирования (собственный и заемный капиталы, доходов будущих периодов, лизинг, смешанное финансирование и др.), использование инвестированного капитала, особенности его распределения и оценки конечных финансовых результатов деятельности организации, полученных от модернизации.

Следовательно, на основании проведенного исследования особенностей кругооборота средств при модернизации предприятия следует выделить следующие методические принципы применения бухгалтерского анализа, которые должны быть положены в организацию системы бухгалтерского учета как основного информационного источника:

- принцип четкого разграничения финансовых отношений организации по стадиям кругооборота средств в рамках осуществления модернизации, основанный на отслеживании денежных потоков;
- принцип взаимозависимости активов, обязательств, капитала, доходов и расходов, базирующийся на использовании бухгалтерского равенства: $\text{Активы (A)} = \text{Обязательства (O)} + \text{Собственный капитал (K)} + \text{Доходы (D)} - \text{Расходы (P)}$, положенного в основу составления основных форм бухгалтерской отчетности;
- принцип абстрагирования хозяйственных операций нескольких модернизационных проектов друг от друга в бухгалтерском учете, основанный на введении особого аналитического признака в систему рабочего плана счетов;
- принцип информационной идентификации и маркировки хозяйственных операций, обусловленных проведением модернизации предприятия, в общей совокупности хозяйственных операций, осуществляемых в рамках всех видов деятельности, базирующийся на детализации учетной информации по аналитическому признаку.

Применение предлагаемых принципов при организации бухгалтерского учета и формировании учетной информации о модернизационном бизнес-процессе позволит разработать методику бухгалтерского анализа модернизации предприятия, основанную на концепциях поддержания капитала, и позволяющую проводить качественный анализ эффективности проектов, принимать стратегически значимые решения об источниках и условиях финансирования реальных инвестиций, распределении и перераспределении чистых доходов, полученных от модернизации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- 1- Панков, Д. А. Бухгалтерский анализ: теория, методология, методики: пособие / Д. А. Панков, Л. С. Воскресенская. – Минск: Элайда, 2008. – 119 с.
- 2- Панков, Д. А. Бухгалтерский анализ / Д. А. Панков, Ю. Ю. Кухто. – Минск: А. Н. Вараксин, 2009. – 222 с.

- З. Матюш, И. В. Сущность модернизации производства как фактора устойчивого развития предприятия и особая система ее бухгалтерского учета / И. В. Матюш // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д, Экон. и юрид. науки. – 2019. – № 14. – С. 85–90.

UNELE REFERINȚE PRIVIND CONTABILITATEA EXPLORĂRII RESURSELOR MINERALE

Tatiana ȘEVCIUC
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The accounting of the exploration costs is determined by the technological particularities of the execution of the exploration works on the respective field. These works include the following stages: general prospecting of the basement (regional study); of prospecting and evaluation of deposits (works of investigation and appreciation of deposits); by field research and acquisition and research for exploitation purposes. The basement general prospecting works aim to create the fundamental multiaspectual geological basis for the prediction of subterranean riches, providing geological information to solve the problem in the field of geological prospecting and other works. The purpose of the prospecting and evaluation works of the deposits consists in the study of the territory for geological prospecting, highlighting the manifestation of mineral resources, determining the opportunity to continue the studies. The research and acquisition of the deposit for the purpose of exploitation has as object of study the manifestations of the underground resources with the estimation of their prognostic volume. All these steps determine the accounting of mineral resources depending on the results obtained. Therefore, the purpose of this research is to present some references regarding the accounting of mineral resource exploration taking into account the particularities of technological exploration works.*

Keywords: *accounting, extraction, exploration, mineral resources.*

Lucrările de explorare sunt executate de specialiștii din domeniu. Din lipsa specialiștilor entitatea (persoana juridică) cu drept de extracție a resurselor minerale respective poate încheia contract cu o entitate specializată în executarea lucrărilor de explorare. Unele costuri ce apar în perioada de explorare, cum ar fi cele de decopertare, pot să fie suportate de către entitatea cu drept de extracție a resurselor minerale. După lucrările de explorare menționate urmează lucrările de dezvelire a resurselor minerale, de extracție a acestora și, ulterior-lucrările de recultivare a terenului din care au fost extrase resursele minerale, a terenului ocupat cu clădirea aparatului administrativ al entității, clădirea depozitelor de materiale a secției de reparație a mijloacelor fixe, a fabricii de procesare a resurselor minerale extrase, a terenurilor ocupate cu drumurile temporare [4].

Sinteza contabilității activității unei entități cu drept de extragere a unei resurse minerale din momentul desfășurării și până la finisarea ei, după epuizarea resursei minerale sau din cauza limitei stabilite de stat poate fi prezentată astfel (figura 1).

Unele entități cu drept de extracție a resurselor minerale pot să aibă o schemă de desfășurare și încheiere a activității sale mai simplă sau mai compusă. De exemplu, la majoritatea din ele (cu extracție deschisă) și la toate cu extracție închisă lipsește fabrica de procesare a resurselor minerale extrase.

Cum rezultă din schemă, în activitatea unei entități cu drept de extracție a resurselor minerale se evidențiază 3 faze:

- de explorare;
- de exploatare (extracție);
- de procesare a resurselor minerale extrase (dacă la entitatea dată există fabrică de procesare).

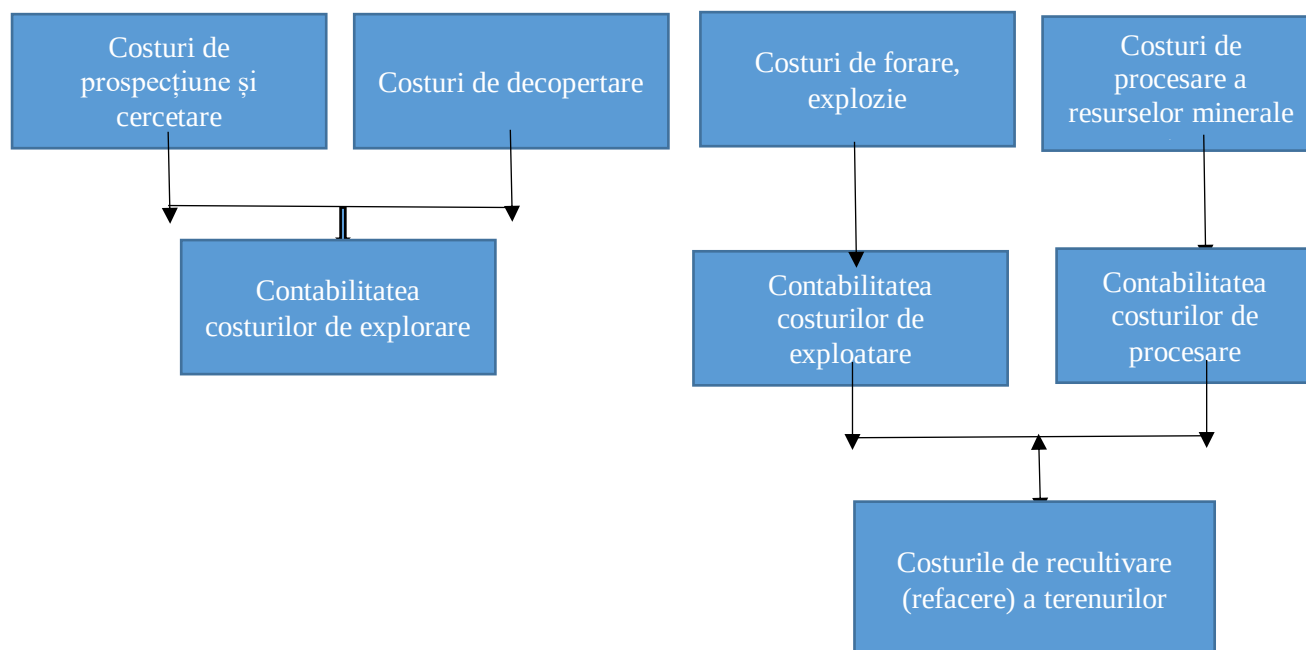


Figura 1. Schema generală a contabilității activității unei entități cu activitate de extragere a resurselor minerale

Lucrările de recultivare a terenurilor deteriorate și celor ocupate de clădirile, edificiile entității și de drumurile temporare pot fi executate:

a) dacă resursele minerale sunt recunoscute în componența resurselor minerale în exploatare, pe întregul teren permis spre extracție – la încheierea activității de extracție;

b) când resursele minerale sunt valorificate pe sectoare (sectorul nr. 1, nr. 2 etc.) – în perioada de explorare: a fost recultivat terenul nr. 1, iar când entitatea a început lucrările de explorare a terenului nr. 2, ea poate îmbina concomitent și lucrările de recultivare a terenului nr. 1. [5]

În faza de explorare, entitatea-beneficiar cu dreptul de extracție a resurselor minerale contabilizează costurile aferente:

- studiilor topografice, geologice, geochimice, geofizice;
- forărilor de explorare;
- săpăturilor efectuate în scopul dezvelirii resurselor minerale;
- acțiunilor întreprinse privind evaluarea volumului de resurse dezvelite, fezabilitatea tehnică și viabilitatea comercială a acestora.

Lucrările aferente determinării volumului resurselor minerale dezvelite sunt executate de către specialiști competenți în domeniul și sunt perfectate printr-un act de evaluare a resurselor minerale. El se întocmește pentru fiecare sector sau în general pe terenul respectiv, dacă lucrările de explorare sunt executate pe fiecare sector cu indicarea numărului acestuia sau pe întregul teren.

Costurile de valorificare a resurselor minerale dezvelite și pregătite spre extracție reprezintă partea componentă a costului de intrare a acestora.

Modul de contabilizare a costurilor de explorare a resurselor minerale depinde de durata de exploatare a acestora și de forma de extracție. [6]

În extracția deschisă sunt posibile două variante de contabilizare a costurilor de explorare:

1) Drept resurse minerale în curs de execuție – dacă durata de exploatare depășește un an;

2) Ca cheltuieli anticipate – când resursele minerale dezvelite nu se recunosc drept active imobilizate sau se prevăd să fie extrase pe o perioadă mai mică de un an.

Acest mod de contabilizare este determinat de respectarea principiului lichidității activelor.

Prima variantă.

În Planul general de conturi contabile există două abordări aferente contabilizării activelor imobilizate în curs de execuție și celor în exploatare. [3]

a) Pentru imobilizări necorporale și mijloace fixe contabilitatea celor în curs de execuție se ține separat de cele în exploatare prin conturi separate cu destinația respectivă;

b) Pentru resurse minerale nu există conturi sintetice care ar diviza contabilitatea acestora în curs de execuție și în exploatare separat.

Autorii recomandă în contul sintetic 125 „Resurse minerale” de deschis două subconturi:

1251 „Resurse minerale în explorare”

1252 „Resurse minerale în exploatare”. [3]

În debitul contului 1251 se recomandă de contabilizat costurile condiționate de executarea lucrărilor de explorare menționate mai sus (cercetarea geologică, geofizică, geochemică) de dezvelire și a serviciilor de determinare a volumului fizic care apar în această fază de explorare (costurile de exploatare a mijloacelor fixe (tractoarelor, excavatoarelor, mijloacelor de transport al solului pentru dezvelirea resurselor minerale)).

Solul săpat este transportat la o distanță de 1 – 1,5 km și depozitat astfel: solul fertil decopertat (stratul de la suprafața solului până la 1 – 1,5 m adâncime) este depozitat într-un loc, iar cel nefertil în alt loc. La recultivarea terenului deteriorat după extracția resursei minerale solul fertil este transportat și plasat deasupra solului nefertil, pentru a-i da destinația inițială.

Costurilor de explorare, inclusiv costurile îndatorării, sunt contabilizate în debitul subcontului 1251 „Resurse minerale în explorare”, deoarece în cazul dat, reprezintă activ cu ciclu lung de producție conform prevederilor SNC „Costurile îndatorării”. [2]

În creditul contului 1251 se contabilizează valoarea justă a resurselor minerale conexe (nisipul, prundișul sau alte minerale utile în cazul extragerii pietrei brute) obținută în rezultatul executării lucrărilor de explorare și costul efectiv al resurselor minerale decopertate pentru următoarea fază – exploatarea resurselor minerale.

Soldul subcontului 1251 reflectă costurile de explorare a resurselor minerale la finele perioadei de gestiune pentru care lucrările nu au fost finisate și se prezintă în compartimentul A - „Active imobilizate” al bilanțului entității.

A doua variantă.

În cazul în care lucrările de exploatare vor fi executate într-o perioadă de până la un an, se recomandă de contabilizat costurile de cercetare geologică și decopertare în contul 171 „Cheltuieli anticipate pe termen lung”. După determinarea volumului fizic și valorificarea resurselor minerale decopertate întregul volum la costul efectiv va fi transferat la cheltuieli anticipate curente înregistrându-se formula contabilă:

Debit 261 „Cheltuieli anticipate curente”,

Credit 171 „Cheltuieli anticipate pe termen lung”.

Exemplul 1 pentru prima variantă. Entitatea „Codru” SRL la 01.03.202N-2 începe lucrările de explorare a pietrei brute și le finisează la 1.09.202N. Durata de exploatare a resursei minerale pe întregul teren este preconizată la 25 ani. În acest scop entitatea construiește drumul temporar de la locul de extracție până la șosea, costul fiind de 1 200 000 lei, clădirea administrativă – 3 500 000 lei, valoarea reziduală - 15 000 lei, clădirea depozitului de materiale și piese de schimb 850 000 lei, valoarea reziduală 10 000 lei. Entitatea dispune de un excavator electric cu căușul de 6 m³ la 1 100 000 lei, valoarea reziduală 20 000 lei, două autobasculante „Belaz” cu capacitatea de 60 tone, fiecare

constituind 1 800 000 lei, pentru ambele - 3 600 000 lei, valoarea reziduală 40 000 lei. Suprafața din care se permite extracția pietrei brute este de 4 ha, fiind repartizată în opt sectoare. Durata de utilizare a clădirilor și a drumului temporar – 25 ani, a excavatorului și autobasculantelor – 10 ani.

Entitatea a executat lucrările de explorare pe sectorul nr. 1 și a înregistrat costuri:

- de cercetare geologică în baza contractului din 05.03.202N-2 – 22 000 lei, suma TVA 4 400 lei.

- de decopertare, inclusiv: costul energiei electrice – 52 000 lei, suma TVA 10 400 lei; cota-parte a valorii a anvelopelor și acumulatorilor 100 720 lei.

La 01.03.202N-2 entitatea primește un credit bancar în sumă de 200 000 lei cu rata dobânzii de 9% anual pe 10 luni pentru lucrări de explorare.

- consum de combustibil și lubrifianți - 205 000 lei;
- costul serviciilor de reparație a excavatorului și a autobasculantelor – 12 400 lei;

- salariile calculate șoferilor și excavatoristului – 537 000 lei;

- contribuții pentru asigurările sociale – 128 880 lei;

- amortizarea mijloacelor fixe cumulate pe parcursul perioadei de explorare:

- drumului temporar – 72 000 lei;
- depozitului de materiale și piese de schimb – 50 400 lei;
- clădirii administrative – 209 100 lei;
- excavatorului – 162 000 lei;
- autobasculantelor – 534 000 lei;

Total: 1 027 500 lei.

- costul serviciilor de forare aferente lucrărilor de explorare – 15 000 lei, suma TVA – 3 000 lei;

- valoarea justă a nisipului obținut 100 m³ – 28 000 lei;

- costul serviciilor de evaluare a resurselor minerale decopertate – 19 000 lei, TVA – 3 800 lei.

Conform procesului-verbal de valorificare a resurselor minerale și a procesului-verbal nr. 1 de primire-predare în exploatare a resurselor minerale volumul pietrei brute decopertate constituie 272 060 m³.

Tabelul 1. Corespondența conturilor aferente operațiunilor de explorare a resurselor minerale (piatra brută), SRL „Codru”, perioada 01.03.202N-2 – 01.09.202N.

Conținutul economic al operațiunilor, calcule	Suma, lei	Conturi corespondente	
		Debit	Credit
1	2	3	4
1. Înregistrarea costului lucrărilor de cercetare:			
- fără TVA	22 000	1251	521
- la suma TVA (22 000×20%)	4 400	534	521
2. Înregistrarea la intrări a imobilizărilor corporale:			
- drumului temporar	1 200 000	123	121
- clădirii administrative	3 500 000	123	121
- clădirii depozitului de materiale și a pieselor de schimb	850 000	123	121
- excavatorului	1 100 000	123	121
- autobasculantelor (2 unități)	3 600 000	123	121

3. Atribuirea cotei-părți a valorii anvelopelor și acumuloarelor la costurile de explorare	100 720	1251	261
4. Consum de energie electrică la exploatarea excavatorului pentru lucrările de explorare a resurselor minerale: - la valoarea energiei electrice, fără TVA - la suma TVA (52000×20%)	52 000 10 400	1251 534	521 521
5. Capitalizarea costurilor îndatorării (dobânda pentru creditul primit la executarea lucrărilor de explorare) $((200000 \times 9\%) \div 12) \times 10$	15 000	1251	511
6. Consum de combustibil și lubrifianți la exploatarea autobasculantelor (în cazul dat exploatarea autobasculantelor este direct legată de executarea lucrărilor de explorare)	205 000	1251	211
7. Înregistrarea salariilor calculate șoferilor și excavatoristului	537 000	1251	531
8. Reflectarea contribuțiilor pentru asigurările sociale aferente salariilor calculate $(537000 \times 24\%)$	128 880	1251	533
9. Înregistrarea amortizării mijloacelor fixe: - drumului temporar $((1200000 \div 25) \times 1,5)$ - depozitului de materiale și piese de schimb $((850000 - 10000) \div 25) \times 1,5)$ - clădirii administrative $((3500000 - 15000) \div 25) \times 1,5)$ - excavatorului $((1100000 - 20000) \div 10) \times 1,5)$ - autobasculantelor $((3600000 - 40000) \div 10) \times 1,5)$	72 000 50 400 209 100 162 000 534 000	713 713 713 1251 1251	124 124 124 124 124
10. Înregistrarea costurilor de reparație a excavatorului și autobasculantelor	12 400	1251	11, 531, 533 etc.
11. Înregistrarea costului serviciilor de forare aferente lucrărilor de explorare: - la suma fără TVA - la suma TVA	15 000 3 000	1251 534	521 521
12. Înregistrarea minereleor utile conexe (nisipul) la valoarea justă	28 000	216	1251
13. Reflectarea costului serviciilor de evaluare a resursei minerale (pietre brute): - la suma fără TVA - la suma TVA	19 000 3 800	1251 534	521 521
14. Înregistrarea la intrări a resurselor minerale în volum de 272060 m ³ în componența celor în exploatare $(22000 + 52000 + 100720 + 15000 + 205000 + 537000 + 128880 + 162000 + 534000 + 15000 + 19000 + 12400 - 28000)$	1 775 000	1252	1251

Astfel, costul 1 m³ de piatră brută spre extracție constituie 6,51 lei $(1\,775\,000 \div 272\,060)$. Această mărime reprezintă suma amortizării (conform SNC INC) pentru 1 m³ a resursei minerale care urmează să fie înregistrată în faza de exploatare a acestei resurse.

Evidența analitică a costurilor de explorare a resurselor minerale se ține pe fiecare sector separat cu total cumulativ de la începutul lucrărilor indicându-se data, luna, anul începerii lucrărilor de exploatare.

Dacă pentru celelalte imobilizări corporale nu sunt inerente careva modificări ale soldului inițial recunoscut, atunci pentru resursele minerale aceste modificări pot fi:

a) micșorări de volum în raport cu cel inițial recunoscut (pe parcursul perioadei de exploatare a resursei minerale (piatra brută) s-a constatat o parte din ea a fi alt tip de resursă (nisip, prundiș, argilă)). Entitatea cu drept de extracție va perfectă un proces-verbal de corectare a volumului resursei minerale semnat de către specialistul care a efectuat evaluarea acesteia și reprezentantul entității, indicându-se volumul care se determină. Concomitent urmează a deconta suma amortizării acumulate aferente volumului cu care se diminuează resursa minerală.

Exemplu. Să admitem că după extracția a 8543 m³ de piatră brută entitatea extrage 150 m³ de prundiș. Conform acestor condiții entitatea reflectă:

- valoarea contabilă a prundișului - 976,50 lei (6,51×150).

Prin urmare, va fi reflectată următoarea înregistrare contabilă:

1. Înregistrarea la intrări a prundișului (150 m³):

Debit 216 „Produse” – 976,50³ lei

Credit 125 „Resurse minerale”, subcontul 1252 „Resurse minerale în exploatare” – 976,50 lei.

b) majorarea volumului de resurse minerale inițial recunoscut în caz de corectare se perfectează prin același proces-verbal și se recomandă de evaluat la același cost efectiv al 1 m³ de resurse. Această majorare provenită din corectări urmează a fi reflectată drept valori materiale plus ca și în rezultatul inventarierii prin formula contabilă:

Debit 125 „Resurse minerale”, subcontul 1252 „Resurse minerale în exploatare”

Credit 612 „Alte venituri din activitatea operațională”.

Contabilitatea resurselor minerale în cazul în care durata de explorare nu depășește un an.

Dacă durata de exploatare a resursei minerale decopertate pe sectorul respectiv nu depășește un an atunci această resursă nu corespunde definiției condițiilor și criteriilor de recunoaștere a activelor imobilizate. Din acest motiv toate costurile de explorare a resursei minerale vor fi contabilizate în componența cheltuielilor anticipate pe termen lung (contul 171). În debitul contului 171, în baza documentelor primare și centralizatoare, se reflectă costurile de explorare (cercetare, suma amortizării excavatoarelor, autobasculantelor, energiei electrice, combustibilului, serviciilor terțe, de întreținere și reparație a tehnicii, costurile privind salariile, contribuțiile pentru asigurările sociale, cota parte a costurilor indirecte de producție etc.). În creditul acestui cont se reflectă transferarea cotei părți a cheltuielilor anticipate pe termen lung în cele curente.

Costurile de explorare, vor fi contabilizate de către entitate prin următoarea corespondență:

Debit 171 „Cheltuieli anticipate pe termen lung”,

Credit 113, 124, 211, 213, 224, 521, 544, 531, 533, 538 etc.

Exemplu. Entitatea Y cu drept de extracție a resursei minerale (nisip pentru construcție) a înregistrat în perioada 01.08.202N-2 – 01.09.202N costuri de explorare în sumă de 500 000 lei de pe o suprafață de 2 ha, volumul resursei minerale (nisip) permis spre extracție constituie 100000 m³ (5×20000). Durata de extracție – 9 luni. În prima lună au fost extrase 1100 m³.

Conform condițiilor din exemplu, entitatea Y va contabiliza:

³ În cazul dat costul efectiv al prundișului constituie valoarea contabilă a resursei minerale plus costurile de extracție (de încărcare) a prundișului.

- 1) Înregistrarea costurilor de explorare a nisipului – 500000 lei;
Debit 171 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – 500000 lei,
Credit 113 „Amortizarea imobilizărilor necorporale”, 211 „Materiale”, 124 „Amortizarea mijloacelor fixe”, 521 „Datorii comerciale curente” etc. – 500000 lei.
- 2) Transferarea cheltuielilor anticipate pe termen lung în cheltuieli anticipate curente (la data raportării):
Debit 261 „Cheltuieli anticipate curente” – 500000 lei,
Credit 171 „Cheltuieli anticipate pe termen lung” – 500000 lei.
Costurile de extracție a resurselor minerale în cazul dat și în toate cazurile sunt contabilizate în contul 811 „Activități de bază”.
Cota-parte a cheltuielilor anticipate curente atribuite la costurile de extracție a resursei minerale în prima lună va constitui 5500 lei ($(500000 \div 100000) \times 1100$).
- 3) Astfel, în afară de alte costuri de extracție a resursei minerale în baza notei contabile această cotă-parte va fi reflectată:
Debit 811 „Activități de bază” – 5500 lei,
Credit 261 „Cheltuieli anticipate curente” – 5500 lei.

În concluzie putem menționa că în activitatea unei entități cu drept de extracție a resurselor minerale se evidențiază 3 faze: de explorare; de exploatare (extracție); de procesare a resurselor minerale extrase (dacă la entitatea dată există fabrică de procesare). Modul de contabilizare a costurilor de explorare a resurselor minerale depinde de durata de exploatare a acestora și de forma de extracție.

BIBLIOGRAFIA

1. Legea contabilității și raportării financiare nr. 287 din 15 decembrie 2017. În: Monitorul Oficial. 2018 nr.1-6 art. nr : 22
2. Standardele Naționale de Contabilitate cu aplicare de la 1 ianuarie 2014. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova № 233-237/1533 din 22.10.2013 (cu modificările și completările ulterioare) (<http://www.mf.gov.md>).
3. Planul general de conturi contabile cu aplicare de la 1 ianuarie 2014. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova № 233-237/1533 din 22.10.2013 (cu modificările și completările ulterioare) (<http://www.mf.gov.md>).
4. Bucur, V; Șevciuc, T. Contabilitatea resurselor naturale și a exploatării acestora (monografie), Editura: Centrul editorial UASM, Chișinău, 2009, 224 p.
5. Bucur, V., Șevciuc, T. Contabilitatea explorării resurselor minerale. In.: *Monitorul fiscal* nr. 3 (66), 2021, p. 51-61, 0,7 c.a.
6. Șevciuc, T. Some problematic points relating to mineral resources assessment. In: Scientific Papers, University of Agronomic Sciences and Veterinary Medicine of Bucharest. 2016. vol 16, pp. 523-528. ISSN 2284-7995.

ON A STATISTICAL METHOD FOR THE APPROXIMATE SOLUTION OF THE DISCRETE OPTIMIZATION PROBLEM

Dmitri TERZI

Moldova State University

Abstract. We use the reduction of a discrete traveling salesman route optimization problem to a transport type problem, for which an approximate algorithm for its solution is constructed using statistical techniques. The method of constructing a sample of cyclic decisions is used, and then statistics of the occurrence of transitions from one point to another point in a heuristically constructed route. The result of the study is the possibility of practical application of the developed algorithm for solving symmetric and asymmetric traveling salesman problems and other selection problems, as well as for educational purposes in statistics when studying the sampling method and building various kinds of indicators on its basis.

Keywords: discrete optimization, choice problems, approximate solution, statistical approach, traveling salesman problem.

1. Introduction. One of the areas lying in the field of quantitative methods in economics is the problem of choice. A large number of situations that arise in various fields of activity are associated with the solution of choice problems as a problem of discrete optimization. Here are some examples of such tasks.

Let's say there are n devices and n products. Each product can be processed on any device. The processing time of one part on one device may differ from the processing time on another. The processing times are considered to be known for each product and on each of the devices. All this information is set in the form of an n by n table, where at the intersection of row i and column j is the processing time of item i on device j . The task is to organize the production of products, i.e. place them on devices in such a way that the estimate of the total operating time is the smallest. Another example. There are several cities and the distances between any two cities are known. It is required to find the shortest path between a pair of cities. A more general problem is a problem in which a traveling salesman needs to go around n cities, visit each one exactly once, return to the original city, while spending the minimum amount for the trip. The cost of moving between any two cities is known in advance and is given in the form of a cost matrix $c = \{c_{ij}\}$, where c_{ij} is the cost of moving from city i to city j . Third example. A fairly large number of subjects are being considered. For each of the items its weight is known. It is necessary to answer the question, is it possible to divide this set into two parts of equal weight?

The given tasks have characteristic properties: the finiteness of a variety of choices (for example, routes between cities, ways of processing products); each option is compared with a quantitative characteristic (total operating time, weight of items in each of the two parts, etc.). It is required to choose a variant with the property that its numerical characteristic satisfies a certain previously formulated condition or to answer the question of the existence of such a variant. It is often required that this characteristic reach an extreme value on the chosen option. Such problems are related to discrete optimization problems.

The most obvious method for solving discrete optimization problems (with a finite number of options) is to consider all feasible options and select the required one. Difficulties in solving such problems arise when the number of options is large enough [3]. With an increase in the number and variety of such selection problems, problems began to arise of the existence of a common methodology for their solution, assessing the quality of an approximate solution. Questions arose about organizing an effective search in order to make available the solution of problems with a sufficiently large number of options, i.e. how to reduce the solution of a problem with a large dimension to a set of similar ones, but of a lesser dimension.

All selection tasks can be divided into two groups. Problems for which there are effective algorithms for solving. For them, the complexity of the solution is expressed by a polynomial function of the dimension of the problem. Another group consists of problems for which similar algorithms are not yet known. One of these problems is the traveling salesman problem, which serves as a testing ground for the development, research and testing of new methods and therefore is of great theoretical and practical interest.

2. Formulation of the problem. There are n cities that a traveling salesman should bypass at minimal cost. At the same time, two restrictions are imposed on his route: he route must be closed, that is, the traveling salesman must return to the same city from which he started moving; the traveler must visit each of the cities exactly once, that is, it is imperative to go around all the cities, while not visiting any city twice. To calculate the cost of the completed route, a well-known matrix is used that contains the costs of moving from each city to each, while it is considered that it is possible to move from any city to any other than the same one, i.e., the diagonal in the matrix of conditions is filled with zeros. The goal of solving the problem is to find a route that satisfies all the conditions and at the same time has the minimum amount of costs. The costs from city i to city j are considered to be a non-negative

number: $c_{ij} \geq 0$. These are not necessarily costs. Perhaps c_{ij} means travel time, ticket cost, distance traveled, or an arbitrary non-negative number.

3. Solution methods. The traveling salesman problem belongs to the class of *NP*-hard, and there is no known algorithm that will guarantee its solution in time polynomial in the number of cities n . Nevertheless, for the "foreseeable" number of cities, there are many solutions, including the following.

Exact methods not only find some solution, but at the end of their work prove that this is the best solution. An example of such a method is a complete enumeration of permutations of $n-1$ numbers (the starting city is fixed) and the choice of the best route in accordance with them. This approach is practically difficult to implement at large values of n , already at $n > 20$. Directional search with backtracking - enumeration of options "around" some solution with cutting off paths that have a length greater than the best path to the current moment.

The branch and bound method is the most effective known method of cutting off "unpromising" nodes, due to the analysis of the distance matrix. When searching for the optimal solution, a binary tree is built (means that at each node 2 branches are generated, which are interpreted in the sense that the traveling salesman goes to some city or does not go to it). Linear programming is used to minimize (with constraints) the linear form of the $c \cdot x$, where x is the required binary vector of dimension $n(n-1)/2$, the components of which x_{ij} are equal to 1 or 0, depending on whether the (i, j) -th edge enters the path or not. Matrix c (of the same dimension), whose elements are equal to the lengths of the edges.

Heuristic methods [1] are usually much faster than exact ones. however, they do not guarantee optimality of the found solution. The result of their combination can then be used as a first approximation for further improvement, for example, using backtracking search. Among these methods - the greedy algorithm, when choosing the next city, takes the nearest city that has not been visited before; shoelace method - a geometric variation of the greedy algorithm in which it is assumed that cities are surrounded by a closed circuit. It gradually stretches out, trying to pass through all the cities, increasing its length in minimal ways; a sliding search is performed, as a result of which cities from a small part of the path are swapped. Then this the "window of options" slides along the entire path. The method has various variations and turns out to be an effective way to improve the solution found by the previous two heuristic methods.

4. Probabilistic methods actually make a certain number of iterations, making random changes in the path, in anticipation of obtaining a shorter one. Examples of such methods are the annealing method in which the permutations of cities take place with a gradually "fading" intensity. At the same time, the best solution found is always retained. The genetic algorithm is a more "advanced" version, which creates a large number of different paths and which are constantly changing, they break apart and merge with each other, and at the same time exchanging individual sections.

Characterizing in general the methods existing today for solving traveling salesman problems, the following feature can be noted (as a hypothesis): for each developed algorithm, it is possible to determine such a small in dimensionally traveling salesman problem (to construct such a matrix of c_{ij} costs), which will not be solved (the optimal route will not be obtained).

For example, for a "greedy" algorithm - an algorithm for finding the minimum distance by choosing the shortest, not yet selected edge, provided that it does not form a cycle with already selected edges. This algorithm is called "greedy" because at the last steps it is necessary to choose the longest edge.

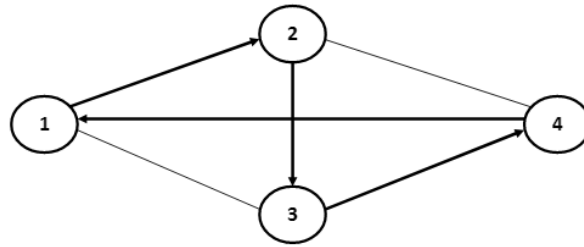


Fig. 1. A network representing a narrow rhombus, and the tour found by the greedy algorithm

Let's see how the greedy algorithm behaves when solving the TSP. Here it will turn into a strategy "go to the nearest (which has not yet entered) city". Consider, for example, the network in Fig. 1 representing a narrow rhombus. Let the traveling salesman start from city 1. The "go to the nearest city" algorithm will bring it to city 2, then 3, then 4; at the last step, you have to go along the long diagonal of the rhombus, from 4 to 1. As a result, you will get not the shortest, but the longest round (1,2,3,4,1).

Widely available on-line programs solve the traveling salesman problem up to 20 cities, except for special cases that lead to the optimal solution of the traveling salesman problems sometimes up to the size of several thousand cities.

A feature of this problem is that with an increase in the number of cities, the total number of different combinations of paths grows strongly (exponentially). And at the same time, the time for calculating the result obtained by the applied algorithm also increases. Therefore, the main thing in optimization can be reduced to discarding obviously not minimal paths during computations. It is necessary to specify a criterion that would cut off unnecessary branches in the shortest path search tree.

Methods for solving the Euclidean traveling salesman problem should provide for a procedure for eliminating paths that have intersections. Such paths are not optimal. Indeed, let there be some path shown below in Fig. 2.



Fig.2. 2-opt conversion example

If in the first picture we move two sections of the path (as in the second picture), then the total path will become shorter (the sum of the diagonals of a 4-gon is always longer than the sum of two opposite sides):

Interesting questions of a statistical nature are connected with the Euclidean traveling salesman problem. Consider, for example, a square in which n cities are randomly distributed with a uniform distribution. It turns out that in most cases such "maps of cities" have shortest paths of approximately the same length, proportional to the square root of n . Results of this kind can be obtained by methods with which you can quickly obtain the optimal route. As a rule, the exact solution of the gearbox is achieved for special tasks. At the same time, such methods are required for general problems, which would allow a wider variety of experiments to be carried out. This explains the appearance of works by many researchers on discrete optimization, including the traveling salesman problem. As a result, there is an intensive accumulation of experience in solving the PC, which can lead to the emergence of new, effective methods of solving them.

5. Algorithm for solving discrete optimization problems The algorithm is based on the use of statistics of the frequencies of occurrences of transitions from one point to another. The first part of the route is formed according to the maximum transition frequencies. The other, complementary to the cyclic permutation, part of the route is found after deleting the rows and columns in which the transitions from the first part are located.

The selection consists of cyclic routes, which are generated according to the following scheme. The traveling salesman problem is represented as a transport type problem, in which the objective function is the same as in the usual classical transport problem: it is required to draw up such a transportation plan (from where, where and how many units of the product to carry) to meet the demand of all points of consumption through the sale of the entire product produced by all points of production, at the minimum total cost of all transportation. Specificity is expressed in the arising conditions of the problem.

There are n points of departure (or points of production) $A_1, \dots, A_n$, in which unit stocks of homogeneous products are concentrated (all $a_i, i = 1, \dots, n$, are equal to one). There are n destinations (or points of consumption) $B_1, \dots, B_n$, with single needs in the specified products (all $b_j, j = 1, \dots, n$, are equal to one). Also known are the transport costs c_{ij} associated with the transportation of a unit of product from point A_i to point $B_j, i = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n$. The above formulation of the problem is a closed transport model in which the total volume of production is equal to the total volume of consumption and, importantly, the route should be cyclical in transitions from point i to point j .

The generation of the solutions that make up the sample is presented (in terms of the Vogel method [1] for drawing up the basic plan of the transport problem). The corresponding step and the result of this step are shown by an example:

Departure points	Destinations				Stocks
	B_1	B_2	B_3	B_4	
A_1	M	4	7	8	1
A_2	4	M	3	7	1
A_3	7	3	M	5	1
A_4	2	8	5	M	1
Needs	1	1	1	1	

In the table, along the main diagonal of the matrix of elements c_{ij} , there are numbers M large enough to provide a transition from two different points i and j (except for the starting point and the final point in the route, which coincide).

The first reference plan is found by the approximation method, taking into account the features of the problem.

- 1) For each line A_i , find the difference between the two minimum tariffs written in this line,

$$U_1 = (3, 1, 2, 3),$$

and put them in the corresponding additional column.

2) For each column B_j , we find the difference between the two minimum tariffs written in this column,

$$V1 = (2, 1, 2, 2),$$

and put them in the corresponding additional line.

3) Let us choose the largest difference from all the obtained. In this case, the largest difference is 3. In this row, the minimum tariff is 4 and is located at the intersection of runoff A_1 and column B_2 . The element A_4 and B_2 also have a difference of 3, but the element c_{41} is less than c_{12} . Therefore, we fill the cell with c_{41} , setting $x_{41} = 1$.

4) Now, taking into account the peculiarities of the problem, we exclude both row 4 and column 1 at the same time.

5) For the rest of the matrix, we carry out similar calculations according to items 1) -4). We get the following two additional columns

$$U2 = (3, 4, 2, -)$$

$$U3 = (4, -, 2, -)$$

and two additional lines

$$V1 = (-, 1, 4, 2)$$

$$V1 = (-, 1, -, 3),$$

where the “-” sign means the absence of a value in the corresponding column (row). As a result of calculations, we obtain the plan (4,1), (1,2), (2,3), (3,4), which turned out to be cyclical. But this is not always the case. In the general case, this scheme may not lead to a cyclical plan, which is required by the conditions of the problem. Therefore, we modify the procedure in order to generate cyclic plans in the general case, as well as for selecting the best and collecting statistics on the frequencies of occurrence of elements in improving plans.

Algorithm.

1) For each pair (i_1, j_1) , $i_1 = 1, \dots, n$; $j_1 = 1, \dots, n$, we calculate the estimates for the column j_1 and according to its maximum estimate of the difference between the two minimum tariffs, we determine the row i_2 . Then, by row i_2 , we similarly define the column j_2 , and with it the element in the cell (i_2, j_2) to be entered into the plan. So in $n-1$ steps we will get a cyclic plan $(i_1, j_1), (i_2, j_2), \dots, (i_n, j_n)$ we will receive such plans in the number $n(n-1)$, from which the improving route values are selected for calculations according to the next item 2).

2) We form the matrix p from the frequencies p_{ij} to include the element (i, j) in the cyclic design.

3) We select elements (i, j) with the highest frequency p_{ij} from all rows (columns) to be included in the plan.

4) With respect to the reduced data matrix, similar calculations are carried out as in items 1) -3). The resulting parts of the cyclical plan are combined into one complete cyclical design with n elements. If, after the reduction, we have reached a matrix up to a sufficiently small dimension $k \times k$, then we add another k elements of the cyclic plan under construction using a complete enumeration of possible options.

The algorithm was described in more detail in C++, and then computational experiments were carried out using the corresponding program.

6. Computational experiments were carried out in order to estimate the

number of elements introduced into the route by successive iterations for the investigated approach in solving discrete optimization problems.

The formation of statistical samples in the algorithm is carried out with changing the distance matrix c to the matrix c' , adding values p_i to the i -th row and q_j j -th column. Thus, the new matrix generated by the transformation [2]

$$c^1 = c + p + q,$$

where $p = (p_1, p_2, \dots, p_n)$ and $q = (q_1, q_2, \dots, q_n)$ are random vectors, without changing the optimal solution.

For the solved problems, according to iterations of the selection of elements at the maximum frequencies to enter the best plan, it turned out that at the next iteration at least 50% of the elements in the route under construction are included. The unification of the two parts of the route under construction was carried out according to operations similar to those shown in Fig. 2. In particular, if one part of the route has the form $(i_1, i_2, \dots, i_k)$, and the other $(j_{k+1}, j_{k+2}, \dots, j_s)$, then the combination of the parts results in a permutation of the following type of

$$\begin{pmatrix} 1 & 2 & \dots & k & k+1 & k+2 & \dots & s \\ i_1 & i_2 & \dots & i_k & j_{k+1} & j_{k+2} & \dots & j_s \end{pmatrix}$$

provided that $i_k = k+1$. The parts to be joined can always be prepared for such a combination.

To eliminate the effect that the reference plans obtained by the approximation method (used in solving transport problems and in the branch-and-bound method for solving various discrete optimization problems) basic plans at the final stage receive sufficiently large values, in the algorithm when implementing item 4), the values of k did not exceed four. This allows you to include in the plan elements with a low frequency, but improving the solution.

BIBLIOGRAPHY

1. Carter M.W., Price C.C., Rabadi Gh. Operations Research: A Practical Approach, CRC Press, 2019.
2. Papadimitriou C.H., Steiglitz K. Combinatorial optimization. Algorithms and Complexity. PRENTICE-HALL, New Jersey, 1982.
3. Taha H. A., Operations Research: An Introduction, Pearson, 2016.

ECONOMIC ESSENCE OF MINERAL RESOURCES AND THEIR REFLECTION IN THE ACCOUNTING AND REPORTING OF SUBSURFACE USERS IN THE CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Olga ROMANOVA

Polotsk State University, Republic of Belarus

Abstract. Mineral resources are an important part of natural capital. At the same time, at present, data on mineral reserves of subsurface user organizations are not reflected in accounting and reporting. In order to develop the accounting and reporting system in terms of generating information about the mineral reserves used, the article argues that the object of accounting is mineral resources that meet the criteria of an asset in its dynamic interpretation (in accordance with the dynamic theory of the balance sheet). A model of accounting and reflection in the accounting (financial) statements of mineral resources is proposed, which allows presenting information about the natural capital used for interested users in two aspects: the cost of attracting mineral resources and the economic potential of the mineral resources used. Recommendations for improving

accounting (financial) statements based on the accounting methods proposed by the author have been developed.

Keywords: *mineral resources, natural capital, assets, the cost of attracting mineral resources, economic potential, accounting and reporting.*

A significant trend in reforming the financial statements of economic entities is the perceived need to include information on the use of natural capital in it. This is due to a gradual change in approaches to assessing economic growth and determining the factors of long-term sustainability of companies.

However, at present, subsurface user organizations do not reflect data on mineral reserves in their accounting and reporting. This leads to a distortion of information about the resource potential of the organization, its depletion, the lack of the necessary information base for a reliable determination of the indicator of national wealth and the calculation of macroeconomic indicators of sustainable development of the country.

In this regard, further development of the existing accounting and reporting system is required to solve the problem of reflecting the interconnection between environmental resources and economic indicators, including the factor of natural capital in the decision-making process.

The need to build a system of accounting for mineral reserves requires substantiation of its theoretical foundations.

In the legislative documents of various countries, IFRS, special literature, various concepts and their interpretation are used: "minerals", "mineral reserves", "mineral resources", "mineral raw materials". In this regard, within the framework of solving this problem, a study was carried out of the economic essence of these concepts, the results of which made it possible to correlate each category with the stage of the life cycle of the field development and substantiate that at the stage of "exploration and evaluation" only mineral resources (reserves of useful fossils), which, unlike other categories, can be clearly identified by deposit, quality and quantity [1].

At the same time, mineral resources must meet the criteria for asset recognition.

In IFRS, the recognition of an asset is based on the dynamic balance sheet theory, according to which all controlled assets are reflected in the balance sheet, regardless of ownership. So, due to the perceived need to reflect data on mineral reserves in accounting and reporting, in order to increase the value of reporting and its forecast characteristics, in the context of harmonization of the National Accounting with International Standards, it is recommended to use the provisions of the dynamic concept for the recognition of mineral resources as part of the assets of mining organizations.

The second criterion is to obtain economic benefits. At the same time, the presence of diverse characteristics that affect the probability of obtaining economic benefits does not allow all mineral resources to be included in the accounting objects and requires the development of a clear classification framework for their identification.

Based on the UN classification of fossil energy and mineral reserves and resources 2009 [2], a three-dimensional classification of mineral resources has been developed, which is based on three criteria: accessibility to development (D1, D2); geological knowledge (A, B, C1, C2); economic feasibility (R1, R2, R3). The proposed classification makes it possible to identify from the totality of the field being developed those reserves from which it is expected to receive economic benefits and which, accordingly, can act as an accounting object [1].

Thus, in accounting and reporting, it is recommended to reflect that part of mineral resources (mineral reserves) that meets the criteria of an asset in its dynamic interpretation (in accordance with the dynamic theory of the balance sheet): controlled by the organization and from which economic benefits are expected, namely explored in the sum of categories A + B + C1, cost-effective, available for development.

As part of solving the issue of the development of accounting for mineral resources (mineral reserves), a study of the assessment of the long-term use of natural resources in the Republic of Belarus, the Russian Federation, Ukraine, Moldova and other countries was carried out.

Thus, in the Republic of Belarus, investments in environmental objects are reflected as part of fixed assets, which, after the object is accepted for accounting, can be accounted for either at their original cost, if the revaluation is not mandatory in accordance with the law, or at a revalued cost [3]. In other words, the balance sheet of organizations of the Republic of Belarus under the item "Fixed assets" objects reflects objects estimated both at actual costs and at current market prices.

It should be noted that in accordance with IFRS (IAS) 16 "Fixed assets", an item of fixed assets that is initially recognized as an asset is measured at cost. Further, as its accounting policy, the company must choose either the accounting model at actual costs, or the accounting model at the revalued amount and apply this policy to the entire class of fixed assets [4].

In other countries, mineral resources can be reflected as independent accounting objects on the accounts "Subsoil Resources", "Mineral Resources", "Natural Resources". However, the specified accounts of subsurface users also reflect the actual costs of involving mineral reserves in economic activities, and revaluations are allowed.

As a result, it should be noted that at present, the accounting of mining organizations, firstly, only the actual costs of involving minerals in economic activity, capitalized as part of fixed assets are reflected. In this case, these costs may subsequently be subject to revaluation at current market prices. As a result, information about the cost of attracting mineral resources to economic activity is distorted to analyze the effectiveness of the invested funds. Secondly, the accounting does not contain data on the economic value of mineral resources controlled by the organization, which leads to a decrease in the information value of reporting and does not allow assessing the resource potential and investment attractiveness of the organization.

To solve this problem, the issues of the correlation of goals and types of resource assessment in static and dynamic balance theories were considered.

The valuation of assets at current market prices is a principle of static theory, the purpose of which is to analyze the property status of an organization. This approach involves carrying out revaluations both on the basis of changes in the value of the monetary unit (inflation), and when the current market value of assets changes. In turn, the main goal of the dynamic theory is to measure the effectiveness of invested funds, and therefore the concept is based on the valuation of assets at actual costs. At the same time, we note that both approaches are significant, since they provide an information base for various areas of analysis.

Based on the conducted research, a new model for reflecting mineral resources in the accounting (financial) statements has been developed, which makes it possible to provide information about natural capital for interested users in two aspects: the cost of attracting mineral resources (actual costs) and the economic potential of the mineral resources used (current market value), which provides an information base for the relevant areas of analysis [1].

The use of this model will eliminate distortions of the information provided, ensure the relationship between the indicators of the use of natural resources and the performance of the organization, and also form a base for various users of accounting (financial) statements in the areas of analysis they are interested in, which increases the information value of the reporting and its forecast characteristics.

Due to the fact that currently the accounting and reporting of mining organizations does not reflect the economic value of controlled mineral resources, a methodology for their accounting has been developed, for the application of which it is proposed to open separate

synthetic accounts:

- "Mineral resources",
- "Attracted natural capital",
- "Depletion of mineral resources".

At the same time, it is recommended to reflect the current market value of a part of mineral reserves to which organizations have rights in accordance with the share of active participation under the terms of the contract on the debit of the account "Mineral resources" and the credit of the account "Attracted natural capital". The depletion of resources as a result of their extraction from the subsoil is proposed to be reflected using the account "Depletion of mineral resources". The revaluation is recommended to be carried out when the current market prices and volumes of reserves change based on the results of additional exploration and to be credited to the "Attracted natural capital" account [1]. The proposed methodology will allow analyzing the resource potential of mining organizations and assessing the effectiveness of its use.

The issue of accounting for the cost of attracting mineral resources to the activities of business entities in world practice, in contrast to the Republic of Belarus, has been sufficiently developed. In the accounting of the mining organizations of the Republic of Belarus, there is no such object as exploration and evaluation assets, which does not allow the formation of complete information for the purpose of analyzing the use of mineral resources.

As part of solving this problem, the accounting standards used in oil and gas and mining organizations in the USA, Great Britain, Australia, Canada, Russia and other countries were studied, including IFRS 6 "Exploration and Evaluation of Mineral Resources".

As a result, a methodology has been developed for accounting for capital expenditures for the exploration and assessment of mineral resources [1]. The proposed methodology provides for the allocation of a specific accounting object for mining organizations - exploration and evaluation assets.

It is proposed to carry out synthetic accounting of exploration and evaluation assets on account 08 "Investments in long-term assets" using the second order account (subaccount) 08/10 "Acquisition and creation of assets for exploration and evaluation of mineral resources". The reflection of exploration and evaluation assets as an independent type of assets led to the development of a system of analytical accounts, which will provide detailed information on the presence and movement of exploration and evaluation assets for management, analysis and control purposes:

- according to the fields under development,
- the countries of their location,
- license areas,
- separate inventory items on the license area.

Within the framework of the proposed methodology, inventory objects are theoretically substantiated as part of exploration and evaluation assets, including tangible (wells with fixtures and accessories) and intangible (the right to geological exploration and mining, the result (report) according to the implementation of a separate, independent seismic exploration work, a separate project document) objects, as well as the need to apply a mechanism for their depreciation until the time of reclassification when mineral resources are discovered [1].

These proposals cause a reasonable need to reflect in the accounting (financial) statements of organizations of the extractive industry of the Republic of Belarus qualitative information about the value of mineral resources (mineral reserves) as part of natural capital and about the capitalized costs of their exploration and evaluation. In this regard, recommendations have been developed to improve the forms of accounting (financial) statements, including the following changes [1].

In the balance sheet, we propose to show the current market value of the used

mineral resources (mineral reserves) as follows:

- as part of the long-term assets of the organization under the line "Mineral resources";
- in the sources of their formation – as part of equity in the line "Attracted natural capital".

Amendments to the report on changes in equity are caused by the need to reflect the attracted natural capital as part of the equity of the organization of the extractive industry. We propose to supplement the current report form with the column "Attracted natural capital", the lines of which will reflect the relevant changes.

As part of the disclosure of information on capitalized costs associated with the exploration and evaluation of mineral resources (mineral reserves), we propose that the value of exploration and evaluation assets be reflected in the balance sheet as a separate line as part of investments in long-term assets.

In the notes to the financial statements, it is recommended to place information revealing the specifics of the extractive industry: data on the volume of mineral reserves; factors that influenced their change; reasons for revaluation of mineral resources; data on the results and reasons for the impairment of exploration and evaluation assets.

The reflection in the balance sheet of the value of mineral resources and assets for exploration and evaluation allows to generate reliable information for the analysis of resource potential, for making management decisions on current and investment activities, and also complies with international approaches, what is of particular practical importance for the comparability of economic indicators of domestic organizations with similar indicators of enterprises of other countries in modern conditions of intensification of the processes of globalization of commodity markets and expansion of international economic relations of the Republic of Belarus.

In the context of sustainable development, as well as in the conditions of transition to IFRS, it becomes necessary to reflect mineral resources (mineral reserves) in the accounting of subsurface user organizations in order to account for resource potential and its depletion, as well as the subsequent integration of this information into the system of national accounts to reliably determine the indicator of national wealth and calculate macroeconomic indicators of sustainable development of the country, characterizing the relationship between environmental quality, depletion of natural resources and economic growth.

As part of the study of the essence of accounting objects at the stages of the life cycle of field development, it is proved that only mineral resources (mineral reserves) can be the object of accounting. At the same time, it is recommended to reflect in accounting and reporting that part of mineral resources that meets the criteria of an asset: controlled by the organization and from which economic benefits are expected, namely, explored in the sum of categories A+ B+ C1, profitable, available for development.

The proposed methods of reflecting information about mineral resources in the accounting and reporting of subsurface user organizations make it possible to present data on the used natural capital for interested users in two aspects: the cost of attracting mineral resources and the economic potential of the mineral resources used, which provides an information base for the relevant areas of analysis.

The recommendations proposed by the author on improving the structural and informational content of the forms of accounting (financial) statements of subsoil user organizations are based on expanding the list of indicators of the balance sheet, the report on changes in equity, notes to the statements with the inclusion of the following data: estimated volumes and cost of mineral resources used, reasons for its revaluation, depletion of mineral resources, as well as information about exploration and evaluation assets and the results of their impairment.

Thus, the new model of accounting and reporting of mineral resources, optimal from

the point of view of coordinating the interests of the economy and subsurface use, will ensure the interconnection of indicator of the use of natural resources and indicators of the organization's activities and will assess the current state of the mineral resource base and the prospects for its development.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Вегера, С. Г. Бухгалтерский учет и анализ минеральных ресурсов в контексте концепции природного капитала : моногр. / С. Г. Вегера, О. С. Романова. – Новополоцк : Полоцкий государственный университет, 2017. – 192 с.
2. Рамочная классификация ископаемых энергетических и минеральных запасов и ресурсов Организации Объединенных Наций 2009 года, включая спецификации для ее применения. - Нью-Йорк и Женева, 2013 год.
3. Инструкция по бухгалтерскому учету основных средств [Электронный ресурс]: утв. постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь, 30 апр. 2012 г., № 26 // КонсультантПлюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.
4. Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 16 «Основные средства» [Электронный ресурс] // Центр начального обучения МФСО. – Режим доступа: <http://allmsfo.ru/images/stories/Downloads/msfo/IAS/ias16.pdf>. – Дата доступа: 14.12.2014.

UNELE DEFICIENȚE AFERENTE IMPLEMENTĂRII SNC „PREZENTAREA SITUAȚIILOR FINANCIARE CONSOLIDATE”

Valentina PALADI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The implementation in practice of the National Accounting Standard “Presentation of consolidated financial statements” highlighted some deficiencies related to the implementation of the provisions stipulated in this standard, deficiencies that led to some changes both in the content of this standard and in the format of consolidated financial statements. This article examines some of these shortcomings, such as the impossibility of matching the size of the net profit (net loss) of the management period, determined in the consolidated statement of profit and loss, with the same amount, reflected in the consolidated balance sheet. The research also examine the lack of provisions in the calculation of the non-controlling interest rate, for a group with a more complex structure, in which the parent entity holds both direct and indirect participation shares in the entities included in the group.*

Keywords: *consolidated financial statements, group, parent entity, retained earnings.*

INTRODUCERE

La 01.01.2020 a intrat în vigoare noul Standard Național de Contabilitate „Prezentarea situațiilor financiare consolidate”, standard elaborat în baza Directivei 2013/34/UE, Cadrului general conceptual pentru raportarea financiară și IFRS 10 ”Situații financiare consolidate”.

Acest standard nu este nou pentru practica autohtonă, deoarece, în timpul primei reforme contabile din 1998, a fost elaborat SNC 27 „Raporte financiare consolidate și contabilitatea investițiilor în întreprinderile fiice”.

Necesitatea elaborării noului standard de contabilitate în domeniul consolidării se explică prin faptul, că în ultimul timp tot mai multe entități autohtone își diversifică activitățile sale economice prin procurare de acțiuni/cote de participare ale altor entități, ceea ce duce la crearea de grupuri. Rezultatul activității acestor grupuri nu poate fi regăsit în situațiile financiare individuale ale entităților incluse în grupuri. În cel mai bun caz, în situațiile financiare individuale ale entității-mamă putem găsi doar informații despre investițiile financiare pe termen lung sau curente în părți afiliate și veniturile obținute din dividende (cu condiția că această informație va fi dezvăluită în note explicative).

Informații fiabile și obiective despre poziția financiară, performanța financiară a

grupului, precum și modificările capitalului proprii și ale fluxurilor de numerar la nivel de grup pot fi găsite numai în situațiile financiare consolidate.

Implementarea prevederilor stipulate în SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate” a generat unele deficiențe legate de corectitudinea întocmirii a situațiilor financiare consolidate, dintre care cea mai principală se referă la imposibilitatea coincidenței mărimii profitului net (pierderii nete) al perioadei de gestiune, determinate în situația consolidată de profit și pierdere, cu aceiași mărime, reflectată în bilanțul consolidat, precum și la lipsa bazei normative de determinare a cotei intereselor care nu controlează pentru un grup cu o structură complexă, în care entitatea-mamă deține atât cote directe, cât și indirecte de participare în entitățile din grup.

CONȚINUTUL DE BAZA

În conformitate cu prevederile stipulate în art.27 din Legea contabilității și raportării financiare nr.287/2017 și art.12 din SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate”, entitățile-mamă ale grupurilor mari de entități, precum și a celor mici și mijlocii în cazul în care una dintre entitățile afiliate este entitate de interes public, sunt obligate, începând cu perioada raportată 2020, să întocmească și să prezinte bilanțul consolidat, situația consolidată de profit și pierdere și nota explicativă la situațiile financiare consolidate. Situația consolidată a modificărilor capitalului propriu și situația consolidată a fluxurilor de numerar au un caracter de recomandare și se întocmesc în funcție de necesitățile informaționale ale utilizatorilor.

În vederea facilitării modului de întocmire a situațiilor financiare consolidate conform SNC, a fost elaborat și un ghid metodologic, care prevede întocmirea situațiilor financiare consolidate în baza unui studiu de caz convențional. În procesul elaborării acestuia a fost depistată o deficiență legată de implementarea prevederilor stipulate în pct.38 din prezentul SNC, și anume că „În rd. 590 ”Profit net (pierdere netă) al perioadei de gestiune” se înscrie suma profitului net (pierderii nete – între paranteze) al perioadei de gestiune, care s-a determinat în situația consolidată de profit și pierdere”[2]. Deficiența constă în aceea că, în practică, mărimea profitului net (pierderii nete) al perioadei de gestiune, calculată în situația consolidată de profit și pierdere nu coincide cu cea, determinată în bilanțul consolidat.

În opinia noastră, această prevedere a fost inclusă în prezentul standard prin analogie cu situațiile financiare individuale, în care mărimea profitului net (pierdere netă) al perioadei de gestiune, determinată în situația de profit și pierdere, coincide cu mărimea profitului net (pierdere netă) al perioadei de gestiune, reflectată în bilanțul, abordare care nu poate fi aplicată la întocmirea situațiilor financiare consolidate.

În conformitate cu prevederile stipulate în Standardele Internaționale de Raportare Financiară, aceste mărimi nu pot coincide, deoarece în bilanțul consolidat se reflectă nu profitul net (pierdere netă) al perioadei de gestiune, dar *rezultatul reportat* (în engleză „the retained earnings”, în rusă „нераспределенная прибыль”, adică „profit nerepartizat”). Aceasta confirmă și dispozițiile prevăzute în pct.B22, litera (c) din IFRS 3 „Combinări de întreprinderi”: „situațiile financiare consolidate reflectă *rezultatele reportate* și alte conturi de capitalurilor proprii ale filialei legale (entitatea dobânditoare, în termeni contabili) înainte de combinarea de întreprinderi” [3] , precum și în pct.B98, litera (c) din IFRS 10 „Situații financiare consolidate”: „dacă o societate-mamă pierde controlul asupra unei filiale, atunci aceasta trebuie să reclasifice la profit sau pierdere sau să transfere direct la *rezultate reportate*, ..., valorile recunoscute în alte elemente ale rezultatului global aferente filialei pe baza dispoziției descrise la punctul B99”. [4]

De asemenea, menționăm, că și tehnica de calcul a acestor indicatori este diferită. Dacă mărimea *profitului net (pierdere netă) al perioadei de gestiune*, reflectată în situația consolidată de profit și pierdere, se determină prin adăugarea la profitul net (pierdere netă) al entității-mamă a cotei acesteia în profitul net (pierdere netă), câștigat de entitatea-fică în perioada de gestiune, plus/minus ajustările de consolidare, apoi *rezultatul reportat (sau*

profitul nerepartizat (pierdere neacoperită) al grupului, reflectat în bilanțul consolidat, se determină prin adăugarea la rezultatul reportat al entității-mamă a cotei acesteia în modificarea activelor nete ale entității-fiice de la data achiziției până la data raportării plus/minus ajustările de consolidare.

Reieșind din cele menționate, au fost propuse unele modificări la conținutul inițial al SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate” modificări, care ulterior, au fost aprobate prin Ordinul ministrului finanțelor nr.93/2019 (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2019, nr.209–216, art.1091). În particular, în pct.6, subpct.5) a acestui ordin se indică, că în bilanțul consolidat se determină mărimea profitului nerepartizat (pierdere neacoperită) al grupului, calculată conform formulei:[5]

Profit nerepartizat (pierdere neacoperită) al grupului	=	Profit nerepartizat (pierdere neacoperită) al entității- mamă la data raportării	+	Partea entității-mamă în modificarea activelor nete ale entității-fiice (cu excepția, rezervelor din reevaluare, diferențelor de curs valutar din conversie) de la data obținerii controlului până la data raportării	–	Partea fondului comercial decontat la cheltuielile curente după achiziție	–	Profit intern nerealizat aferent vânzărilor intra grup

Modificarea dată a condiționat încă o modificare la conținutul inițial al SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate”, modificare inclusă în pct.1 din ordinul nr.93/2019 și anume că „pct.21 din prezentul standard se completează cu fraza: „În bilanțul individual al entităților incluse în grup suma totală a subcapitolului IV ”Profit (pierdere)”, din componența secțiunii C ”Capital propriu”, se prezintă ca ”Profit nerepartizat (pierdere neacoperită)”.[5]

Din formula de calcul a profitului nerepartizat (pierdere neacoperită) al grupului se observă că, dacă de la data achiziției până la data raportării, entitatea-fiică a reevaluat activele sale și/sau a obținut diferențe de curs valutar din conversie, atunci acestea modificări nu se includ la determinarea mărimii profitului nerepartizat (pierderii neacoperite) al grupului, dar se repartizează proporțional între entitatea-mamă și interesele care nu controlează.

Modificările menționate au dus la o modificare și a formatului bilanțului consolidat, în special, la modificarea componenței secțiunii C „Capital propriu”, prin înlocuirea subcapitolului IV „Profit (pierdere)” în „Profit nerepartizat (pierdere neacoperită)” și, respectiv, a rd. 570- 610 în rd.570.

De asemenea, s-a modificat și formatul situației consolidate a modificărilor capitalului propriu, prin înlocuirea subcapitolului IV „Profit (pierdere)” în „Profit nerepartizat (pierdere neacoperită)” și, respectiv, rd. 120 -160 în rd.120, iar rd.170 -220, în rd. 130-180.

Întocmirea situațiilor financiare consolidate, pentru anul 2020, au evidențiate și alte aspecte problematice legate de corectitudinea reflectării acestora în situațiile financiare consolidate. Una dintre acestea ține de modul de calculare a cotei intereselor care nu controlează pentru grupuri, în care entitatea-mamă deține cote directe și indirecte de participare în entitățile incluse în grup.

Ținem să menționăm, că în SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate” sunt descrise principalele reguli și proceduri de consolidare pentru un grup în care entitatea-mamă deține doar *cote directe de participare* în entitățile supuse consolidării, fără a fi examinate și cotele indirecte de participare a acestea. În aceste condiții apare întrebarea cum corect de calculat, de exemplu, cota intereselor care nu controlează, pentru un grup cu o structură mai complexă, în care entitatea-mamă deține atât cote directe, cât și indirecte de participare în entitățile incluse în grup? Răspuns la această întrebare nu găsim în conținutul prezentului

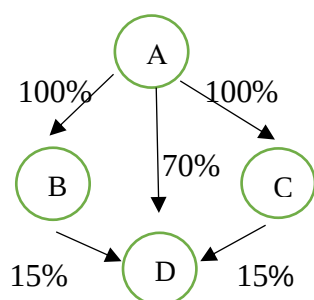
standard. În pct. 29 din prezentul standard se stipulează că, *interesele care nu controlează* trebuie să fie reflectate, în mod separat, în componența capitalului propriu din bilanțul consolidat, ceea ce face necesară estimarea acestei valori la fiecare dată de raportare. Valoarea intereselor care nu controlează, conform pct.30 din același standard, se determină, proporțional cotei-părți ce revine altor proprietari decât celor incluși în consolidare din valoarea justă a activelor nete ale entității-fiică, conform relației: [2]

$$\begin{array}{lcl} \text{Valoarea} & = & (1 - \text{Cota-parte aferentă}) \times \text{Valoarea justă a activelor nete} \\ \text{intereselor care} & & \text{entității-mamă în} & & \text{ale entității-fiică la data} \\ \text{nu controlează} & & \text{capitalul entității-} & & \text{obținerii controlului} \\ & & \text{fiică} & & \end{array}$$

Studiind literatura de specialitate din domeniu, venim cu propunerea ca, în cazul existenței cotei indirecte de participare, cota intereselor care nu controlează să fie calculată în baza *cotei efective (sau de grup) de participare deținută de grup*, care se determină ca produsul dintre cota entității-mamă în activele nete ale entității-fiice și cota entității-mamă în entitățile-mamă intermediare. Această modalitate de calcul a cotei intereselor care nu controlează, în condițiile existenței și a cotei indirecte de participare este frecvent utilizată de mai multe state. De exemplu, în Federația Rusă, există scrisoarea informațională din 21.03.2013 nr.13-ДП-12/9549 "О Методических рекомендациях по составлению страховыми организациями консолидированной финансовой отчетности за 2012 год в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности", în care se stipulează ca în cazul existenței cotei indirecte de participare, cota intereselor care nu controlează să fie calculată în baza *cotei efective (sau de grup) de participare deținută de grup*, determinată ca produsul dintre cota entității-mamă în activele nete ale entității-fiice și cota entității-mamă în entitățile-mamă intermediare.

Vom ilustra modul de aplicare a acestei formule în calculul cotei efective de participare deținută de grup, cu o structură complexă.

Exemplul 1. Grupul este format din 4 entități. Entitatea "A" deține câte 100% din capitalul social al entității "B" și "C" și 70% din capitalul social al entității "D". Câte 15% din capitalul social al entității "D" sunt deținute de entitățile "B" și "C".



Din condițiile acestui exemplu rezultă, că entitatea "A" este entitate-mamă pentru entitățile-fiice "B", "C" și "D". Entitatea-mamă "A" deține cote directe de participare și cotă indirectă de participare în capitalul social al entităților incluse în grup.

Cota directă de participare a entității "A" în capitalul social al entității-fiice "B" este de 100%, respectiv, cota intereselor care nu controlează în entitatea-fiică "B" este zero (100%-100%).

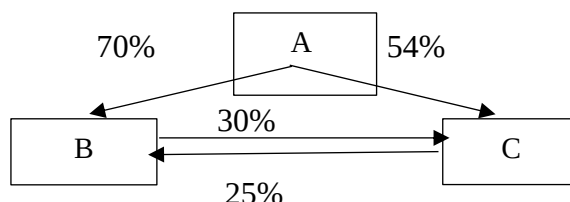
Cota directă de participare a entității "A" în capitalul social al entității-fiice "C" este de 100%, respectiv, cota intereselor care nu controlează în entitatea-fiică "C" este zero (100%-100%).

Tot odată, entitatea-mamă "A" deține în capitalul social al entității-fiice "D" atât cotă directă la nivel de 70%, cât și o cotă indirectă de participare (prin intermediul entităților-fiice

"B" și "C").

Pentru a calcula cota intereselor care nu controlează în entitatea "D" este necesar, inițial, de a calcula cota efectivă de participare deținută de grup în entitatea "D". În exemplul dat aceasta constituie 100% (70% + 15% x 100% + 15% x 100%), respectiv, cota intereselor care nu controlează în entitatea "D", de asemenea, va fi zero (100%-100%).

Exemplul 2. Grupul este format din trei entități: entitatea "A" deține 70% din capitalul social al entității "B" și 54% din capitalul social al entității "C". La rândul său entitatea "B" deține 30% din capitalul social al entității "C", iar entitatea "C" deține 25% din capitalul social al entității "B".



Din informația prezentată rezultă, că entitatea "A" este entitatea-mamă, care direct controlează entitățile fiice "B" și "C".

Cota directă de participare a grupului în entitatea "B" constituie 70%, iar în entitatea "C" este de 54%.

De asemenea entitatea "A" deține indirect (prin entitatea "C") cotă de participare în entitatea "B", (iar prin intermediul entității "B") cotă de participare în entitatea "C". Pentru a determina nivelul acestor cote indirecte calculăm cotele efective (de grup) de participare.

Cota efectivă (de grup) de participare a grupului în entitatea "B" se determină astfel:

$$\frac{70\%}{(1 - 30\% \times 25\%)} + \left[\frac{54\%}{(1 - 30\% \times 25\%)} \right] \times 25\% = 90,27\%$$

Cota efectivă (de grup) de participare a grupului în entitatea "C" constituie:

$$\frac{54\%}{(1 - 30\% \times 25\%)} + \left[\frac{70\%}{(1 - 30\% \times 25\%)} \right] \times 30\% = 81,08\%$$

Respectiv, cota intereselor care nu controlează în entitatea "B" constituie 9,73% (100% - 90,27%), iar cota intereselor care nu controlează în entitatea "C" va fi 18,92% (100% - 81,08%).

După părerea noastră, determinarea cotei intereselor care nu controlează, în condițiile existenței atât a cotei directe și indirecte de participare, în baza cotei efective de participare este o posibilitate benefică în vederea soluționării aspectele problematice legate de calcularea corectă a cotei și a valorii intereselor care nu controlează.

Tot odată menționăm că, dacă cota directă de participare reflectă relația de afaceri reală dintre investorul direct și entitatea în care se investește, apoi cota efectivă de participare este doar un instrument utilizat în calcularea cotei de control și a celei necontrolate în capitalul propriu al entității-fiice și în situația de profit și pierdere. Reieșind din acesta, de exemplu, cota efectivă de participare deținută de grup egală cu 81,08%, determinată în exemplul 2 nu înseamnă că entitatea "A" deține 81,08% din capitalul social al entității "C".

Concluzii

Implementarea prevederilor stipulate în SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate” se efectuează cu scopul de a obține informații fiabile și obiective despre activitatea grupului în perioada raportată, informații extrem de utile pentru diferite categorii de utilizatori.

Deficiențele evidențiate în procesul implementării acestui standard au condus la unele modificări atât în conținutul standardului, precum și în formatul situațiilor financiare consolidate, modificări care au contribuit la facilitatea procesului de întocmire a situațiilor financiare consolidate.

De asemenea, în vederea minimizării deficiențelor legate de modul de întocmire a situațiilor financiare consolidate, în particular, a celor legate de calcularea corectă a cotei și valorii intereselor care nu controlează pentru un grup în care entitatea-mamă deține atât cote directe, cât și indirecte de participare în capitalul social al entităților incluse în grup, propunem reglementarea modului de determinare a acestora, o variantă de calculare fiind aplicarea cotei efective de participare a grupului.

BIBLIOGRAFIE

1. Legea contabilității și raportării financiare nr.278 din 15.12.2017, în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, nr.1-6, art.22
2. SNC „Prezentarea situațiilor financiare consolidate”, în Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2018, nr.1-6, art.22
3. IFRS 3 „Combinări de întreprinderi”, <https://mf.gov.md/>
4. IFRS 10 „Situații financiare consolidate”, <https://mf.gov.md/>
5. Ordin cu privire la aprobarea Ghidului metodologic de întocmire a situațiilor financiare consolidate și de modificare a Standardului Național de Contabilitate „Prezentarea situațiilor financiare consolidate” (nr.155 din 09.12.2020), în Monitorul oficial al Republicii Moldova din 25 decembrie 2020 (360-371)
6. Информационное письмо от 21 марта 2013 г. N 13-ДП-12/9549 "О Методических рекомендациях по составлению страховыми организациями консолидированной финансовой отчетности за 2012 год в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности" https://rulings.ru/acts/Informatsionnoe-pismo-FSFR-Rossii-ot-21.03.2013-N-13-DP-12_9549/

ABORDAREA CAPACITĂȚII DE PRODUCȚIE PRIN PRISMA PREVEDERILOR CONTABILE NAȚIONALE ȘI INTERNAȚIONALE

Valentina PANUȘ

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The methodological approach related to the application or organization of internal control within the company is a rather important topic that is not sufficiently studied and researched. In this regard, some specific aspects are mentioned in this article. In practice, companies often cannot determine production capacity on the basis of indicators of equipment and production facilities, as required by IAS 2 "Inventories" and the National Accounting Standard "Inventories" (hereinafter CNS "Inventories"), because during the manufacturing and/or service process may be used various production resources, such as: company employees, simple hand tools (e.g. saw, drill, vacuum cleaner, stapler, etc.), etc., for which it is difficult to determine a planned production volume (according to the provisions of IAS and SNC, a volume, a level, a normal production). In this regard, the detailed study of the concept and the way of determining the production capacity on the basis of "objects", equipment, is an important methodological issue.*

Keywords: *internal control, National Accounting Standard, "objects", equipment, production capacity.*

Introducere

Costul produsului este influențat de mai mulți factori, printre care și modul de aplicare a capacității de producție, care poate fi expus prin puterea, posibilitatea, potențialul resurselor entității (utilaje, mașini, instrumente, persoane etc.) de a produce un volum de producție într-o perioadă (schimb, lună, an, 24 de ore etc.) în conformitate cu specificul procesului de producție și regimului de muncă.

Reglementările în vigoare abordează, în general, capacitatea de producție prin

prevăderea expusă în pct. 30 subpct. 2) din SNC „Stocuri” [1], conform căruia „capacitatea normală de producție, reprezintă volumul producției/serviciilor ce poate fi realizat, în medie, pe parcursul a câteva perioade de gestiune sau sezoane în condiții normale de activitate, ținând cont de pierderile capacității cauzate de reparațiile (deservirea tehnică) **planificate ale utilajului**”, fără detalieri și explicații.

Entitățile în procesul său de producție și/sau de prestări servicii, deseori nu pot determina capacitatea de fabricare în baza ”utilajelor/instalațiilor”, așa cum este prevăzut în IAS 2 „Stocuri” și SNC Stocuri, din cauza că în cadrul procesului tehnologic, de exemplu, se pot utiliza unelte de mână simple, precum: fereastrăul, aparatul de găurit, aspiratorul, capsatorul, ciocanul etc., pentru care este dificil sau chiar, imposibil să se determine capacitatea de producție. În acest context, cercetarea noțiunii și a modului de stabilire a capacității de producție constituie o întrebare metodologică destul de importantă.

Rezultate și discuții

Astfel, condiția expusă în SNC și IAS, precum că ținând cont de utilizarea (sau, pe baza folosirii reale) ”utilajelor” limitează aplicarea capacității de producție în mai multe procese de fabricație a produselor și/sau prestări de servicii care nu aplică utilaje, instalații de producție dar pot folosi scule manuale precum și imobilizări (de exemplu, clădiri, vase, țevi etc.) sau în cazul proceselor în care factorul principal este resursa de muncă și nu se utilizează utilaje.

În continuare vom analiza prevederile actelor normative internaționale la acest capitol.

Ca reglementări se va investiga noțiunea capacității de producție abordată în standardul internațional de contabilitate IAS 2 Stocuri [2], în versiunea engleză, rusă și română și prevederea din Standardul Național din Republica Moldova ”Stocuri” (tabelul 1)

Tabelul 1. Prevederile aplicării capacității de producție

Sursa	Versiune	Definiția (varianta originală)	Cuvântul-cheie
IAS 2 Stocuri	engleză	Normal capacity is the production expected to be achieved on average over a number of periods or seasons under normal circumstances, taking into account the loss of capacity resulting from planned maintenance. Variable production overheads are allocated to each unit of production on the basis of the actual use of the production facilities	production facilities
	rusa	Нормальная производительность - это тот объем производства, который ожидается получить исходя из средних показателей за ряд периодов или сезонов работы в нормальных условиях, с учетом потерь в производительности в связи с плановым обслуживанием. Переменные производственные накладные расходы относятся на каждую единицу продукции на основе фактического использования производственных мощностей . [3].	производственных мощностей
	romana	Capacitatea normală este producția estimată a fi obținută, în medie, de-a lungul unui anumit număr de perioade sau sezoane, în condiții normale, având în vedere și pierderea de capacitate rezultată din întreținerea planificată. Regia variabilă de producție este alocată fiecărei unități de producție pe baza folosirii reale a instalațiilor de producție	instalațiilor de producție

SNC Stocuri	R.M.	Astfel de costuri se repartizează între costul produselor/serviciilor și cheltuielile curente în baza capacității normale de producție, care reprezintă volumul producției/serviciilor ce poate fi realizat, în medie, pe parcursul a câteva perioade de gestiune sau sezoane în condiții normale de activitate, ținând cont de pierderile capacității cauzate de reparațiile (deservirea tehnică) planificate ale utilajului	ale utilajului

Sursa: Elaborat de autor

Prin urmare, traducerea standardului internațional de contabilitate (IAS 2 Stocuri) în limba română este mai constrânsă și limitativă prin noțiunea de "instalații". Asemenea și varianta expusă în SNC (Republica Moldova) este îngustă prin termenul de "utilaj".

Însă originalul din engleză precum și varianta tradusă în rusă este mult mai largă precum: "facilități", "resurse", puterea de producere.

Astfel, conform dicționarului juridic internațional, facilități de producție înseamnă orice clădire sau echipament utilizat în scopul producerii, tratării sau separări fluidelor și gazelor produse, inclusiv, dar fără a se limita la acestea [4].

Ținem să menționăm faptul că, în practică, prin constrângerea acestei noțiuni în special, contabilii (sau alți responsabili de producere, după caz) se confruntă cu unele întrebări specifice privind determinarea și aplicarea capacității de producție din cauza că în cadrul procesului de fabricare (prestare a serviciilor) se pot folosi unelte manuale simple sau procesul de fabricare și/sau prestări servicii nu utilizează în general utilaje.

Pentru a elucida modalitățile de abordare în aplicarea capacității de producție vor fi expuse unele cercetări ale savanților precum C. Drury, Horngren Gh., Foster G., Datar S, de asemenea și lucrările Institutului Contabilității Manageriale (IMA) la acest aspect.

Prin urmare, menționăm cercetările savantului englez C. Drury cu privire la abordarea altor tehnici și baze de repartizare a costurilor indirecte de producție, precum metoda tradițională și metoda funcțională (pe activități) [5, pag. 67], astfel văzută și expusă ca o oportunitate în aplicarea capacității de producție prin aspectul activităților de producție. De asemenea abordarea largă a capacității poate fi regăsită în cercetările savantului, și anume prin analizele practicilor entităților internaționale la acest capitol [5, pag. 75-76]. În acest context, entitățile internaționale în repartizarea costurilor indirecte de producție, țin cont, la capitolul capacitate, de cote generale stabilite pe entitate sau proces, precum și/sau în baza centrelor de cost din cadrul entităților în funcție de activitățile (procesele) interne aplicând baze (tehnici) diverse de la salariile muncitorilor, orele efectiv lucrate, timpul utilajelor, valoarea materialelor de bază etc. Prin urmare, renumitul savant expune că "dacă să vorbim despre centrele unde nu este utilaj de producție, atunci aici ca temei deseori constituie orele de lucru a muncitorilor de bază" [5, pag. 80].

Expunere similară regăsim la savanții Horngren Gh., Foster G., Datar S., care tratează capacitatea de producție, ca temei în repartizarea costurilor indirecte prin mai multe metode și tehnici de repartizare, având efect asupra calculației, prețului, performanței, situațiilor financiare precum și cerințele legale aferent capacității [6, p. 336-345]. Astfel abordarea capacității este destul de largă făcând exemple ca baza și tehnică de repartizare fiind suprafața închiriată pe care o ocupă entitatea în procesul de producere [6, p. 34].

Institutul Contabilității Manageriale IMA (Institute of Management Accountants), prin publicațiile sale, în particular, aferente contabilității costurilor de producție, în înscrisurile aferent practicilor contabilității manageriale, în special în Measuring the Cost of Capacity [7, pag. 6] definește capacitatea normală de producție ca media, așteptată, utilizată sau capacitatea unei mașini, proces sau instalație / unitate pe o perioadă de timp definită (zi, săptămână, luna, anul etc.).

În acest context, prevederile reglementărilor internaționale, practica națională și internațională precum și nu în ultimul rând abordările savanților, cercetărilor în domeniu expun aplicarea capacității de producție, fără limitări, prin interpretare mai cuprinzătoare precum: ”facilități”, ”resurse”, ”puterea de producere”, ”proces” etc.

În contextul celor menționate, evocăm că fiecare proces tehnologic are particularitățile sale, în funcție de tipul de activitate, de dimensiunea sau volumul de producție și/sau de prestări servicii etc., ca indicatori principali utilizați la determinarea capacității de producție pot fi:

- productivitatea resurselor umane;
- mărimea suprafețelor de producție, volumul locurilor de depozitare etc.;
- fondul de timp normativ și/sau efectiv de funcționare a utilajului și/sau a muncitorilor (în funcție de regimul de muncă în entitate (continuu, întrerupt) sau de numărul de schimburi (2, 3 etc.), sau de caracterul sezonier);
- normele de producere ale utilajelor;
- disponibilitatea materiilor prime etc.

Totodată sunt situații când este dificil de determinat capacitatea de producție pe anumite ”facilități, resurse etc.” din următoarele considerente:

- assortimente mari cu diferite unități naturale de măsură;
- procese tehnologice complet diverse;
- producție pe comenzi individuale;
- diverse tipuri de servicii;
- utilizarea în procesul de producție a instrumentelor, sculelor, altor obiecte, în baza cărora este greu de stabilit volumul de producție; sau în general,
- neutilizarea în proces de producție și/sau prestări servicii a utilajelor etc..

În practica autohtonă (Republica Moldova) la determinarea capacității de producție, unele entități se conduc de Instrucțiunea pentru întocmirea raportului statistic „Balanța capacităților de producție”, aprobată prin Ordinul Departamentului de Statistică al Republicii Moldova nr. 106/2003 [8], care nu mai este în vigoare, dar care expune destul de detaliat tehnica de determinare în funcție de multe particularități a capacității de producție. Conform aceste instrucțiuni, capacitatea de producție a întreprinderii reprezintă **puterea mijloacelor ei de muncă** (totalitatea tehnologică de mașini, utilaje, agregate, instalații și suprafețe de producție) de a fabrica un volum maxim de producție, de extragere și prelucrare a materiei prime într-un an (în 24 ore, într-un schimb) în corespundere cu specializarea, cooperarea producției și regimul de lucru stabilite.

Astfel capacitatea de producție poate fi aplicată prin abordarea vastă, decât ”utilaj”, de exemplu, în baza unor informații generale adică pentru toate produsele fabricate și/sau serviciile prestate, pentru toate centrele de cost, procesele de fabricare etc.

În acest context, poate fi analizată posibilitatea stabilirii capacităților și în temeiul bazei de repartizare a costurilor indirecte de producție aplicate de către entitate precum:

- volumul venitului din vânzări;
- consumul materialelor și materiilor prime;
- costurile privind retribuirea muncii etc.

Concluzii

Determinarea capacității de producție în cadrul entităților, de regulă, constituie un proces:

- complex (antrenând, după caz, specialiști tehnici, cum sunt: inginerii, tehnologii, șefii de secție, maiștrii etc.);
- complicat (analizând potențialul de producere, depozitare, vânzare etc.);
- specific (depinzând de dimensiunea entității, tipurile de produse fabricate și/sau

servicii prestate, particularitățile proceselor tehnologice etc.).

Astfel, entitatea stabilește de sine stătător tehnica, volumul, modul de determinare a capacității de producție, ținând cont de ”succintele” prevederi din SNC Stocuri sau IAS 2 Stocuri și poate reflecta toate aceste aspecte în regulamentul intern privind contabilitatea de gestiune.

Totodată limitările în expunerea actelor normative naționale trebuie redactate/modificate/adaptate pentru a corespunde prevederilor internaționale și a practicilor actuale atât naționale cât și cele internaționale.

BIBLIOGRAFIE:

1. SNC Stocuri, Ordinul MF nr.118 din 06.08.2013. În: *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* [online], 2013, nr.233-237/1534. Disponibil: http://mf.gov.md/sites/default/files/legislatie/snc-ordin_nr.118_0.pdf
2. IAS 2 Stocuri Disponibil: <http://mf.gov.md/ro/content/standardele-interna%C8%9Bionale-de-raportare-financiar%C4%83-1>
3. МСФО 2 Запасы, <https://finotchet.ru/articles/133/>
4. <https://www.lawinsider.com/dictionary/production-facilities>
5. Друри К. Управленческий и производственный учёт: учебник. Издательство „ЮНИТИ-ДАНА”, Москва, 2005 – 1071 с.
6. Horngren T. Ch., Datar M. S., Foster G. Contabilitatea costurilor, o abordare managerială, Ediția a XI-a. Traducere din limba engleză. Chișinău: ARC, 2006. 939 p.
7. <https://www.imanet.org/search/?ssopc=1#hawktabfield=it&it=all&keyword=Normal+capacity+>
8. Ordinul Departamentului de Statistică al Republicii Moldova nr. 106/2003

STUDIUL PRELIMINAR ȘI ROLUL DECISIV AL ACESTUIA ÎN CADRUL PLANIFICĂRII AUDITULUI PERFORMANȚEI. ASPECTE TEORETICE ȘI ABORDĂRI PRACTICE

Cristina DOLGHI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The performance audit is an effective tool in the process of evaluating the management of public money by analyzing whether the entity / program operates efficiently and effectively with respect to economy. The successful achievement of the objectives set within them largely depends on the processes and decisions taken at the audit planning stage. The preliminary study in performance audit planning, as a decisive step, serves as a credible basis for applying auditors' professional judgment and decision-making. The purpose of this study is an examination of the theoretical and applied aspects of performance audit, including the need to conduct a preliminary study in the planning phase in order to determine whether or not to audit a program / entity or activity funded from public financial sources.*

Keywords: *performance audit, preliminary study, public money management, economy, efficiency, efficacy, audit mission.*

Introducere. Auditul performanței oferă societății o evaluare clară cu privire la modul în care sunt cheltuiți banii publici prin studiile și analizele complexe a proceselor stabilite în cadrul realizării acestuia și concomitent contribuie la îmbunătățirea gestiunii instituțiilor publice și la reducerea riscurilor ca resursele publice să fie utilizate într-un mod ineficace conform cerințelor stabilite de Legea privind organizarea și funcționarea Curții de Conturi a Republicii Moldova [7, art.12]. Comparativ cu auditurile financiare și de conformitate tradiționale ce se practică în sectorul public, auditului performanței este o inovație relativ nouă atât la nivel național cât și global. Un impuls semnificativ în dezvoltarea acestuia a fost ineficiența gestionării banilor publici, care a determinat publicul să solicite performanțe și

responsabilitate instituțiilor publice în domeniul dat. Ca urmare, auditul performanței a fost printre numeroasele răspunsuri la aceste solicitări cu un impact semnificativ asupra credibilității activității entității publice ce este asigurată de conducerea acesteia printr-un proces adecvat de evaluare a eficacității realizării obiectivelor stabilite.

Scopul studiului. Argumentele prezentate în favoarea auditului performanței au determinat alegerea temei studiului dat, iar plusvaloarea la nivel de entitate/program auditat a precizat necesitatea realizării studiului preliminar la etapa de planificare a acestuia, în calitate de etapă decisivă în exercitarea unui audit al performanței. Studiul dat reprezintă examinarea complexă a aspectelor teoretice și aplicative ale auditului performanței, în vederea identificării problemelor existente și fundamentării direcțiilor prioritare de îmbunătățire a realizării acestuia, inclusiv a necesității realizării unui studiul preliminar în cadrul etapei de planificare în scopul determinării de a fi auditat sau nu un program/entitate sau activitate finanțate din surse financiare publice ce au obligativitatea de a asigura un management eficient în gestionarea banilor publici și patrimoniului public pe baza principiilor de economie, eficiență și eficacitate.

Metodologia cercetării. În scopul realizării obiectivelor stabilite, autorul a aplicat metode de cercetare cantitative și calitative, inductive și deductive, metodele analizei și sintezei. Preponderent în studiul dat a fost aplicată metoda comparativă, care a servit un bun suport în studiul reglementărilor naționale, actelor interne ale Curții de Conturi și Cadrul Declarațiilor Profesionale INTOSAI (International Organization of Supreme Audit Institutions) [6, pag.1]. Drept suport al cercetării științifice, au servit și rapoartele auditului performanței realizate de Curtea de Conturi a Republicii Moldova din ultimii ani.

Rezultate și discuții. Auditul performanței constituie o evaluare sau examinare independentă a unei activități, a unui program sau a unei instituții, dacă aceasta funcționează în mod eficient și eficace cu respectarea economicității conform standardelor INTOSAI [5, pag.8]. În cadrul realizării acestuia se întâlnește abordarea orientată pe rezultate, care se referă în principal la performanța realizată; rezultatele obținute și îndeplinirea obiectivelor, dar și respectarea cerințelor. În același timp, abordarea orientată pe probleme în auditul performanței se concentrează, în principal, pe identificarea, verificarea și analiza problemei, fără a face referiri la criterii de audit predefinite, iar sarcină majoră a acestuia în misiunile date o constituie verificarea existenței problemelor semnalate și analiza acestora din diferite perspective a cauzelor care le-au generat.

În acest context, auditul performanței este o evaluare sau examinare independentă și obiectivă a măsurii în care un program sau o activitate a unei entități publice funcționează eficient și eficace în condițiile respectării economicității sau folosind principiile celor „3E”. Acest tip de audit solicită adesea auditorului examinarea rezultatelor din punctul de vedere al celor „3E”, folosind și raționamentul său profesional. Măsurarea performanței rezultatelor în raport cu obiectivele propuse în concordanță cu cei „3 E” constituie o necesitate pentru managerii entității publice de la toate nivelele, care sunt implicați în implementarea proceselor din domeniile de competență în conformitate cu obiectivele stabilite. Aceștia, de asemenea sunt implicați în supravegherea și verificarea calității serviciilor prestate; administrarea mijloacelor financiare alocate în conformitate cu bugetele aprobate sau conform acordurilor de asistență, în cazul fondurilor provenite din asistența financiară a unor proiecte. De asemenea sunt implicați în elaborarea și prezentarea rapoartelor cu privire la activitate, cu privire la implementarea proiectelor, utilizarea mijloacelor financiare destinate pentru proiecte.

Ca urmare a necesității evaluării gestionării banilor publici și patrimoniului public pe baza principiilor de economie, eficiență și eficacitate, auditul performanței a fost printre numeroasele răspunsuri la aceste solicitări cu un impact semnificativ asupra credibilității activității entității publice și evaluării eficienței managementului în cadrul acestora. Concomitent, pentru a-și consolida rolul de instrument efectiv de sporire a eficienței și

eficacității utilizării banilor publici, auditul performanței trebuie să fie bazat pe norme ce-i impun independența, obiectivitatea și deplina încredere atât din partea entităților auditate cât și din partea societății.

Realizarea acestora în calitate de sarcini prioritare a auditului performanței este garantată prin realizarea la nivel înalt a tuturor proceselor stabilite de cadrul normativ (de planificare, de examinare, de raportare și urmărire ulterioară a implementării recomandărilor auditului performanței). Misiunea de audit a performanței trebuie să fie bine planificată în caz contrar poate apărea riscul ca activitățile de audit să nu aducă plusvaloare entității publice în gestionarea resurselor financiare publice și/sau a patrimoniului public, precum și programului sau activității supuse auditului. Planificarea este cea mai importantă și complicată etapă în cadrul realizării auditului performanței, deoarece auditul dat are un caracter destul de variat și reprezintă un proces structurat a activității sale.

Din cauza resurselor limitate disponibile Curții de Conturi pentru desfășurarea auditului performanței și diversității mari de subiecte, este necesar să se efectueze un studiu minuțios și responsabil din partea auditorilor pentru a selecta pe acele entități/programe sau activități, care oferă Curții de Conturi cea mai mare oportunitate pentru a obține impact. Curtea de Conturi decide în mod independent asupra programului activității de audit, precum și asupra modului de implementare a acestuia. Procesul de planificare a auditelor performanței implică solicitarea propunerilor în scopul obținerii unor idei de teme și probleme de analizat. Temele potențialelor audite ale performanței se solicită de la cât mai multe surse posibile, inclusiv de la auditorii Curții de Conturi, Parlament, Președinție, Guvern, ministere, donatori externi și alte entități, mass-media și de la public.

În opinia mai multor autori din domeniu cercetat, în rezultatul studiului proceselor din cadrul etapei de planificare a auditului performanței, susțin că realizarea unei misiuni de audit al performanței este o sarcină plină de provocări pentru auditorii responsabili de realizarea misiunii în cauza, deoarece rezultatele depind de stabilirea obiectivului/obiectivelor și de raționamentul profesional al auditorului, și că nu întotdeauna este posibil să se cuantifice constatările la etapa de planificare. În acest context, s-a constatat, că selectarea entităților/proiectelor sau activităților pentru auditul performanței se realizează din două motive: în primul rând, axarea pe acele audite care au valoare adăugată maximă în ceea ce privește răspunderea, economia, eficiența și eficacitatea, și în al doilea rând, asigurarea unei acoperiri potrivite a operațiunilor entității în limitele resurselor disponibile de audit [3, pag.284]. În acest scop, literatura de specialitate propune la discreția auditorilor o gamă de factori de selecție utilizați în practica unor țări dezvoltate pentru selectarea entităților/proiectelor sau activităților de a fi auditate [1, pag.31], care se prezintă de către autor în următorul tabel:

Tabelul 1

Factorii de selecție a proiectului/entității sau activității pentru auditul performanței

Nr. d/o	Factori de selecție
1.	impactul general de audit estimat;
2.	materialitate financiară;
3.	riscul unui management bun;
4.	semnificația programului pentru activitățile entității;
5.	vizibilitatea programului în ceea ce privește sensibilitatea politică sau importanța națională;
6.	acoperirea de audit anterioară și analiza internă și externă a programului;
7.	capacitatea de a audita.

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei nr. 1

Deci, purtând răspundere de realizarea obiectivelor stabilite și luării deciziilor în cadrul realizării misiunilor de audit, auditorii din sectorul public, conform bunelor practici ale altor țări, aplică factori de selecție menționați, deoarece stabilirea obiectivelor și succesul realizării acestora în cadrul misiunii în mare parte depinde de procesele și deciziile luate la etapa planificării auditului. Totodată, principiile fundamentale ale auditului performanței INTOSAI prevăd necesitatea ca auditorii la etapa de planificare să stabilească criterii adecvate care să corespundă întrebărilor de audit și să fie legate de principiile economiei, eficienței și eficacității, deoarece acestea sunt etaloanele utilizate pentru evaluarea subiectului. În același timp, acestea oferă o bază pentru evaluarea dovezilor, dezvoltarea rezultatelor auditului și elaborarea concluziilor privind obiectivele auditului. Ele sunt, de asemenea, și un element important în discuțiile ulterioare a echipei de audit cu conducerea serviciului de audit intern și în comunicările cu entitățile auditate [8, pag.27].

Din cauza că în cadrul auditului performanței se realizează studii și analize mai complexe decât în alte misiuni de audit, standardele INTOSAI stabilesc și alte procese, cum ar fi: de analiză a rezultatelor auditelor precedente, care ar putea afecta obiectivul actual de audit; de identificare a surselor potențiale de informații, care ar putea fi utilizate drept probe de audit în misiunea actuală; de asigurare cu personal adecvat și suficient și a altor resurse pentru efectuarea auditului, dar și comunicarea informației generale privind planificarea și efectuarea auditului persoanelor de conducere din cadrul programului/entității auditate și altor persoane cu funcții de răspundere. Toate acestea impun o atenție mai mare pregătirii inițiale a misiunilor de audit a performanței în limitele disponibile de audit și necesită efectuarea unui studiu preliminar [2, pag.99] înaintea elaborării planului definitiv de audit conform deciziei Curții de Conturi, care are ca scop studierea în detaliu a programului/entității și determinarea faptului dacă este necesar de efectuat auditul propriu zis, sau auditul se finalizează doar cu studiul preliminar, care poate include următoarele etapele prezentate în tabel:

Tabelul 2

Etapele studiului preliminar în cadrul planificării auditului performanței

Nr. d/o	Etape
1.	elaborarea Planului privind studiul preliminar;
2.	colectarea și analiza informației necesare despre tema auditului și despre
3.	activitatea entității auditate;
4.	organizarea întâlnirilor cu managementul și altor persoane cu funcții de
	răspundere din cadrul entității auditate;
5.	întocmirea Raportului privind studiul preliminar.

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei nr. 1

Planului privind studiul preliminar se elaborează de către șeful echipei de audit și se aprobă de către managerul subdiviziunii Curții de Conturi a cărei echipă va efectua auditul performanței. Acesta include următoarele informații: tema auditului; scopul studiului preliminar; programul/entitatea la care se va desfășura auditul performanței; termenul de realizare a studiului preliminar; persoanele care vor fi încadrate în efectuarea studiului preliminar (echipa de audit, șeful subdiviziunii care va monitoriza efectuarea studiului preliminar, angajații care vor asigura asistența metodologică și cea juridică); obiectivele studiului preliminar; activitățile care se vor desfășura în cadrul studiului preliminar și metodologia de efectuare a studiului preliminar; termenul de prezentare a Raportului privind studiul preliminar și a proiectului Programului de audit.

Întocmirea planului privind studiul preliminar în auditul performanței se prezintă de

autor în baza unui exemplu convențional cu privire la reabilitarea străzilor principale din centrul municipiului Chișinău, finanțat din bugetul de stat și fondul rutier.

Exemplu convențional. În anul 2020 a fost lansat un program de reabilitare a trei străzi din centrul municipiului Chișinău cu valoarea de 500 mii lei, care 50% este finanțat din bugetul de stat și 50% din fondul rutier. Gestionarea programului a fost efectuată de către Ministerul Economiei și Infrastructurii prin intermediul Administrației de Stat a Drumurilor (ASD), care a organizat toate procedurile de achiziții și a asigurat monitorizarea executării lucrărilor în cadrul realizării obligațiilor contractuale. Încheierea proiectului a fost planificată pentru 01 decembrie 2020.

Programul implică, în special, reabilitarea străzilor selectate, întreținerea periodică a acestor străzi, achiziția echipamentului tehnic, asistența tehnică a utilajelor și realizarea unor cursuri de instruire la locul de muncă cu privire la programele cheie.

În cadrul controalelor efectuate de experții Ministerului Economiei și Infrastructurii s-a constatat, că lucrările de reabilitare a străzilor incluse în program se realizează cu întârziere, iar suma costurilor cu privire la angajarea personalului și experților străini au depășit bugetul planificat pentru articolele date de cheltuieli cu 120 mii lei. Consiliului Fondului Rutier în cadrul ședinței sale a examinat problema depășirii bugetului pentru articolele menționate și a aprobat în luna martie 2021 suma costurilor suplimentare necesare din sursele fondului rutier pentru anul 2021.

Din momentul lansării lucrărilor, locuitorii mun. Chișinău au sesizat mai multe probleme legate de calitatea proastă a străzilor în curs de reabilitare, postând materiale pe rețelele de socializare. Totodată mass-media a comentat de mai multe ori necesitatea finisării lucrărilor de reabilitare a străzilor incluse în programul dat și importanța acestuia pentru cetățeni, care sunt nevoiți să folosească drumurile în starea dată și să cheltuiască mai mulți bani pentru reparația unităților de transport propriu.

În luna mai 2021 problema cu privire la finisarea programului de reabilitare a străzilor principale din centrul municipiului Chișinău, finanțat din bugetul de stat și fondul rutier a fost discutată în Parlament. Decizia a fost înaintată Curții de Conturi a RM, care prevede auditarea programului dat prin includerea acestuia în planului de audit a performanței pentru trimestrul trei a anului 2021. Tema propusă pentru auditul performanței este: „Gestionarea programului cu privire la reabilitarea străzilor principale din centrul municipiului Chișinău se realizează eficient și eficace în condiții de economicitate?”. Plenul Curții de Conturi a adoptat hotărârea cu privire la efectuarea studiului preliminar în perioada 01.06.2021 – 10.06.2021 și a stabilit termenul de prezentare a raportului privind studiul preliminar la 15.06.2021 în scopul determinării faptului dacă este necesar de efectuat auditul propriu zis și stabilirii obiectivelor de audit conform temei auditului.

În continuare, autorul studiului dat va elabora Planului privind studiul preliminar cu privire la necesitatea auditării de către Curtea de Conturi a programului de reabilitare a străzilor din centrul municipiului Chișinău, tabelul 3.

Tabelul 3.

**Planului privind studiul preliminar
pentru efectuarea auditului performanței cu tema:**

„Gestionarea programului cu privire la reabilitarea străzilor principale din centrul municipiului Chișinău se realizează eficient și eficace în condiții de economicitate?”

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. <i>Auditul se efectuează în temeiul:</i> în conformitate cu solicitarea din partea Parlamentului Republicii Moldova.2. <i>Scopul studiului:</i> contribuirea la eficientizarea managementului și finisarea programului cu privire la reabilitarea străzilor principale din centrul municipiului Chișinău.3. <i>Programul/entitățile supuse studiului:</i> Administrația de Stat a Drumurilor.4. <i>Obiectivele studiului preliminar:</i> |
|--|

1. Lucrările prevăzute de programul cu privire la reabilitarea străzilor principale din centrul municipiului Chișinău se realizează conform termenilor stabiliți?
2. Administrația de Stat a Drumurilor are un management eficient al resurselor umane?
3. Administrația de Stat a Drumurilor gestionează resursele materiale și financiare într-un mod eficient și eficace în condiții de economicitate?
5. *Sursele studiului, activitățile care urmează a fi desfășurate și metodologia de efectuare a studiului preliminar:*
 1. *Categoriile de informații obținute în cadrul studiului preliminar* includ studierea sarcinilor misiunii și scopul programului; etapele de realizare a programului; legile și regulamentele interne de gestionare a programului; sursele de finanțare a programului; metodele de activitate și controalele efectuate de către ASD; obținerea informațiilor cu privire la sistemele informaționale ale ASD.
 2. *Activitățile care urmează a fi desfășurate:* discuții cu managementul ASD și alte persoane cu funcții de răspundere; interviuri cu alte persoane, inclusiv cu clienții, beneficiarii preconizați și alte persoane interesate și cunoscătoare din afara entității ce pot oferi informație valoroasă cu privire la identificarea punctelor slabe ale programului și deficiențelor performanței; evaluarea rapoartelor din partea managementului ASD pentru a monitoriza și a estima activitățile programului; studiile dosarelor cu reclamații, rapoartelor de audit, evaluările anterioare efectuate în domeniul în cauză și alte rapoarte.
 3. *Metodologia de efectuare a studiului preliminar* include teste de evaluare a calității datelor colectate; controalele din partea managementului ASD referitor la fiecare obiectiv în scopul determinării, dacă controalele există și operează eficient pe bază de teste; și conformarea cu criteriile specifice (politică, proceduri, regulamente, legi, rezultate planificate etc.) necesare pentru a răspunde la fiecare obiectiv normativ al auditului programului; evaluarea surselor de date care ar putea fi utilizate ca probe de audit și dacă aceste date pot fi considerate viabile sau de încredere. Metodologia auditului planificată va oferi informații și asigurări pentru a satisface cerințele fiecărui obiectiv stabilit în cadrul punctului 2 a acestui plan cu privire la studiul preliminar .
6. *Studiul preliminar se va desfășura în perioada:* de la 01.06.2021 până la 10.06.2021.
7. *Componența echipei de audit:*
 - Șeful echipei:
 - Membrii echipei:
 - Asistența metodologică:
 - Asigurarea juridică:
8. *Raportul privind studiul preliminar și proiectul Programului de audit* se vor prezenta spre examinare în ședința Plenumului Curții de Conturi până la 15 iunie 2021.

Sursa: Elaborat de autor în baza sursei nr. 1, anexa 5.

Etapa studiului preliminar cu privire la colectarea și analiza informației necesare despre tema auditului și despre activitatea programului de reabilitare a străzilor principale din centrul municipiului Chișinău include: studiul actelor legislative și normative; direcțiile și metodele de utilizare a mijloacelor publice planificate de bugetul programului; dările de seamă și planurile de lucru; structura organizatorică și condițiile de lucru a angajaților în cadrul programului; rezultatele activității programului; principalele riscuri; sistemele și mecanismele de control desfășurate în cadrul gestionării programului.

În cadrul întâlnirilor cu conducătorii și specialiștii programului auditate, va avea loc informarea acestora despre tematica și perioada de efectuare a auditului; determinarea

întrebărilor pe care ei le consideră importante în activitatea programului; obținerea opiniei referitor la posibilele riscuri și probleme care stau în fața echipei de audit; discutarea surselor de stabilire a criteriilor și posibilității utilizării acestora în scopul aprecierii performanței în cadrul misiunii de audit.

La finisarea etapelor descrise mai sus, auditorii Curții de Conturi ce au efectuat studiul preliminar vor elabora Raportul privind studiul preliminar, care include o scurtă caracteristică și descriere a domeniului auditat, cadrului legal și normativ care reglementează tematica misiunii de audit; modalitatea de îndeplinire a sarcinilor și de exercitare a principalelor atribuții; nivelul de atingere a scopurilor și de obținere a rezultatelor propuse; existenței riscurilor interne și externe; obiectivelor și întrebărilor auditului; criteriilor de apreciere a performanței propuse și opiniei conducerii programului auditat în privința utilizării acestora la efectuarea auditului; descrierea abordărilor și metodelor care urmează a fi utilizate la efectuarea auditului și posibilelor rezultate ale auditului. Totodată, auditorii formulează concluziile care rezultă din activitatea de studiu și prezintă recomandările privind continuarea auditului sau întreruperea activității de audit suplimentare, cu explicațiile motivelor. Dacă auditorii recomandă continuarea activității de audit, atunci ei oferă comentarii privind riscurile semnificative de audit, domeniile care trebuie analizate și abordate în cadrul auditului detaliat și alte probleme pe care conducerea Curții de Conturi trebuie să le ia în considerare.

Studiul preliminar realizat în baza exemplului convențional, prezentat de autor mai sus, pentru evaluarea necesității continuării auditului performanței cu tema: *„Gestionarea programului cu privire la reabilitarea străzilor principale din centrul municipiului Chișinău se realizează eficient și eficace în condiții de economicitate?”* servește o bază credibilă în aplicarea raționamentului profesional a auditorilor și luării deciziei de continuare a acestuia.

Autorul, în baza exemplului convențional analizat, propune pentru Raportul privind studiul preliminar următoarea concluzie: *„Rezultatele analizei și evaluărilor efectuate în cadrul studiului preliminar a programului nominalizat sunt adecvate și de încredere pentru a concluziona, că tema auditului este realizabilă, auditul are potențialul de a produce recomandări practice, care pot contribui la îmbunătățirea gestiunii financiare, metodologia de audit stabilită este clară și practică, membrii echipei de audit au competențe în domeniu și suficientă experiență, cunosc tehnice disponibile, iar riscurile semnificative legate de elaborarea raportului de audit pot fi gestionate. Pe baza celor expuse se notifică, că auditul programului dat necesită continuare și se propune includerea acestuia în Planul activității de audit pentru auditele performanței a Curții de Conturi în trimestrul trei a anului 2021”*.

Concluzii. Realizarea studiului preliminar în cadrul etapei de planificare a auditului performanței servește o bază credibilă în aplicarea raționamentului profesional a auditorilor și luării deciziei de a propune includerea entității/programului sau a unei activități în Programul activității de audit pentru auditele performanței a Curții de Conturi.

Echipa de audit și șeful misiunii de audit din cadrul Curții de Conturi trebuie să ajungă la un raționament obiectiv cu privire la fundamentul propunerii de a efectua auditul, ținând cont de răspunsurile la întrebările propuse de literatura de specialitate și actele normative în vigoare, inclusiv dacă este realizabil auditul temei propuse; dacă auditul are potențialul de a produce recomandări practice și poate contribui la îmbunătățirea gestiunii surselor financiare publice; există o metodologie solidă și practică; membrii echipei de audit au suficientă experiență și cunoștințe, iar riscurile legate de elaborarea raportului de audit pot fi gestionate.

BIBLIOGRAFIE:

9. Curtea de Conturi a Republicii Moldova, „Manual de audit al performanței”, Chișinău, 2009, 100p.
<https://www.ccrm.md/ro/manuale-3557.html>

10. Corlăteanu Olga. Universitatea de Stat din Moldova. „Studiul preliminar și importanța acestuia în executarea auditului performanței”. Analele științifice ale USM. Științe ale naturii și exacte. Științe economice. Chișinău, Moldova, 26 septembrie 2016, pag. 97-100. ISBN 978 - 9975 - 71 - 560 – 7.
11. Dolghi Cristina. „Abordarea auditului performanței și practica acestuia în RM”. Conferința Științifică Internațională, ediția a IX ”Politici și mecanisme de inovare și dezvoltare a proceselor economico-financiare și sociale în plan național și internațional”, USM, Chișinău, 2014, p. 283-285. ISBN: 978-9975-71-574-4.
12. European Court of Auditors, „Performance Audit Manual”, European Union, September 2017, 93p. https://www.eca.europa.eu/Lists/ECADocuments/PERF_AUDIT_MANUAL/PERF_AUDIT_MANUAL_EN.PDF
13. INTOSAI Development Initiative. Performance Audit ISSAI Implementation. Handbook. Quality Statement for Performance Audit ISSAI Implementation Handbook. Version 1 (8 June 2021). (vizualizat la 26 septembrie 2021). <https://idi.no/elibrary/professional-sais/issai-implementation-handbooks/handbooks-english/1330-idi-performance-audit-issai-implementation-handbook-v1-en/file>
14. Hotărârea Curții de Conturi cu privire la Cadrul Declarațiilor Profesionale INTOSAI, nr.2 din 24.01.2020. <http://ccrm.md/hotariri-si-rapoarte-1-95?idh=1044>
15. Legea privind organizarea și funcționarea Curții de Conturi a Republicii Moldova, nr. 260 din 07.12.2017. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 1-6 din 05.01.2018.
16. The International Standards of Supreme Audit Institutions, nr. 300, „Performance Audit Principles”, Organisation of Supreme Audit Institutions, INTOSAI www.issai.org (vizualizat 18.07.2021).

PARTICULARITĂȚILE EFECTUĂRII ȘI CONTABILITĂȚII OPERAȚIUNILOR CU RESURSELE FINANCIARE ATRASE ÎN BĂNCILE COMERCIALE

Ada ȘTAHOVSCHI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *In this article, the author drew attention to the notion of attracted resources, methods of attracting and accounting for attracted resources, the mechanism of regulation and supervision of operations to attract and use these resources. As it comes to money resources, it is necessary to apply some regulations on the attraction, placement and use of money. Banking regulations are a form of direct intervention of banking authorities on the banking environment and have several features whose assessment goes through the analysis of the objectives pursued by them and their effects on banking strategy. The regulation and supervision of the banking system is the only way to implement the monetary and foreign exchange policies of the central bank. The importance of banking regulation and supervision is obvious, as examining the situation of each bank allows the supervisory body to play an important role in ensuring a stable and secure banking system. The purpose of the article is to describe how to carry out and account for the operations of attracting financial resources by banking institutions, their regulatory regulation, detecting existing shortcomings in this sector and, respectively, arguing proposals for their removal.*

Keywords: *attracting resources, bank account, bank deposit, banking regulation, deposit guarantee, financial resources.*

INTRODUCERE

Prin intermediul acestei investigații autorul a atras atenția asupra noțiunii de resurse atrase, metodelor de atragere și contabilizare a resurselor atrase, mecanismului și instrumentelor de reglementare și supraveghere a operațiunilor de atragere și utilizare a acestor resurse.

Scopul elaborării articolului constă în descrierea modului de efectuare și contabilizare a operațiunilor de atragere a resurselor financiare de către instituțiile financiar - bancare, reglementarea normativă a acestora, depistarea neajunsurilor existente în acest sector și, încercarea de a face unele propuneri pentru înlăturarea acestora.

Actualmente se atrage o atenție deosebită reglementării și supravegherii operațiunilor bancare, deoarece analiza situației economico-financiare a băncilor comerciale permite organismului de supraveghere să joace un rol important în asigurarea unui sistem bancar

stabil și sigur. Prin reglementarea și supravegherea bancară sunt protejate interesele deponenților și este asigurată stabilitatea întregului sistem bancar. Este evident faptul, că stabilitatea sistemului bancar și încrederea investitorilor, depinde foarte mult de cadrul legal în baza căruia băncile își desfășoară activitatea.

IMPORTANȚA ȘI ROLUL REGLEMENTĂRII OPERAȚIUNILOR DE ATRAGERE ȘI UTILIZARE A RESURSELOR FINANCIARE

Reglementarea și supravegherea efectuării operațiunilor bancare reprezintă un indicator al performanței sistemului bancar. Conform cercetărilor efectuate de către specialiști de talie internațională, armonizarea legislației bancare în UE este un proces în derulare, pe alocuri, chiar finisat, vârsta tânără a principalei instituții financiare europene, Banca Centrală Europeană, demonstrează faptul că finisarea procesului de creare a unei piețe financiare unice mai durează.

Necâtând la faptul, că deja sunt aplicate cerințele directivelor privind procedura de supraveghere a activității operațiunilor bancare în UE, metodele și instrumentele supravegherii sectorului financiar - bancar variază de la o țară la alta. Această diversitate se păstrează în continuare, mai ales prin dinamica diferită a restructurării din ultimii ani. În timp ce unele țări au păstrat neschimbat cadrul instituțional și alocarea responsabilităților, altele se supun substanțial reformării, altele doar inițiind acest proces. Supravegherea corespunderii activității băncilor reglementărilor prudențiale facilitează determinarea punctelor forte și a vulnerabilităților fiecărei bănci în parte [6, p. 92-93].

Printre funcțiile principale ale băncilor se numără și atragerea resurselor financiare de la populație și agenți economici și păstrarea lor în conturile bancare sub formă de depozite [7, p.318]. *Depozitul bancar* reprezintă mijloacele bănești atrase de către instituțiile bancare spre păstrare, pentru un anumit termen cu o dobândă stabilită. În scopul atragerii resurselor financiare, băncile efectuează o analiză a pieții de desfacere, a cererii și ofertei de produse bancare lansate pe piață, la lansarea de noi produse și servicii care vor atrage clienții [7, p. 322].

PARTICULARITĂȚILE CONTABILITĂȚII OPERAȚIUNILOR DE ATRAGERE A RESURSELOR FINANCIARE

Evidența resurselor atrase sub formă de depozite în cadrul instituțiilor bancare autohtone se efectuează în conformitate cu prevederile actelor normative și legislative în vigoare.

Conform cerințelor legislației în vigoare, dobânda calculată la depozitele bancare se achită de către bancă în valută depozitului. Dobânda se calculează zilnic, începând cu ziua următoare zilei deschiderii contului de depozit, până în ziua precedentă zilei restituirii sumei depuse, pentru ziua în care se restituie depozitul dobânda nu se calculează. Calcularea dobânzii se efectuează în conformitate cu ratele stabilite pentru perioadă dată, numărul zilelor în perioada și suma depozitului.

Băncile comerciale folosesc la calcularea dobânzii metoda simplă și compusă. Dobânda compusă este utilizată în cazul depozitelor de acumulare [3, p.89-90]. Banca își rezervă dreptul de modificare unilaterală a ratei dobânzii la depozite în dependență de conjunctura pieții și schimbarea ratei de refinanțare a resurselor de creditare ale BNM.

Trebuie de menționat, că conform cerințelor Codului Fiscal, începând cu 01 ianuarie 2021 din suma dobânzilor achitate de către bancă se va reține impozit în mărime de 3 %, indiferent de valuta depozitului deschis [1, art 90].

În practica lor băncile s-au confruntat cu problema protecției depozitelor. Ca rezultat apare fenomenul de panică, când clienții dau crezare zvonurilor și se prezintă, în masă, la bancă pentru a-și retrage depozitele. Scopul retragerii depozitelor este protejarea lor prin transferul la alte bănci [2, p.89].

Un moment important, care îi fac pe clienți să fie mai încrezuți în instituțiile bancare și să-și păstreze mijloacele bănești disponibile în conturile bancare, este faptul, că în luna august

2004 a intrat în vigoare Legea nr.575-XV privind garantarea depozitelor în sistemul bancar [5]. Scopul legii este asigurarea garantării depozitelor persoanelor fizice în sistemul bancar, determinării modului de calculare și plată a vărsămintelor și contribuțiilor băncilor în Fondul de garantare a depozitelor (FGD) [5].

Scopul principal al activității Fondului constă în asigurarea depozitelor persoanelor fizice din băncile licențiate, în condițiile și limitele prevăzute de Lege. *Fondul garantează asigurarea depozitelor în monedă națională și în valută străină deținute de persoane fizice rezidente și nerezidente în băncile licențiate din sistemul bancar autohton.*

Asigurarea depozitelor prin angajarea responsabilității restituirii resurselor atrase de către alte instituții financiare specializate sau organizații, ridică credibilitatea clienților privind recuperarea lor în cazuri extreme de faliment al băncii [2, p.90].

Conform legii în vigoare **nu sunt garantate** următoarele depozite [5]:

- **depozitele persoanelor fizice care desfășoară activitate de întreprinzător**
- **depozitele administratorilor băncii;**
- **depozitele membrilor organelor de conducere ale băncii;**
- **depozitele soților și rudelor de gradul întâi și al doilea.**

Fondul compensează recuperarea sumelor de depozite în cazul în care băncile devin indisponibile. La formarea mijloacelor Fondului sunt admise și obligate să participe toate băncile licențiate de BNM.

În cazul în care resursele financiare ale unei bănci devin indisponibile, Fondul, conform art. 6, garantează asigurarea restituirii acestora fiecărui deponent, indiferent de numărul și mărimea lor sau de moneda în care s-au constituit, *plafonul de garantare fiind de 50000 de lei din 1.01.2020* [5, art 6].

Conform acestei legi, **plafonul de garantare** reprezintă mărimea absolută garantată a depozitelor unui deponent persoană fizică într-o bancă. Data indisponibilității depozitelor se consideră data de retragere a licenței și de inițiere a procesului de lichidare silită a băncii în legătură cu insolvabilitatea [5]. Depozitele în valută străină sînt asigurate prin restituirea echivalentului lor în monedă națională la cursul oficial al BNM al leului moldovenesc față de valuta străină respectivă, de la data constatării indisponibilității depozitelor.

Fondul garantează restituirea depozitelor deținute de persoane fizice în toate băncile comerciale, sucursalele și filialele băncilor străine care dețin licența BNM de a desfășura activități financiare, deoarece la formarea resurselor Fondului de Garantare a Depozitelor sînt obligate să participe toate băncile licențiate, care activează pe teritoriul Republicii Moldova.

În cazul calculării sumei depozitului garantat se însumează toate depozitele deținute de o persoană fizică într-o bancă licențiată, inclusiv dobânzile datorate și neplătite la data constatării insolvabilității băncii, adică la data retragerii licenței și a inițierii procesului de lichidare silită a băncii, în legătură cu insolvabilitatea.

Băncile licențiate transferă în FGD următoarele plăți [5]:

1. **Vărsămîntul obligatoriu anual** care se stabilește anual de FGD și se utilizează la acoperirea cheltuielilor curente prevăzute de bugetul Fondului și se achită anual de către băncile licențiate.

2. **Contribuție inițială unică** – Stabilită prin lege în mărime de 1% de la baza de calcul la finele trimestrului precedent.

3. **Contribuții trimestriale** – Se stabilesc prin lege în mărime de 0,25% din baza de calcul la finele trimestrului de gestiune.

4. **Contribuții speciale** – Se stabilesc de FGD în cazul insuficienței mijloacelor fondului pentru asigurarea plății depozitelor garantate. Aceste plăți sînt recunoscute drept deducere fiscală.

De asemenea, resursele financiare ale FGD destinate asigurării recuperării depozitelor se completează cu veniturile din activitatea investițională a fondului și mijloacele destinate cheltuielilor curente, care nu au fost utilizate pe parcursul anului gestionar.

În termen de 15 zile lucrătoare de la încheierea trimestrului de gestiune, băncile transferă în FGD o **contribuție trimestrială** a cărei mărime se calculează în funcție de valoarea depozitelor garantate, precum și de gradul de risc pentru fiecare bancă în parte [5].

Banca față de care s-a inițiat proces de lichidare silită transmite Fondului în termen de 5 zile, lista creanțelor aferente depozitelor garantate, cuprinzând informația completă privind depozitele respective în modul stabilit de către Fond. Contribuțiile și vărsămintele obligatorii anuale plătite fondului nu se restituie băncii, nici chiar în cazul lichidării [5].

CONCLUZII ȘI PROPUNERI

În baza investigației efectuate, putem concluziona, că procedura de reglementare și supraveghere a activității bancare constituie un element principal în procesul de promovare a unui sistem financiar stabil și sigur și a unui mediu favorabil pentru prestarea unor serviciilor bancare mai calitative conform legislație în vigoare.

Elaborarea Legii privind garantarea depozitelor în sistemul bancar a constituit un moment important pe piața financiar bancară din Republica Moldova, deoarece odată cu punerea în aplicare a acestui act sa întărit încrederea și siguranța populației în instituțiile bancare pentru ași păstra resursele financiare disponibile în conturile bancare. Scopul FGD este asigurarea garantării depozitelor persoanelor fizice în sistemul bancar autohton, determinarea modului de calculare și plată a vărsămintelor și contribuțiilor băncii în fond.

Analizând modul de ținere a contabilității resurselor atrase sub formă de depozite bancare la instituțiile bancare autohtone, putem menționa, că contabilitatea la instituțiile financiar - bancare corespunde cerințelor înaintate și este organizată în concordanță cu actele normative și legislative în vigoare.

BIBLIOGRAFIE

1. Codul Fiscal al Republicii Moldova din 24.04.1997. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova №62/522 din 18.09.1997 cu modificările ulterioare.
2. Basno C., Dardac N. Management bancar. București, Editura Economică, 2002.
3. Dedu V., Enciu A. Contabilitate bancară. București, Editura Economică, 2001.
4. Legea privind activitatea băncilor nr.202 din 06.10.2017. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova №202 din 06.10.2017.
5. Legea nr.575-XV din 26.12.2003 privind garantarea depozitelor în sistemul bancar. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova №30-34 din 20.02.2004 cu modificările ulterioare.
6. Ștahoșchi A., Soltan A., Dima Gh. Aspecte ale reglementării activității bancare. București, ed. Semne, 2012
7. Ștefaniuc O., Gîrlea M., Jecev V. Monedă și credit. Chișinău, CEP USM, 2014

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ДАННЫХ В ОБРАЗОВАНИИ

Наталья Анетрий

Молдавский государственный Университет

Abstract. Educational Data Mining (EDM) is an intelligent analysis of data obtained from the educational environment. The main purpose of using EDM is to improve the educational process. EDM is using Data Mining methods for data processing. This article provides a brief description of an example of processing data obtained in an educational environment using Kohonen Maps (clustering). EDM was used for pedagogical purposes, for the general assessment of the developed course "Data Mining". Intellectual data processing with Kohonen Maps allowed to obtain an overall assessment of the course and obtain a basis for further analysis in order to expand and optimize the "Data Mining" course.

Keywords: data processing, Educational Data Mining, intelligent analysis, Kohonen Maps.

1. Educational Data Mining

Educational Data Mining (EDM) в переводе с английского языка означает интеллектуальный анализ данных в образовании. Существует множество трактовок термина *Educational Data Mining (EDM)*. Приведем некоторые из них:

EDM – это процесс преобразования “сырых” данных, полученных из образовательных систем, в полезные данные, которые можно использовать для принятия решений [1].

EDM - разработка методов исследования данных, использующихся в образовательных целях, для принятия решений в сфере образования [2].

Анализ образовательных данных (EDM, АОД) – это “направление исследований, связанное с применением методов интеллектуального анализа данных (Data Mining), машинного обучения и статистики к информации, производимой образовательными учреждениями” [4].

EDM использует разнообразные алгоритмы для улучшения результатов образования и объяснения образовательных процедур для дальнейшего принятия решений [1].

2. Цели EDM

Основной целью EDM является улучшение образовательного процесса. Бэйкер (Baker) и Яцеф (Yacef) выделяют 4 цели EDM ([4] адаптировано на основе источника [5]):

1. Прогнозирование поведения студентов в процессе обучения.
2. Разработка новых моделей и способов представления знаний в предметной области.
3. Изучение эффектов взаимодействия “преподаватель-студент”.
4. Развитие знаний о самом феномене обучения и психологии обучаемых.

3. Исследуемые данные

Одной из главных целей любой системы образования является обеспечение учащихся знаниями и навыками, необходимыми для успешной карьеры [3]. В настоящее время в образовательной системе накапливаются большие объёмы данных разных форматов, требующие обработку. Обработка больших объёмов данных представляет собой трудоемкий процесс с определенными временными затратами. Исследуемые данные для EDM имеют в большинстве случаев сложную структуру (иерархические, семантические), что представляет собой трудности для анализа традиционными методами карьеры [5].

Источниками происхождения данных можно выделить следующие категории [3]:

- *Offline образование* (традиционная форма образования). При такой форме обмен знаниями происходит при прямом контакте преподаватель-студент. Сбор данных производится при помощи анкетирования.
- *Системы электронного обучения и управления обучением (E-learning and learning management systems - LMS)*. Данные для анализа извлекаются из баз систем электронного обучения.
- *Интеллектуальные обучающие системы (Intelligent tutoring systems - ITS) и Адаптивные образовательные гипермедиационные системы (Adaptive educational hypermedia systems AEHS)*. Данные, генерируются этими системами из студенческих баз или пользовательских профилей.

4. Использование EDM в областях

EDM может быть использован в высших учебных заведениях для решения широкого спектра задач в следующих направлениях:

1. *Оценка и улучшение образовательного процесса.*
2. *Менеджмент и планирование.*
3. *Выявление плагиата.*

4. Педагогические исследования.

5. Интеллектуальный анализ данных

Большой объем данных в настоящее время в студенческих базах данных превышает человеческую способность анализировать и извлекать наиболее полезную информацию без помощи автоматизированных методов анализа данных. EDM извлекает интересную, интерпретируемую, полезную и новую информацию из образовательных данных [3].

Софт *Data Mining* это мощный инструментальный информационный технологии искусственного интеллекта, который позволяет выявлять/получать информацию для достижения поставленных целей [3]. Софт *Data Mining* представлен широким спектром задач на сегодняшний день.

В EDM широко используются методы *Data Mining*. Одним из методов EDM является кластерный анализ (*Clustering analysis*). Кластерный анализ относится к задачам обучение без учителя [6].

Кластеризация это объединение в группы схожих объектов [7].

EDM был применен для общей оценки разработанного курса “*Data Mining*” с целью расширения и оптимизации курса. Сбор данных был произведен при помощи анкетирования студентов. Так как, основной характеристикой собранных данных является многокритериальность, было принято решение начальную обработку данных провести при помощи кластерного анализа.

Анкета по оценке курса “*Data Mining*” включает вопросы по разным критериальным шкалам оценивания. Подготовленные данные для анализа содержат 22 вопроса закрытого типа.

Вопросы, включенные в анкету, можно условно разделить на следующие категории:

- 1) оценка структуры и содержания курса;
- 2) оценка системы преподавания курса;
- 3) самооценка студента (посещение, мотивация, ресурсы);
- 4) система оценивания по курсу.

Для анализа данных предварительно произвели обработку анкет и получили электронный файл, содержащий результаты анкетирования. Интеллектуальный анализ образовательных данных произвели с помощью обработчика *Карты Кохонена* (аналитическая платформа *Deductor*).

Самоорганизующиеся карты Кохонена - это самообучающийся механизм кластеризации, который позволяет отобразить результаты в виде удобных для интерпретации двумерных карт [8].

Результатом обработчика *Карты Кохонена* являются 3 кластера. Объединение данных в процентном отношении следующее: кластер 0 - 40%, кластер 1 - 40%, кластер 2 - 20%.

6. Интерпретация результатов.

Интерпретация результатов кластерного анализа представлена в таблице 1.

Таблица 1. Описание кластеров.

Кластер 0	Кластер 1	Кластер 2
<i>Оценка структуры и содержания курса</i>		
Содержанию курса, структуре курса студенты дали оценку полностью согласен. Уровню сложности	Содержанию курса, структуре курса студенты дали оценку полностью согласен. Уровню сложности	Содержанию курса студенты дали оценку согласен. Структуре курса студенты дали оценку скорее

материала присвоили <i>средний уровень.</i>	материала присвоили <i>высокий и средний уровень.</i>	<i>согласен.</i> Уровню сложности материала присвоили <i>скорее высокий и средний уровень.</i>
<i>Оценка системы преподавания курса</i>		
Работу преподавателя по следующим моментам: четко объяснил цели и задачи курса, материал соответствовал поставленным целям, был хорошо подготовлен в плане изложения материала и организации занятий, побуждал студентов к участию в дискуссии и направлял ход обсуждения материала, внеаудиторные консультации, подробные рекомендации по самостоятельной работе оценили:		
<i>Полным или частичным согласием.</i>	<i>Полным согласием.</i>	<i>Полным или частичным согласием.</i>
На занятиях по курсу предоставлялась <i>всегда</i> возможность задавать вопросы преподавателю.	На занятиях по курсу предоставлялась <i>всегда</i> возможность задавать вопросы преподавателю.	На занятиях по курсу предоставлялась <i>часто и редко</i> возможность задавать вопросы преподавателю .
<i>Самооценка студента (посещение, мотивация, ресурсы)</i>		
Степень посещения занятий <i>75%-100%.</i>	Степень посещения занятий <i>75%-100%.</i>	Степень посещения занятий <i>75%.</i>
Уровень собственной мотивации к работе в был оценен студентами как <i>очень высокий или средний.</i>	Уровень собственной мотивации включает все варианты ответов. <i>Нет четкого определения уровня по кластеру.</i>	Уровень собственной мотивации к работе был оценен студентами как <i>средний.</i>
В ходе подготовки к курсу студенты <i>часто</i> использовали доступные ресурсы. Доступность ресурсов студенты отметили <i>полным согласием.</i>	В ходе подготовки к курсу студенты, кто-то <i>регулярно</i> , кто-то <i>редко</i> использовали доступные ресурсы. Доступность ресурсов: <i>согласием и затруднились ответить.</i>	В ходе подготовки к курсу студенты <i>редко</i> использовали доступные ресурсы. Доступность ресурсов студенты <i>не смогли оценить.</i>
<i>Система оценивания по курсу</i>		
Преподаватель подробно объяснял принципы оценивания по курсу – <i>полное согласие.</i> Система оценивания по курсу <i>полностью или скорее понята.</i>	Преподаватель подробно объяснял принципы оценивания по курсу; система оценивания по курсу – <i>оценка полностью или скорее понятна.</i>	Преподаватель подробно объяснял принципы оценивания по курсу – <i>скорее согласны.</i> Система оценивания по курсу <i>скорее понята.</i>
Уровень требовательности и справедливости преподавателя был оценен как <i>довольно высокий.</i>	Уровень требовательности и справедливости преподавателя оценен как <i>очень высокий и довольно высокий.</i>	Уровень требовательности и справедливости преподавателя был оценен как <i>довольно высокий.</i>

Выводы

Обработчик *Карты Кохонена* был использован:

(а) для поиска однородных данных в анкетных данных;

- (б) для установления близости данных;
- (в) для понимания общей структуры данных;
- (г) для дальнейшей обработки определенного кластера и уточнения модели для дальнейшего анализа.

Метод преобразования *Data Mining Educational* был использован в педагогических целях. Интеллектуальная обработка анкетных данных позволила получить общее видение/оценку курса студентами разделив их на кластеры, что не позволяет получить обычная статистическая обработка. Общая оценка курса студентами позитивная, положительная.

ЛИТЕРАТУРА:

1. <https://www.javatpoint.com/educational-data-mining>
2. <https://habr.com/ru/post/181053/>
3. https://www.researchgate.net/publication/304808426_Data_Mining_in_Education
4. https://www.researchgate.net/publication/342411964_Analiz_obrazovatelnyh_dannyh_napravleniya_i_perspektivy_primeneniya
5. Baker R., Yacef K. The state of educational data mining in 2009: A review and future visions // Journal of Educational Data Mining. 2009. V. 1, N 1. P. 3-17. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.educationaldatamining.org/JEDM/index.php/JEDM/article/download/8/2> (дата обращения: 18.11.2016).
6. https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%BD%D1%8B%D0%B9_%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7
7. <https://loginom.ru/blog/data-mining-clustering>
8. <https://basegroup.ru/deductor/function/algorithm/kohonen>

INDUSTRIAL WASTE ACCOUNTING AT LIFE-CYCLE STAGES IN THE CONCEPT OF “GREEN” ECONOMY

Volha SUSHKO

Polotsk State University, Republic of Belarus

Abstract. *“Green” economy in conditions of instability of natural resources rational use and environmental degradation, becomes an extremely relevant and also is considered as one of the most meaningful goals for sustainable development. Industrial waste accounting at life-cycle stages, in its’ turn, as a component of “green” economy, poses certain challenges to the existing accounting system. At present, there is no comprehensive accounting system for industrial waste that would find the solutions to the problems posed by “green” economy. That fact determines the relevance of the research topic. The purpose of this research is to identify industrial waste as an object of accounting at life-cycle stages. Among the methods used in the study, one can single out synthesis, analysis, comparison, logical generalization, inference by analogy, classification.*

Keywords: *green economy, recycling, waste management.*

In the Republic of Belarus, according to the National Action Plan for the Development of a Green Economy in the Republic of Belarus, a number of unresolved interrelated environmental and economic problems were identified. One of the most pressing problems is the accumulation of waste [1]. The problem of waste accumulation in the Republic of Belarus is primarily due to an increase in the volume of production waste, while the volume of waste used remains approximately at the same level and accounts for only a quarter of the total volume of production waste generated, which is confirmed by statistical data on education. , use and disposal of production wastes [2].

The largest share of industrial waste generated in the Republic of Belarus falls on industrial waste. This fact is confirmed by data on the formation of production waste by type of economic activity. So, in 2016 and 2017. the volume of industrial waste amounted to 42,900.1 thousand tons and 47,855.3 thousand tons, respectively, which is 86.76% and 86.2% of the total volume of industrial waste generated [2].

Thus, the process of intensive accumulation of industrial waste, a decrease in the interest of manufacturers in solving the problem of waste management due to the unstable economic situation, the problem of using industrial waste (among which hazardous waste predominating that damages the environment), the amount of which makes up the bulk of the total volume of industrial waste contribute to environmental degradation and depletion of mineral resources in the Republic of Belarus.

The priority areas for environmental protection, rational use of natural resources and environmental safety in the Republic of Belarus are:

1. reduction of the volume of waste generation;
2. sustainable consumption and production;
3. maximum involvement of waste in civilian circulation as secondary raw materials;
4. prevention of harmful effects of waste on the environment [1, 3, 4, 5, 6].

For the Republic of Belarus, within the framework of the designated priority areas, the most urgent problem is the formation, disposal and use of industrial waste, since they account for about 86% of the total volume of waste generated.

To implement the above-mentioned priority areas, industrial waste management system is needed in the Republic of Belarus, which will allow considering industrial waste as objects of management of the economic and environmental safety of industrial enterprises.

In the world practice of waste management, a waste management system is becoming widespread, considering the processes of generation, use and disposal of waste in an integrated manner. In the Republic of Belarus, there is no systematic approach to industrial waste management and the organization of economic and environmental safety of industrial enterprises.

A necessary factor in the development of rational and efficient use of resources, sustainable consumption and production, and a waste management system at the microeconomic level is the availability of integrated accounting for industrial waste.

The study showed that the existing accounting system in the Republic of Belarus does not generate comprehensive information about waste from the moment of its occurrence until the end of its existence. Waste as objects of accounting does not go through all stages of the technological cycle of waste, from the moment of its occurrence and ending with its disposal. Information about waste at all stages of the waste technological cycle is blurred between different accounting objects: recyclable waste, secondary material resources, secondary raw materials and a by-product.

In this regard, we can say that at the present stage, the accounting system does not form the basis for providing a full assessment of the effectiveness of the implementation of the principles of the "green" economy in the Republic of Belarus and does not allow solving the problems posed by the "green" economy.

Therefore, to solve this problem, a significantly new approach to accounting is required, which will consist in the formation of information about industrial waste throughout the entire length of their life cycle (from the moment of their formation to the moment of their disposal).

To solve the indicated problems at the first stage, it is necessary:

1. Highlight the stages of the life cycle of industrial waste for accounting purposes;
2. Identify industrial waste as an accounting object and their economic essence at the stages of the life cycle.

For accounting purposes, it is necessary to consider the stages of the life cycle of

industrial waste as a waste management process, starting with the formation of industrial waste and ending with their disposal.

In domestic, foreign economic and environmental literature, the stages of the life cycle are considered with varying degrees of detail. The following stages of the life cycle of industrial waste can be distinguished, which have a significant impact on their accounting system:

- I. Occurrence of industrial waste;
- II. Collection and / or accumulation of industrial waste;
- III. Recycling of industrial waste;
 - III.1 Preparation for the use of industrial waste;
 - III.2 Storage of industrial waste;
 - III.3 Use of industrial waste;
- IV. Burial (destruction) of industrial waste.

The next stage is the identification of a single accounting object and the determination of its economic essence throughout the entire process of the stages of the life cycle of industrial waste.

The existing system of accounting for waste in the Republic of Belarus today assumes only partial reflection of information on the generated, used and buried waste. So, it was previously indicated that waste as accounting objects does not go through all stages of the life cycle. This is due to the fact that after collection and / or accumulation, waste is recognized as secondary material resources, which, after being prepared for use, are classified as secondary raw materials. After the temporary storage of secondary raw materials at the stage of use, another accounting object is allocated - recyclable waste. By-products, in turn, are identified as waste.

All of the above confirms the absence of an integrated system of accounting for industrial waste. Considering the above, a new accounting object - industrial waste - is needed to solve the above-mentioned problems and to create a more comprehensive accounting system.

The lack of interpretation of industrial waste as accounting objects in the regulatory legal acts of the Republic of Belarus and foreign countries, as well as in the special economic literature, determined the need to identify the characteristic features of the definition of "industrial waste" as a new accounting object. So, on the basis of the studied principles of ecological and economic accounting of waste, approaches to the preparation of financial statements in accordance with GRI standards, the requirements of the international system of national accounts, the new accounting object "industrial waste" was assigned the following criteria:

- 1) economic resources that have completely or partially lost their consumer properties;
- 2) organizations formed in the course of production activities, but are not the goal of the production process;
- 3) subject to valuation.

Thus, industrial waste that meets the criteria for asset recognition will be included in the accounting for industrial waste. Industrial waste as a new object of accounting at the stages of the life cycle will be an important element in the construction of an integrated system of accounting for industrial waste.

Thus, in the course of the study, for the construction of an integrated accounting system for industrial waste, it was identified:

- 1) Stages of the life cycle of industrial waste for accounting purposes;
- 2) A new object of accounting at the stages of the life cycle - industrial waste.

A significant trend in the reform of the accounting system is the perceived need to include information on the generated and disposed industrial waste. This is due to the need to

manage the economic and environmental safety of industrial enterprises in the context of the principles of the "green" economy in the Republic of Belarus.

A study of the theory and practice of industrial waste management showed that today there are several problems in the waste accounting system:

1. Assessment of industrial waste;
2. The impossibility of forming complex information about the generated and disposed industrial waste.

In the Republic of Belarus, waste assessment is carried out in two types: quantitative and cost assessment.

The difficulty in quantifying is that it is often necessary to adjust the amount of waste due to waste and surplus in the waste management process, which entails changes in valuation, which, as a result, affects the accounting system.

A study of waste management practices in the Republic of Belarus showed that a cost-based valuation type is used for waste, while there is no assessment of the economic potential of waste based on current market value. This leads to the fact that the product obtained as a result of waste processing, assessed by the cost method, cannot be sold on the market, which leads to a constant accumulation of the volume of generated waste at enterprises. The constantly growing volume of waste that cannot be sold on the market with coverage of the costs incurred has not only a negative impact on the environment, but also entails the transfer of waste at zero cost for recycling to other enterprises, which causes enormous damage to business entities. and the state as a whole.

As a result, in the balance sheet of enterprises of the Republic of Belarus, waste is reflected in the composition of objects estimated only at actual costs, which leads to a distortion and a decrease in the information value of the indicators of the accounting (financial) statements, the results of the analysis of economic activities and complicates their interpretation.

The current situation does not allow presenting information on waste for interested users in two aspects: on the cost of waste management - on the cost of environmental protection and on the economic potential of waste, which does not provide an information base for the relevant areas of analysis.

To take into account the relationship between the indicators of industrial waste management and the performance of the enterprise, we propose a model for reflecting industrial waste in the accounting (financial) statements, in accordance with which the accounting of industrial waste is organized in two estimates: at actual costs and at the current market value.

This makes it possible to present information on industrial waste for interested users in two aspects: on the cost of environmental protection measures and on the economic potential of industrial waste used, which provides an information base for the relevant areas of analysis.

The second problem is the fact that the existing accounting system in the Republic of Belarus does not form complex and interrelated information about the generated and disposed industrial waste from the moment of its occurrence until the end of its existence.

In international practice, waste is considered to be linked to the waste life cycle, which is a sequence of waste management processes in the period from their appearance (at the stages of the product life cycle), certification, collection, sorting, transportation, storage (storage), including disposal and / or burial (destruction) of waste, until the end of their existence [7,8].

However, it should be noted that waste as accounting objects does not go through all stages of the waste life cycle, starting from the moment of its occurrence and ending with its disposal (use / disposal). This fact is due to the fact that information on waste at all stages of the waste life cycle is blurred between various accounting objects, such as recyclable waste,

secondary material resources, secondary raw materials and by-product. So, after collection and / or accumulation, recyclable waste is recognized as secondary material resources, which, after being prepared for use, are reflected as secondary raw materials. By-products, in turn, are identified as waste.

Thus, the lack of a systemic connection between the objects of waste accounting and the waste life cycle in practice leads to:

1. Impossibility of constructing primary, analytical and synthetic accounting of industrial waste;
2. Impossibility of forming complex information about the generated waste, used industrial waste (specifics of processing various types of waste), buried waste, starting from the moment of its occurrence and ending with its disposal;
3. The impossibility of assessing the ongoing measures for industrial waste management;
4. Impossibility of making competent management decisions on industrial waste management;
5. Impossibility to reduce the volume of industrial waste generation, sustainable consumption and production, to maximize the involvement of waste in civil circulation as a secondary raw material, to prevent the harmful effects of waste on the environment.

The absence in the balance sheet of enterprises of comprehensive information about the generated industrial waste, waste to be disposed of, as well as operations carried out to protect and restore the environment, not only distorts information about the resource, economic and technological potential of enterprises, but also does not ensure the integration of the accounting system with the system of national accounts. The shortage, unreliability and inconsistency of information on industrial waste negatively affect the attractiveness of the Republic of Belarus for the inflow of investments.

Thus, we can say that at the present stage, the existing accounting system is insufficiently systematized and does not form the information base necessary to ensure a full and comprehensive assessment of the effectiveness of the implementation of the principles of the "green" economy in the Republic of Belarus, and also does not allow solving problems that puts the "green" economy.

In this regard, to solve the above problems, a new approach in accounting is required, which will contribute to the formation of an information base on the generated and disposed industrial waste, from the moment of their formation to the moment of their disposal, in order to manage the economic and environmental safety of industrial enterprises in the context of green economy principles.

Conclusions

From the standpoint of the formation of comprehensive information on industrial waste in accounting, it is necessary to consider industrial waste as an object of accounting throughout the entire process of handling industrial waste for each stage of the waste life cycle, which will allow:

1. Subsequently, to reflect comprehensive information about the generated industrial waste, waste to be disposed of, as well as operations carried out to protect, restore or manage the environment in the reporting of enterprises;
2. Conduct a reliable assessment of the impact on the environment for various methods of industrial waste disposal along the stages of the life cycle of industrial waste in order to determine the priority areas of such use;
3. To develop proposals for improving industrial waste recycling system in order to introduce environmentally friendly and cost-effective technologies for the disposal of industrial waste;
4. Develop recommendations for the sustainable use of natural resources;

5. Ensure the operation of enterprises on ecological "green" principles, which imply the reduction of risks to the environment and the prevention of depletion of its components while ensuring the planned growth of production.

The results obtained will further contribute to the development of methodological recommendations for the assessment, documentation, synthetic and analytical accounting of industrial waste in the context of the use of environmental technologies for their processing and disposal, taking into account industry specific features.

BIBLIOGRAPHY

1. National action plan for the development of a "green" economy in the Republic of Belarus until 2020 [Electronic resource]: Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus, December 21, 2016. No. 1061. – Retrieved from: <https://www.economy.gov.by/uploads/files/1061r.pdf>
2. Environmental protection [Electronic resource]: State statistical collection on the state of the environment and the impact on it of the economic activity of the Republic of Belarus for 2018 - Retrieved from: <http://www.belstat.gov.by/upload/iblock/966/96612b440315a66a33f44632486cc959.pdf>.
3. State Program "Environmental Protection and Sustainable Use of Natural Resources" for 2016 - 2020 [Electronic resource]: Resolution of the Council of Ministers of the Republic of Belarus March 17, 2016 No. 205: as amended. Resolutions of the Council of Ministers of 11/23/2016 N 955, of 10/17/2017 N 778. - Retrieved from: http://nasb.gov.by/rus/activities/research/2016/okruz_2016-2020.pdf
4. Strategy in the field of environmental protection of the Republic of Belarus for the period up to 2025 [Electronic resource]: Decision of the Board of the Ministry of Natural Resources and Environmental Protection of the Republic of Belarus 28.01.2011, No. 8-R. - Retrieved from: http://www.minpriroda.gov.by/ru/new_url_1670219329-ru/
5. "Strategy for the development of scientific, scientific, technical and innovative activities in the field of environmental protection and rational use of natural resources for 2014 - 2015 and for the period 2025" [Electronic resource]: Decision of the Board of the Ministry of Natural Resources and Environmental Protection of the Republic of Belarus Dated November 26, 2014 No. 112-R. - Retrieved from: http://www.minpriroda.gov.by/ru/new_url_531280588-ru/
6. "National strategy for sustainable socio-economic development of the Republic of Belarus for the period up to 2030" [Electronic resource]: Minutes of the meeting of the Presidium of the Council of Ministers of the Republic of Belarus dated May 2, 2017 No. 10. - Retrieved from: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>
7. ISO 14050:2009 Preview Environmental management – Vocabulary
8. Interstate Standard GOST 30773-2001 "Resource Saving. Waste management. Stages of the Technological Cycle ", adopted by the Interstate Council for Standardization, Metrology and Certification (Protocol No. 19 dated May 24, 2

ПРОБЛЕМЫ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА ЗАТРАТ В ПЧЕЛОВОДСТВЕ

Екатерина АФАНАСЬЕВА

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь

Abstract. *To date, beekeeping in the Republic of Belarus is inefficient in the presence of favorable natural and climatic conditions. In connection with the strengthening of the role of management accounting in improving the efficiency of beekeeping farms, the requirements for information generated in the accounting system of production costs are changing: accounting data acquire a managerial emphasis. The article reveals the shortcomings of the current practice of cost accounting and calculating the cost of beekeeping products at all stages of the production process. The author has developed and substantiated the methodological principles of reforming the accounting system used in beekeeping and the formation of information in primary accounting documents. Their use in the accounting practice of beekeeping farms will ensure that interested parties receive reliable and complete accounting and analytical information about the costs and products of beekeeping.*

Keywords: *beekeeping, costs, management accounting, methodological principles.*

Пчеловодство Беларуси на современном этапе своего развития определяется переходным периодом на пути к рыночной экономике. Пчеловодческие хозяйства находятся в довольно сложном финансовом положении, преодоление которого возможно путем интенсификации отрасли за счет более эффективного использования пчелосемей не только для производства ценных продуктов с уникальными свойствами, но и активной опылительной деятельности. За период с 2010-2020 гг. количество пчелосемей в Республике Беларусь сократилось почти на 8 % [5]. Средняя медопродуктивность пчелосемей по республике составляет 12-15 кг; воскопродуктивность пчел общественных пасек около 500 г, хотя природно-климатические условия Беларуси позволяют получать от пчелосемьи 30-40 кг меда и до 2 кг воска, а также до 1,5 кг пыльцы, 1,2 кг перги, 50-100 г прополиса и до 200 г маточного молочка. Сельскохозяйственные организации в Республике Беларусь рассматривают пчеловодство не как основной источник дохода, а используют пчел как вспомогательный агротехнический прием для повышения урожайности энтомофильных культур, но, как показывает практика, также не очень эффективно.

Важным направлением выхода организаций пчеловодства из состояния убыточности является реформирование системы бухгалтерского учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции пчеловодства в соответствии с требованиями управления и особенностями производственного процесса.

Отдельные вопросы теории, методологии и организации учета затрат на производство, калькулирования и анализа эффективности процесса производства в пчеловодстве исследованы в работах таких белорусских, российских и зарубежных ученых, как Cooper Nat Schouten [2, с. 209], Н. А. Беляева, В. В. Воробьева, А. В. Елисеев, В. В. Жилин, З. А. Залилова, Р. А. Зарипов, Е. П. Колосова, Л. Н. Корнеева, Р. А. Маннапова, А. П. Михалкевич, И. Н. Мишин, Г. Р. Мурсалимова, А. Н. Прохорова, Л. И. Стешиц, А. К. Субаева, А. Г. Чепик [7], Ю. В. Чернова, И. Хоружий [6, с. 8] и др.

Вместе с тем, остается нерешенной проблема учета производственных затрат в пчеловодстве для целей управления, информация о которых на современном этапе формируется в целом по пасакам, что приводит к расчету себестоимости продукции исходя из субъективного мнения бухгалтера, а не фактического расхода ресурсов.

Важной учетно-методической проблемой в пчеловодстве является несоответствие объектов учета затрат на производство продукции пчеловодства технологии ее получения. Объектами учета затрат в пчеловодстве выступают отдельные производственные направления (медовое, опылительное, разведенческое, медово-опылительное) [3], что в условиях преобладания узкоспециализированного производства приводит к организации учета затрат в целом по пасакам, снижая качество учетно-аналитической информации для текущего и стратегического управления затратами [1].

Решение выявленной методологической проблемы может быть основано на методологическом принципе выделения составных элементов процесса производства в пчеловодстве и их существенных характеристик на основе исследования особенностей деятельности, что позволит раскрыть экономическую сущность понятия «процесс производства в пчеловодстве» и выступит теоретической основой научного обоснования объектов и методов учета затрат на производство и калькулирования себестоимости продукции пчеловодства.

Автор раскрыл экономическую сущность понятия «процесс производства в пчеловодстве» с точки зрения бухгалтерского учета как целенаправленного преобразования затрат производственных ресурсов, потребленных в процессе управления биотрансформациями пчелиных семей, процессах обработки (очистки) и

переработки в фактическую себестоимость произведенной сельскохозяйственной и промышленной продукции и дополнительных биологических активов. Наличие последовательных технологических процессов получения продукции пчеловодства позволило выделить новые объекты учета затрат – процесс содержания пчелосемей, процесс обработки (очистки) и переработки продукции, изъятой из ульев, процесс промышленной переработки продукции пчеловодства, и научно обосновать попроцессный метод учета затрат. В рамках попроцессного подхода получил теоретическое обоснование комбинированный способ калькулирования фактической себестоимости продукции, сочетающий способ исключения побочной продукции по чистой стоимости реализации, способ распределения затрат между сопряженной продукцией и способ суммирования затрат на производство и обработку (переработку) продукции для определения фактической себестоимости объектов калькулирования.

Отсутствие законодательно закреплённой группировки затрат в пчеловодстве и номенклатуры статей калькуляции, учитывающей специфику производства, а также недостаточность внимания к данному вопросу со стороны ученых-экономистов приводит к возникновению второй методологической проблемы, которая заключается в недостаточной разработанности классификации и состава затрат на производство продукции пчеловодства, способствующей рациональной организации учета и управления производством в пчеловодческих организациях [1]. Существующие классификационные признаки группировки затрат в пчеловодстве являются типовыми и не учитывают специфику процесса получения пчеловодческой продукции, что приводит к потере учетной информации о затратах этапов производства, производственных процессах и себестоимости отдельных видов продукции для ведения бухгалтерского финансового и управленческого учета в пчеловодстве. Для решения данной проблемы разработан методологический принцип соответствия группировки производственных затрат организационно-технологическим особенностям процесса получения продукции пчеловодства, что обеспечит формирование достоверной и детализированной учетно-аналитической информации для целей управления пчеловодческими организациями.

Изучив технологию и организацию процесса производства продукции пчеловодства, автором уточнены и выделены его уникальные особенности, влияющие на методику учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, и разработаны новые: уровень организации пчеловодческого хозяйства (пасека, пчелоферма, пчелокомплекс); наличие нескольких производственных специализаций (товарное, опылительное, разведенческое, прогрессивное); выделение основных и вспомогательных производственных подразделений; деление процесса производства на сельскохозяйственный и промышленный этап; наличие технологических процессов; комплексный характер процесса содержания пчелосемей; расхождение временных рамок производственного цикла и отчетного периода; взаимовыгодное сотрудничество пчеловодства и растениеводства при опылении сельскохозяйственных культур.

На основании особенностей учета затрат и калькулирования себестоимости продукции пчеловодства разработаны новые признаки группировки затрат: по внутрипроизводственной специализации, по уровню организации хозяйств, по стадиям процесса производства, по технологическим процессам, по носителям затрат; которые являются теоретическим основанием формирования учетно-аналитической информации в пчеловодстве и в составе затрат на обработку (переработку) продукции пчеловодства выделена в самостоятельную позицию статья «сырье для обработки (переработки)», включающая стоимость продукции пчеловодства, требующая обработки (переработки). Это приведет к формированию прозрачной и оперативной информации о себестоимости продукции пчеловодства, полученной на всех этапах производства, выявлению эффективности функционирования производственных и

обрабатывающих (перерабатывающих) подразделений.

Пчеловодческие организации включают ряд структурных подразделений (участок содержания пчелосемей, подразделения для обработки (переработки) продукции пчеловодства), формирующих производственные затраты, контроль и управление которыми в настоящее время затруднен отсутствием детализированной учетной информации о возникновении и накоплении затрат в каждом внутреннем сегменте процесса производства. Поэтому возникает третья методологическая проблема в пчеловодстве: отсутствие методики синтетического и аналитического учета, предоставляющей данные о производственных затратах по структурным подразделениям субъектов хозяйствования [1].

Решение данной проблемы должно быть основано на разработанном методологическом принципе соответствия системы синтетических и аналитических счетов бухгалтерского учета затрат специфике технологической организации процесса производства в пчеловодстве. Рациональное построение синтетического учета и применение развернутого аналитического учета затрат на производство продукции пчеловодства обеспечит формирование многоуровневой учетной информации о затраченных ресурсах с необходимой степенью детализации и обобщения для принятия оперативных управленческих решений. Базируясь на классификационных признаках группировки затрат, автором была разработана методика учета затрат основного и вспомогательного производства в пчеловодстве по местам возникновения, выделенным в соответствии с технологическими этапами производства, внутрипроизводственными специализациями, технологическими процессами; а также по элементам затрат и калькуляционным статьям в разрезе пасек, пчелоферм и пчелокомплексов.

Действующая методика калькулирования себестоимости продукции пчеловодства основана на применении многоуровневого распределения производственных затрат, базой для которого выступают цены реализации (при распределении затрат между видами продукции) и условные коэффициенты (в среднем 20 - 40% затрат на содержание пчелиных семей относят на себестоимость продукции растениеводства, а при опылении плодово-ягодных насаждений, семенников клевера и люцерны - 40 - 60% [3]), не имеющие прямой взаимосвязи с затратами, что вызывает искажение фактической себестоимости продукции пчеловодства; а объекты калькулирования, применяемые в практике пчеловодческих хозяйств, не отражают видового разнообразия получаемой на пасеках продукции.

Поэтому в отсутствии аргументированной основы распределения затрат комплексного производства в пчеловодстве, обладающей непосредственной зависимостью от их величины состоит четвертая методологическая проблема [1]. Поиск базы распределения производственных затрат должен быть основан на методологическом принципе непосредственной зависимости выбранных коэффициентов распределения от производственных затрат, что позволит рассчитать достоверную фактическую себестоимость производимой продукции пчеловодства.

Целевое опыление сельскохозяйственных культур является выгодным приемом как для пчеловодства, обеспечивая пчел нектаром и пыльцой, так и для растениеводства за счет прироста урожайности культур, однако доход от опыления для пчеловодства и растениеводства является неодинаковым и определяется видом энтомофильной культуры. В связи с этим автором предлагается распределять затраты на содержание пчелосемей пропорционально коэффициентам, рассчитанным путем соотношения доходов растениеводства и пчеловодства, полученным ими при опылении культуры. Доходы пчеловодства от опыления культуры складываются из объема меда, произведенного пчелами из собранного нектара сельскохозяйственных культур в стоимостном выражении; доходы растениеводства определяются объемом дополнительно полученного от опыления урожая в стоимостном выражении.

Результаты исследования современных теорий стоимости показывают, что поскольку рабочая сила и средства труда содержат энергию, предметы труда, при производственном использовании, также несут в себе энергию, то следовательно, производственные затраты и произведенную продукцию возможно измерять в единицах энергии. Поэтому предложено использовать в качестве базы распределения затрат на содержание пчелосемей между сопряженной продукцией, изъятой из ульев, относительный показатель энергоемкости продукции, определяемый отношением входящей в процесс производства обменной энергии кормов к выходной энергии продукции в разрезе ее видов. В соответствии с действующей практикой учета к объектам калькулирования в пчеловодстве относятся мед пчелиный, воск пчелиный, прополис, пчелиная обножка, яд пчелиный (сырец), маточное молочко, соты, соторамка, неплодная матка, матка пчелиная плодная, пакеты с пчелами (рой), семья пчел, работы по опылению культур [4]. Автором расширен и уточнен перечень объектов калькулирования и калькуляционных единиц в соответствии с увеличением видового разнообразия продукции пчеловодства, который сформирован в разрезе технологических процессов производства и включает продукцию, изъятую из ульев, обработанную (переработанную) на пасеке и в промышленном производстве.

Таким образом, проведенное исследование выявило наличие нерешенных теоретико-методологических проблем в системе бухгалтерского учета затрат и калькулирования себестоимости продукции пчеловодства, вызванных повышением требований к полноте и прозрачности учетной информации, используемой системой управления. Успешное преодоление критической ситуации, сложившейся в пчеловодстве, путем оперативной реализации предложенных принципов адаптации бухгалтерского учета к требованиям внутрихозяйственного менеджмента, позволит наладить грамотное управление производством; формировать детализированную учетно-аналитическую информацию о затратах производства по структурным подразделениям; повысить точность калькулирования фактической себестоимости продукции пчеловодства; что повысит экономическую эффективность пчеловодческих организаций, создаст условия для роста масштабов их производственной и опылительной деятельности, будет способствовать подъему уровня продовольственной безопасности Республики Беларусь.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Афанасьева, Е. Ю. Проблемы трансформации бухгалтерского учета и отчетности в пчеловодстве / Е. Ю. Афанасьева // Вестн. Полоц. гос. ун-та. Сер. Д, Экон. и юрид. науки. — 2014. — № 14. — С. 198-206.
2. Cooper Nat Schouten (2020): Factors influencing beekeepers income, productivity and welfare in developing countries: a scoping review, Journal of Apicultural Research, DOI: 10.1080/00218839.2020.1844464.
3. О применении Методических рекомендаций по учету затрат и калькулированию себестоимости сельскохозяйственной продукции (работ, услуг): письмо Мин. сельского хозяйства и продовольствия Респ. Беларусь от 14.01.2016 № 042132/178 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bii.by/tx.dll?d=321848&a=1>. – Дата доступа: 07.10.2021.
4. Об утверждении Методических указаний по бухгалтерскому учету сельскохозяйственной продукции и производственных запасов для сельскохозяйственных и иных организаций, осуществляющих производство сельскохозяйственной продукции»: приказ Министерства сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь от 14 августа 2007 года № 363 (в ред. от 13 марта 2017 г. № 65) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://view.officeapps.live.com/>– Дата доступа: 07.10.2021.
5. Официальные статистические данные по объемам производства продукции пчеловодства в зарубежных странах [Электронный ресурс] / FAOSTAT. – Режим доступа: <http://faostat.fao.org/>. – Дата доступа: 07.10.2021.
6. Хоружий, Л. И. Объекты бухгалтерского учета и калькулирование себестоимости продукции в пчеловодстве / Л. И. Хоружий, З. А. Залилова, Р. А. Маннапова // Бухучет в сельском хозяйстве. – 2014. – № 12. – С. 8-21.

7. Чепик, А. Г. Экономика и организация инновационных процессов в пчеловодстве и развитие рынка продукции отрасли : монография/ А. Г. Чепик, В. Ф. Некрашевич, Т. В. Торженнова; Ряз. гос. ун-т им. С.А. Есенина. — Рязань, 2010. — 212 с.

PROVOCĂRI GENERATE DE DIGITALIZAREA OPERAȚIUNILOR ECONOMICE

Valentina PANUȘ

Universitatea de Stat din Moldova

Marina VOLOH

Cercetător independent

Abstract. *The digital time offers new opportunities for innovation and growth. Thus, as business models change, there is also pressure from international digital methods, including the tax system. Therefore, for digital activities, questions arise within the entities necessary to be developed and solved. Thus, both the state through its responsible institutions and the entities, as a mechanism for forming the tax base, are to identify the priorities of the period.*

Keywords: *digital activities, electronical business models, tax base, priorities of digital time.*

PREZENTARE GENERALĂ

Noțiunea de economie digitală se referă la "modernizările" actuale ale unor activități economice ca rezultat al utilizării tehnologiilor digitale și nu numai, ce asigură accesul, prelucrarea, stocarea, raportarea, analiza informației într-o manieră poate mai simplă și diversă din unele aspecte. Digitalizarea poate fi caracterizată de intensificarea înglobării cunoștințelor în noile produse și servicii, accentuarea asupra modernizării, inovării dezvoltării etc., a tot ce poate fi corelat cu "e-tehnologii" și nu numai. În acest context, volumul enorm al informațiilor schimbă modul de funcționare a piețelor și a activității de întreprinzător.

Un obiectiv urmărit în prezent la nivelul Uniunii Europene și nu doar, este acela de a realiza o adaptare a sistemelor de impozitare din statele membre, în sensul optimizării lor, pentru a face față provocărilor erei digitale.

Astfel, globalizarea revoluționează. Esența procesului de internaționalizare este descrisă cu exactitate de K. Beck, [1] care consideră că globalizarea înseamnă că granițele naționale devin mai puțin relevante în zonele vieții sociale subordonate acestui proces. Distanțele sunt scurtate sau chiar eliminate și oamenii adoptă un mod de viață transnațional. Procesul de globalizare trasează o linie groasă de demarcație între un grup care are abilitățile și mobilitatea de a prospera pe piețele globale și cei care nu au aceste avantaje sau percep expansiunea piețelor nereglementate ca inamicul stabilității sociale. Rezultatul este câteva contradicții între piață și grupuri sociale, cum ar fi muncitori, pensionari, guverne, blocate în mijloc.

O altă consecință a globalizării este creșterea rivalității fiscale ce reprezintă un fenomen care reflectă interacțiunea instrumentelor politice și a răspunsurilor comportamentale din partea contribuabililor. În ceea ce privește instrumentele politice, în general, se așteaptă ca rivalitatea fiscală să ia forma deciziilor guvernamentale de reducere a cotelor de impozitare sau de creștere a stimulentele fiscale, ceea ce ar spori atractivitatea investițiilor în regiunile administrate.

Cu toate acestea, chiar dacă politica fiscală nu se modifică, comportamentul contribuabililor de a reduce barierele în calea investițiilor transfrontaliere sau a ratelor de impozitare mai scăzute în alte țări ar putea duce la o scădere a veniturilor fiscale în țările care nu au făcut nicio modificare a politicilor lor. Acest lucru se poate produce ca urmare a modificărilor veniturilor - atunci când corporațiile transferă profiturile către afiliați, se află în regiuni cu impozite reduse, manipulează prețurile de transfer sau împrumuturile dintre afiliații

lor și plățile de dobânzi sau se mută investițiile directe în regiunile cu impozite reduse.

Economia digitală reprezintă o provocare pentru toate regimurile noastre fiscale (afirmația a fost făcută de Donald Tusk, [3] președintele Consiliului European, după reuniunea din martie 2018 cu liderii UE), în contextul în care dezvoltarea atât de rapidă a acesteia a condus la concluzia că regulile fiscale internaționale nu sunt adaptate în mod corespunzător.

Din structura ierarhică a economiei digitale fac parte următoarele elemente:

- infrastructura Internet;
- aplicațiile infrastructurii economiei digitale;
- intermediarii și tranzacțiile on-line (e-tranzacții).

Economia digitală se caracterizează prin prisma unor aspecte, principalele dintre care:

➤ **Prezența virtuală semnificativă în lipsa unei baze materiale adecvate**

Principiul în care se menționează că o afacere de succes poate fi dezvoltată doar cu existența unei baze materiale, nu mai este actual. Într-o economie digitală, o companie, ce prestează servicii de transport de pasageri, poate activa fără mijloace de transport, ca exemplu e-taxi. Alt exemplu este compania Booking care nu deține hoteluri sau alte bunuri imobiliare de închiriat;

Fiecare din aspecte menționate pot fi direct corelate și cu modificările și noile elaborări și aprobări de reglementări de contabilitate pe plan internațional precum IFRS, GAAP, Directive UE etc. De exemplu, noile modificări în contracte de leasing (IFRS 16), relativ noul ”venituri din contracte cu clienții” (IFRS 15), ”evaluarea la valoare ajustă (IFRS 13) etc.

➤ **Mobilitate ridicată a cheltuielilor și consumurilor care formează costurile**

În cadrul unei economii digitale, componentele de bază a costului sunt specifice și sunt ”legate” nemijlocit de: proprietatea intelectuală, activele necorporale (de exemplu, brevete, mărci, licențe, programe informatice, desene și modele industriale, drepturi de utilizare etc. [2, 4, 6, 7]), algoritmi digitali, IT-specialiști.

➤ **Rolul major al datelor colectate**

Datele oferite de către utilizatorii rețelei Internet și contribuția acestora la formarea costurilor - ”efectele rețelelor” reprezintă baza pentru stabilirea principiilor activității de antreprenariat. Capacitatea de a lua decizii se bazează în zilele noastre pe puterea instrumentelor IT de a colecta, prelucra și livra informațiile pentru procesul decizional, pentru evaluarea și contabilizarea tranzacțiilor economice, inclusiv impozitarea e-tranzacțiilor.

➤ **Noi modele de afaceri**

Rolul semnificativ al modelelor de afaceri și tendința acestora de a concentra puterea pieții, cum ar fi; e-business, e-commerce, e-banking etc. Pe baza relației afacere/afacere (B2B), afacere/cumpărător (B2C), afacere/angajat (B2E), afacere/guvern (B2G), guvern/afacere (G2B) etc, se disting prin eficiență majorată și costurile tranzacționale diminuate. Noile modele de afaceri presupun mai multă muncă de concepție, de înaltă calificare care creează o valoare adăugată mai ridicată, noi locuri de muncă, oportunități nelimitate de afaceri și creativitate. Ca formă concretă de realizare a unor afaceri, cea mai mare extindere a căpătat comerțul electronic, care se referă la schimbul de produse și servicii prin Internet între partenerii aflați în diferite țări și regiuni ale lumii.

➤ **Cloud computing-ul**

Reprezintă în același timp o afacere a timpurilor curente care va domina pentru o bună perioadă de timp modul în care se vor derula afacerile în contextul suportului tehnologiilor informaționale.

În concluzie, la nivel global, există de multă vreme o preocupare constantă din partea autorităților de a se asigura că entitățile **care operează în mai multe state (companiile**

multinaționale) să achite impozitele în toate regiunile administrate din care obțin venituri și la cote corecte.

Cadrul privind taxarea economiei digitale face parte din aceste preocupări de mulți ani, dovadă fiind faptul că discuțiile pe marginea lui au demarat în anul 2013 prin publicarea, de către Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE), a Planului de acțiune pentru combaterea erodării bazelor de impozitare și a transferului profiturilor (Base Erosion and Profit Shifting - BEPS), continuat în anul 2015 prin definitivarea Acțiunii numărul 1 - Provocările care decurg din digitalizare și urmat, în 2019, de Documentul pentru consultare publică privind planul de abordare a provocărilor care decurg din digitalizarea economiei [4].

În același context, al demersurilor menite să asigure alocarea și impozitarea echitabilă a profiturilor între regiuni în contextul specific al economiei digitale, Comisia Europeană a emis, în anul 2018, două proiecte de directivă care își propun, pe de o parte, să reglementeze conceptul de „prezență digitală semnificativă” și regulile de impozitare a acesteia și, pe de altă parte, să introducă o taxă pe serviciile digitale de 3% din cifra de afaceri obținută din activități digitale desfășurate într-o anumită regiune.

Un alt moment de referință în demersul de a impune o taxă digitală pe scară largă îl reprezintă publicarea Propunerii pentru prevenirea erodării bazei globale (GloBE) de către OCDE în anul 2019, care marchează un nou pas către întrunirea unui consens global pentru implementarea unui sistem echitabil de impozitare a profiturilor și o nouă viziune privind reforma fiscală, axată pe doi piloni, primul dedicat exclusiv taxării în zona digitală. În continuarea acestei inițiative, în octombrie 2020, OCDE a publicat Rapoartele cu privire la impozitarea activității digitale, care continuă demersurile de instituire a cadrului legal pentru taxarea profiturilor (inclusiv a celor din economia digitală) în toate regiunile administrate în care se creează valoare, pentru a asigura un nivel echitabil de competitivitate pentru jucătorii din economia digitală globală [5].

Principalele instrumente utilizate de infractorii cibernetici sunt prețurile de transfer în relațiile cu nerezidenții. Controlul asupra prețurilor de transfer nu este doar o tendință în dezvoltarea sistemelor de impozitare din diferite țări, ci și prevenirea amenințărilor și provocărilor reale în domeniul impozitării, circulației capitalurilor și dezvoltării economice armonioase a majorității țărilor lumii

Aceleasi deficiente sunt caracteristice și pentru Republica Moldova iar principala sursă ale acestora, este faptul că regulile fiscale sunt create pentru companii care au o **“prezență fizică”**.

Cadrul normativ autohton existent, reglementează activitatea de antreprenariat, inclusiv impozitarea, prin prisma companiilor (rezidenți cît și nerezidenți), care detin sediu central/adresa juridică (subdiviziune, reprezentantă, etc), amplasate pe teritoriul statului. Activitatea lor este direct sau indirect legată de un “loc de bază de desfășurare a activității care este Republica Moldova”. În parte ce tine de activitatea companiilor nerezidente, să luăm ca exemplu, prevederile capitolului 11 din Codul fiscal, (Impozitarea nerezidentilor. Prevederi speciale pentru tratatele internaționale), la determinarea venitului impozabil al nerezidenților se va ține cont numai de venitul obținut în Republica Moldova [8].

CONCLUZII

Există o opinie largă - dar nu încă universală - că sistemul fiscal internațional are nevoie de reforma pentru a aborda digitalizarea economiei globale.

Măsurile unilaterale ridică probleme din punctul de vedere al compatibilității lor cu legislațiile naționale, dar și cu regulile internaționale în materie de evitare a dublei impunerii. Existența lor poate avea consecințe nefavorabile în sensul în care acestea pot genera o diversitate de reguli, în contextul unei piețe unice.

Scopul și obiectivele cercetării constă în identificarea definiției, modelului și

instrumentelor de estimare a economiei digitale, interacțiunea dintre mediul de afaceri, oameni și guvernare, totodată fiind făcută analiza pentru Republica Moldova prin estimarea economiei digitale asupra economiei naționale. În final au fost definite concluzii și recomandări în vederea dezvoltării unei economii digitale competitive la nivel național care ar avea un impact benefic în primul rând pentru mediul de afaceri care ulterior va aduce beneficii societății cum ar fi:

1. Prin prisma contabilității și fiscalității, este necesară o reinterpretare a conceptului clasic de sediu permanent, pentru a se realiza o legătură reală între locul în care sunt obținute profiturile "digitale" și cel în care sunt impozitate;
2. Având în vedere disponibilitatea volumului mare de date stocat și păstrat (big data), cooperarea internațională dintre administrațiile fiscale ar trebui îmbunătățită, în special în ceea ce privește informațiile referitoare la utilizatorii platformelor online ca parte a economiei colaborative (sharing economy), pentru asigurarea că impozitele sunt plătite la scadență.
3. Măsurile fiscale unitare la nivel național și internațional, adoptate pe termen lung oferă avantajul unei aplicări uniforme și corecte. Cu siguranță, este un subiect demn de urmărit în perioada următoare pentru a observa modalitatea în care se vor tranșa provocările fiscale în legătură cu activitățile digitale.

BIBLIOGRAFIE

1. Beck K. Globalization/s: Reproduction and Resistance in the Internationalization of Higher Education (Canadian Journal of Education / Revue canadienne de l'éducation) Vol. 35, No. 3 (2012), pp. 133-148; Published By: Canadian Society for the Study of Education)
2. Woodward, V. O introducere în stabilirea prețurilor de transfer de risc [Text] / V. Woodward // Journal of Performance Management. - 2007. – nov. - pag. 21-34;
3. Communication from the commission to the european parliament and the council an action plan for fair and simple taxation supporting the recovery strategy and Annex (Brussels, 15.7.2020 com(2020) 312 final); sursă electronică <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM:2020:0312:FIN>;
4. Base Erosion and Profit Shifting Project Public Consultation Document Addressing the tax challenges of the digitalisation of the economy (13 February – 6 March 2019); sursă electronică: <https://www.oecd.org/tax/beps/public-consultation-document-addressing-the-tax-challenges-of-the-digitalisation-of-the-economy.pdf>
5. Résolution sur «Une fiscalité équitable dans une économie numérisée et mondialisée: BEPS 2.0» 2019/2901(RSP) sursă electronică: [https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=fr&reference=2019/2901\(RSP\)](https://oeil.secure.europarl.europa.eu/oeil/popups/ficheprocedure.do?lang=fr&reference=2019/2901(RSP))
6. [SNC Imobilizări necorporale și corporale](#);
7. [IAS 38 Imobilizări necorporale](#)
8. [Codul Fiscal al Republicii Moldova / legis.md/](#)

ОЦЕНКА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ЭКОЛОГИЧЕСКИ СКОРРЕКТИРОВАННЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Татьяна СЕЛЮЖИЦКАЯ

Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, Республика Беларусь

Abstract. The transition to a sustainable type of economic development involves the implementation of socio-economic policy taking into account the environmental factor. Consequently, for an adequate assessment, traditional macroeconomic indicators characterizing economic growth and development must be adjusted for the value of the environmental component. Currently, methods have been developed that allow assessing the influence of the environmental component on the formation of generalizing indicators of the economic development of the region, and, accordingly, adjusting them for the magnitude of the influence of the

environmental factor. The author developed methods for assessing the ecologically adjusted gross regional product and tested it for the Grodno region of the Republic of Belarus. In addition to the author's methods that allow assessing the ecologically adjusted GRP, the method for calculating the ecological-socio-economic indicator of adjusted net savings, developed by the World Bank specialists, was adapted to the conditions of Belarusian statistics. In contrast to the traditional indicator, the adjusted net accumulation includes a broader account of human and natural capital, as well as other environmental factors. Using the proposed approach, the author estimated the Adjusted Net Savings for the regions of Belarus.

Keywords: adjusted net savings, ecologically adjusted gross regional product, environmental-economic accounting, integrated indicators, region.

В настоящее время на уровне региона отсутствует возможность комплексного анализа состояния окружающей среды во взаимосвязи с показателями, характеризующими его экономическое развитие, а также не учитывается ущерб от загрязнения окружающей среды и истощение природных ресурсов.

Это приводит к тому, что управленческие решения, принимаемые на региональном уровне, не в полной мере учитывают экологический аспект.

Вместе с тем автором разработаны методики, позволяющие оценить влияние экологической составляющей на формирование обобщающих показателей экономического развития региона, и, соответственно, скорректировать их на величину влияния экологической составляющей.

Одна из предложенных методик основана на использовании модифицированной модели межотраслевого баланса. Суть ее состоит в том, что она позволяет провести оценку всех затрат, связанных с природоохранной деятельностью хозяйствующих субъектов на уровне региона для их последующего анализа и сопоставления с объемами экономической деятельности. Впервые подобная модель была описана В. Леонтьевым в работе [1], опубликованной в 1972 году. В отличие от традиционной модели Леонтьева, модели, предложенные Л.А. Сошниковой в работе [4] включают балансовые равенства, характеризующие выпуск чисто экономической деятельности отраслей, природоохранную деятельность и утилизацию отходов. Для реализации данного подхода к экологизации валового регионального продукта (ВРП) автором была сначала осуществлена декомпозиция республиканской таблицы использования товаров и услуг, базирующаяся на авторских алгоритмах расчета показателей I и III квадрантов, и позволившая построить данную таблицу на региональном уровне. Далее произведена оценка экологически скорректированного ВРП на основе модифицированной таблицы использования товаров и услуг, входящей в систему таблиц «Затраты-Выпуск».

Результаты проделанных экспериментальных расчетов экологически скорректированного ВРП Гродненской области за 2016 и 2018 годы представлены в таблице 1.

Таблица 1. – Оценка экологически скорректированного ВРП Гродненской области на основе модифицированной модели межотраслевого баланса за 2016 и 2018 гг.

Показатель	2016 г.	2018 г.
ВРП, млрд. руб.	7741,3	10070,3
Экологически скорректированный ВРП, млрд. руб.	7417,9	9675,3
Экологически скорректированный ВРП, % к ВРП	95,9	96,1

По данным, представленным в таблице 1, видно, что экологическая составляющая ВРП в Гродненской области достигает почти 5 %. Это отклонение

показывает величину природоохранных затрат по отношению к ВРП. Кроме того, можно отметить положительную динамику экологически скорректированного ВРП в 2018 г. по отношению к 2016 г.

Основываясь на методологии Системы эколого-экономического учета (СЭЭУ), разработанной специалистами Статистической комиссии ООН [6], согласно которой экологическая корректировка макроэкономических показателей должна осуществляться с учетом потребления не только основного капитала, но и природного, была получена оценка экологически скорректированного ВРП Гродненской области с учетом ущерба от загрязнения окружающей среды и истощения природных ресурсов. Стоимостная оценка истощения природных ресурсов произведена на основе рыночных цен. Размер ущерба от загрязнения окружающей среды на уровне региона рассчитан с помощью коэффициентов «ущербоемкости» [2], характеризующих размер ущерба, наносимого в результате загрязнения атмосферы и водных объектов на единицу стоимости промышленного производства.

Таблица 2. – Оценка экологически скорректированного ВРП Гродненской области за 2016-2019 гг. с учетом истощения природных ресурсов и ущерба от загрязнения окружающей среды

Показатель	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Истощение природных ресурсов, тыс. руб.	27,6	28,9	34,1	32,2
Ущерб, млн руб.	1007,6	1104,1	1300,2	1340,2
Экологически скорректированный ВРП, млрд. руб.	6706,1	7555,5	8770,1	9498,7
Доля экологической составляющей в ВРП, %	13,4	13,0	12,9	12,4
Экологически скорректированный ВРП, % к ВРП	86,6	87,0	87,1	87,6

При оценке экологически скорректированного ВРП по данной методике величина экологической составляющей, которая представляет ущерб от загрязнения окружающей среды и истощение природных ресурсов, уменьшилась с 13,4 % в 2016 г. до 12,4 % в 2019 г.

Кроме авторских методик, позволяющих оценить экологически скорректированный ВРП, были адаптированы к условиям белорусской статистики методики, позволяющие провести корректировку других обобщающих экономических показателей региона, на величину экологической и социальной составляющей.

Специалистами Всемирного банка разработана методика расчета эколого-социально-экономического индикатора скорректированных чистых накоплений [5]. В отличие от традиционных макроэкономических показателей оценки скорректированных чистых накоплений включают более широкий учет человеческого и природного капитала, а также других экологических факторов. Используя предложенный подход, автором была произведена оценка Индекса скорректированных чистых накоплений для регионов Беларуси, результаты представлены в работе [3].

Результаты представленных расчетов экологически скорректированных экономических показателей региона показали, что, несмотря на некоторые проблемы методологического и информационного характера, такие оценки могут проводиться в настоящее время для характеристики его устойчивого развития.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Леонтьев, В. Межотраслевой анализ воздействия структуры экономики на окружающую среду / В.

- Леонтьев, Д. Форд // Экономика и мат. методы. — 1972. — Вып. 3. — Т. 8. — С. 1052—1064.
2. Рюмина, Е.В. Экологически скорректированная оценка экономического развития регионов / Е.В. Рюмина, А.М. Аникина // Проблемы прогнозирования. — 2009. — №2. — С. 78—94.
3. Селюжицкая, Т.В. Статистическая оценка устойчивого развития региона / Т.В. Селюжицкая // Веснік ГрДУ імя Янкі Купалы. Сер. 5, Эканоміка. Сацыялогія. Біялогія. — 2015. — Т.8. — № 3(202). — С. 53—64.
4. Сошникова, Л.А. Теория и методология построения и анализа модифицированного межотраслевого баланса (эколого-экономический аспект) : монография / Л.А. Сошникова. — Минск : БГЭУ, 2009. — 237 с.
5. Bolt, K. Manual for calculating adjusted net savings / K. Bolt, M. Matete, M. Clemens. — Environment Department, World Bank. [Electronic resource]. — 2002. — Mode of access: <http://documents.worldbank.org/curated/en/436351468320071776/pdf/406650Savings0manual0200201PUBLIC1.pdf>.
6. Integrated Environmental and Economic Accounting, 2003 / United Nations, European Commission, International Monetary Fund, Organization for Economic Cooperation and Development, World Bank [Electronic resource]. — 2003. — Mode of access: <http://unstats.un.org/unsd/envaccounting/seea.htm>.

CONCILIAREA TRATAMENTELOR FISCAL CONTABILE ALE IMPOZITULUI PE VENIT DIN ACTIVITATEA DE ÎNTREPRINZĂTOR

Lilia LAVRENCIUC

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The entity's profit is the main objective of its activity, the size of which depends the continuity entity's activity and the fiscal climate that would allow to obtain the established performance. Economic entities face with a series of problematic aspects linked to the determination and payment of income tax. The maximum conciliation of fiscal-accounting treatment for establishing the tax, would allow to solve the problematic aspects of fiscal compliance of the economic agents.*

Keywords: *accounting profit, income tax, net profit, taxable base, tax reporting.*

Impozitul pe venit astăzi prezintă un rol important pentru formarea veniturilor bugetare ale statului. Totodată profitul entității este principalul obiectiv al activității. Mărimea acestuia în mare parte depinde de continuitatea activității entității și climatul fiscal, care ar permite obținerea performanțelor stabilite.

În urma generării profitului, entitățile economice se confruntă cu o serie de aspecte problematice legate de determinarea și achitarea impozitului pe venit. Concilierea maximă a celor două componente de tratare fiscal contabilă, ar permite lichidarea aspectelor problematice de conformare a agenților economici la achitarea impozitului pe venit. Modul de contabilizare și aspectele fiscale la determinarea impozitului pe venit se ciocnesc de necesitatea unei perfecționări legislative.

Legislația fiscală în Republica Moldova reprezintă totalitatea normelor juridice, care stabilește tipurile impozitelor și modul de percepere a acestora pe teritoriul Republicii Moldova. Totodată aceasta reglementează relațiile, ce țin de apariția, modificarea și suspendarea angajamentelor fiscale.

Putem specifica că legislația sus menționată este compusă din Codul fiscal, Codul contravețional, Codul vamal și alte acte normative. Acestea la rândul său sunt adoptate de către Guvern, Ministerul Finanțelor, Serviciul Fiscal de Stat, Serviciul Vamal și de alte autorități de specialitate ale administrației publice centrale, precum și de către autoritățile administrației publice locale.

Nemijlocit pentru determinarea impozitului pe venit, pe lângă actul legislativ de bază, Codul fiscal [2], mai funcționează o multitudine de acte legislative care reglementează modul de calcul a impozitului pe venit, printre care se numără: Regulamentul cu privire la modul de

confirmare a donațiilor pentru scopuri filantropice și/sau de sponsorizare, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 489 [6], Regulamentul cu privire la detașarea salariiților întreprinderilor, instituțiilor și organizațiilor din Republica Moldova, aprobat prin Hotărârea Guvernului R.M. nr. 10 [4], Regulamentul privind inventarierea, aprobat prin ordinul Ministerului Finanțelor nr. 60 [5], Regulamentul cu privire la determinarea obligațiilor fiscale aferente impozitului pe venitul persoanelor juridice și persoanelor fizice care practică activitate de întreprinzător, Hotărârea de guvern nr. 693 [3], ș.a.

Cercetătorii *Bucur V. și Grau A.*, menționează că în condițiile sistemului actual de contabilitate și fiscalitate, existența venitului contabil și impozabil este coerentă, servind drept bază pentru determinarea informației economico-financiare, necesară completării situațiilor financiare contabile și fiscale [1]. Totalitatea de venituri și cheltuielile înregistrate de entitate se tratează în mod diferit în contabilitate și în scopuri fiscale.

Conform SNC „Cheltuieli” [7], cheltuielile privind impozitul pe venit se contabilizează în baza metodei impozitului pe venit curent, sau entitatea poate alege și metoda impozitului pe venit amânat în baza standardului IAS 12 „Impozit pe profit” [8].

Metoda impozitului pe venit curent prevede nemijlocit determinarea cheltuielilor privind impozitul pe venit prin aplicarea la suma venitului impozabil a cotei impozitului stabilită în codul fiscal pentru perioada fiscală respectivă.

Avantajele metodei impozitului pe venit curent se manifestă prin faptul că cheltuielile calculate prin această metodă sunt mai ușor de înțeles și aplicat pentru utilizatori și sunt mai puțin costisitoare în comparație cu metoda impozitului amânat.

Totodată această metodă prezintă și dezavantaje care vin să influențeze imaginea fidelă a patrimoniului entității, deoarece activele și datoriile sunt recunoscute în contabilitate într-o perioadă de gestiune, iar influența lor fiscală este luată în calcul respective în altă perioadă de gestiune.

Pe plan internațional, modul de recunoaștere și contabilizare a impozitului pe venit din activitatea de întreprinzător este reglementat de IAS 12 „Impozitul pe profit”. Conform căruia calcularea și reflectarea impozitului pe venit au loc prin metoda impozitului amânat cu report variabil.

Metoda impozitului amânat cu report variabil constă în utilizarea rezultatului financiar din contabilitate pentru determinarea rezultatului impozabil și corectarea acestuia prin ajustările atât a cheltuielilor cât și a veniturilor. Ca urmare, apar diferențe permanente și temporare care sunt respective impozitate.

Impozitele calculate de la suma diferențelor temporare reprezintă impozite amânate care sunt reflectate fie ca o datorie de impozit de plătit în viitor, fie ca o creanță, reprezentând impozit plătit anticipat.

Cota impozitului pe venit aplicat la calcularea datoriilor sau creanțelor privind impozitele amânate este cota impozitului aprobat în perioada în care se va produce anularea diferenței temporare.

Ca urmare acestei proceduri, soldul datoriilor și creanțelor privind impozitele amânate este recalculat în cazul modificării cotei impozitului pe venit sau bazei de impozitare în perioadele viitoare. Conform acestei metode contabilizarea impozitului pe venit are loc în cursul aceluiași exercițiu contabil, la care se raportează veniturile și cheltuielile, iar suma impozitului pe venit amânat este reflectată în bilanț.

Din punct de vedere fiscal, calcularea venitului impozabil și în Republica Moldova se efectuează prin însumarea sau scăderea aritmetică la venitul contabil a diferențelor permanente și temporare, odată cu completarea anexelor 1D și 2D la Declarația cu privire la impozitul pe venit, în dependență de apartenența la venituri sau cheltuieli, fără indicarea acestora prin contabilitatea entității.

În baza extraselor din declarația unei entități, vom urmări modalitatea de determinarea impozitului pe venit în baza metodei impozitului pe venit curent.

Tabelul 1. Extras din Declarația cu privire la impozit pe venit (VEN 12) al entității „Gamio” S.R.L.

Ajustarea (majorarea /micșorarea) veniturilor conform prevederilor legislației fiscale Anexa 1D

Indicatori	Cod	Constat în		Diferența
		Contabilitatea financiară	Scopuri fiscale	
Numerar din fondurile speciale și utilizate în conformitate cu destinația fondurilor, specificate în baza legislației fiscale ca neimpozabile (art.20, lit.z2 din Codul fiscal)	02012	58837,04	0	(58837,04)
Total		58837,04		(58837,04)

Sursa: elaborate de autor în baza VEN 12 „Gamio” S.R.L.

Tabelul 2. Extras din Declarația cu privire la impozit pe venit (VEN 12)

Ajustarea (majorarea /micșorarea) cheltuielilor conform prevederilor legislației fiscale Anexa 2D

Indicatori	Cod	Constat în		Diferența
		Contabilitatea financiară	Scopuri fiscale	
Suma amortizării mijloacelor fixe (art.26 din Codul fiscal)	03012	33912,10	84073,98	50161,88
Penalități, amenzi și alte sancțiuni aplicate pentru încălcarea actelor normative (art.30 alin.(1) din Codul fiscal)	03019	265,28	0	(265,98)
Pierderi rezultate de la evaluarea stocurilor la valoarea realizabilă netă în conformitate cu Standardele Naționale de Contabilitate	03032	3369,88	0	(3369,88)
Alte cheltuieli ce nu țin de activitatea de întreprinzător	03046	3424,68	0	(3424,68)
Total				43102,04

Sursa: elaborate de autor în baza VEN 12 „Gamio” S.R.L.

Tabelul 3. Extras din Declarația cu privire la impozit pe venit (VEN 12) al entității „Gamio” S.R.L.

Indicatori	Cod	Suma
Profitul (pierderea) perioadei de gestiune curente până la impozitare (rîndul 0101 – rîndul 0102)	010	787917,00
Suma totală a veniturilor constatate conform datelor contabilității financiare (suma clasei “Venituri”)	0101	2453143,12
Suma totală a cheltuielilor constatate conform datelor contabilității financiare (suma clasei „Cheltuieli”)	0102	1665225,95
Ajustarea (majorarea /micșorarea) veniturilor conform prevederilor legislației fiscale (anexa 1D)	020	(58837,04)
Ajustarea (majorarea /micșorarea) cheltuielilor conform prevederilor	030	43102,04

legislației fiscale (anexa 2D)		
Venitul (pierderi) obținut în perioada fiscală, luând în considerare ajustările (majorările /micșorările) (rîndul 010+ rîndul 020 – rîndul 030)	070	685978,09
Cota impozitului pe venit, % (se completează numai de către persoanele juridice)	110	12
Suma impozitului pe venit: pentru contribuabilii cu statut de persoană juridică: (rîndul 090 × rîndul 110)	120	82317,37

Sursa: elaborate de autor în baza VEN 12 „Gamio” S.R.L.

Tabelul 4. SITUAȚIA DE PROFIT ȘI PIERDERE „Gamio” S.R.L.

Indicatori	Cod rd.	Perioada de gestiune
1	2	3
Venituri din vânzări	010	2389417
Costul vânzărilor	020	1020782
Profit brut (pierdere brută) (rd.010 – rd.020)	030	1368635
Alte venituri din activitatea operațională	040	59335
Cheltuieli de distribuie	050	388314
Cheltuieli administrative	060	238490
Alte cheltuieli din activitatea operațională	070	4925
Rezultatul din activitatea operațională: profit (pierdere) (rd.030 + rd.040 – rd.050 – rd.060 – rd.070)	080	796241
Rezultatul din alte activități: profit (pierdere)	090	(8324)
Profit (pierdere) pînă la impozitare (rd.080 + rd.090)	100	787917
Cheltuieli privind impozitul pe venit	110	82317
Profit net (pierdere netă) al perioadei de gestiune (rd.100 – rd.110)	120	705600

Sursa: elaborate de autor în baza Situațiilor financiare „Gamio” S.R.L.

În baza datelor prezentate, observăm că situația de profit și pierdere a entității prezintă o altă sumă a profitului net în comparație cu datele declarației cu privire la impozit pe venit. Și anume, situațiile financiare ale entității prezintă profit în mărime de 705 000 lei, iar Declarația cu privire la impozit pe venit atestă suma de 685 978 lei venit impozabil.

Aceste diferențe au apărut în urma aplicării articolele Codului fiscal, privind ajustarea profitului (pierderii) pînă la impozitare și apariția diferențelor permanente și temporare deduse din activitatea entității în perioada curentă.

În concluzie se poate de menționat că baza normativă a celor două domenii contabilitate și fiscalitate prezintă un număr exagerat de legi, regulamente, ordine, acorduri, standarde și norme diferite, în dependență de modul de apartenență contabilitate fiscalitate, și prezintă o adevărată provocare pentru entitățile sectorului privat, în a le studia, interpreta și implementa în cadrul activității.

În viziune autorului este necesar crearea unui organ consultativ efectiv în domeniul fiscalității și contabilității, pentru că cele prezente astăzi, și anume Centrul Unic de Apel al

Serviciului Fiscal de Stat și scrisorile organizațiilor specializate, se dovedesc a fi puțin efective.

Unul din motive invocate de contribuabili este faptul că deseori operatorii centrului sunt puțin pregătiți în materia fiscală, iar procesul răspunsurilor la scrisorile și petițiile înaintate către Serviciul Fiscal de Stat este de lungă durată.

Totuși pentru a minimiza convergențele dintre contabilitate și fiscalitate, este bine de concretizat independența reciprocă a acestor două domenii de la nivelul principiilor și legislație care regulează și dă start activităților acestora.

BIBLIOGRAFIE

1. Bucur V., Graur A., Contabilitatea impozitelor, Editura ASEM, Chișinău, 2016;
2. Codul fiscal al Republicii Moldova. <http://www.fisc.md> (vizitat 20.09.2021);
3. Regulament cu privire la determinarea obligațiilor fiscale aferente impozitului pe venitul persoanelor juridice și persoanelor fizice care practică activitate de întreprinzător aprobat prin Hotărârea Guvernului R.M. nr. 693 În: Monitorul Oficial Nr. 295-308 din 10 august 2018;
4. Regulamentul cu privire la detașarea salariilor întreprinderilor, instituțiilor și organizațiilor din Republica Moldova, aprobat prin Hotărârea Guvernului R.M. nr. 10 din 05.01.2012. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova 13.01.2012, nr.7-12/30;
5. Regulamentul privind inventarierea, aprobat prin ordinul Ministerului Finanțelor nr. 60 din 29.05.2012. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 10.08.2012., nr. 166-169;
6. Regulamentul cu privire la modul de confirmare a donațiilor pentru scopuri filantropice și/sau de sponsorizare, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 489 din 04.05.1998. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 09.07.1998, nr. 62-65;
7. Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS). În Monitorul Oficial al Republicii Moldova, ediție specială din 3.12.2008;
8. Standardele Naționale de Contabilitate. În Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 233–237 din 22.10.2013.

ABORDĂRI METODOLOGICE ȘI APLICATIVE ALE CONTABILITĂȚII INSTITUȚIILOR MEDICALE PRIVATE

Maria BOGOI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *Knowing the object of study of accounting in private medical institutions requires a research on the specifics of the activity of these institutions, namely, what is their product. From the marketing theory, it is known that all entities that serve the population, perform service activity. The "service revolution process", of which we are a part today and which affects all sectors, including the medical services sector, requires an increase in the weight and practical importance of service activities, naturally, and an intensification of theoretical concerns in the field.*

Keywords: *costs, private medical institutions, profits, services.*

Etapa de dezvoltare a sistemului medical privat este determinat de specificul dezvoltării socio-economice a țării, cât și relațiile de piață. Ocrotirea sănătății reprezintă un sistem de instituții, reglementări și politici ale statului, care au drept scop asigurarea stării de sănătate a populației.

Cunoașterea obiectului de studiu al contabilității în instituțiile medicale private necesită cercetări ale specificului activității acestor instituții, și anume, care este produsul acestora. Din teoria marketingului, se cunoaște că toate entitățile, care deservește populația, îndeplinesc activitate de servicii. „Procesul de revoluționare a serviciilor”, din care facem parte astăzi și care afectează toate sectoarele, inclusiv sectorul serviciilor medicale, impune creșterea

ponderii și importanței practice a activităților de servicii, firesc, și o intensificare a preocupărilor teoretice în domeniu [1, p.218].

Până nu demult, instituțiile medicale bugetare erau reprezentanți de bază a organizațiilor necomerciale în sistemul medical. Potrivit Legii Ocrotirii Sănătății [4], în Republica Moldova pot activa instituții medicale sanitare private. Condițiile de activitate a acestora sunt: includerea în Nomenclatorul Instituțiilor medico-sanitare, al Ministerului Sănătății, Muncii și Protecției Sociale [2]; dispunerea de autorizație sanitară pentru genul de activitate practicat, prestarea serviciilor medicale pentru genul de activitate solicitat trebuie să corespundă Nomenclatorului specializărilor profesionale, aprobat de Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale; deținerea certificate de acreditare. Scopul principal al instituțiilor medicale private este *profitul*.

Compania Națională de Asigurări în Medicină încheie contracte și cu aceste entități pentru acordarea serviciilor medicale de înaltă performanță, deoarece dispun de utilaj medical modern și unic pe piața Republicii Moldova.

Conform Ordinului Ministerului Sănătății [6], este aprobat Regulamentul-cadru de organizare și funcționare al prestatorului privat de servicii de sănătate. Sectorul privat poate juca un rol important în furnizarea serviciilor de sănătate și-n transformarea generală a sectorului medical. Schimbarea structurii costurilor impune necesitatea creării unor noi sisteme de contabilitate a costurilor și calcularea costului de producție (lucrări, servicii). Necunoașterea nivelului costului produselor sau serviciilor prestate poate atrage după sine luarea unor decizii eronate în procesul de producție. Majoritatea serviciilor medicale, prin însăși natura lor, aparțin sferei producției nemateriale și se caracterizează prin intangibilitatea lor. În același timp, în plus față de manifestarea intangibilă (efectul terapeutic), o parte semnificativă a serviciilor de sănătate au o întrupare tangibilă sub forma unor anumite produse specifice. Astfel, serviciile materiale pot include în special, instalarea de sigilii, coroane și proteze dentare, aparate ortopedice, stimulatoare cardiace, transplanturi de țesuturi, organe etc.

Contabilitatea costurilor de producție fiind o parte integrantă a contabilității manageriale, trebuie să furnizeze informații operative și utile în procesul decizional, începând cu componența costurilor de producție și finalizând cu întocmirea rapoartelor manageriale. Prestarea serviciilor medicale de către instituțiile medicale private, generează diverse costuri și cheltuieli, care sunt cele mai importante și dificile sectoare ale sistemului de evidență. Pentru desfășurarea unei activități adecvate și luarea deciziilor manageriale corecte este necesar soluționarea celor două probleme:

1. Prezentarea cheltuielilor efectuate pentru prestarea serviciilor medicale.
2. Calcularea costului efectiv al serviciilor medicale întru argumentarea economică a tarifului.

Un instrument rațional de evidență analitică a costurilor se consideră metoda de calculație „ABC-costing”.

Metoda ABC – costing, prevede calcularea costului operațiilor oricărui proces: de producție, logistic, administrativ etc. Anume, informația privind costul operațiilor are o valoare înaltă la optimizarea business-proceselor, care se folosește de rând cu calitatea, operativitatea și altă informație și se iau decizii de organizare mai rațională a proceselor [7, p.110].

În opinia, profesorului autohton A. Nederița [5 p.21], contabilizarea cheltuielilor privind serviciile prestate este determinată de anumiți factori principali. Pornind de la aceasta, am formulat principalele particularități ale cheltuielilor instituțiilor medicale private:

- ✓ Momentul efectuării (la externarea pacientului);
- ✓ Natura economică a cheltuielilor;
- ✓ Tipul entității (publice la autofinanțare);
- ✓ Durata prestării serviciului (individuală);

- ✓ Tipul de activitate a entității (prestarea serviciilor medicale);
- ✓ Destinația serviciilor (tratatamentul populației).

Serviciile medicale reprezintă obiectul de bază al contabilității financiare și manageriale în instituțiile medicale private. Calculația costurilor serviciilor medicale reprezintă o sursă importantă pentru obținerea datelor necesare fundamentării bugetului costurilor de prestare a serviciilor medicale și a bugetului de venituri și cheltuieli. Totodată, informațiile pe care le oferă calculația se folosesc și pentru alegerea variantei optime de organizare a procesului de prestare a serviciilor medicale.

În continuare, autorul va analiza situațiile de profit și pierdere ale instituțiilor medicale private cercetate (tabelul 1).

Tabelul 1. Analiza ponderii costului vânzărilor în totalul cheltuielilor

Nr	Instituții medicale private	Ponderea costului vânzărilor în totalul cheltuielilor (%)		Abaterea (p.p)
		Anul 2019	Anul 2020	
1	IMP Spital Internațional - Medpark	94,5	93,9	+0,6
2	IMP Terramed	86,3	94,3	+8,0
3	IMP Polivalent Novamed	87,8	86,3	-1,5

Sursa: elaborat de autor în baza Situațiilor financiare ale IMP Spitalul Internațional-Medpark, IMP Terramed, IMP Polivalent Novamed.

Pornind de la analiza datelor tabelului 1., ponderea costului vânzărilor în totalul cheltuielilor este de aproximativ 90%, ceea ce l-a determinat pe autor să acorde o atenție primordială – contului 711 „Costul vânzărilor”.

Rezultatul cercetării practicii instituțiilor medicale private analizate, în debitul contul 711 „Costul vânzărilor” se înregistrează costul serviciilor prestate recunoscute pe parcursul perioadei de gestiune, iar în creditul contului 711 „Costul vânzărilor”, se decontează costul serviciilor prestate.

La sfârșitul perioadei de gestiune, aceste conturi se închid prin formula contabilă:

Debit contul 711 „Costul vânzărilor”, subcontul 7113 „Costul serviciilor prestate”

Credit contul 811 „Activități de bază”

În urmă cercetării practicilor contabile din IMP Spitalul Internațional- Medpark, IMP Terramed, IMP Polivalent Novamed, s-a constatat că Politicile contabile prevăd preponderent lista conturilor contabile în baza cărora se ține evidența serviciilor medicale prestate, iar aspectele privind metodologia de calcul al costurilor sunt omise, cu excepția unor trimiteri la actele normative în vigoare, care prevăd metodele tradiționale de calculație a costurilor (normativă, pe comenzi, pe faze, standard cost). Se conturează necesitatea unei structurări și contabilizări corecte a cheltuielilor și costurilor serviciilor pentru o desfășurare continuă și credibilă a activității instituției medico-sanitare private.

Necesitatea calculației costurilor serviciilor prestate se impune în primul rând de obiectivul desfășurării activității instituțiilor și, totodată, de rolul acestora la determinarea prețurilor și tarifelor. În acest context trebuie de menționat că în perioada de pregătire către implementarea asigurărilor medicale obligatorii în Republica Moldova, nu se cunoștea o anumită metodă de calculație a costului, fiind aplicate metode de contabilizare a cheltuielilor

și costurilor din perioada sovietică. Fiecare direcție de activitate a instituțiilor medicale private are, diferite surse de finanțare.

Calculația costului reprezintă totalitatea procedeele folosite pentru determinarea costului serviciilor prestate. Aceasta reprezintă o sursă importantă pentru obținerea datelor necesare fundamentării planului costurilor de prestare a serviciilor medicale și a bugetului de venituri și cheltuieli. Informația pe care le oferă calculația se folosesc și pentru alegerea variantei optime de organizare a procesului de prestare a serviciilor medicale private. Alegerea metodei de calculație a costurilor este influențată de modul de organizare a producției, serviciilor de specificul activității, particularitățile procesului tehnologic, fapt care are impact asupra sistemului informațional al costurilor [3].

Concluzii

Instituțiile medicale private prestează o multitudine de servicii medicale, totodată în baza surselor examinate, am determinat o varietate de servicii medicale, însă acestea nu reflectă toate particularitățile activității instituțiilor medicale private. Impactul acestora asupra modului de organizare a contabilității acestea fiind particularități: economice, medicale, sociale și organizatorice.

BIBLIOGRAFIE

1. Furtunescu F. și alții, Managementul serviciilor de sănătate -abordare prin proiecte, București : Editura Carol Davila, 2010, 293 p.
2. Hotărârea Guvernului 694 din 30.08.2017 cu privire la organizarea și funcționarea Ministerului Sănătății, Muncii și Protecției Sociale. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 01.09.2017, nr.322-328.
3. Indicații metodice privind contabilitatea costurilor de producție și calculația costului produselor și serviciilor, În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 22.10.2013, nr. 233-237/1534.
4. Legea nr.1585-XIII cu privire la asigurarea obligatorie de asistență medicală din 27 februarie 1998, În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 30.04.1998, nr.38-39.
5. Nederița A. Probleme metodologice ale contabilității veniturilor și cheltuielilor întreprinderii, Autoreferat al tezei de doctor habilitat în economie, Chișinău: Editura ASEM, Chișinău 2007, 44p.
6. Ordinul Ministerului Sănătății cu privire la aprobarea Regulamentelor- cadru de organizare și funcționare ale prestărilor de servicii de sănătate nr.1086 din 30.12.2016 În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 24.03.2017, nr.85-91.
7. Соколов Я. В. , Управленческий учет : учеб. / подред. Проф., М., 2001, 110 с.

SECTION 2

DEVELOPMENT OF THE FINANCIAL SYSTEM: PROBLEMS AND PERSPECTIVES

SECȚIUNEA 2

DEZVOLTAREA SISTEMULUI FINANCIAR: PROBLEME ȘI PERSPECTIVE

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ФРАНЧАЙЗИНГА – КАК МЕТОДА КОСВЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

Анжела ШЕСТАКОВСКАЯ

Государственный университет Молдовы

Ольга НАГОРНАЯ

Санкт-Петербургский государственный морской
технический университет, Россия

Abstract. *In this article, the authors examine the basic concepts associated with franchising activities, as well as some indicators of its development in the Republic of Moldova. The authors focus on franchising as a method of indirect investment financing for both parties to this type of transaction - the franchisor and the franchisee. The article defines the roles of these participants in accordance with the current legislation of our state. The types of franchising activities are characterized. The advantages and disadvantages of franchising for both parties are revealed. The article provides examples of successful franchising activities at the international level, as well as in the economy of the Republic of Moldova. The authors examine the development of franchising in their country through the prism of domains of economic activity and the most famous Moldovan brands. Some financial indicators inherent in franchising are given - such as the rate for the acquisition of a franchise, the amount of royalties, the amount of the initial investment. The experience of some Moldovan companies in promoting their brands to foreign markets is also provided.*

Keywords: *business diversification, investments, royalties, franchising.*

Некоторые предприятия развивают довольно успешно свой бизнес, то есть заняв определенную нишу в том или ином рынке, завоевав какую-то часть клиентуры, добившись хорошего качества в производстве и оказании услуг, задумываются о расширении своего дела. Варианты решения этой проблемы могут быть различные. Один путь это продвижение бизнеса - как в стране, так и за рубежом, своими силами. Другой путь - это предоставление другим участникам права на продвижения своей марки на продукцию и услуги.

В основе второго пути лежит идея развития франчайзинговой деятельности, которая на международном уровне получила довольно широкое распространение.

Следует различать понятия франчайзинга и франшизы. В наиболее общем виде франчайзинг - это такой вид деловых отношений между участниками, при котором один из них передает на основе ряда специфических условий другому право развивать деловую активность, под уже известным брендом.

Действующее законодательство регламентирует франчайзинговую деятельность. Так, согласно статье №1723 Гражданского кодекса Республики Молдова «По договору франчайзинга одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) право осуществлять за вознаграждение коммерческую деятельность (франчайзинговую деятельность) в рамках франчайзинговой сети с целью предоставления определенных продуктов от имени и за счет франчайзера, а франчайзи имеет право и обязан использовать торговое наименование, торговый знак или иные объекты прав интеллектуальной собственности, ноу-хау и способ организации коммерческой деятельности франчайзера [1].

Как следует из отмеченной выше статьи №1723 субъекты франчайзинговой деятельности - франчайзер и франчайзи. Между этими субъектами возникают финансовые отношения, связанные с уплатой со стороны франчайзи франчайзеру:

- а) паушального взноса - платеж за передачу прав на использование бренда;
- б) роялти - регулярная периодическая выплата за при эксплуатации бренда.

Франшиза представляет собой предмет договорных отношений по

франчайзинговой деятельности. В качестве франшизы могут выступать: бренды, технологии, тренинговое обучение франчайзеров, способы продвижения товара (услуги) и другое.

В международной финансовой практике франчайзинг получил свое распространение, еще с XIX-го века. Существуют целые сети транснациональных компаний, которые ведут свой бизнес, основываясь на принципах франчайзинга.

Таблица 1.Пятерка наиболее известных франчайзинговых компаний США за последние 17 лет.

Название компании	Сфера деятельности	Паушальный взнос, \$	Сумма первоначальной инвестиции, тыс \$
1., Subway ,,	Фаст-фуд	15 000	147-320
2., 7-Eleven ,,	Розничная торговля	10 000 -1000 000	37,5- 31 150
3., Mc Donald's ,,	Фаст-фуд	45000	1008 - 2214
4.,Hampton by Hilton ,,	Гостиницы	75 000	7 000- 17 100
5.,The UPS Store ,,	Полиграфия Упаковка Транспортировка	30 000	118 - 403

Источник : составлено автором на основе [2] , [6].

Франчайзинг различается по видам и формам. Известны следующие 3 вида [3]:

- I. Деловой франчайзинг.
- II. Обратный франчайзинг.
- III. Мягкий (компромиссный) франчайзинг.

В основе этой классификации лежит источник финансирования инвестиций в развитие франчайзинговой деятельности.

Деловой франчайзинг предполагает, что франчайзи организует самостоятельно предприятие, но платит франчайзеру за его услуги обучения и/или контроль, а также использование его интеллектуальной собственности.

В свою очередь, в зависимости от объекта франчайзинговой деятельности, в деловом франчайзинге можно выделить:

А) Производственный- объектом франчайзинговой деятельности является технология. При этом готовая продукция представляется на рынке под брендом известного франчайзера.

Одним из первых примеров производственного франчайзинга стало производство и продажа напитка, известного как Coca-Cola. Аптекарь, создавший этот напиток запатентовал его в 1886 году, и чтоб захватить рынок Америки стал продавать право на его производство и продажу.

Б) Товарный - предполагает исключительно продажу товаров франчайзера, как правило в условиях брендированного (фирменного) магазина. Первым примером товарного франчайзинга была продажа швейных машин марки Singer в конце XIX века. Это позволило данной компании на тот момент избежать банкротства.

В) Сервисный- означает в основном оказание услуг под брендом франчайзера. Может дополнительно включать и продажу сопутствующих товаров (этого же бренда), и производство (например «Фаст-Фуд») . Распространение сервисного франчайзинга также можно связать с упомянутой выше компанией Singer. Франчайзи компании Singer оказывали своим клиентам услуги по обучению шитью на этих швейных машинах, а также предоставляли услуги ремонта, в случае возникновения неисправностей.

При **обратном** франчайзинге основное финансирование осуществляет франчайзер, тогда как франчайзи отводится роль продвижения продукта (товара, услуги) и контроль за деятельностью предприятия. Вознаграждением франчайзи будет доля с достигнутых продаж.

Мягкий франчайзинг можно характеризовать как компромиссную модель, сочетающую в себе стороны обоих предыдущих видов - делового и обратного. В данном случае инвестирование осуществляется обоими партнерами франчайзинговой деятельности. Франчайзер инвестирует капитал в открытие предприятия, основные средства, а франчайзи финансирует текущую деятельность (инвестиции в оборотные активы).

Формы франчайзинговой деятельности определяются масштабом полномочий в пределах территории. [8]

В практике находят применение следующие 4 формы франчайзинга:

- А) Прямая;
- Б) Множественная (multi-unit);
- В) Форма эксклюзивного развития на территории;
- Г) Мастер-франшиза.

При **прямой** форме франчайзинга условия договора позволяют франчайзи открыть предприятие и развить в нем франчайзинговую деятельность исключительно по одному конкретному, указанному в контракте адресу. Эта форма организации практически исключает конкуренцию между различными франчайзи.

При **множественном** франчайзинге ситуация противоположенная. С одной стороны - франчайзи имеет право открывать на одной территории несколько производственно-коммерческих единиц. С другой стороны, франчайзер может заключить с несколькими лицами контракты на право развития франчайзинговой деятельности в одной территории. Эта форма может привести к конкуренции среди франчайзи.

Форма эксклюзива на развитие территории заключается в том, что одна компания - франчайзи может иметь по заключенному контракту право на открытие и функционирование нескольких производственно-коммерческих единиц на одной территории. Никому больше франшиза на этой территории не продается.

Мастер-франшиза имеет свои особенности, сочетающие в себе действия и франчайзи, и франчайзера. Сначала франчайзи приобретает право на открытие и функционирование на определенной территории. В дальнейшем франчайзи сам уже может продавать франшизу другим лицам, уже выступая в роли франчайзера. Здесь идет речь о развитии на одной территории субфранчайзинга. Развивая субфранчайзинг, первый франчайзи, может контролировать франчайзи II порядка (субфранчайзи) и получать часть роялти.

Развитие франчайзинговой деятельности имеет свои преимущества и недостатки, при чем для обоих участвующих сторон они специфичны. Преимущества франчайзера следующие :[8]

- возможность зарабатывать пассивный доход, в виде паушального взноса и периодического роялти;
- возможность извлечения дохода из своей интеллектуальной собственности;
- расширение сети без серьезных инвестиций, особенно в случае делового франчайзинга;
- более быстрые темпы развития своей сети;
- большая узнаваемость бренда;
- совершенствование своей бизнес- модели, за счет приобретаемого франчайзи.

Франчайзи также получает определенные преимущества от развития бизнеса по контракту на организацию франчайзинговой деятельности:

- использование уже более или менее известного бренда, что значительно облегчает вхождение в рынок по сравнению с продвижением собственного продукта и имени;
- сниженные риски в связи с использованием готовых отработанных технологий, соблюдение которых обеспечивает надлежащее качество и эффективность;
- постоянное консультационное техническое сопровождение в развитии бизнеса и продвижении продукта, товара, услуги;
- возможность стабильного и надежного обеспечения ресурсами благодаря налаженной франчайзером системе поставщиков и максимально выгодные цены на ресурсы;
- общение в франчайзинговой сети, что особенно полезно для франчайзи, работающих в разных территориях.

Возможны также и некоторые проблемы для участников франчайзинговой деятельности.

Для франчайзера:

- усложнение контроля за организацией франчайзинговой деятельности в случае, если сеть расширяется как территориально, так и по числу франчайзи;
- ухудшение имиджа, как следствие недостаточного контроля со стороны франчайзера и недобросовестного отношения со стороны франчайзи;
- более низкие доходы, так как роялти меньше, чем доход в своем предприятии. Если франчайзи не стремится к увеличению дохода, это будет сдерживать и доходы франчайзера;
- вероятность возникновения конфликтных ситуаций между участниками франчайзинговой деятельности, особенно в случае недостаточно полного представления франчайзи о своей роли и ожидаемых результатах;- появление конкурентов, из числа бывших франчайзи.

Для франчайзи возможны проблемы следующего порядка:

- франчайзер не оказывает консультативную и техническую поддержку, ограничиваясь паушальным взносом;
- франчайзер устанавливает определенные стандарты, которые иногда не могут быть соблюдены франчайзи в силу особых условий, что может привести к ухудшению качества продукции, услуг, падению имиджа бренда, потери доходов как франчайзи, так и франчайзера, и в конечном итоге даже к закрытию предприятия франчайзи;
- снижение эффективности, которое может произойти вследствие развития конкуренции и связанной с этим необходимостью снижения цен, а значит и прибыли, из которой надо еще выплачивать роялти;
- влияние имиджа бренда франчайзера. Если появятся сведения характеризующие негативно бренд, это скажется на доходах франчайзи.

В Республике Молдова эта форма предпринимательской деятельности также нашла свое развитие. Хочется отметить, что франчайзинговая деятельность не нуждается в каких-либо особых условиях для своего развития. Определенным препятствием может служить недостаточная емкость внутреннего рынка и проблемы финансирования.

Начало франчайзинговой деятельности в нашей стране было положено в 1998 году рестораном McDonald's. Затем постепенно сюда стали проникать такие известные мировые бренды как: Hugo Boss, Xerox, Coca-Cola, UPS, DHL.[4] К не столь масштабным и более известным в региональном плане можно отнести: Furset, Planeta Sushi, Tirez-Petrol, Rompetrol и многие другие. Появились и развились собственные молдавские бренды, которые не только создали свою национальную франчайзинговую сеть на территории Республики Молдова, но и выходят за ее пределы.

Таблица 2. Пятерка наиболее известных молдавских предприятий франчайзеров.

Наименование предприятия	Паушальный взнос	Величина роялти, %	Сумма первоначальной инвестиции
1	2	3	4
“Andy’s Pizza” или “La Placinte”	10 тыс. евро	6	8 тыс. евро
“Tucano Coffe”	12.5 тыс. евро	3,5-4,5	150 тыс. евро на площадь 120 м ²
“Star Kebab”	5 тыс. евро	4	55 евро кв.м
“Relaxa Aromateraphy”	5 тыс. евро	10+ 3,5 за рекламу	10 тыс. евро
“Epil Bar”	4 тыс. евро	4	8-15 тыс. евро

Источник : составлен автором на основе [4], [6].

Отмеченные в таблице молдавские предприятия аккумулировали достаточный опыт работы, хорошо зарекомендовали себя на внутреннем рынке, а некоторые даже продвигают свой бренд и в другие страны. Примечателен в этом отношении опыт “Tucano coffe” который представлен в Германии, Нидерландах, на Кипре, в России, Румынии, Казахстане, Киргизии, ОАЭ, Ирландии.[7]

Компания “Star Kebab” представлена в России. В последнее время в Ираке появилась франшиза “Sandra” – бренд молдавского мороженого. До сих пор молдавское предприятие “ Sandrilion” только экспортировало свою продукцию в Ирак, Гану, Сенегал, Нигерию, Кот-д, Ивуар, Мали, Бенин и ОАЭ. Компания Ирака, купившая эту франшизу инвестировала 20 млн. долларов в модернизацию своего завода и планирует выпускать 200 тонн мороженого в сутки. При таких продажах выгода очевидна и для франчайзи и для франчайзера. [8]

Рассматривая ситуацию на внутреннем рынке, можно отметить что по некоторым оценкам франчайзинговая деятельность получила свое распространение в следующих сферах: [3]

- 1) Дистрибуция (официальные диллеры) - 63%
- 2) Представительство - 17%
- 3) Сомерческие агентства - 8%
- 4) Консалтинговые услуги и чистый франчайзинг - 4%

Продажи франчайзинговых предприятий охватывают покупателей со средними и высокими доходами. На долю этих предприятий приходится 23% - продаж автомобилей и запасных частей, 14% - медикаментов и медицинского оборудования, 14% - табачных изделий и сельхозтоваров. 13% - одежды и обуви, 9%- компьютеров, софтов и комплектующих, 9% - бытовой техники и посуды, 12% -прочие.

Выводы.

Для большинства предприятий практикующих франчайзинга, последний является способом диверсификации бизнеса, и вследствие ряда преимуществ косвенным финансированием, что безусловно не маловажно в нестабильной финансовой сфере.

Если говорить о проблемах развития франчайзинга в Республике Молдова, можно отметить что в целом – это те же, что и свойственны всем другим предприятиям. В основном указывают на низкую покупательную способность населения, чрезмерную бюрократию, низкий объем рынка и коррупцию. В целом же данный вид предпринимательской деятельности, имеет условия и возможности для своего развития в нашем государстве. Это касается как использования известных на мировом уровне

брендов, так и создания национальных.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Гражданский кодекс Республики Молдова (Книга третья. Обязательства) от 6 июня 2002 г. Nr.1107-xv (с изменениями и дополнениями по состоянию на 26.11.2020., continent- online. Com/Document/?doc_id=30397914#pos=7005,-25 lex.justice.md/ru/325085
2. <https://www.entrepreneur.com/magazine>
3. <https://www.bebos.ru/francizing>
4. Рошкован М., Головкин В., Булат В., и др. “Франчайзинг: бизнес практика и возможности www.marketing.spb.ru
5. Antreprenor.su/2015/03/francize-star-kebab-html.
6. Руссу С. Как продать франшизу? В журнале “BusinessCloss”, декабрь 2019.
7. Деньги “Тусано”: ставка на франшизу “Экономическое обозрение”, от 09 апреля 2021, nr 13.
8. Франшиза “Sandra” появилась в Ираке- Экономическое обозрение от 21 мая 2021, nr 19.

EVOLUȚIA SECTORULUI NEBANCAR ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Olga ȘTEFANIUC, Angela FILIP, Vasili GALEȚCHII
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The permanent development of the financial system contributes to its branching, in order to satisfy the needs of each person. This article is predestined to determine the evolution and development trend of a branch of the financial system. This branch is the non-banking sector, non-bank loans. The analysis will help us determine the growth rate of the microfinance sector, the number of organizations, beneficiaries and loans granted.*

Keywords: *financial system, growth rate, non-banking sector, non-bank loan.*

Microfinanțarea, furnizează servicii financiare către cei foarte săraci care nu au acces la serviciile financiare principale, reprezentând un instrument major de dezvoltare în ultimii treizeci de ani. Microfinanțarea are rolul de a încuraja dezvoltarea, iar oferirea împrumuturilor către debitorii săi creează un proces de îmbogățire pentru aceștia. În același timp, industria susține că nu numai că își îmbogățește debitorii, ci că îi împuternicește. Aceasta este aprobat de ONU, care a făcut din microfinanțare un instrument cheie în îndeplinirea mai multor obiective de dezvoltare ale mileniului, în special reducerea sărăciei și abilitarea femeilor. [7].

Pe parcursul ultimilor ani microcreditarea a ajuns să fie o industrie de servicii complexe, fiind diversificată prin implementarea unor strategii de creștere. În diferite sectoare ale globului microfinanțarea este utilizată în scopuri diferite, spre exemplu în Europa este o noua viață pentru instituțiile nebancare, favorizând creșterea creditelor alocate de către companiile de creditare nebancară, pe când în țările din Asia și Africa de Sud microfinanțarea fiind utilizată pentru a combate crimele și ca urmare a reduce gradul sporit de sărăcie a populației, la fel și în Republica Moldova microfinanțarea ajută la ridicarea nivelului de trai și în mare parte indirect contribuie la combaterea crimelor și ajută populația mai săracă să aibă acces la finanțare.

Microfinanțarea s-a dovedit a fi unul dintre cele mai puternice motoare în efortul

global de a pune capăt sărăciei zdrobitoare care privește sute de milioane de oameni din lume de hrană și speranță.[7]

În Republica Moldova microfinanțarea preponderent este determinată de organizațiile de creditare nebancară, fiind principalul instrument de distribuire a banilor, pentru persoanele care nu au acces la credite bancare.

Microfinanțarea poate fi definită ca o încercare de a furniza servicii financiare gospodăriilor și microîntreprinderilor care sunt excluse din serviciile bancare comerciale tradiționale. În mod obișnuit, aceștia sunt persoane cu venituri reduse, care desfășoară o activitate independentă sau care lucrează informal, fără titluri oficiale de proprietate asupra activelor lor și cu documente de identitate limitate. [10]

Sectorul nebancar din Republica Moldova reprezintă o parte componentă a întregului sistem financiar al statului. El influențiază procesele economice petrecute în țară, din această cauză este necesar ca activitatea sistemului nebancar să fie reglementată de un organ superior care își execută atribuțiile conform Legii Nr. 192 din 12.11.1998 privind Comisia Națională a Pieței Financiare

Sistemul de microfinanțare al Republicii Moldova este format din 2 componente principale, unul din ele fiind Organizațiile de creditare nebancară și celălalt fiind Asociațiile de economii și împrumut. Ambele fac parte nu doar din sistemul de microfinanțare, dar și însuși din întregul sistem financiar creditar, care are inclus în sine și băncile comerciale.

Conform legislației în vigoare activitatea Organizațiilor de creditare nebancară este reglementată de Legea Nr. 1 din 16-03-2018 cu privire la organizațiile de creditare nebancară, care ne indică că OCN au drept scop sporirea accesului la resurse financiare al persoanelor fizice și juridice în vederea creșterii nivelului de trai al populației și a dezvoltării activității de întreprinzător.

Asociațiile de economii și împrumut sunt o parte componentă a sistemului nebancar, acestea având un venit mai mic decât la organizațiile de creditare nebancare, dar totuși acestea există și la moment sunt reglementate de Legea Nr. 139 din 21-06-2007 "privind asociațiilor de economii și împrumut". Asociația de economii și împrumut reprezintă o organizație de tip necomercial, care este formată de către persoane fizice și juridice, fiind asociate pe principii și idei unice, fiind în mărime minimă de 50 persoane, obligându-se să verse o cotă parte în capitalul asociației, după care au drepturi egale de a depune economii sau a lua împrumuturi.

Cota preponderentă a sistemului nebancar în Republica Moldova o dețin OCN, fiind mai multe ca număr și acordând mai multe credite pentru dezvoltarea afacerilor mici și antreprenoriatului.

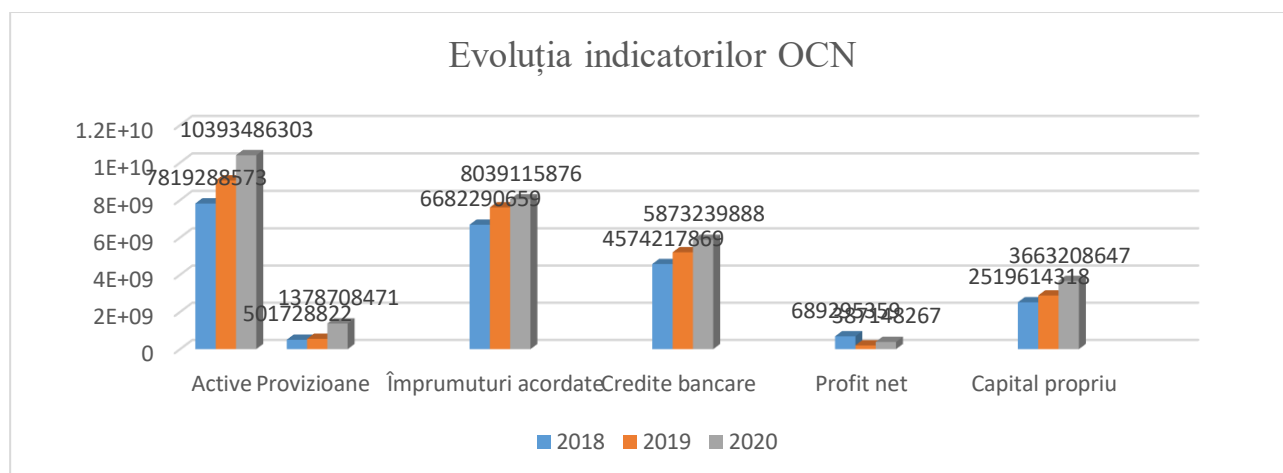


Figura 1. Evoluția indicatorilor OCN

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

Conform diagramei, prezentate mai sus, putem observa faptul că sistemul de creditare nebanară în numele OCN-urilor a evoluat foarte mult. Realizând o analiză comparativă a indicatorilor de bază putem afirma că timp de 3 ani acești indicatori au un trend pozitiv. Activele au crescut considerabil cu aproximativ 10% fiecare an, provizioanele pentru anul 2020 sunt cu mult mai mari decât în 2018 sau 2019, fapt ce este datorat creșterii împrumuturilor acordate, fiind nevoie ca urmare de mărit și provizioanele.

Împrumuturile acordate au crescut de la cifra de 6.682.290.659 lei în 2018, la 7.60.8978.015 lei, în 2019 și ca urmare au înregistrat în 2020 suma de 9.431.379.794, ce denotă o creștere cu aproximativ 2mlrd lei în fiecare an, ceea ce este o evoluție foarte bună pentru sistemul financiar al Republicii Moldova și nu numai, respectiv cu 30% sa mărit numărul împrumuturilor în primul an și cu 28% în al doilea.

În același timp, credite contractate de la bancă au înregistrat o creștere de 700 mln lei, în primul an și 600 mln lei în al doilea an. Momentul dat a fost necesar pentru a fi în stare să realizeze creditarea persoanelor care doresc să își dezvolte afacerea. Fără a lua credit de la o bancă a fost imposibil de a crește cifra împrumuturilor acordate. Ele sunt într-o legătură strânsă una cu cealalta.

Indicatorul de profit a înregistrat o descreștere, aceasta a fost cauzată de pierderile suportate de companii precum și creditele nerambursate.

Evoluția capitalului propriu denotă o creștere pe parcursul a celor 3 ani analizați, în 2019 capitalul propriu s-a majorat cu 300 mln lei, pe când în 2020 creșterea a ajuns la 800 mln lei.

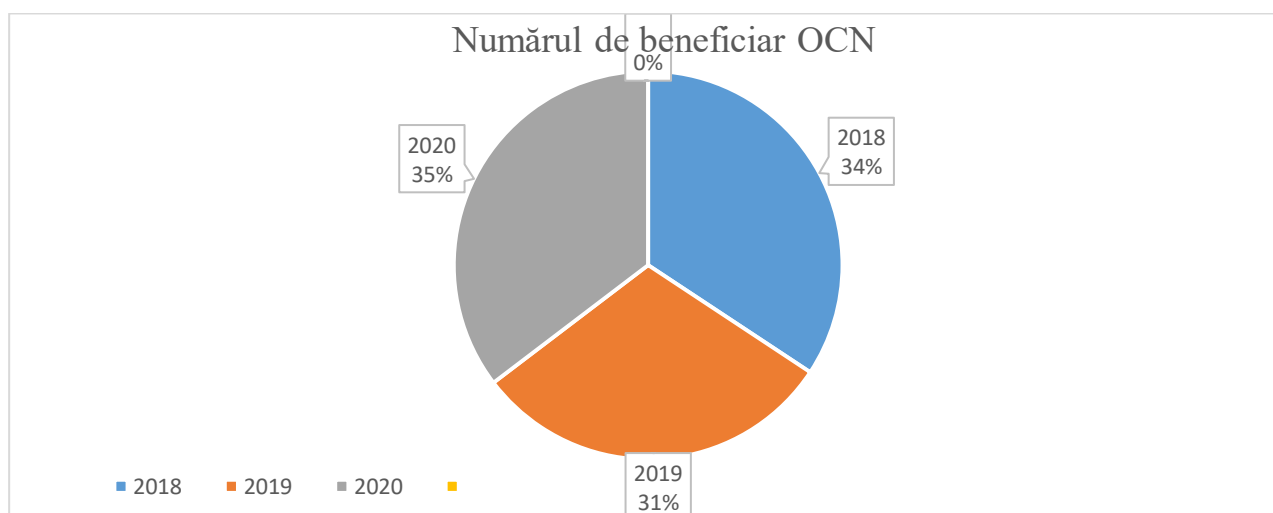


Figura 2. Numărul de beneficiari OCN

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

Numărul de beneficiari conform ponderii în procente pe primul loc îi revine anului 2020 cu 35%, după care urmează 2018 cu 34% și 2019 cu 31%. Numărul de beneficiari pentru anul 2020 a constituit 468.063 de persoane fizice și juridice.

Tabelul 1. Top 10 OCN pe parcursul a 3 ani

	2020	2019	2018
1	OCN Microinvest SRL	OCN Microinvest SRL	OCN Microinvest SRL
2	OCN Easy Credit SRL	OCN Easy Credit SRL	OCN Easy Credit SRL
3	OCN Iute Credit SRL	OCN Iute Credit SRL	OCN Iute Credit SRL

4	OCN BT Leasing MD SRL	OCN ÎCS Express Leasing SRL	OCN ÎCS Express Leasing SRL
5	OCN ÎCS Express Leasing SRL	OCN BT Leasing MD SRL	OCN BT Leasing MD SRL
6	OCN Sebo Credit SRL	OCN Capital Leasing SRL	OCN Credit Reapid SRL
7	OCN Victoria Leasing SRL	OCN Credit Reapid SRL	OCN Capital Leasing SRL
8	OCN Credit Reapid SRL	OCN ÎCS Total Leasing SA	OCN ÎCS Total Leasing SA
9	OCN Microkapital Company SRL	OCN Victoria Leasing SRL	OCN Prime Capital SRL
10	OCN Prime Capital SRL	OCN Prime Capital SRL	Corporația Finanțare Rurală SA

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

Conform Tabelului 1 putem observa că topul celor 10 organizații se schimbă pe parcursul a 3 ani, datorită managementului, orientării către rezultat și situației economice din țară. Primele 3 companii rămân neschimbate fiind reprezentate de cele mai mari OCN din Republica Moldova în frunte cu MICROINVEST SRL, apoi urmează EASY CREDIT SRL și IUTE CREDIT SRL. Aceste trei companii reprezintă pilonii sistemului de microfinanțare, cea mai mare pondere de împrumuturi acordate, capital propriu și active, revenindule lor.

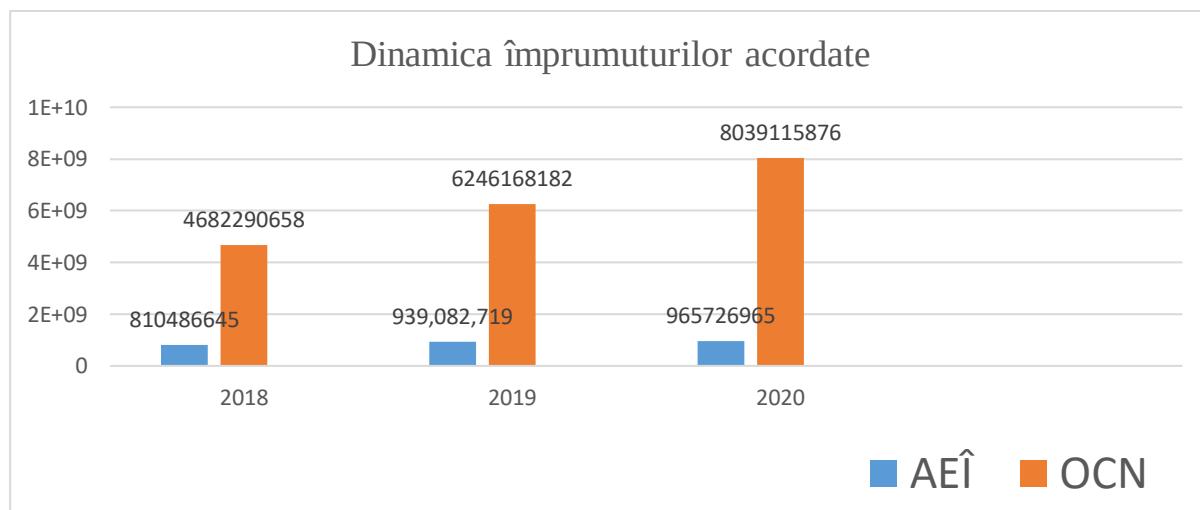


Figura 3. Dinamica împrumuturilor acordate

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

După cum putem observa în diagrama de mai sus, se evidențiază faptul că, pe parcursul perioadei analizate, sectorul de microfinanțare din Republica Moldova este în creștere, acesta se referă la Asociațiile de economii și împrumut precum și la Organizațiile de creditare nebancară. Diferența dintre mărimea împrumuturilor acordate de fiecare tip de companie este foarte mare, ceea ce putem observa și mai sus, OCN timp de un an crește volumul împrumuturilor acordate cu mărimea totală de împrumuturi acordate de către AEÎ. Conform datelor evidențiate putem înțelege că OCN sunt mult mai efective și mult mai utile pentru antreprenorii începători, având o accesibilitate mai mare la credite, ceea ce ne arată și

datele analizate.

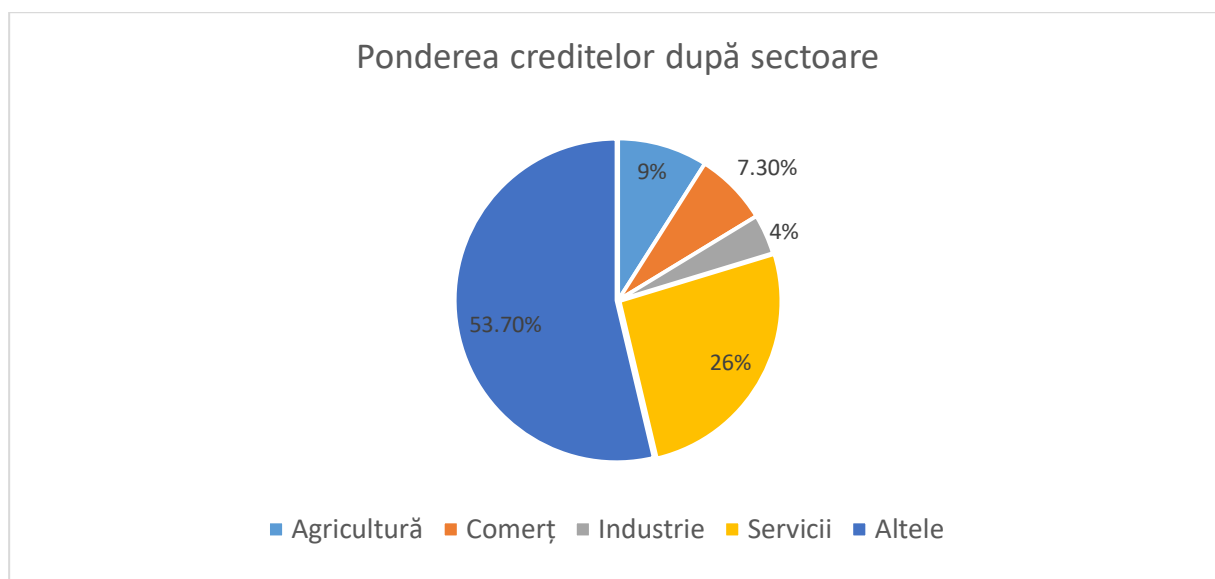


Figura 4. Ponderea creditelor după sectoare

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

Împrumuturile acordate de către OCN sunt orientate diferit spre fiecare sector în parte. Cea mai mare pondere îi revine componentei "Alte servicii" în mărime de 53,7%. Ramura economică care urmează este Servicii, care are o pondere de 26%. Chiar și dacă Republica Moldova este considerată o țară agrară ponderea în credite oferite de către OCN acestui sector este de 9%, fiind un indicator foarte mic pentru o țară preponderent agrară, aceasta se datorează mai multor factori, unul dintre ele este nedorința oamenilor de a investi în agricultură, majoritatea doresc să plece peste hotare sau să se ocupe de afacere în mediul urban, o altă cauză ar putea fi creditele oferite de bănci comerciale, deoarece acestea favorizează dezvoltarea agriculturii, precum și subvenționarea masivă a sectorului dat. Următorul sector este reprezentat de Comerț în proporție de 7,3%, după care urmează sectorul Industrie cu o pondere de 4%. Totalitatea sectoarelor enumerate mai sus reprezintă partea economiei naționale, care este într-o evoluție permanentă. Principalii piloni pe care se ține o economie sunt: forța de muncă, oamenii, resursele financiare, legislația, stabilitatea politică, industria.

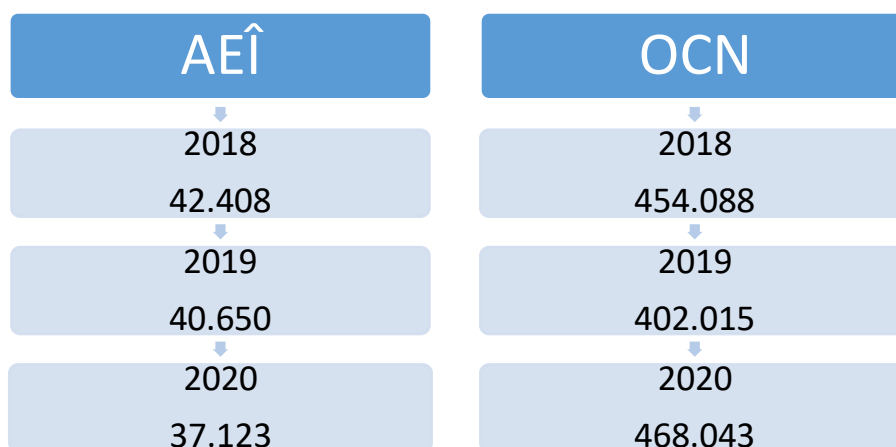


Figura 5. Numărul de beneficiari al AEÎ și OCN

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

Conform analizei efectuate putem spune că la Asociațiile de economii și împrumut numărul de beneficiari este în descreștere ceea ce este un indicator negativ pentru sectorul respectiv, pe când beneficiarii Organizațiilor de creditare nebanară invers înregistrează ritmuri de creștere a numărului de clienți activi. Tendință de creștere a numărului de beneficiari cu trend de creștere este unul benefic, dar totuși este important nu câte persoane au beneficiat, dar ce sumă de bani a fost alocată în total.

Întrebarea dată poate fi analizată din două puncte de vedere, dacă să analiză după suma împrumutului, atunci este mai avantajos pentru Organizațiile de creditare când suma este de 1.000.000 lei cu doar 3 beneficiari, decât suma de 500.000 lei cu 40 de beneficiari. Rentabilitatea va fi mai mare în primul caz. Dar scopul principal pentru economie este de a ajuta și a susține micul business, rezultă ce este nevoie să ajutăm cât mai mulți antreprenori este posibil. Aici se primește o intersectare a intereselor economice personale cu cele ale statului, dar se poate de găsit o corelație optimă între aceste două poziții.

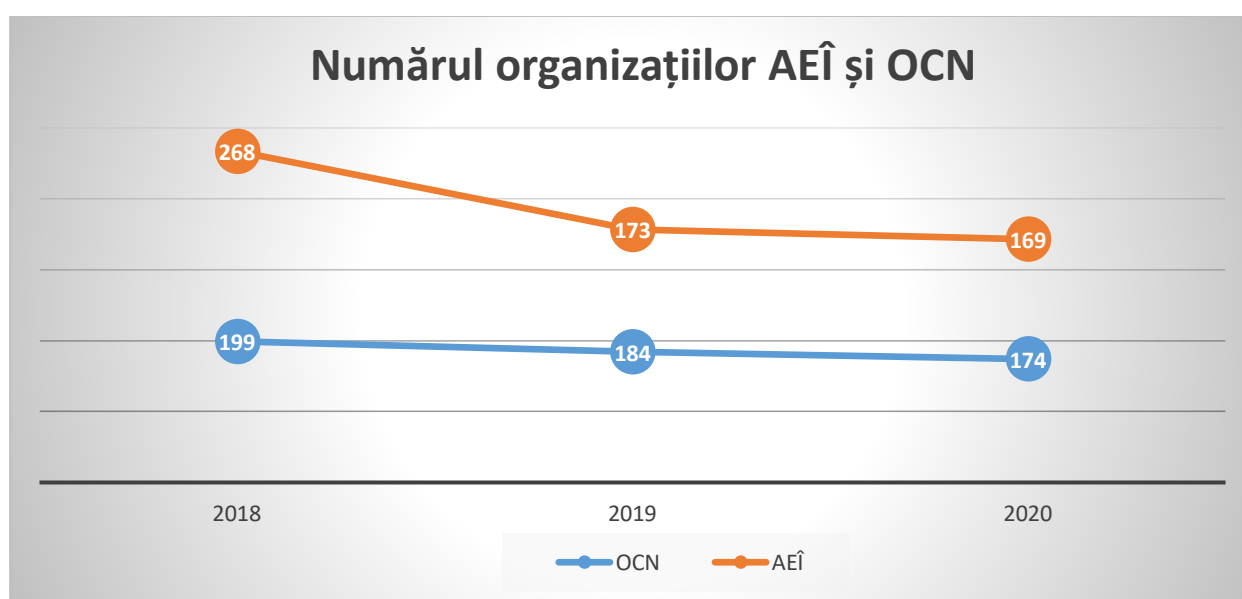


Figura 6. Numărul organizațiilor AEÎ și OCN

Sursa: Elaborat de autori în baza datelor rapoartelor CNPF

În figura de mai sus se evidențiază o descreștere a numărului de organizații. Acest fapt este datorat unei concurențe acerbe între companiile de creditare. În momentul când sunt peste 200 de concurenți din același sector, care este restrâns, într-un moment dat jucătorii principali încep să elimine pe cei mai slabi, acordând o rată mai mică a creditului și potențialii clienți, desigur se vor orienta spre condiții mai bune.

Dezvoltarea sistemului de microfinanțare în Republica Moldova duce la o mulțime de efecte pozitive care apar pe parcurs. În primul rând creditele oferite favorizează tinerii să nu plece peste hotare, dar să își dezvolte propria afacere aici, acasă. Locurile de muncă care se fac tot mai multe după un credit oferit, un exemplu bun ar fi în mediul rural unde este necesitate de locuri de muncă, după o investiție financiară în afacere crește numărul locurilor de muncă, ca urmare se ridică nivelul de trai al populației și respectiv nivelul economic al statului.

În Republica Moldova sistemul de creditare nebanară este unul tânăr, dar care capătă amploare. Pentru dezvoltarea durabilă a acestuia este necesar de resurse financiare, management eficient și beneficiari care cunosc să se folosească corect cu banii care le sunt oferiți pentru dezvoltarea afacerii.

BIBLIOGRAFIE:

1. Legea Nr. 1 din 16-03-2018 cu privire la organizațiile de creditare nebancaară. In: 30-03-2018 în Monitorul Oficial Nr. 108-112 art. 200
2. Legea Nr. 139 din 21-06-2007 asociațiilor de economii și împrumut. In: 03-08-2007 în Monitorul Oficial Nr. 112-116 art. 506
3. ARPINTE D. Microcreditarea ca instrument pentru incluziune socială. Revista Calitatea vieții, XXVI, nr. 2, 2015, p.155-166
4. DOGA-MÎRZAC Mariana. Mecanismul de funcționare a organizațiilor de microfinanțare orientate spre mediul de afaceri. <http://oaji.net/articles/2019/2054-1565858779.pdf>
5. POPA, V., POPA, N. Analiza funcționării și organizării sectorului de microfinanțare prin prisma indicatorilor de stabilitate financiară; Conferința Internațională Economie Financiară și Monetară –EFM 2013, București, România, p.149-158. ISSN 2344-3642
6. POPA, V. Benchmarking-ul strategic al sectorului de microfinanțare – perspectiva internațională https://ince.md/uploads/files/1586418725_microfinantare.pdf
7. Lesley Rowena Sherratt, The Ethics of Microfinance file:///C:/Users/User/Downloads/2013_Sherratt_L_R_0740759_ethesis.pdf
8. Strategia de dezvoltare a pieței financiar nebancaare pe anii 2018-2022 https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/intr06_153.pdf
9. Rapoarte anuale CNPF 2018-2020, <https://www.cnpf.md/storage/files/files/Raport%20Anual%20CNPF%202020.pdf>
10. <https://www.worldbank.org/en>

BONITATEA DEBITORULUI- PARTICULARITĂȚI DE EVALUARE ȘI PREVENIRE A RISCULUI DE CREDIT

Daniela BUMBAC, Olga ȘTEFANIUC
Universitatea de Stat din Moldova

Résumé. L'activité de prêt est un élément important de la stratégie générale d'une banque, le crédit étant le produit de base offert aux clients. Dans le processus de prêt, les banques filtrent avec précision les entreprises des emprunteurs potentiels, ne promouvant que les entreprises efficaces, viables et légales. La décision de créditer un client n'est pas spontanée, mais résulte de l'analyse de la situation économique et financière du demandeur de crédit, de l'évaluation de ses performances, de sa capacité à rembourser les sommes engagées. La solvabilité représente la performance financière de l'entité économique qui établit la confiance qu'elle inspire à la banque lorsqu'elle sollicite un prêt, pour le rembourser à l'échéance, les emprunts contractés ainsi que les intérêts y afférents. L'évaluation de la performance financière actuelle de l'emprunteur potentiel est l'un des principaux tests, qui est généralement effectué par le prêteur au stade de la négociation du crédit et qui influence considérablement la décision d'accorder ou non le prêt demandé. Les banques utilisent actuellement plusieurs modèles qui consistent à estimer la probabilité de défaut sur la base des informations financières et non financières de l'entreprise. Les modèles les plus utilisés sont les modèles de crédit scoring L'évaluation de la solvabilité du débiteur est l'élément fondamental dans le processus de prévention et de gestion du risque de crédit.

Mots clés: décision de créditer, performance, solvabilité du débiteur, risque de crédit.

Riscul de credit, cunoscut și ca risc de rambursare la termen, reprezintă rezultatul nerespectării graficului de achitare a creditului, respective întârzieri la plata creditului și a dobânzii drept urmare a unor probleme economico-financiare cu care se confruntă debitorul în activitatea de zi cu zi, precum și drept urmare a conjuncturii sectoriale nefavorabile. În scopul gestionării și minimizării riscului de nerambursare în termen a creditelor, fiecare instituție de credit are elaborată o politică de creditare care prevede anumite instrumente și anumite restricții care prevină sau să elimine integral/partial riscul de credit. Una dintre deciziile luate

de către instituția de credit este refuzul de a acorda credite entităților economice cu un sistem de management vulnerabil, fără careva perspective de dezvoltare și care pe lângă toate are și o istorie de credit nesatisfăcătoare. [1]. Pentru evaluarea eficientă a riscului de credit, bancile realizează individual, atât analiza financiară bazată pe indicatori economic-financiar, cât și analiza non financiară ce include informații privind sistemul de management, relațiile cu furnizorii și potențialii clienți ai potențialului debitor.

Bonitatea clientului este elementul de bază luat în calcul în evaluarea și aprecierea riscului de credit. După cum apreciază autorii Bătrîncea M. și Bătrîncea L. "bonitatea este o stare de încredere și arată calitatea activității desfășurată de clienți într-o perioadă precedentă, în prezent, dar mai ales în perspectivă, apreciată ca urmare a efectuării de către bănci a unei analize temeinice, atât de natura economico-financiară, cât și de natura nefinanciară" [2].

Politicile de credit ale instituțiilor de credit diferă de la o instituție la alta, fiecare utilizând un set de indicatori cantitativi și calitativi, în scopul stabilirii bonității potențialilor clienți/debitori, motiv pentru care o entitate economică este calificată în anumite categorii de performanță financiară, în dependență de severitatea cerințelor și a condițiilor stabilite în procesul de creditare. De regulă potențialii debitori sunt clasificați în urma evaluării în trei categorii: buna, satisfăcătoare și nesatisfăcătoare/rea.

Conform prevederilor Acordului Basel II, instituțiile de credit dispun de o arie mai vastă de opțiuni pentru stabilirea cerințelor de capital pentru acoperirea riscului de credit. Abordările propuse presupun un grad de complexitate diferit, oferind instituțiilor de credit posibilitatea de a alege una din opțiuni, în dependență de necesitățile lor, profilul de risc și de strategia autorităților de supraveghere naționale [3, p.61].

Abordarea standard reprezintă una dintre opțiunile cele mai complexe a acordului Basel I care prevede atribuirea unui anumit grad de risc fiecărui element de activ bilanțului, cât și a celui extrabilanțier, în funcție de domeniul de activitate al entității, de garanțiile aferente oferite, bazate pe evaluările externe efectuate de agențiile de rating și de alte instituții de profil [3, p.61].

Evaluarea bonității debitorului este reflectată în numeroase abordări, una dintre ele fiind abordarea bazată pe ratingurile interne (IRB). Această abordare permite clasificarea riscului în funcție de ratingurile stabilite pe plan intern de instituțiile de credit. În acest context, băncile sunt nevoite să folosească estimările și evaluările proprii privind probabilitatea de nerambursare, eventualul risc de credit precum și să utilizeze estimările făcute de autoritatea națională de supraveghere privind pierderile apărute ca rezultat al nerambursării în termen (în cazul IRB de bază) sau chiar propriile estimări și pentru restul elementelor ale riscului de credit (în cazul IRB avansată). Abordările bazate pe modelele interne de rating depend foarte mult de veridicitatea și acuratețea estimării probabilității de nerambursare.

În prezent numeroși cercetători au realizat anumite studii privind riscul de credit și gestionarea acestuia de către instituțiile de credit. În același context au fost făcute analize privind perfecționarea cadrului de reglementare, respectiv Basel II și Basel III, în ceea ce privește elaborarea de către instituțiile de credit a propriilor estimări pentru evaluarea riscului de credit. În acest context menționăm că amendamentele prevăzute de Basel III nu include modificări esențiale cu privire la modul de abordare a riscului de credit.

După cum menționează autorul Danila O., Comitetul Basel în prevederile sale propune trei metode de bază pe care instituțiile de credit le pot utiliza pentru determinarea probabilității de nerambursare [3, p.62].:

- ✓ ratingul extern mediu al contrapartidei;
- ✓ estimarea prin modele privind riscul de credit;
- ✓ calcule bazate pe date istorice (istoria de credit în baza datelor prezentate de Biroul istoriilor de credit) sau categorii de rating aferente portofoliului de credite al băncii.

Evaluarea, modelarea riscului de credit și determinarea probabilității de nerambursare au fost teme de cercetare și analiză reflectate în lucrările numeroșilor cercetători, începând cu

studiile realizate de Beaver (1966, 1968) și Altman (1968), finisînd cu cele realizate în prezent, care în unele cazuri au utilizat metoda analizei liniar discriminante (linear discriminant analysis) pentru estimarea falimentului unei companii, alții folosind alte modele statistico-matematice de evaluare și prezicere a riscului de nerambursare.

Printre modelele econometrice de evaluare a riscului de nerambursare a creditului utilizate de către instituțiile de credit sunt *modelele logit și probit*. Literatura de specialitate evidențiază aceste modele ca fiind printre cele mai mai utilizate modele de determinare a probabilității de nerambursare. Printre primii economiști care au utilizat modelul Logit sunt economiștii Ohlson (1980) și Platt & Platt (1990), ulterior Laitinen (1999) a folosit procese de selecție automată pentru a alege un set de variabile economico-financiare utilizate în modele liniare și logistice.

În prezent, literatura de specialitate oferă numeroase abordări teoretico-practice pentru modelarea riscului de credit. Majoritatea modelelor fundamentale vizează estimarea probabilității de nerambursare avînd la baza anumiți factori determinanți -informațiile financiare ale companiei. La această capitol putem distinge trei grupe:

1. *modele macroeconomice*, care au în vedere determinarea probabilității de nerambursare în dependență de dezvoltarea economiei în general (utilizate în special pentru determinarea probabilității de nerambursare pentru o entitate dintr-un anumit sector),
2. *modele credit scoring*, care au la baza datele economico- financiare ale societății,
3. *modele bazate pe rating*.

Dintre aceste modele menționate mai sus cele mai utilizate de către instituțiile de credit sunt modelele credit scoring. Acestea presupun stabilirea unei corelații între situația economico- financiară a societății și eventualele situații de nerambursare. Indicatorii financiari folosiți în metodele de credit scoring includ: lichiditatea, rentabilitatea, solvabilitatea, viteza de rotație a activelor etc. Variabilele selectate sunt cele care au o putere discriminatorie pentru determinarea probabilității nerambursării creditului.

Modelele credit scoring folosesc o serie de metode statistice pentru determinarea probabilității de nerambursare, începînd cu analiza liniar discriminantă (LDA) propusă de Beaver (1966) și Altman (1968) pînă la modele statistico-matematice și cele econometrice, utilizate pe larg de către majoritatea instituțiilor de credit. În ultimii ani au fost dezvoltate abordări alternative ce utilizează și metode nonparametrice precum: rețele neurale, fuzzy algorithms, K-nearest neighbor. Deși unele studii realizate de Galindo& Tamayo (2000) și Caiazza (2004) au evidențiat că utilizarea modelelor nonparametrice determina obținerea unor rezultate mai bune, alte studii – Altman, Marco & Varetto (1994) și Yang (1999) – au evidențiat contrariul [3, p.63]. Analiza liniar discriminantă are ca principală ipoteză faptul că entitățile economice pot fi clasificate în două categorii: în faliment și nonfaliment.

În literature de specialitate pot fi regasite numeroase modele de evaluare a bonității debitorului în scopul estimării probabilității de nerambursare și identificare a riscului de credit. Printre cele mai cunoscute modele putem menționa: modelul Altman, modelul Conan-Holder, modelul Taffler.

Metoda scorul Z a lui Altman este cea mai cunoscută în utilizarea de apreciere a scoringului de credit pentru a determina eventualul risc de faliment. Funcția Z score (Altman, 2000) este următoarea:

$Z = 0,012X_1 + 0,014 X_2 + 0,033 X_3 + 0,006X_4 + 0,999X_5$, în care:

X_1 – capitalul circulant/total activ;

X_2 – profit/total activ;

X_3 – EBIT/total activ;

X_4 – valoarea de piață a fondurilor proprii/valoarea nominală a datoriilor;

X_5 - vânzări totale/total activ.

Modelul Conan-Holder este un alt model de prognoză a riscului de faliment. Conan-Holder au elaborat un model de analiză discriminantă prin care se determină probabilitatea ca o entitate să ajungă în stare de faliment. Funcția scor aferentă acestui model este divizată pe ramuri de activitate și poate fi aplicată întreprinderilor industriale cu un număr de salariați între 10 și 500. Modelul a fost realizat în 1978 prin observarea a 31 de indicatori, pe un eșantion de 190 întreprinderi mici și mijlocii dintre care 50% au dat faliment în intervalul 1970-1975. Pentru entitățile din industrie, funcția scor are următoarea formulă:

$$Z = 0,24X_1 + 0,22X_2 + 0,16X_3 - 0,87X_4 - 0,10X_5,$$

în care: X_1 - rezultatul brut al exploatării/total datorii;

X_2 - capital permanent /activ total;

X_3 - valori realizabile și disponibile/activ total;

X_4 - cheltuieli financiare/cifra de afaceri;

X_5 - cheltuieli cu personalul/cifra de afaceri.

Modelul Conan-Holder prezintă rezultate foarte bune în previziunea evoluției pe termen scurt a entităților industriale specifice mediului economic occidental. În statele Europei de Est, precum România, Ucraina, R.Moldova acest model este departe de realitățile occidentale, acestea fiind caracterizate de nivelul atipic al entităților, iar modelul indicând o probabilitate foarte înaltă a falimentului.

Dupa cum este reflectat în literatura de specialitate aplicarea comparativă a acestor două modele Altman și Conan-Holder la nivelul unui șir întreg de societăți analizate, au evidențiat rezultate divergente datorită fenomenelor atipice care se manifestă în economia europeană de tranziție.

Modelul Taffler. Savanții englezi R. Taffler și G. Tishou au propus un model Z bazat pe calculul a patru factori, care este reprezentat de o funcție liniară complexă de forma [4]:

$$Z = 0,53X_1 + 0,13X_2 + 0,18X_3 + 0,16X_4 \text{ unde:}$$

X_1 - profit/obligățiuni pe termen scurt;

X_2 - active curente/total datorii;

X_3 - datorii pe termen scurt/total active;

X_4 - profit/total active.

În această formulă valoarea limită Z-calcul constituie 0,2.

Taffler a adaptat tehnica scorului Z pentru dezvoltarea scorului PAS (performance analysis score). Cu ajutorul PAS sunt evaluate performanțele companiei prin raportarea la alte companii din industrie și generalizarea rezultatelor pentru întreaga economie. Scorul PAS grupează toate scorurile Z ale companiilor în termeni procentuali, măsurînd performanța relativă pe o scară cuprinsă între 0 și 100. Un scor PAS al variabilei X înseamnă faptul că 100 - X% din companii au înregistrat un scor mai mare decât scorurile Z. Astfel, un scor PAS de 80 înseamnă că numai 20% din companiile analizate au înregistrat un scor superior scorurilor Z. Scorul PAS evidențiază în mărimi procentuale trendul performanței unei companii de-a lungul timpului.

Mai multe bănci comerciale din Republica Moldova utilizează pe larg metoda credit scoringului pentru estimarea și evaluarea riscului de credit aferent creditului acordat potențialului debitor. Utilizată pe larg în majoritatea instituțiilor de credit, metoda este cunoscută și sub denumirea de credit-scoring. În procesul de evaluare a probabilității de nerambursare, sunt selectați și utilizați un set anume de indicatori, printre care indicatori economico-financiar și nefinanciar, relevanți de apreciere a riscului de credit aferent unei entități economice. Fiecărui indicator i se asociază un punctaj maxim admisibil. Ulterior, domeniul admisibil de variație al fiecărui indicator este divizat în subdomenii, cărora, la fel le este atribuită, în ordine progresivă sau degresivă, un punctaj aferent (notă). La final se calculează un indicator sintetic agregat, denumit generic, credit-scor. Credit-scorul include suma tuturor valorilor punctaje efective acumulate, în funcție de nivelele corespunzătoare fiecărui indicator.

Evaluarea situației economico-financiare a potențialului debitor, de către ofițerul de credit al băncilor autohtone, se efectuează în dinamică pentru o perioadă de 3 ani, în baza informației prezentate în rapoartele financiare ale entității pentru trei ani precedenți (sau pentru întreaga perioadă de activitate a solicitantului de credit în cazul în care acesta activează mai puțin de trei ani) precum și perioada gestionară a anului curent. În procesul de evaluare a potențialului debitor, specialistul în creditare calculează indicatorii cantitativi și calitativi de evaluare a stabilității financiare a solicitantului de credit, specificați în Procedurile de creditare interne, elaborate de fiecare bancă în parte. În vederea stabilirii categoriei de clasificare a clientului, se apreciază evoluția unor astfel de indicatori ca:

- *coeficienții lichidității;*
- *coeficienții rentabilității;*
- *coeficientul suficienței capitalului și a solvabilității;*
- *ritmul de creștere a cifrei de afaceri și a încasărilor din vânzări;*
- *indicatorii vitezei de rotație.*

Fiecărui indicator i se atribuie numărul corespunzător de puncte conform standardului. Numărul punctelor maxim posibile pentru indicatorii cantitativi constituie 75% din suma punctelor maxim posibile. Numărul punctelor maxime posibile pentru indicatorii subiectivi constituie 25% din suma punctelor maxime posibile (fiecărui indicator calitativ, de asemenea, i se atribuie punctajul corespunzător conform criteriilor de evaluare a indicatorilor subiectivi). Evaluarea indicatorilor nefinancieri se efectuează în baza informației disponibile privind calitatea sistemului de management al entității, situația dezvoltării ramurii economice, nivelul de dezvoltare a piețelor de desfacere, precum și calitatea și suficiența obținerii informației despre client. Reieșind din numărul total de puncte acumulate pentru toți indicatorii, precum și conform cerințele interne stabilite, clientului îi este atribuit una din cele cinci categorii de credibilitate, după cum urmează: **Standard, Supravegheat, Substandard, Dubios, Compromis**. Inițierea lucrului privind posibilitatea acordării produselor, expuse riscului de credit poate fi efectuată doar pentru solicitanții clasificați nu mai jos de „**Categoria Supravegheat**”.

În unele cazuri, dacă solicitantul a fost clasificat în „**Categoria Substandard**”, dar există unii factori care asigură banca cu o gestionare eficientă a riscului, inclusiv de credit: a înregistrat pe parcursul ultimilor doi ani o dinamică pozitivă de dezvoltare, are o istorie de creditare pozitivă și propune un gaj „sigur și stabil” (imobil, utilaj, transport), valoarea căruia asigură creditul solicitat în mărime nu mai mică de 120-130%, managerul sucursalei poate lua o decizie privind acordarea creditului. Dacă solicitantul a fost clasificat în „**Categoria Dubios**”, cererea privind acordarea creditului urmează a fi respinsă.

În prezent, în sistemul bancar al Republicii Moldova, nu este elaborat un sistem unic de indicatori și o metodologie unică de estimare a mărimilor acestora. De cele mai multe ori sistemul de indicatori al băncilor comerciale include asemenea grupe, ca: indicatorii de lichiditate, de rentabilitate, de structură și eficiență a activelor și pasivelor bilanțiere, adesea fiind trecute cu vederea astfel de aspecte, precum capacitatea productivă, segmentele de piață și posibilitatea de a obține venituri viitoare, periodicitatea activității, caracterul producției fabricate, etc. Cele menționate impun revederea sistemului de indicatori utilizați în evaluare a bonității stării economico-financiare a unităților economice. Aplicarea corectă a principiilor de evaluare a bonității în activitatea de evaluare a bonității ar contribui la eficientizarea procesului de organizare a activității de evaluare a bonității și la estimarea corectă a valorii bunurilor și întreprinderilor. Pentru aceasta, este necesar de a verifica și perfecționa cadrul activității de evaluare a bonității prin preluarea experienței internaționale privind crearea și funcționarea asociațiilor (organizațiilor) de evaluare a bonității, prin promovarea standardelor evaluării stabilite de organizațiile internaționale de evaluatori. În vederea desfășurării mai ample și mai eficiente a activității de evaluare a bonității în Republica Moldova, dezvoltării, în continuare, a cadrului evaluării, este necesară conlucrarea tuturor organizațiilor de evaluare a bonității din țară pe principiul transparenței și mai

puțin pe cel al concurenței.

BIBLIOGRAFIE:

1. Nețoiu, Maria Lavinia, "Controlul riscului de credit", The Journal of the Faculty of Economics, Craiova, 2005, pag. 381
2. Bătrânceanu Maria, Bătrânceanu Larisa, "Standing Financiar- bancar", Ed. Risoprint, Cluj Napoca, 2006, pag. 12
3. Danila O.M Evaluarea riscului de credit din perspectiva Acordului Basel, Economie teoretică și aplicată Volumul XIX (2012), No. 3(568), pp. 60-75, http://store.ectap.ro/articole/699_ro.pdf
4. Pascaru S. Prezentarea modelelor de evaluare a riscurii de faliment prin prisma managementului anticriză, <https://utm.md/meridian/2017/MI-1-2017/13-pascaru-s-prezentarea-modelelor-de-evaluare.pdf>

PERFEȚIONAREA MANAGEMENTULUI CALITĂȚII SERVICIILOR DE SĂNĂTATE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

Lilia DRAGOMIR

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *At the current stage, in the Republic of Moldova assuring the functionality of the institutional system of healthcare services quality management is important because it highlights the effective planning and efficient allocation of resources as having priority in the healthcare institutions, by applying lucrative methods and tools and assessment of performance using the performance indicators of healthcare services, determination and evaluation of risks. Currently, quality management is a component part of the organization of medical institutions in the Republic of Moldova, which aim to improve the quality of health services provided by simplifying access to all categories of population to quality, cost-effective health services provided in a safe environment. Ensuring the functioning of the institutional system of quality management of health services would streamline the routing and allocation of resources to areas set as priorities in health care institutions, using profitable instruments and predicting well-formulated performance and results.*

Keywords: *health, quality management, costs, efficiency.*

Unul din elementele principale al politicii de sănătate din Republica Moldova la etapa actuală, constă în faptul că prestarea serviciilor, asigurarea calității și finanțarea sănătății sunt abordate ca trei funcții separate.

În Republica Moldova ocrotirea sănătății reprezintă un serviciu foarte important oferit populației. Aceste servicii au ca scop asigurarea sănătății membrilor societății, menținerea și refacerea capacității forței de muncă, fiind astfel profund implicate în crearea condițiilor materiale de existență a omului, în ridicarea calității vieții.

Creșterea continuă a calității serviciilor de sănătate prestate populației urmează să fie atinsă prin funcționarea bună a sistemului de sănătate. Acest sistem este receptiv la exigențele cetățenilor Republicii Moldova, care trebuie să fie protejată de riscurile financiare în accesarea spre servicii medicale de calitate cu identificarea problemelor prioritare existente.

Necesitatea determinării modalităților de abordare și intervenție care, în condițiile unei implementări consecvente și adecvate, vor asigura rezultate mai bune pentru sistemul de sănătate și pentru starea de sănătate a populației, inclusiv în situația unor resurse limitate.

Sistemele de sănătate au un rol important în realizarea progreselor în vederea acoperirii

universale a populației cu servicii medicale. Aceasta implică acțiuni de consolidare a finanțării și gestionării sistemului de sănătate, precum și organizarea forței de muncă în asistența medicală, prestarea de servicii, implementarea de sisteme informaționale performante privind serviciile medicale și compensarea medicamentelor, precum și alte produse ce țin de sistemul de sănătate, acordând o atenție deosebită consolidării resurselor și maximizării eficienței utilizării acestora.

Un sistem al serviciilor de sănătate include un ansamblu de resurse umane, materiale, financiare, informaționale care sunt utilizate în combinații variabile pentru a produce îngrijiri și servicii care au ca scop îmbunătățirea sau menținerea stării de sănătate. Alături de serviciile de sănătate, factorii majori care influențează starea de sănătate sunt cei comportamentali, de mediu și biologici.

Organizarea spitalelor are la bază 5 componente care definesc statutul unui spital prin amestecul între public bugetar și entitate privată. Elementele ce caracterizează statutul unui spital sunt prezentate în figura 1.

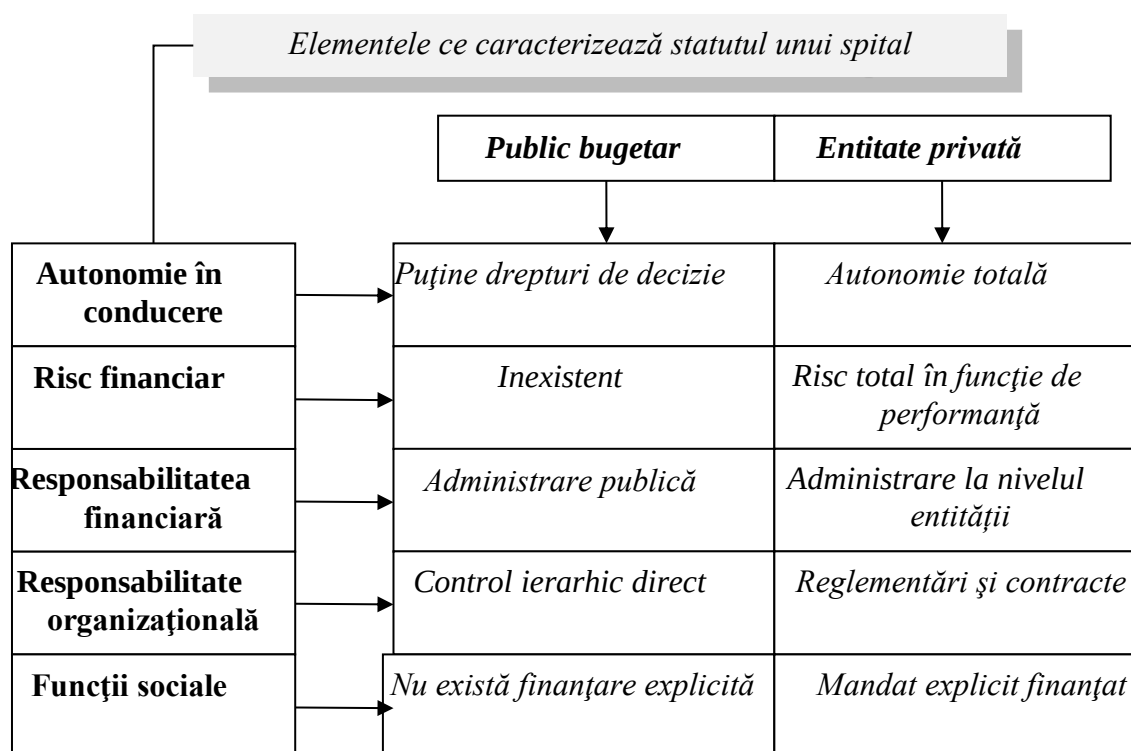


Figura 1. Elementele ce caracterizează statutul unui spital
Sursa: elaborat de autor în baza [1].

Din figura 1 se poate observa că o entitate bugetară are autonomie limitată și risc financiar foarte scăzut cu un control ierarhic direct asupra responsabilității organizaționale, în timp ce o entitate privată are drepturi depline de decizie, dar și riscuri financiare în funcție de performanță.

Principalele pârghii utilizate pentru a influența sau modifica activitatea spitalelor sunt următoarele:

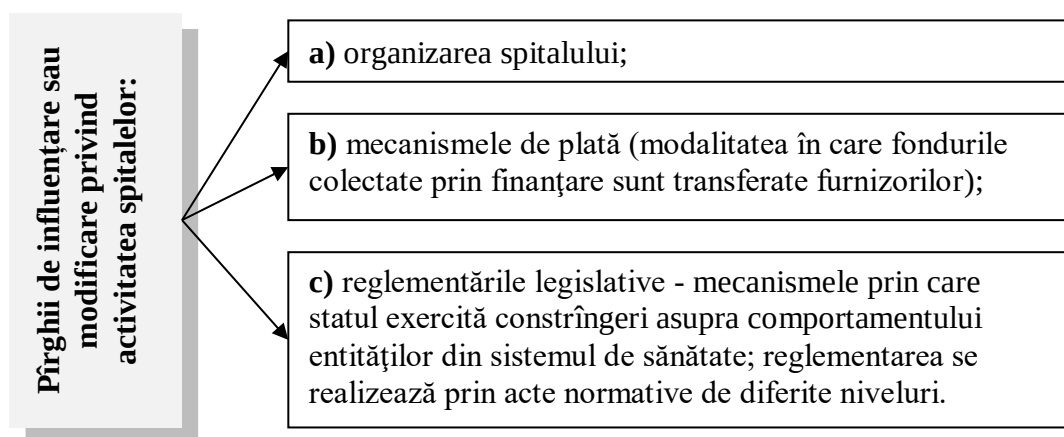


Figura 2. Pîrghii de influențare sau modificare privind activitatea spitalelor

Sursa: elaborat de autor în baza [1].

La etapa actuală, managementul calității este parte componentă a organizării instituțiilor medico-sanitare din Republica Moldova, care au ca scop îmbunătățirea calității serviciilor de sănătate prestate prin eficientizarea accesului tuturor categoriilor de populație la servicii de sănătate calitative, cost-eficiente, furnizate într-un mediu sigur.

Asigurarea funcționalității sistemului instituțional de management al calității serviciilor de sănătate ar eficientiza direcționarea și alocarea resurselor pentru domenii stabilite ca fiind prioritare în instituțiile medicale, cu aplicarea unor instrumente lucrative și scontarea unor performanțe și rezultate bine formulate.

Finanțarea unui sistem de sănătate se referă la modul în care sunt colectate fondurile necesare desfășurării activității în sectorul sanitar, precum și la modalitatea în care aceste fonduri sunt alocate și apoi utilizate. Modalitatea de finanțare aleasă, combinată cu tipul de organizare a sistemului sanitar, determină cine are acces la îngrijirile de sănătate, costul acestor îngrijiri, eficiența productivă și nu în ultimul rând calitatea serviciilor oferite. Toate aceste rezultate intermediare, la rândul lor, determină rezultatele finale ale oricărui sistem de sănătate: starea de sănătate a populației, protecția financiară contra riscurilor și nu în ultimul rând gradul de satisfacție a consumatorilor de servicii, prezentate în figura 3.

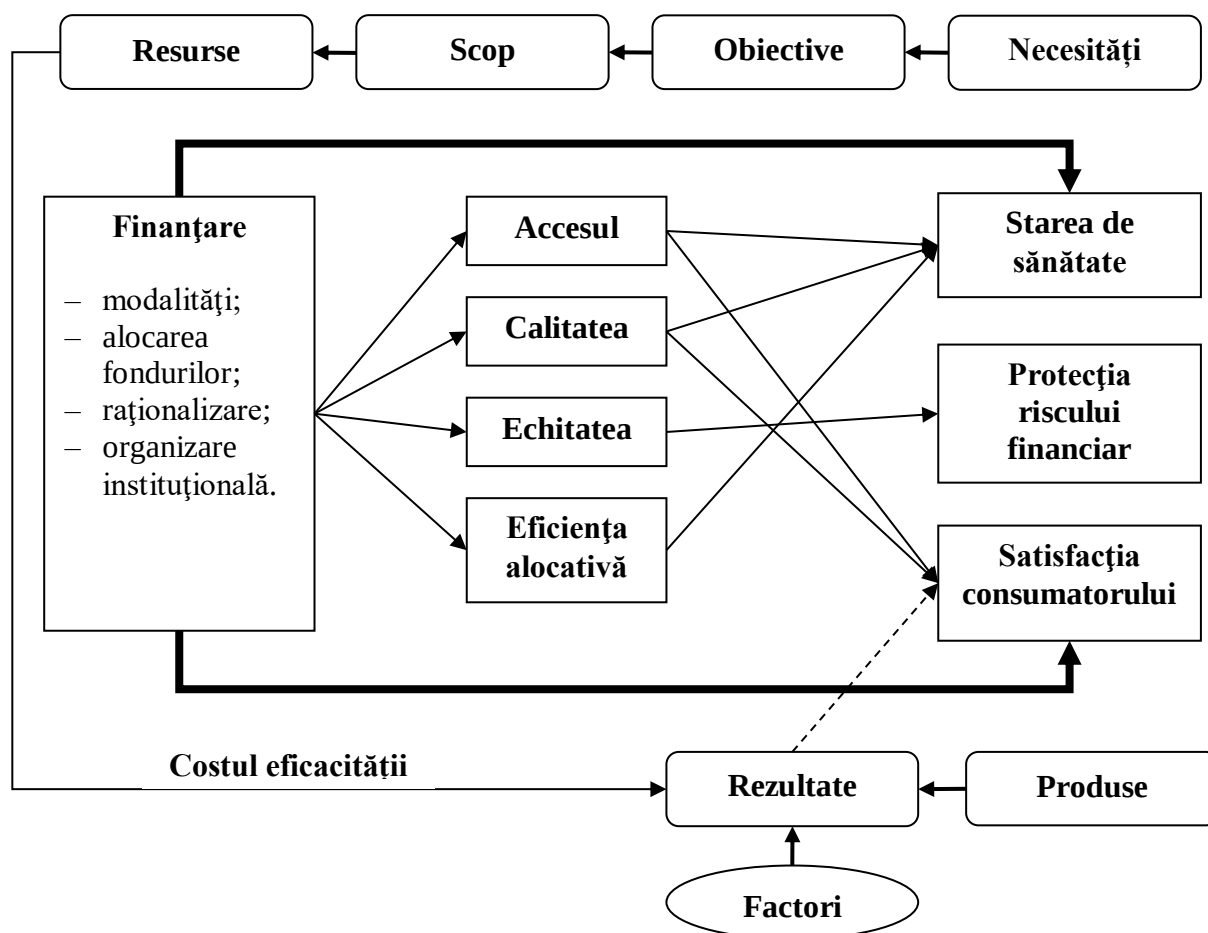


Figura 3. Interconexiunea existentă între instrumentele de finanțare și scopuri
 Sursa: elaborat de autor în baza.

Capacitatea unei țări de a mobiliza fonduri, folosind diferite modalități de finanțare, este strâns legată de venitul acesteia pe cap de locuitor. Acesta determină capacitatea fiecărei persoane de a plăti pentru sănătate și implicit cererea pentru aceste servicii.

Raționalizarea este un concept de largă rezonanță pentru comportamentul uman, inclusiv în sfera proceselor și relațiilor economice, care presupune alegerea și folosirea de metode și procedee mai eficiente pentru înfăptuirea diferitelor activități și, implicit, obținerea de rezultate utile maxime cu eforturi sau consumuri de resurse minime [3].

Avînd în vedere domeniul specific de manifestare, *raționalizarea cheltuielilor publice* desemnează un proces complex de dimensionare și structurare a cheltuielilor publice, pornind de la satisfacerea cererii de utilități publice și asigurarea bunei funcționări a instituțiilor statului. Această preocupare decurge, în mod obiectiv, din caracterul limitat al resurselor utilizabile, în general, și a celor de care poate dispune statul, în special, față de nevoile de utilități, practic nelimitate.

Ea implică efectuarea pe baze raționale a cheltuielilor necesare funcționării normale a entităților publice și realizării sarcinilor statului, urmărind a asigura îndeplinirea pe ansamblu, a obiectivelor dezvoltării economico-sociale a fiecărei țări sau colectivități de tip statal, pe criterii de eficientizare aplicabile diverselor activități.

Astfel, sub aspectul dimensionării ca volum a cheltuielilor publice, raționalizarea presupune atît corelarea cu posibilitățile de procurare a resurselor bănești acoperitoare, ca proporții ce revin din PIB, cît și fundamentarea pe baze realiste a sumelor destinate diferiților utilizatori, evitînd risipa și ineficiența. La rîndul său, structurarea judicioasă a cheltuielilor publice pe obiective și acțiuni de finanțat și în cadrul acestora pe categorii sau tipuri de

cheltuieli, urmărind aplicarea de soluții tehnico-economice care asigură cel mai bun raport cost-avantaje, constituie o altă coordonată a raționalizării cheltuielilor publice.

În mod deosebit, caracterul limitat al resurselor financiare publice impune decidenților din acest sector căutarea unor soluții mai raționale de angajare a cheltuielilor.

Acest proces trebuie să înceapă cu selectarea acțiunilor și stabilirea de priorități, în raport cu obiectivele de îndeplinit, continuând cu ierarhizarea lor, după criterii privind necesitatea, oportunitatea și eficiența fiecăreia, și alegând în cele din urmă pe cea mai avantajoasă, pentru a satisface la cel mai înalt grad posibil nevoia de utilități sociale.

Aprecierile asupra caracterului necesar și oportun, inclusiv a gradului de eficiență social-economică a acțiunilor ce urmează a se finanța reprezintă, deci, elemente indispensabile procesului de raționalizare a cheltuielilor publice.

Alocarea resurselor financiare publice pentru satisfacerea diferitelor nevoi sociale trebuie așadar fundamentată pe criterii de cost și beneficiu, urmărindu-se maximizarea efectelor pozitive.

Totodată, este de remarcat că, deși cea mai mare parte a utilităților poate fi asigurată pe calea ofertei private, anumite nevoi pot fi satisfăcute numai prin ofertă publică. Prin urmare, dacă avem în vedere mărimea însumată a cheltuielilor publice și private, un criteriu de raționalizare (optimizare) globală a acestora ar urma să-l reprezinte maximizarea ofertei de utilități sociale totale, implicând în sine și optimizarea proporțiilor ce revin celor două categorii de utilități, ceea ce sintetic poate fi redat prin relațiile următoare [3, p.19]:

$$U_t = U_p + U_s \quad (1)$$

$$C_p + C_s = U_p + U_s \quad (2)$$

în care: U_t - utilități totale (oferite de sectorul privat și public);

C_p - cererea de utilități private;

C_s - cererea de utilități publice;

U_p - utilități oferite de sectorul privat;

U_s - utilități oferite de sectorul public (de stat).

Deoarece, în principiu, nevoia (cererea) de utilități totale apare nelimitată, oferta acestora trebuie maximizată prin combinarea optimă a celor două categorii de cheltuieli (private și publice), astfel ca împreună să permită satisfacerea nevoilor la un nivel cât mai ridicat.

În consecință, constatăm că utilitățile totale, decurgând din acțiuni finanțate atât public, cât și privat, se regăsesc în dimensiunile produsului național, respectiv ale PIB și că maximizarea acestuia reprezintă, în mod implicit, un criteriu de optimizare (raționalizare) a cheltuielilor publice. Luarea în considerare a acestui criteriu are ca suport contribuția adusă prin realizarea acțiunilor (obiectivelor) finanțate sub forme ale cheltuielilor publice, fie direct la crearea de PIB în activitățile materiale, fie indirect prin stimularea producției private de bunuri și servicii pentru consum public.

Obiectivul avut în vedere este cel al asigurării optimului social, alegând mai întâi între oferta de utilități publice și oferta de utilități private, iar apoi, între alternativele de a realiza oferta de utilități publice, și optînd în final pentru varianta mai puțin costisitoare. O cale, considerată ca fiind necesară de urmat, în acest scop, o reprezintă modernizarea serviciilor publice, ce ar favoriza atât minimizarea costului acestora, cât și maximizarea utilităților oferite consumatorului.

BIBLIOGRAFIE:

1. Badea E. și alții. Managementul spitalului. Manual. Școala Națională de Sănătate Publică și Management Sanitar. București: Public H Press, 2006. 258 p.
2. Boardman A. și alții. Analiza cost-beneficiu: concepte și practică. Ed. a II-a. Chișinău: Arc, Tipografia Centrală, 2004. 680 p.

3. Filip Gh. (coord.) Impactul factorilor financiar-monetari asupra dezvoltării economice. Iași: Sedcom Libris, 2001.
4. Lozan O., Gramma R. Managementul calității în instituțiile spitalicești. Chișinău: Tipografia „T-Par”, 2007.
5. Văcărel Iu. și alții. Finanțe publice. Ediția III-a. București: Didactică și Pedagogică R. A., 2002. 741 p.

ABORDĂRI CONCEPTUALE ȘI PRACTICE ALE ASIGURĂRILOR DE VIAȚĂ – OPORTUNITĂȚI ALTERNATIVE DE INVESTIȚII PE PIAȚA FINANCIARĂ

Anastasia SIVOCONI, Alexandru SCUTARU

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *This article is a brief analytical study on life insurance, which provides alternative possibilities for allocating financial resources, even though life insurance sector is not a widespread branch in the Republic of Moldova. The main objectives of this article are to describe the meaning of life insurance, their characteristics and classification, to emphasize the distinction between life and general insurance, term life insurance vs permanent life insurance, and to analyze the domestic market supply.*

Keywords: *life insurance, general insurance, term vs permanent life insurance, risks, life insurance products.*

Asigurările de viață reprezintă o modalitate de transfer a unor eventuale riscuri ce pot pune viața în pericol, de la asigurat către asigurător care, în schimbul primei de asigurare, va efectua plăți către titularul poliței sau beneficiarilor desemnați prin contract la survenirea evenimentului nedorit. Conform Anexei nr.1 la Lege cu privire la asigurări nr. 407/2006 se disting două clase de asigurări: de viață și generale. Cu referire la Legea menționată, asigurările de viață cuprind: [1]

- *asigurarea la termen de supraviețuire, asigurarea de deces, asigurarea la termen de supraviețuire și de deces (mixtă de viață), asigurarea de viață cu rambursarea primelor, asigurarea de căsătorie, asigurarea de naștere;*
- *anuitățile;*
- *asigurările de viață suplimentare: asigurările de deces din accident, asigurările de vătămări corporale, asigurările de incapacitate permanentă de muncă din boală, asigurările de incapacitate permanentă de muncă din accident, asigurările de incapacitate temporară de muncă din boală, asigurările de incapacitate temporară de muncă din accident, asigurările de spitalizare, asigurările de cheltuieli medicale, asigurările de boli grave, asigurările de șomaj, când acestea sunt subscrise suplimentar unui contract de asigurare de viață;*
- *asigurările permanente de sănătate.*

Asigurările generale cuprind asigurările de: accidente, sănătate, vehicule terestre/feroviare, nave aeriene/ maritime, bunuri în tranzit, de incendiu și alte calamități naturale, bunuri (în cazul daunelor cauzate de furt, grindină, îngheț), răspundere civilă auto/ avia /maritimă /lacustră /fluvială /generală, credite, garanții, pierderi financiare, protecție juridică, precum și asigurările de asistență ale persoanelor aflate în dificultate în cursul deplasărilor sau absențelor de la domiciliu ori de la locul de reședință permanentă.

În conformitate cu Manualul Fondului Monetar Internațional (FMI) „Balanța de plăți și poziția investițională internațională”, ediția a-VI-a (BPM6), există o clasificare comparabilă

a tipurilor de asigurare – asigurările de viață și non-viață (generale), însă cu unele diferențe conceptuale. Astfel, asigurările non-viață se deosebesc prin faptul că plata despăgubirilor are loc drept urmare a soluționării cererilor de despăgubire înaintate de persoana asigurată cu condiția survenirii cazului asigurat, ce presupune existența unui mecanism de distribuire a riscurilor similare, în timp ce asigurările de viață reprezintă un mecanism de acumulare de capital, ce presupune existența atât a unui flux de plăți din partea asiguratului către asigurător în schimbul unei recompense unice la momentul expirării contractului, cât și a unui flux invers de plăți anuale (anuități) efectuate de asigurător către asigurat până la expirarea contractului, în schimbul primei de asigurare încasate la momentul încheierii contractului, survenirea cazului asigurat nefiind obligatorie. Întrucât plata indemnizațiilor pe asigurările de viață permanente nu este condiționată în mod obligatoriu de survenirea riscului asigurat, primele și indemnizațiile se includ în Contul Financiar, în timp ce primele nete și despăgubirile asigurărilor non-viață, care cuprind metodologic și asigurările de viață la termen, se vor include la transferuri în balanța veniturilor secundare (Contul curent), după deducerea serviciului perceput de către asigurător. [2, p. 90-91, 139, 170-171]

Spre deosebire de prevederile legislative naționale, în BPM6 asigurările de viață la termen sunt atribuite clasei de asigurări non-viață din motiv că indemnizațiile sunt calculate și plătite doar la survenirea riscului asigurat (deces sau incapacitate de muncă), și prin urmare se includ în Venituri secundare.

Asigurările de viață la termen se încheie pe o durată limitată (de la 1 an până la 30 de ani) și acoperă riscul de deces din orice cauză al persoanei asigurate, pe toată perioada de valabilitate a poliței. La survenirea decesului persoanei asigurate, beneficiarii desemnați încasează suma asigurată stabilită în contract. De menționat că vârsta persoanei asigurate, de regulă, este cuprinsă între minim 18 ani și maxim 65 ani la data intrării în vigoare a poliței, și 75 de ani la data expirării acesteia. Frecvența de plată a primelor poate fi lunară, trimestrială, semestrială sau anuală. Aceste tipuri de asigurări pot oferi protecție prin acoperirea obligațiilor financiare asumate la contractarea unor credite sau stabilitate financiară familiei asiguratului în caz de deces.

Asigurările permanente de viață se încheie pe o durată nelimitată, vârsta maximă de asigurare fiind de 65 de ani la data semnării contractului. Acest tip de asigurare presupune acumulare de capital până la data scadenței. Asigurările permanente de viață se clasifică în asigurarea de viață totală (întreagă), asigurarea de viață universală și polița de înzestrare. Asigurarea de viață întreagă oferă o acoperire permanentă a indemnizației de deces și totodată, o posibilitate de acumulare de capital în baza facilităților fiscale. Aceste polițe reprezintă formă tradițională a asigurărilor de viață care presupune stabilirea primelor și indemnizațiilor în baza fixă. Asigurarea de viață universală este un produs de asigurare relativ nou care îmbină flexibilitatea de plată a primelor cu posibilități mai mari de acumulare a capitalului. Întrucât primele și indemnizațiile de deces sunt flexibile, titularul poliței poate opta pentru una din cele 2 opțiuni de indemnizații de deces sau de a le schimba pe parcursul vieții asiguratului. Polița de înzestrare este un contract de asigurare de viață prin care are loc plata unei sume forfetare după un anumit termen sau la deces. Scadențele tipice sunt de 10, 15 sau 20 de ani până la o anumită limită de vârstă.

De regulă, companiile de asigurare au oferte mixte pe piața asigurărilor de viață, cum ar fi asigurarea de viață Grawe Crescendo, aceasta fiind o asigurare de supraviețuire cu acumulare de capital, care în schimbul unei indemnizații fixe pentru cazul de deces, oferă un cost accesibil al produsului și o acumulare de profit mai avantajoasă. La expirarea poliței (la supraviețuire): asigurătorul va plăti suma asigurată și participarea la profit acumulată până la scadența contractului. Acesta încetează odată cu plata indemnizației. În cazul survenirii decesului (din cauze naturale sau ca urmare a unui accident): asigurătorul va plăti beneficiarilor desemnați în contract suma primelor nete vărsate de către titularul poliței pentru contractul în cauză. De asemenea, se va plăti participarea la profit acumulată până la

momentul decesului. Vârsta persoanei asigurate este cuprinsă între 1 an și 50 de ani la data semnării contractului, iar contractantul poate fi o persoană fizică cu vârsta de cel puțin 18 ani. Produsul Crescendo oferă posibilitatea contractării sumei asigurate cuprinsă între 17.000 și 79.000 MDL, corespunzător duratei ce poate fi de 15, 20 sau 25 ani. Valoarea primei minime anuale este de 1.095 MDL. [3]

Produsul Grawe Profit reprezintă o asigurare mixtă de viață cu acumulare de capital și poate avea 2 opțiuni: (1) asigurare mixtă de viață cu acumulare de capital și plată fracționată în caz de deces; (2) asigurare mixtă de viață cu acumulare de capital și asigurare suplimentară în caz de deces, inclusiv asigurare suplimentară de deces din orice cauză. De asemenea, este disponibil și pachetul de accident prin care se asigură suplimentar scutire de la plata primelor pentru asigurarea de viață până la expirarea contractului, în caz de invaliditate permanentă din accident peste 50 la sută. Vârsta persoanei asigurate este cuprinsă între 15 ani și 65 de ani la data semnării contractului. Durata asigurării este cuprinsă între 10 și 45 de ani, fiind limitată de împlinirea de către asigurat a vârstei de 75 de ani. La supraviețuirea asiguratului (la scadența contractului) în cazul primei opțiuni, asigurătorul plătește suma asigurată cu participarea la profit acumulată, iar la survenirea decesului (natural sau urmare a unui accident) - suma asigurată fracționată cu participarea la profit acumulată până la momentul decesului. La supraviețuirea asiguratului (la scadența contractului) în cazul opțiunii nr. 2, asigurătorul plătește suma asigurată cu participarea la profit acumulată, iar la survenirea decesului (natural sau urmare a unui accident) - suma asigurată fracționată (în funcție de anul asigurării în care are loc decesul) și o sumă asigurată echivalentă cu suma asigurată din asigurarea de viață. Valoarea primei minime anuale este de 3.000 MDL. [4]

Principala funcție a asigurătorilor de viață constă în protecția financiară a persoanelor și familiilor, aceasta fiind tangente cu: stimularea comportamentului de economisire pe termen lung, asigurarea venitului alternativ în perioada post-pensionare, reducerea presiunii asupra bugetelor de asigurări sociale, distribuirea mai uniformă a consumului în timp, direcționarea fondurilor către piețele financiare și creșterea economică în ansamblu. [5] Asigurările de viață pe piața asigurărilor în Republica Moldova au un segment redus, motiv pentru care se impune necesitatea creării unor permise pentru răspândirea acestora la nivel național, cum ar fi: lansarea unor campanii publicitare/informaționale despre produsele asigurărilor de viață și riscurile/beneficiile acestora, perfecționarea legislației la compartimentul respectiv, sporirea credibilității companiilor de asigurare, promovarea educației și incluziunii financiare a societății prin elaborarea de politici naționale în acest domeniu. Totuși, factorul-cheie în dezvoltarea sectorului asigurărilor de viață este cel de creștere a veniturilor pe cap de locuitor pe motiv că necesitățile vitale au întotdeauna prioritate comparativ cu cheltuielile asociate asigurărilor. În țările cu venituri mici ponderea majoritară sau chiar absolută din cheltuielile de consum este alocată pentru întreținere curentă: alimente, îmbrăcăminte, locuință și sănătate, ce și determină o rată mică de economisire a populației. Îmbunătățirea nivelului de trai este o măsură indispensabilă pentru dezvoltarea pieței asigurărilor, însă prosperarea acesteia este, totodată, condiționată și de alți factori precum: politicile de stat în domeniul asigurărilor sociale și medicale, impozitarea produselor asigurărilor de viață și redistribuirea veniturilor între generații.

BIBLIOGRAFIE:

1. Lege nr.407/2006 cu privire la asigurări. Parlamentul Republicii Moldova. Publicat: 06-04-2007 în Monitorul Oficial Nr. 47-49 art. 213. Anexa nr.1.[citat 01.10.2021]. Disponibil: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=28035&lang=ro
2. Manualul Fondului Monetar Internațional (FMI) „Balanța de plăți și poziția investițională internațională”, ediția a-VI-a (BPM6). ISBN 978-1-58906-812-4, 2009. – 351 p. [citat 27.09.2021]. Disponibil: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf>

3. Produsele asigurărilor de viață ale companiei " GRAWE Carat Asigurări" SA. [citat 01.10.2021]. Disponibil: <https://www.grawe.md/asigurare-viata/crescendo/>
4. Produsele asigurărilor de viață ale companiei " GRAWE Carat Asigurări" SA. [citat 01.10.2021]. Disponibil: <https://www.grawe.md/asigurare-viata/profit/>
5. Studiu elaborat de KPMG Advisory SRL privind sectorul asigurărilor de viață și pensiile private în România. Importanța și principalele beneficii ale asigurărilor de viață și pensiilor private, 2018. – 77 p. [citat 01.10.2021]. Disponibil: https://apapr.ro/wp-content/uploads/2018/05/KPMG_2018_Asigurari_pensii.pdf

CROWDFUNDINGUL – MODALITATE MODERNĂ DE FINANȚARE ÎN ERA DIGITALIZĂRII

Daniela BUMBAC

Universitatea de Stat din Moldova

Résumé. *Les processus des dernières années dans l'économie mondiale (la crise mondiale de 2007-2008, le développement des technologies de l'information) ont créé des conditions favorables au développement d'outils d'attraction des investissements. Parmi ces outils figurent tout d'abord les plateformes d'aide à la décision basées sur les technologies du crowdfunding. Le financement participatif est une méthode de financement basée sur la coopération collective entre des personnes qui, volontairement, accumulent leur argent ou d'autres actifs, généralement via Internet, pour soutenir les efforts d'autres personnes ou organisations. Les premiers projets de financement participatif seraient apparus en 2005 au Royaume-Uni et aux États-Unis dans le domaine du microcrédit et celui des dons. Après 2008, dans un contexte de crise économique et financière marquée par un manque de la confiance dans les institutions financières, la plupart des pays développés ont trouvé dans le crowdfunding une opportunité de développement du secteur financier. Les leaders mondiaux du développement du financement participatif sont les États-Unis et la Chine, la Chine se classant au premier rang aussi en termes de nombre de transactions que du volume de celle-ci. Le financement participatif selon certaines particularités est classé en 4 catégories: le modèle anglo-saxon, européen des États membres de l'UE, asiatique et Europe de l'Est. D'après les analyses menées au niveau européen, il ressort que les principaux bénéficiaires du financement participatif sont les petites et moyennes entreprises nouvellement créées.*

Mots clés: digitalization, financement participative,, investissements.

Introducere

Pandemia Covid-19, a demonstrat cu prisosință necesitatea utilizării tehnologiilor informaționale atât în procesul gestiunii activității entităților economice, cât și în procesul de obținere a unor surse alternative de finanțare pentru implementarea și dezvoltarea noilor proiecte în cadrul entității economice. În acest context, finanțarea prin crowdfunding rămâne a fi cea mai accesibilă modalitate de finanțare în perioada crizei pandemice și de izolare on-line.

Dupa cum este menționat în lucrarea autorului Sv.Stratan, "Crowdfundingul (din engl. „crowd” – mulțime, și „funding” – finanțare) – este o metodă de finanțare bazată pe cooperarea colectivă dintre oameni care, în mod voluntar, își acumulează mijloacele bănești sau alte active, de regulă prin intermediul internetului, pentru susținerea eforturilor altor persoane sau organizații" [1,p.245]

Literatura de specialitate evidențiază crowdfundingul ca fiind cea mai nouă modalitate de finanțare. În acest context poate fi menționată viziunea autorilor ruși Gambeeva și Kojuhova I., care în cercetările lor stabilesc anul 2006 ca fiind prima apariție a acestei modalități de finanțare, fiind totodată asociată în limbajul cotidian, cu dezvoltarea tehnologiilor informaționale de comunicație. Însă, ideea finanțării populare a anumitor proiecte nu este absolut nouă. Crowdfundingul a fost practicat sub o formă sau alta cu sute de ani în urmă până la etapa utilizării lui în economia contemporană. Încă în secolul XVIII în

Europa apare așa numitul crowdfunding umanitar și literar. În anul 1973, poetul A.Poup se ocupa de traducerea Iliadei, iar pentru publicarea acesteia era nevoie de o suma de bani, de care acesta din urmă nu dispunea. Astfel, poetul s-a adresat societății pentru colectarea de fonduri necesare pentru a edita primul volum tradus al Iliadei. Cei care au sponsorizat editarea acestui volum au primit în calitate de recompense primele exemplare tipărite. În așa fel el a scos de sub tipar cinci volume ale acestui poem, după care a început traducerea Odiseii. Modele asemănătoare au fost utilizate ulterior și de către alți autori și case editoriale [2, p.9].

Un exemplu de success în domeniul crowdfundingului este cel prin care a fost ridicată renumita Statuie a Libertății din SUA. În anii 1884-1885, Franța a decis să culmineze lumea cu un proiect de excepție colectând mijloace bănești de la peste 120 mii de persoane din întreaga lume în suma de 102 mii USD, pentru Statuia Libertății, care ulterior a fost dăruita SUA cu ocazia aniversării a 100 de ani de la proclamarea independenței. Renumitul scriitor D.Swift, a creat în Irlanda organizația IrishLoanFund, prin intermediul căruia fiecare doritor putea transfera mijloace bănești pentru susținerea familiilor vulnerabile[2, p.9].

Rezultate și discuții

În înțelesul contemporan, conceptul de internet-crowdfunding a apărut în 1997. Un prim exemplu menționat aici de literatura de specialitate este cel prin care admiratorii trupei Marillion au organizat o internet-companie de colectare de fonduri în suma de peste 60 mii USD, pentru turneul trupei prin orașele SUA. Drept consecință, trupa utiliza acest model financiar de colectare de fonduri pentru înregistrarea discurilor. Tot în acest context, poate fi adus exemplul președintelui Barack Obama, care a refuzat finanțarea campaniei sale electorale din bugetul de stat, și a colectat pentru cel de-al doilea termen de alegeri, peste 200mln USD, doar într-o luna au fost colectate donații de la 1,8 mln de persoane, valoarea medie a unei donații a constituit 53 USD [2, p.10]. Pe măsura dezvoltării mecanismului finanțării populare, beneficiari ai acestuia au devenit inventatori, politicieni, pictori, oameni de afaceri, organizații de binefacere, astfel sfera de utilizare a crowdfundingului a devenit una susceptibilă tuturor domeniilor începând cu cel cultural-artistitic până la cel economic.

Diverse modele de afaceri, care sunt utilizate de către platformele de crowdfunding, pot fi grupate în următoarele categorii de bază [3, p.8]:

- **Crowdfunding bazat pe creditare (sau crowdlending)** – constă în finanțare sub formă de împrumut, pentru care investitorii urmează a fi remunerați pentru investiția realizată cu dobândă pentru sumele respective. Acest model este similar unui simplu împrumut bancar, doar că în calitate de creditori sunt doar instituțiile financiare, ci sute sau chiar mii de persoane care acționează în mod independent și se implică cu anumite contribuții pe platformele de crowdfunding [3, p.8];

- **Crowdfunding bazat pe investiții în capital propriu (sau crowdinvesting)** – practicat în special la finanțarea proiectelor comerciale. Acest model presupune recompensarea investitorilor cu acțiuni în compania finanțată de ei, respective dividende și dreptul de vot la adunarea generală a acționarilor. Spre deosebire de crowdlending, mărimea potențială a profitului nu este fixată, iar investitorii sunt expuși unui risc de credit mult mai ridicat [3, p.8];

- **Crowdfunding bazat pe bonus.** Acest model este răspândit în special în industria cinematografică, precum și în cadrul diverselor proiecte sociale. Unul din motivele participării investitorilor la acest tip de crowdfunding este interesul acestora în obținerea unui anumit bonus preconvenit, în calitate de remunerare pentru susținerea lor financiară. Adicional, investitorii pot fi remunerați cu diverse cadouri promoționale, au posibilitatea de a se întâlni cu autorii proiectului, de a participa la testarea primelor mostre ale produselor startup-ului, etc. [3, p.8];

- **Crowdfunding bazat pe donații** – reprezintă o metodă de finanțare voluntară sub forma actelor de caritate, efectuată fără careva obligațiuni financiare ulterioare pentru beneficiar față de donator. În acest caz donatorii sunt motivați de posibilitatea implicării în

dezvoltarea și implementarea unor proiecte de importanță socială, ca de exemplu, tratamentul și reabilitarea persoanelor cu dizabilități, sau care suferă de anumite maladii incurabile, lichidarea consecințelor dezastrelor naturale, proiecte de susținere a ecologiei, susținerea categoriilor sociale defavorizate etc . [3, p.8];

• **Modele hibride de crowdfunding** – combină în sine elemente din diverse tipuri de crowdfunding [3, p.8].

Crowdfundingul este cunoscut în practica contemporană și ca termen de multifinnațare.

Crowdfundingul presupune o platforma care servește în calitate de intermediar, unde se întâlnesc donatorii și recipienții resurselor financiare, precum și mijloacele de plată (inclusiv banii electronici) pentru finanțarea proiectelor. Organizatorii platformelor percep de la autorii proiectului comisioane de la 5-15% de la suma adunată pentru finanțarea proiectelor. Schema crowdfundingului este prezentată în figura 1:

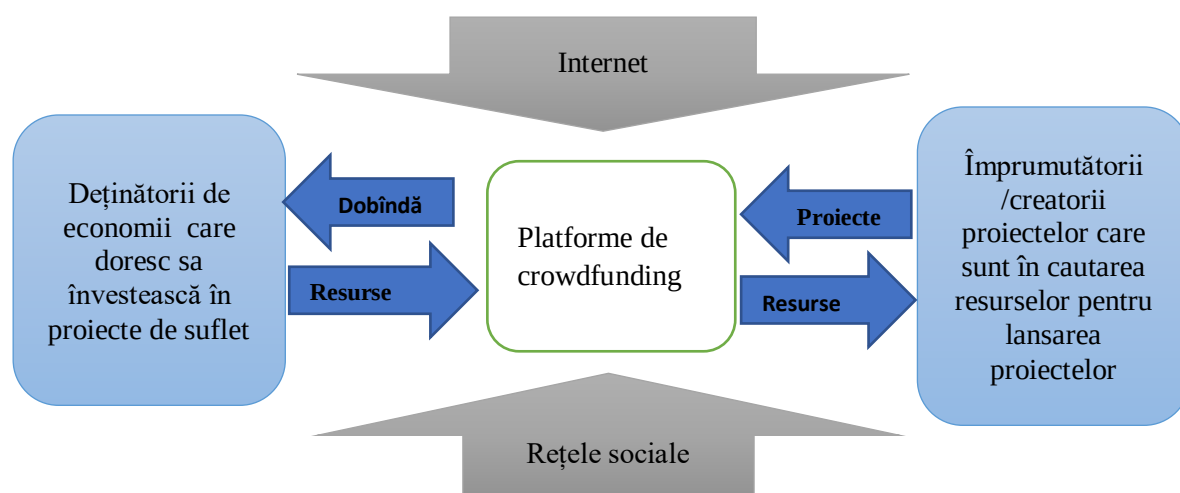


Figura 1: Mecanismul finanțării prin crowdfunding

Sursa: Elaborat de autor

După cum menționează autorii Gambeeva Iu. și Cojohova N.N, pe măsura dezvoltării ideii de finanțare populare în era digitală, se pot constata anumite caracteristici și particularități specifice pentru țările anglo-saxone, ale Comunității europene, țărilor asiatice și pentru țările Europei de Est, unde cel mai activ în ultimii ani crowdfundingul se dezvoltă în Rusia și Ucraina. Principalele caracteristici ale modelelor naționale ale crowdfundingului sunt prezentate în tabelul de mai jos (tabelul 1).

Cea mai populară formă de crowdfunding o reprezintă modelul anglo-saxon. Liderii în dezvoltarea orientărilor de business în crowdfunding sunt SUA și Marea Britanie. În SUA, conform legislației prezente până în anul 2012, companiile private puteau primi investiții doar de la investitori calificați, care înregistrau active minim de 51 mln. USD și un venit anual de 200 mii dolari. Pe parursul ultimilor ani, susținătorii start-upurilor au chemat organele de stat ale SUA să dezvolte sfera de utilizare a mecanismului crowdfundingului pentru a satisface necesitățile majore de finanțare ale businessului mic și mijlociu. Începând cu anul 2012, Congresul SUA a elaborat un șir întreg de documente normative, care se înscriau în mecanismul popular de investiții în sfera businessului național. Una dintre aceste legi este Jumpstart Our Business Startups (JOBS) ACT [4] care simplifică procedura de atragere a investițiilor de către companiile aflate în etapa inițială de dezvoltare. În baza acestei legi adoptate, antreprenorii aveau posibilitatea să încarce descrierile proiectelor lor pe platformele

de crowdfunding – on line și să atragă finanțări reale, uneori până la câteva milioane de USD. Legea JOBS prevedea că în calitate de participant la crowdfunding poate fi oricare cetățean al SUA, în baza unei limitei a investiției maxim de 5% din venitul său anual. Modificările se refereau și la companii, astfel suma investițiilor atrase nu trebuia să depășească 1mln. [4]

Tabelul 1. Modele de finanțare prin crowdfunding

Modelul de finanțare	Particularități
Modelul anglosaxon (SUA, Marea Britanie)	Mecanismul crowdfundingului este prevăzut în actele normative cu privire la mediul de afaceri; Platformele specializate în: credite, investiții, platforme de dezvoltare a proiectelor culturale și de cercetare; Prezența burselor unde pot fi tranzacționate cotele de participare obținute drept rezultat din diverse proiecte
Modelul European (țările membre UE)	Platformele orientate doar pentru clienți naționali (limite cu privire la reședință și limbă) Prezența cadrului normativ național, ce determină direcțiile de dezvoltare ale crowdfundingului (Austria, Italia, Germania, Franța) Orientarea spre finanțarea sectoarelor social-umane (cercetări arhiologice și cercetări în domeniul ocrotirii mediului înconjurător, creditarea socială a familiilor defavorizate (neasigurate))
Modelul Asiatic (China, Japonia)	Monopolul pieții crowdfundingului de către corporațiile mari și orientări pe domenii social-culturale Forma de finanțare - prin credite Lipsa cadrului normativ legislativ național (China)
Modelul Europei de Est	Dezvoltare latentă, orientată pe domeniul umanitar (binefacere) Monopolul pieții de către platformele mari, care oferă doar două tipuri de finanțări: prin donații (domeniul carității) și revânzările Posibilități concrete pentru crowdfundingul creditar și acționar nu este prevăzut Nu există un cadru normativ legislativ bine definit

Sursa: Adaptat de autor în baza [2]

Pentru început compania trebuia să publice un plan de afaceri al proiectului, informații despre fondatori și situația financiară. După realizarea proiectului, compania era obligată să raporteze investitorilor și Comisiei pentru Valori Mobiliare despre mijloacele cheltuite. Nerespectarea cerințelor determinau răspundere penală și administrativă pentru proprietarii și managerii companiei.

Una dintre cele mai cunoscute platforme de crowdfunding creditar în SUA este platforma americană **LendingClub**. Platforme de crowdfunding de investiții sunt: **CircleUp** și **RockThePost**. Alături de platformele de creditare și acționariat în SUA se dezvoltă și platforme pentru susținerea și dezvoltarea proiectelor culturale și a celor din domeniul cercetărilor științifice, precum: **AstistShare**, **PledgeMusic**, **Benefunder** ș.a. Piața americană de crowdfunding este la moment cea mai dezvoltată din lume, la baza căreia au stat următorii factori:

- Baza normativ-legislativă promovează transparența și progresul în domeniul tehnologiilor de crowdfunding;
- Infrastructura dezvoltată, care simplifică accesul la resursele de finanțare pentru promovarea și implementarea anumitor proiecte

Dezvoltarea rapidă a sectorului de crowdfunding britanic, la fel se datorează susținerii oferite din partea executivului țării. Creditarea națională (socială) astăzi este deja o obișnuință, iar

crowdfundul se bucură de o popularitate tot mai mare, datorită normelor legale ce garantează securitatea investitorilor. Particularitățile platformelor britanice de crowdfunding sunt:

- Taxe relativ mari;
- Focusarea pe afaceri bazate pe chirie sau arendă;
- Pragul mic al investițiilor.

Finanțarea participativă este dezvoltată atât pe continentul American cât și cel European. Primele platforme de crowdfunding au apărut în 2006 în Germania, și în 2007-2008 în Franța, iar începând cu anul 2012 se înregistrează o creștere semnificativă a industriei crowdfundingului european. În acest context, printre statele europene care practică astfel de finanțare se pot enumera: Marea Britanie, Franța, Germania.

Din analizele realizate la nivel European se poate constata, că principalii beneficiari ai crowdfundingului sunt întreprinderile mici și mijlocii nou create. Conform datelor publicate în Barometrul crowdfundingului în Franța, realizat de Mazars în anul 2020, au fost lansate 13796 de proiecte pentru sectorul IMM, promovate pe platformele de crowdfunding. Conform aceluiași studiu, în anul 2020, 3820 de IMM-uri au colectat cca 56 mln. euro de împrumuturi prin platformele de crowdfunding pentru o perioadă medie de 33 luni, la o rată de rentabilitate pentru creditori în marime de 6,27%. Suplimentar, la rata dobânzii creditorilor se adaugă și comisionul platformei de crowdfunding, care în mediu constituie 4,41% [5].

Toate platformele de crowdfunding sunt platforme digitale, fapt ce permite actorilor săi mobilizarea foarte rapidă a resurselor de la creditor la debitor. Pentru a permite companiilor depășirea întreruperilor activităților cauzate de criza datorată la pandemia Covid-19, Guvernul francez a stabilit un dispozitiv nou prin care garantează până la 300 de miliarde euro din împrumuturile acordate: împrumuturi garantate de stat. La 22 aprilie, Senatul a adoptat amendamentul 341 pentru înregistrarea platformelor de împrumut având statutul de intermediar în crowdfunding (IFP) în mecanismul de grant a împrumuturilor garantate de stat. Pentru anul 2020, volumul împrumuturilor acordate prin intermediul crowdfundingului în Franța a depășit cifra de 1 mld. Euro, astfel față de anul 2015, volumul finanțărilor prin crowdfunding au crescut de circa 6 ori [5].

Leaderul finanțărilor prin crowdfunding atin în regiunea Asiei cât și pe plan internațional rămâne a fi China. Conform datelor prognozate de către grupul Băncii Mondiale pentru anul 2025 nivelul crowdfundingului în China ar putea atinge cifra de 46-50 mld. USD [2, p.22]. Aceleași prognoze realizate de Banca Mondială au stabilit că în următorii 10 ani, nivelul investițiilor de crowdfunding ar putea atinge nivelul de 96 mld. USD. [2, p.22]. Un alt model al finanțărilor prin crowdfunding îl prezintă modelul Japonez, care este cu mult mai modest decât cel al Chinei, dar care este unul destul de bine reglementat și dezvoltat. Cel mai popular în Japonia și China este crowdfundingul creditar și cel investițional. Aceste două forme sunt reglementate în Japonia de Legea cu privire la controlul utilizării banilor (*Moneylending Control Act*), precum și de Legea cu privire la valorile mobiliare în scopul protejării debitorilor și investitorilor și crearea unei piețe investiționale corecte și transparente. Legislația Japoneză divizează investitorii pe platforme de crowdfunding în două mari categorii: calificați și necalificați. Astfel pentru investitorii calificați, pentru a participa sau a crea platforme de crowdfunding trebuie să fie înregistrați la Agenția Serviciilor Financiare, suma minimă pentru un investitor calificat pe platforma de crowdfunding - 10 mln. Yen sau 100 mii USD. Pentru investitorii necalificați, limita aportului pe platforme este stabilită la 5 mii USD. La moment, platformele japoneze sunt axate pe modelul creditar al finanțărilor, și care aduc investitorilor un venit de la 2%-10% anual [6].

Dezvoltarea rapidă a crowdfunding-ului în multe țări se datorează sprijinului și atenției sporite din partea guvernelor acestora. În prezent crowdfunding-ul este recunoscut ca o formă legală de relații comerciale în cel puțin douăzeci de țări avansate economic. Este de remarcat faptul, că în Occident este dezvoltat și cadrul normative legislativ care permite antreprenorilor

să colecteze mijloace bănești pe scară largă de sine-stătător de pe platformele de crowdfunding. Cea mai progresivă reglementare a crowdfundingului este considerată legea americană Jobs Act (*Jumpstart Our Business Startups Act*), care conține principalele prevederi pentru crowdinvesting și permite atragerea finanțărilor online de până la 1 milion de dolari SUA, de la un număr maxim de 2000 de investitori, inclusiv neacreditați. Pentru comparație, anterior acest lucru putea fi făcut doar de către investitorii acreditați, adică cei cu venit anual de peste 200 mii de dolari SUA în ultimii doi ani și cu o avere/venituri ce depășește 1 milion de dolari SUA [4]. În Franța, cadrul normativ, care reglementează procedura de crowdfunding, stabilește mărimea maximă a finanțărilor prin intermediul crowdfundingului de până la un milion de euro [1, p.249]. În Marea Britanie, Germania și Italia au fost elaborate actele normative corespunzătoare pentru a asigura o garanție financiară a investitorilor și a facilita funcționarea platformelor de crowdfunding. O astfel de legislație va permite o utilizare mai eficientă a avantajelor crowdfunding-ului și dezvoltarea potențialului acestuia [1, p.249].

Cea mai înaltă rata de dezvoltare a crowdfundingului revine Chinei urmată de SUA. Având în vedere evoluția tehnologică a țării, efectul căreia este amplificat de apariția în continuu a startup-urilor, metodele de crowdfunding au obținut o valoare specială pentru business-ul din China. Doar în decursul a 5 ani (din 2011 până în 2016) acolo au fost create 332 de diverse platforme de crowdfunding, ceea ce indică o creștere rapidă a popularității acestei metode de finanțare [1, p.249]. Potrivit datelor prezentate în sondajul Băncii Mondiale, până în 2025, volumul finanțării proiectelor prin intermediul crowdfunding-ului al Chinei poate ajunge la 46 – 50 miliarde de dolari SUA, sau aproximativ jumătate din volumul prognozat a industriei la nivel global [1, p.249].

Pe plan internațional sunt sute de platforme de crowdfunding care s-au dezvoltat cu succes reușind să asigure finanțări pentru proiecte din diverse domenii de la cultural-artistic la proiecte de finanțare a startup-urilor.

FundingCircle, lansată în 2010, este prima platformă de crowdlending din Marea Britanie, care permite investitorilor să ofere împrumuturi pentru sectorul IMM. Astăzi această platformă operează nemișcat în SUA, Germania și Țările de Jos. Până în anul 2020, FundingCircle a permis finanțarea a peste 23000 IMM-uri, de către 60000 investitori (particulari și instituționali) pentru mai mult de 2,1 mld de lire sterline, fapt ce a permis crearea peste 40000 de locuri de muncă în Marea Britanie începând cu 2010 [8]. Începând cu 2013 guvernul britanic și-a expus susținerea sa pentru platformele de finanțare pentru IMM-uri acordând 100 mln. Lire sterline sub forma împrumuturilor directe pentru IMM-uri prin intermediul acestei platforme, pe lângă împrumuturile acordate de investitorii particulari. FundingCircle permite IMM-urilor să obțină credite de la 5000 lire până la 1 mln. Lire. Creditele obținute pe platforma sunt acordate ca:

- Împrumuturi negarantate pentru finanțarea necesarului de fond de rulment;
- Împrumuturi garantate;
- Împrumuturi pentru investiții în special pentru procurarea materiei prime și a echipamentului de producție;
- Împrumuturi imobiliare.

Platforma permite antreprenorilor de a introduce și procesa cererea lor de împrumut în termen de 10 minute și respectiv de a obține un acord de finanțare pentru un împrumut în termen de 2 zile și de obține finanțare în termen de 7 zile. Această platformă este caracterizată de un nivel scăzut al creditelor neperformante acordate.

KIVA - o altă platformă cunoscută de crowdfunding specializată în microcreditare. Această platformă este printre primele platforme din lume create în 2005 care permite particularilor să acorde împrumuturi în sume mici persoanelor care locuiesc în state în curs de dezvoltare. Din momentul creării sale, Kiva a oferit finanțări a peste 2,4 mln. de împrumutători (debitori) (printre care 81% femei) din 83 de țări, în sumă de peste 699 mln.

USD de la 1,6 mln. de creditori. La moment Kiva înglobează o rețea de 6180 de instituții de microfinanțare partenere [9]. Politica de împrumut a platformei Kiva presupune:

- Creditele pot varia în suma de la 25 USD până la 50000 USD;
- Termenul de creditare este de maximum 20 ani;
- Calendarul de rambursare est ajustat în dependență de situația debitorului;
- Creditorii împrumută fără dobândă pe platforma Kiva;
- Partenerii sunt autorizați să solicite debitorilor o rata a dobânzii rezonabilă dacă aceasta demonstrează o viabilitate a programului de împrumut;
- Creditorii platformei își asumă în totalitate riscurile aferente împrumuturilor acordate

Din cercetările efectuate privind mai multe platforme de crowdfunding se poate constata că principalii parteneri ai platformelor de crowdfunding sunt băncile comerciale care au reușit prin aceste parteneriate să beneficieze de o popularitate înaltă și o imagine pozitivă în societate, prin susținerea start-upurilor și a proiectelor inovatoare. Aici poate fi adus exemplul parteneriatului dintre platforma Wised și Creditul Cooperativ, care diversificând ofertele sale și integrând noile forme de finanțare, banca a reușit să beneficieze de imaginea unei companii inovante și dinamice.

Cea mai mare piața a crowdfundingului în evoluția lui după 2012 rămâne a fi China, care deține circa 70% din volumul finanțărilor pe platforme de crowdfunding cu cca 207,89 mld. USD în anul 2018, pe locul secund se plasează SUA cu un volum de doar 17,7 mld, USD, după care urmează Marea Britanie cu 6,36 mld, depășind cu mult toate țările europene care au înregistrat un volum al finanțărilor prin crowdfunding de 4,03 mld. Pentru anul 2018 Regiunea Asia-Pacific, fără China a înregistrat un volum al finanțărilor de 3,4 mld. USD [7].

Concluzii

Spre deosebire de finanțarea clasică, finanțarea prin crowdfunding oferă câteva șanse de succes unei companii mici aflate la început de cale. În al doilea rând, finanțarea de tip crowdfunding susține companiile cu proiecte ambițioase și inovatoare. La acest capitol menționez: dacă o întreprindere nou creată are idei inovante și de perspectivă și ar aplica la un credit bancar, atunci instituțiile de credit ar refuza finanțarea, considerând riscul prea mare pentru banii lor, iar aplicând la resurse de finanțare de pe o platformă de crowdfunding ar putea obține cu succes finanțare pentru proiectul ambițios.

La moment, în țări precum R. Moldova, crowdfundingul în calitate de nouă practică de finanțare se confruntă cu o reglementare inadaptată, care impune obligații disproporționate în raport cu natura activităților platformei. Dificultatea adoptării unui cadru de reglementare constituie astăzi o adevărată frână în calea dezvoltării crowdfundingului. În țările unde crowdfundingul este susținut și promovat, fiindu-i asigurată și o reglementare pe măsură, acesta din urmă constituie un factor de succes determinant al dezvoltării economice.

BIBLIOGRAFIE:

1. Stratan Svetlana, Finanțarea prin crowdfunding a activității inovatoare: experiența mondială Culegere de articole selective ale Conferinței Științifice Internaționale „Competitivitatea și Inovarea în Economia Cunoașterii” 22-23 septembrie 2017, Vol.1. - P. 245-250. Chișinău, Vol. I E-ISBN 978-9975-75-893-2
2. Гамбеева Ю.Н., Кожухова Н.Н. Краудфандинг как инновационный финансовый инструмент цифровой экономики: национальные модели, Государственное управление. Электронный вестник Выпуск № 77. Декабрь 2019, disponibil: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2019/vipusk_77_dekabr_2019_g./gambееva_kozhukhova.pdf

3. European Commission. Crowdfunding in the EU Capital Markets Union. Staff Working Document SWD, 2016
4. Jumpstart Our Business Startups (JOBS) Act, <https://www.investopedia.com/terms/j/jumpstart-our-business-startups-act-jobs.asp>
5. Baromètre du crowdfunding en France 2020, Disponibil: <https://financeparticipative.org/wp-content/uploads/2021/02/BAROMETRE-CROWDFUNDING-2020-FPF-MAZARS.pdf>
6. Краудфандинг в Японии // WikiHub. URL: <https://wikihub.ru/kraudfanding-vyaponii/>
7. Crowdfunding Statistics Worldwide: Market Development, Country Volumes, and Industry Trends, <https://p2pmarketdata.com/blog/crowdfunding-statistics-worldwide/>
8. <https://www.fundingcircle.com/uk/>
9. <https://www.kiva.org/>

PERSPECTIVELE SECTORULUI IMM DIN REPUBLICA MOLDOVA

Ruslan MIHALACHI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. According to statistical data for 2020 in the Republic of Moldova there are 57.2 thousand entities in the SME sector, representing about 98.6% of the total entities. With a trained staff of 316.8 thousand employees, representing 60% of the total and with 150112 million lei sales, which is 40% of the total sales for all entities. At the same time, the contribution of the SME sector to the formation of GDP is about 50%, being constantly growing for the last years. The data presented strongly emphasize the role and importance of the SME sector in the development of any modern economic system, without which sustainable growth becomes an unattainable goal. The development of small enterprises must be seen as a strong economic and social measure against poverty / unemployment, which ultimately leads to a decrease in emigration - currently the priority issue for the Republic of Moldova. Developed countries have long recognized the colossal role of small businesses in their economies and provide sophisticated support for them. The objectives of support here are to find an optimal balance between the interests of society, business and the state. State support is a decisive factor in the development of entrepreneurship in developed countries. The latter use various methods and forms of administrative, legal and economic support. All these measures require an urgent realization and within the domestic economic system, otherwise, the proposed economic, social and political objectives become unachievable.

Keywords: economic growth, emigration, small and medium enterprises, unemployment.

Conform datelor statistice pentru anul 2020 în Republica Moldova sunt 57,2 mii entități din sectorul IMM, ce reprezintă circa 98,6% din total entități. Cu un personal antrenat în număr de 316,8 mii angajați, ce reprezintă 60% din total și cu 150112 milioane lei vânzări, ceea ce constituie 40% din total vânzări pentru toate entitățile. În acelaș timp, contribuția sectorului IMM la formarea PIB-ului constituie circa 50%, fiind în constantă creștere pentru ultimii ani

Datele prezentate ne exprimă accentuat, rolul și importanța sectorului IMM în dezvoltarea oricărui sistem economic modern, fără de care creșterea durabilă devine un obiectiv nerealizabil.

Dezvoltarea întreprinderilor mici trebuie văzută ca o puternică măsură economică și socială împotriva sărăciei/șomajului ce conduce, în final, la scăderea emigrației - actualmente problema prioritară pentru Republica Moldova.

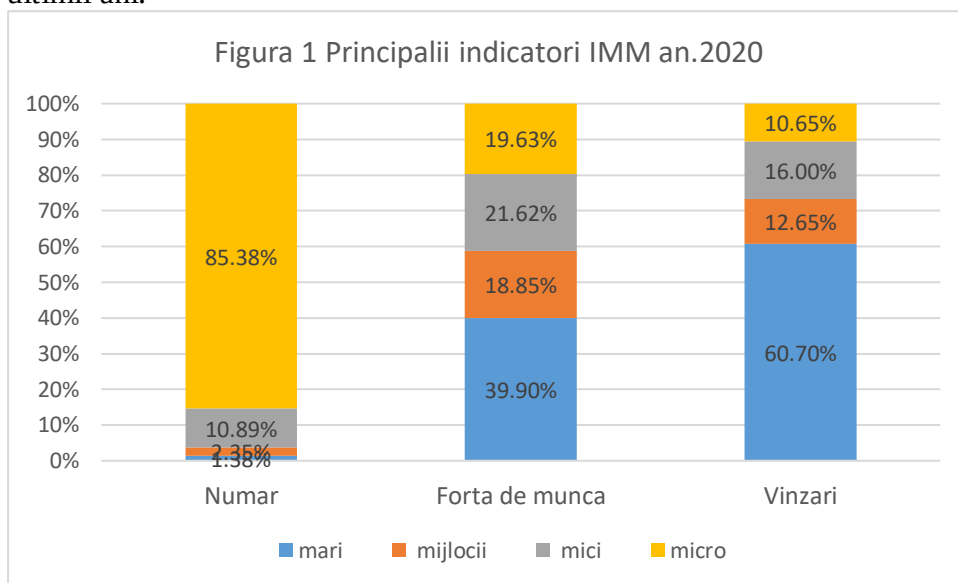
Țările dezvoltate au recunoscut de mult rolul colosal al întreprinderilor mici în economiile lor și oferă sprijin sofisticat pentru acestea. Obiectivele sprijinirii aici sunt de a

găsi un echilibru optim între interesele societății, ale afacerilor și ale statului.

Sprrijinul de stat este un factor decisiv în dezvoltarea antreprenoriatului în țările dezvoltate. Acestea din urmă utilizează diverse metode și forme de sprijin administrativ, juridic și economic. Toate aceste măsuri cer o realizare urgentă și în cadrul sistemului economic autohton, în caz contrar, obiectivele propuse de ordin economic, social și politic devin nerealizabile.

Conținutul lucrării:

Conform datelor statistice pentru anul 2020 în Republica Moldova sunt 57,2 mii entități din sectorul IMM, ce reprezintă circa 98,6% din total entități. Cu un personal antrenat în număr de 316,8 mii angajați, ce reprezintă 60% din total angajați și cu 150112 milioane lei vânzări, ceea ce este 40% din total vânzări pentru toate entitățile. În acelaș timp, contribuția sectorului IMM la formarea PIB-ului total constituie circa 50%, fiind în constantă creștere în ultimii ani.



Sursă: Biroul Național de statistica anul.2020

Datele prezentate ne exprimă accentuat, în mod cantitativ, rolul și importanța sectorului IMM în dezvoltarea sistemului economic autohton, fără de care creșterea durabilă devine un obiectiv nerealizabil.

În sectorul micilor afaceri se concentrează cea mai mare parte a resurselor naționale, care reprezintă terenul de reproducere pentru întreprinderile mijlocii și mari. La întreprinderile mici, se constată o eficiență mai mare a forței de muncă, aceste entități cu costuri mai reduse satisfac nevoile de tipuri rare de bunuri și servicii bazate pe dezvoltarea surselor locale și, în același timp, asigură mai multe locuri de muncă. În plus, dezvoltarea întreprinderilor mici este văzută ca o puternică măsură economică și socială împotriva sărăciei, șomajului, respectiv, conduce, în final, la scăderea emigrației - actualmente problema principală pentru Republica Moldova.

Țările înalt dezvoltate au recunoscut de mult rolul colosal al întreprinderilor mici în economiile lor și oferă sprijin sofisticat pentru acestea. Obiectivele sprijinirii întreprinderilor mici sunt de a găsi un echilibru optim între interesele societății, ale afacerilor și ale statului.

Sprrijinul de stat este un factor decisiv în dezvoltarea antreprenoriatului în țările industrializate. Aproape toate țările dezvoltate cu economii de piață utilizează diverse metode și forme de sprijin administrativ, juridic și economic: crearea de structuri de stat responsabile de întreprinderile mici și mijlocii; programe de asistență financiară pentru întreprinderi mici; stimulente fiscale pentru întreprinderile mici; asistență guvernamentală în obținerea comenzilor pentru firmele mici; furnizarea de asistență tehnică și de management;

reglementarea antimonopol. Toate aceste măsuri cer o realizare urgentă și în cadrul sistemului economic autohton, în caz contrar, obiectivele propuse de ordin economic, social și politic devin nerealizabile.

Multe din aceste direcții au făcut parte din Strategia de dezvoltare a IMM pentru anii 2012-2020. Prin implementarea acestei strategii guvernul și-a dorit o trecere de la modelul de dezvoltare economică, bazat pe consum, la un nou model, orientat spre exporturi, investiții și inovații.

Direcțiile prioritare ale noii strategii au fost:

- ✓ ajustarea cadrului normativ de reglementare la necesitățile dezvoltării IMM;
- ✓ îmbunătățirea accesului lor la finanțare;
- ✓ dezvoltarea capitalului uman prin promovarea competențelor și culturii antreprenoriale,
- ✓ sporirea competitivității și încurajarea spiritului inovator,
- ✓ facilitarea dezvoltării IMM în regiuni și dezvoltarea parteneriatelor în afaceri.

Trebuie de remarcat că multe rezultate, în special, în raport cu țările europene, au fost sub nivelul așteptărilor.

Totuși trebuie de remarcat progresele în reducerea reglementărilor împovărătoare, prestarea serviciilor de dezvoltare comercială pentru IMM-uri. Reformele demne de remarcat includ și consolidarea cadrului de politici pentru învățarea antreprenorială, sprijin inițial pentru tinerii antreprenori, extinderea schemei de garantare a creditelor, lărgirea serviciilor de e-guvernare și formalizarea platformei de dialog public-privat.

La capitolul asistență și consultanță realizate de ODIMM putem remarca următoarele programe:

- Acordarea serviciilor de consultanță individuale în cadrul programelor de suport în afaceri (PARE 1+1, PFA, START pentru TINERI, accesul IMM la credite bancare prin Fondul de Garantare a Creditelor, Gestiunea Eficientă a Afacerii, Femei în afaceri”
- Acordarea serviciilor de consultanță în cadrul Rețelei Incubatoarelor de Afaceri
- Acordarea serviciilor de consultanță în cadrul Programului de stat „Prima Casă”
- Programele de suport în afaceri în regiuni
- Dezvoltarea serviciilor Centrului de Consultanță și Asistență în Afaceri în regiuni

Reformele respective au fost reflectate în raportul Doing Business din 2020 al Băncii Mondiale, care clasifică Moldova pe locul 48, în creștere de pe locul 63 în 2015. Moldova are o performanță relativ bună la indicatorii inițierea unei afaceri și înregistrarea proprietății, dar are un rezultat slab la indicatorul eliberarea autorizațiilor pentru construcții (World Bank, 2019). Potrivit Indicatorului Competitivității Globale din 2019, Moldova se clasifică pe locul 86 în cadrul a 141 de țări, sistemul financiar, inclusiv finanțarea IMM-urilor (clasificat pe locul 124 și, respectiv, 93), rămânând unul dintre aspectele cele mai problematice, în pofida îmbunătățirii ușoare comparativ cu anul 2018.

Pe viitor Moldova trebuie să se axeze pe promovarea unui mediu concurențial echitabil pentru toate întreprinderile printr-o politică concurențială eficientă și un sistem judiciar transparent și independent. Rămâne de depus un efort considerabil pentru promovarea învățării antreprenoriale, inclusiv instruirea cerințelor cu privire la competențele specifice ale IMM. Internaționalizarea limitată a IMM-urilor din R. Moldova este o provocare pe termen lung, precum și un accent mai mare poate fi plasat pe valorificarea sporită a relațiilor dintre Moldova și UE.

Pe lângă aceasta, Moldova ar putea sprijini în continuare activitățile inovaționale ale IMM-urilor și tranziția acestora la economia ecologică.

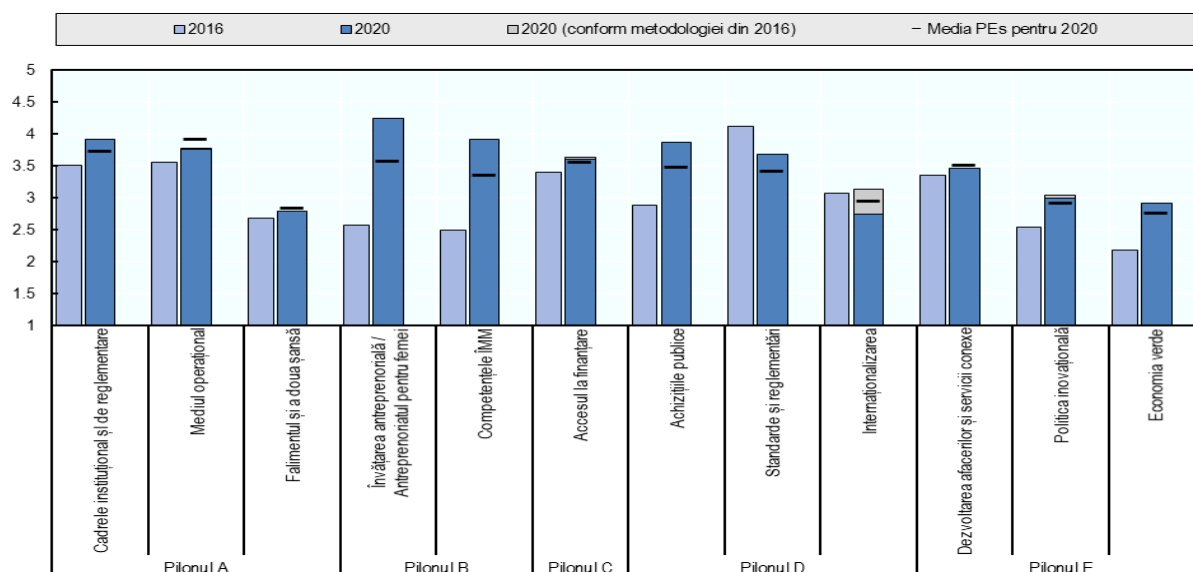


Figura 2 Scorurile Indicelui politicilor IMM pentru Moldova

Sursă: *Indicele politicilor IMM 2020 p.10*

În pofida îmbunătățirilor majore în mediul operațional atât pentru întreprinderile naționale, cât și pentru cele străine, rămân în continuare provocări structurale importante. De exemplu, emigrația masivă și sistemul educației rigid au dus la deficitul de forță de muncă calificată – unul dintre principalele obstacole pentru desfășurarea activității economice, raportat de IMM-uri. În afară de aceasta, interviurile cu membrii comunității de afaceri indică percepția acestora că nivelurile corupției sunt în continuare înalte. Moldova s-a clasat pe locul 117 din 180 de țări conform Indicelui de percepție a corupției (Transparency International, 2018). Imparțialitatea și independența instanțelor judecătorești sunt în continuare contestate de sectorul privat, ceea ce reduce dorința investitorilor de a-și extinde activitățile în Moldova. Conform Sondajelor întreprinderilor, efectuat de Banca Mondială, 27,4% dintre întreprinderile intervievate au identificat corupția ca principala constrângere, în timp ce 30,6% identifică sistemul judecătoresc drept o constrângere majoră. Valorile respective se situează considerabil mai sus de cifrele medii de 19,4% și, respectiv, 10,1% pentru Europa și Asia Centrală.

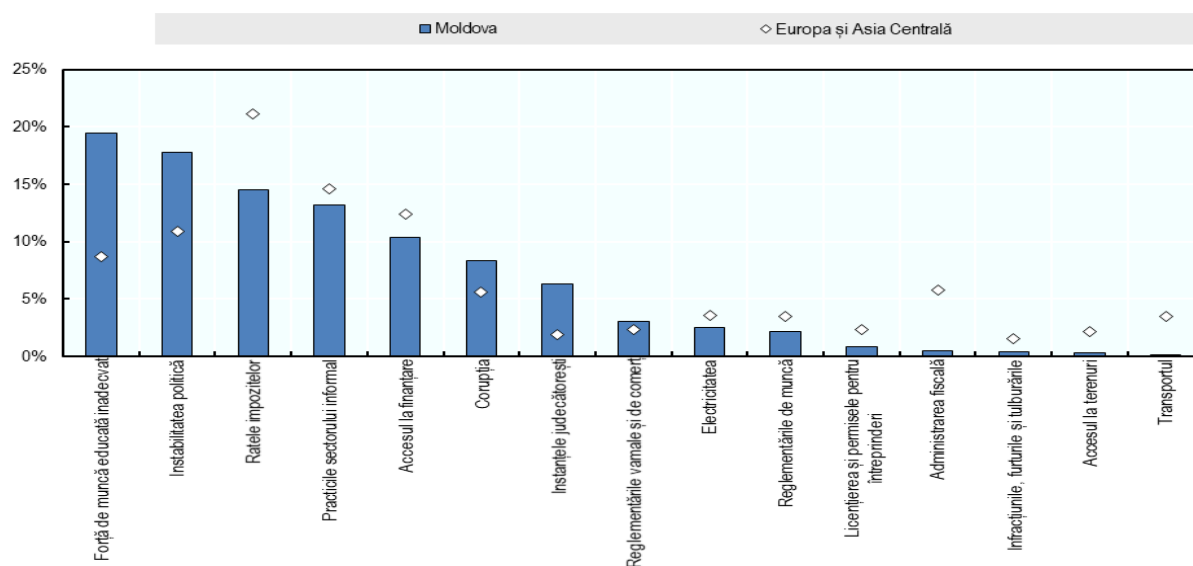


Figura 3 Constrângerile pentru mediul de afaceri în Moldova

Sursă: *Indicele politicilor IMM 2020 p.13*

Procentul întreprinderilor intervievate care consideră că un anumit obstacol pentru mediul de afaceri este cel mai important.

În ultimii ani în Republica Moldova au fost demarate un șir de proiecte cu caracter publicprivat și finanțare internațională, menite să contribuie la creșterea capacităților de inovare și competitivitate a IMM-urilor. Au fost deschise mai multe incubatoarea de afaceri, care ulterior au fost extinse pîna la crearea unei rețele. Au fost deschise parcuri industriale și efectuate studii de fezabilitate pentru extinderea regională a acestora. Această infrastructură de suport este extrem de importantă pentru IMM-uri, deoarece contribuie la o activitate eficientă a acestora, oferindu-le posibilități de lansare și extindere a afacerii. Totuși, capacitatea IMM-urilor autohtone de a face față competitivității la nivel european este încă limitată.

Moldova a întreprins anumite măsuri pentru a facilita accesul IMM-urilor la finanțare. Politicile notabile includ extinderea sistemului de înregistrare a bunurilor mobile, ceea ce a îmbunătățit ecosistemul pentru înregistrarea gajului. Consolidarea sectorului bancar a dat rezultate palpabile, investitorii internaționali revenind în țară la primele semne ale restabilirii creșterii creditelor. Sprijinul finanțării IMM-urilor depinde în mare măsură de donatori, deși extinderea Fondului de garantare a creditelor este un pas pozitiv în atenuarea riscurilor percepute ale împrumuturilor către IMM-uri.

Programele de suport pentru IMM-uri sunt oferite practic prin intermediul fiecărei bănci majore, deși tind să fie finanțate de donatori, dar și să vizeze un segment sau o activitate foarte specifică. Schemele de sprijin de stat includ și subvenții la rata dobânzii, care în general sunt considerate a fi un mecanism mai puțin durabil.

O evoluție pozitivă de la ultima evaluare este extinderea în 2018 a Fondului de garantare a creditelor, atât în termeni monetari, cât și în ceea ce privește designul și ofertele acestuia; îmbunătățirea monitorizării și evaluării Fondului ar trebui să contribuie la îmbunătățirea schemei acolo unde este cel mai necesar, în timp ce serviciile complementare de asistență și instruire urmăresc crearea unui program de sprijin holistic pentru IMM-urile considerate anterior mai puțin rentabile.

Cît primește finanțare prin intermediul sectorului de microfinanțare, realitatea a arătat că micro-finanțarea are de parcurs încă un drum foarte lung pentru a fi considerată o sursă alternativă realistă de finanțare pentru un segment mare de IMM-uri. În domeniul factoringului, există reglementare dedicată, deși aceasta ar putea fi îmbunătățită în continuare prin includerea unor elemente suplimentare, cum ar fi dispoziții privind factoringul electronic. În plus, nu sunt disponibile date statistice pentru a evalua penetrarea pe piață a acestui instrument.

În contextul actual principale măsuri care în continuare trebuie de urmat și dezvoltat sunt:

- Promovarea dezvoltării competențelor antreprenoriale;
- Facilitarea accesului IMM la finanțare;
- Sprijinirea accesului IMM la piețe;
- Sporirea competitivității IMM;
- Dezvoltarea cooperării între IMM;
- Dezvoltarea relațiilor dintre IMM, companiile mari și mediul academic;
- Dezvoltarea sistemului informațional unic pentru IMM (instruire, finanțare, piață)

În acelaș timp ca afacerile mici să devină o componentă cheie pentru creșterea economică din Republica Moldova este important de realizat:

- Creșterea numărului de IMM la 1000 locuitori; (circa 20 IMM la 1000 locuitori)
- Descentralizarea teritorială a IMM-urilor și dezvoltarea regională a acestora (60% din IMM sunt în mun. Chisinau)
- Creșterea eficienței a întreprinderilor micro. (marea parte funcționează în pierdere)
- Descentralizarea ramurală a IMM-urilor și accentuarea pe direcții inovaționale (circa 40%)

din IMM sunt în comerț, considerată non-inovatoare și nu produc valoare adăugată)

- Scoaterea IMM-urilor din zona tenebră, cu prezentarea unor înor informații oficiale - transparente și complete.

Concluzii

Practica internațională a dovedit că doar un sector puternic al afacerilor mici poate asigura o creștere economică durabilă, cât și o dezvoltare a țării în ansamblu. Și aici vorbim nu doar despre aspectele economice, ci și despre cele sociale, culturale și demografice.

În același timp, asigurarea unui sector încheiat al afacerilor mici constituie o sarcină destul de dificilă, mai ales într-o țară cu o economie de tranziție. Cu toate acestea, experiența țărilor străine poate servi ca un exemplu obiectiv al modului în care acest lucru poate fi realizat cu consecințe mai puțin dureroase.

În prezent, în țara noastră, starea afacerilor mici necesită o atenție deosebită și un sprijin permanent, însă implementarea adecvată a acestora este capabilă să rezolve o serie de probleme fundamentale ale țării noastre, în primul rând, este vorba de lupta împotriva sărăciei și a migrației în masă.

Obiectivele sprijinirii întreprinderilor mici sunt de a găsi un echilibru optim între interesele societății, ale afacerilor și ale statului. O sarcină importantă a unui astfel de sprijin este de a-i acorda un caracter investițional și inovativ, care ulterior va putea genera efecte așteptate pentru întreaga societate.

Sprijinul de stat este un factor decisiv în dezvoltarea antreprenoriatului în țările industrializate. În aceste țări sistemele de sprijin și dezvoltare a întreprinderilor mici din țările lider au intrat în faza de autoreglementare; fiind creat un sistem de bănci, fonduri, centre de inovare/ parcuri științifice care lucrează special pentru dezvoltarea afacerilor mici.

Multe din aceste realizări au fost preluate și implementate și în cadrul sistemului economic autohton. Cu toate acestea măsurile și acțiunile respective necesită o continuitate, diversificare și dezvoltare profundă în vederea obținerii rezultatelor așteptate.

Mecanismul de stimulare și susținere, în primul rând, trebuie să fie orientat spre:

- ajustarea bazei normative care va asigura dezvoltarea și implementarea programelor de creditare, împrumuturi directe și garantate, subvenții preferențiale, stimulente fiscale și alte forme de sprijin financiar și economic;
- stimularea accesului la tehnologii și inovații ce va spori calitatea și sortimentul de produse și servicii și pe viitor accesul la piețele străine
- stimularea accesului la piețele de desfacere și asigurarea unor comenzi comerciale din partea statului;
- crearea unui sistem de pregătire și recalificare a personalului;
- furnizarea de servicii de consultanță și suport informațional pentru întreprinderile mici.

Toate aceste măsuri cer o ajustare permanentă și realizare consecventă în cadrul sistemului economic autohton, așa cum ca problemele actuale de ordin economic, social și demografic să ajungă a fi soluționate.

BIBLIOGRAFIE:

1. Raport IMM BNS 2020
2. Raport Indicele Politicilor IMM 2020
3. Raport ODIMM 2019
4. Raport privind activitatea Fondului de garantare a creditelor 2020.
5. Strategia de dezvoltare IMM 2012-2020

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛАТЕЖНЫХ СИСТЕМ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

Светлана БИЛООКАЯ

Государственный университет Молдовы

Abstract. As practice shows, one of the main modern challenges for national central banks in the field of payment and settlement systems is the development of innovations and improvement of national payment systems in conditions of globalization. Taking into account the foregoing, the scope of this study is to solve the scientific problem of developing of directions for modernizing the national payment systems in accordance with modern trends in the development of financial markets, implemented on the basis of expanding institutional and infrastructural interaction both at the national and international levels, considering the strictest criteria of reliability and efficiency. To achieve this goal, in the article were solved tasks of analyzing the evolution of payment systems in the Republic of Moldova, as well as payment systems of a number of countries from the European Union, the possibility and feasibility of introducing in national legislation of certain provisions of Payment services Directive 2015/2366 (PSD 2), implementing in the Republic of Moldova of a modern Instant Payments System, accession of the Republic of Moldova to the Single Euro Payments Area (SEPA), and were proposed recommendations on some directions of development of the system of payment and settlement services in the Republic of Moldova.

Keywords: efficiency, financial markets, payment system, reliability.

Введение:

В результате глобализации, экономика большинства стран стала частью мирового рыночного хозяйства, при этом институциональные, юридические и технологические барьеры размываются. Компьютеризация во всех сферах ускоряет получение информации, заключение контрактов, обеспечивает управление в режиме реального времени предприятиями, расположенными в разных странах, а также своевременные расчеты по обязательствам как физических, так и юридических лиц. Глобализация экономических отношений и интернационализация платежей требуют ускорения перевода средств, а рост количества платежей требует применения передовых платежных технологий и инновационных платежных инструментов в платежных системах.

В сложившихся условиях, одним из важнейших вызовов для центральных банков выступают развитие инноваций и совершенствование национальных платежных и расчетных систем в условиях обеспечения эффективности и надежности предоставления розничных платежных услуг, как на национальном, так и на международном уровнях. Проведенное исследование демонстрирует, что в последние десятилетия были достигнуты значительные успехи в развитии платежных систем по всему миру. Особым явлением на мировом рынке платежных услуг является создание и успешное функционирование единого платежного пространства Европейского Союза (ЕС), представляющего собой ценный опыт, внедрение которого могло бы в существенной мере содействовать развитию платежных систем в Республике Молдова.

Принимая во внимание вышеизложенное, целью данного исследования является предложение направлений развития платежных систем Республики Молдова, в соответствии с современными тенденциями эволюции интеграционных процессов европейских финансовых рынков, реализуемых на основе расширения институционального и инфраструктурного взаимодействия как на национальном, так и на международном уровне, с учетом строгих критериев надежности и эффективности.

Методология и информационная база исследования. В работе использованы общенаучные методы познания, методы сравнительного анализа, классификации и статистических группировок, анализ и синтез, табличная и графическая интерпретация, обобщение. Информационной базой послужили научные труды

специалистов в соответствующей области, статистическая и аналитическая информация, опубликованная Национальным Банком Молдовы (НБМ), Европейским Центральным банком (ЕЦБ), Европейской Комиссией, законодательные акты ЕС и Республики Молдова.

2. Теоретические аспекты исследования.

Понятие «платежная система» появилось одновременно с активной цифровизацией общества и автоматизацией финансового сектора, однако оно до сих пор не имеет четкого определения. Одно из первых определений платежной системы дал американский экономист Б. Саммерс, согласно которому, платежная система - это «совокупность средств для осуществления денежных расчетов, необходимых для выполнения обязательств, возникающих при ведении хозяйственной деятельности» [5]. По мнению исследователей Бьяджо Б. и Массимо К., «платежная система» - это инфраструктура (состоящая из институтов, инструментов, правил, процедур, стандартов и технических средств), созданная для передачи денежной стоимости между сторонами, выполняющими взаимные обязательства [2].

На законодательном европейском уровне, определение этому термину было дано в первой *Директиве ЕС по платежным услугам* (Directive 2007/64/EC (PSD 1)), согласно которой термин «платежная система» означает систему денежных переводов, функционирующую на основании формальных и стандартных договоренностей и общих правил для обработки, клиринга и/или урегулирования платежных транзакций [3]. Эта же Директива установила единый набор правил для платежей во всей Европейской экономической зоне (ЕС, Исландия, Норвегия и Лихтенштейн), охватывающий все типы электронных и безналичных платежей, таких как: *кредитные переводы, прямое дебетование, карточные платежи, мобильные и онлайн-платежи*. В 2015 году в ЕС для улучшения существующих правил и учета новых цифровых платежных услуг, была утверждена новая *Директива о платежных услугах* (Directive 2015/2366 (PSD 2)). Новые правила включают строгие требования безопасности при иницировании и обработке электронных платежей и защиты финансовых данных потребителей. PSD2 также предусматривает открытие платежного рынка ЕС для компаний, предлагающих потребительские или бизнес-ориентированные платежные услуги на основе доступа к платежному счету клиента - так называемые «поставщики услуг иницирования платежей» и «поставщики информационных услуг по счетам». Также PSD2 включает в себя список «категорий поставщиков платежных услуг».

В свою очередь, Европейский центральный банк (ЕЦБ), описывая термин «платежная система» на общем уровне, определяет его как набор трех основных элементов или процессов: *платежные инструменты; обработка (включая клиринг); средство расчетов для соответствующих банков* [4]. При этом национальная платежная система включает: *платежные системы для крупных сумм; розничные платежные системы*. Платежные системы для крупных сумм и для срочных платежей, как правило, организованы в виде *Систем валовых расчетов в режиме реального времени* (RTGs), в свою очередь, не большие (розничные) и не срочные платежи исполняются, зачастую на клиринговой основе в *Клиринговых системах с расчетом нетто-позиций* (DNS).

В последнее десятилетие в ЕС особое внимание уделяется развитию розничных платежных систем, под которыми Б. Саммерс понимает «системы перевода мелких денежных сумм, удовлетворяющих платежные потребности частных лиц и фирм при осуществлении простых экономических отношений» [5]. В исследованиях ЕЦБ к розничным платежам относят платежи, осуществляемые между «частными домашними хозяйствами, государственными учреждениями и (или) нефинансовыми компаниями».

Надзор Евросистемы за платежными системами организован в разрезе *Системно важных платежных систем* (SIPS) и *Несистемно важных платежных систем* (поп-

SIPS). Различие систем основано на критериях, связанных с размером системы, долей рынка, трансграничной деятельностью, предоставлением расчетных услуг другим инфраструктурам финансового рынка. *Регламент ЕЦБ о требованиях к надзору за системно значимыми платежными системами (Регламент SIPS)* охватывает как системы крупных платежей, так и системы розничных платежей, имеющих системное значение, независимо от того, управляются ли они национальными центральными банками стран ЕС или частными организациями. Он направлен на обеспечение эффективного управления юридическими, кредитными, операционными рисками, рисками ликвидности, коммерческими, депозитарными, инвестиционными и другими рисками, а также надежными механизмами управления, объективным и открытым доступом, эффективностью и действенностью SIPS. Согласно *Регламенту SIPS*, ЕЦБ отвечает за контроль систем *TARGET2*, *EURO1* и *STEP2-T* [11].

Несистемно значимые платежные системы (non-SIPS) обычно используются для выполнения не крупных платежей физическим лицам и от физических лиц, а также для расчетов между физическими лицами и компаниями и государственными органами. Они способствуют как стабильности и эффективности финансовой системы в целом, так и доверию граждан к евро. Евросистема в рамках надзора за *Несистемно значимыми платежными системами* применяет *Принципы CPSS-IOSCO для инфраструктур финансового рынка*. Вопросы оплаты платежных услуг, предоставляемых на территории ЕС, регулируются Регламентом 924/2009 «О трансграничных платежах в ЕС».

3. Эмпирические аспекты исследования.

Платежные системы ЕС прошли длинный эволюционный путь, начиная с традиционных расчетных систем до интегрированных инновационных платежных систем и схем расчетов, позволяющих совершать трансграничные и локальные платежи и переводы мгновенно, вне зависимости от местоположения отправителя и получателя в странах ЕС. Важнейшими транс-европейскими системами являются:

- TARGET2, сложная децентрализованная платежная система, объединяющая национальные системы стран, представляет собой *Систему валовых расчетов в реальном времени* и является важным компонентом финансовой интеграции ЕС, используется как центральными, так и коммерческими банками для обработки платежей в евро.

- Target Instant Payment Settlement – система, обеспечивающая постоянно доступную и безотзывную услугу мгновенных расчетов для розничных платежей.

- TARGET2-Securities – платформа, связывающая национальные центральные депозитарии ценных бумаг и обеспечивающая расчеты по сделкам с ценными бумагами.

- EURO1, система расчетов, предназначенная для перевода крупных платежей (до €500 млн), обрабатывающая транзакции на нетто-основе.

- STEP1 - сервис, предоставляющий в режиме реального времени платежные услуги по переводу платежей до €50 млн., используя структуру EURO1, обрабатывает клиентские переводы банков и межбанковские платежи по операциям клиентов.

- STEP2 - клиринговая палата, созданная для расчетов по платежным операциям на международном и страновом уровне в евро на небольшие суммы, осуществляет обработку переводов, направляемых в систему в виде электронных файлов, содержащих множество платежей, время исполнения которых не критично для отправителей и получателей средств.

Развитие европейских платежных систем обеспечивает своевременную обработку платежей, объемы которых неуклонно растут (рисунки 1).

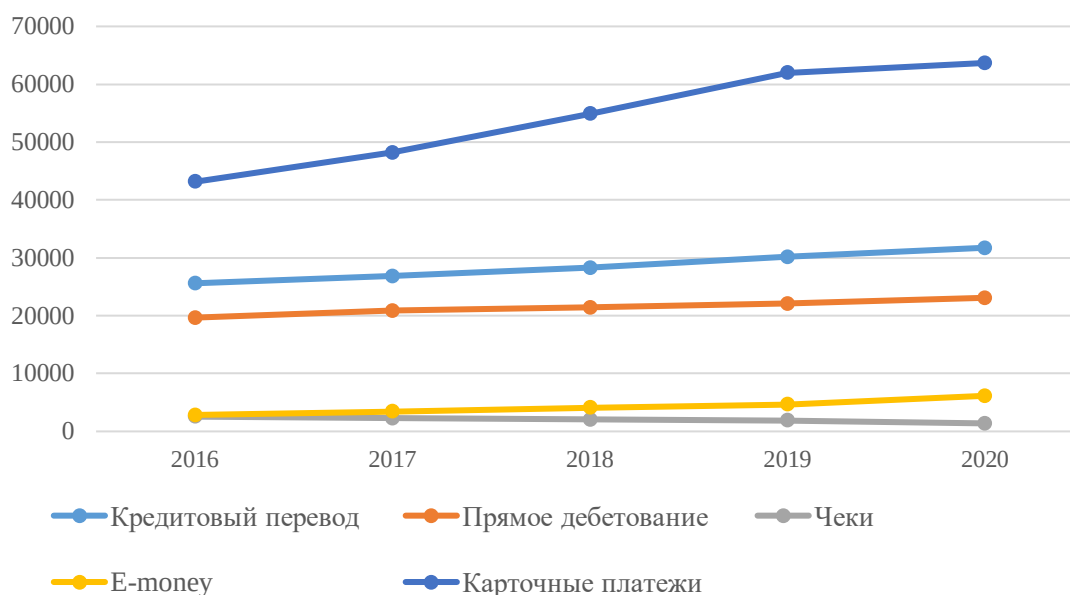


Рисунок 1. Количество платежей, осуществленных в ЕС, 2016-2020 г.г., млн. шт.
 Источник: разработано автором на основании [12]

Следует отметить, что несмотря на значительные темпы роста количества карточных платежей, осуществляемых в странах ЕС, на сегодняшний день по объемам произведенных транзакций, доминируют кредитовые переводы. Вместе с тем, в то время как количество и объемы платежей с применением современных платежных инструментов демонстрируют неуклонный рост, объемы и количество расчетов посредством таких традиционных инструментов, как чеки, снижаются (таблица 1).

Таблица 1. Объемы безналичных платежей, ЕС, млрд. евро

	2016	2017	2018	2019	2020
Кредитовый перевод	163457,5	169452,4	164281,2	172811,8	189726,5
Прямое дебетование	6487,9	6707,2	6906,7	7168,6	6780,5
Чеки	2497,9	2333,1	2090,3	1938,2	1427,4
E-money	119,5	143,2	173,7	196,2	258,5
Карточные платежи	1821,4	1974,7	2159,6	2345,8	2335,1

Источник: разработано автором на основании [12]

Платежные системы ЕС являются ключевыми элементами для развития единого платежного пространства зоны евро (Single Euro Payments Area, SEPA). SEPA – проект по устранению различий между внутренними и трансграничными платежами в евро, цель которого состоит в том, чтобы сделать платежи в евро по всей Европе такими же дешевыми, быстрыми, безопасными и эффективными, как и внутренние платежи. Участниками SEPA являются все страны ЕС, Лихтенштейн, Исландия, Норвегия, Монако и Швейцария. SEPA позволяет клиентам совершать безналичные платежи в евро другому клиенту, находящемуся в любой точке страны-участника, используя универсальные стандарты указания банковских реквизитов и единый набор платежных инструментов. В SEPA действуют следующие платежные схемы: SEPA кредитовый перевод; SEPA прямой дебет; SEPA платежные карты; SEPA мгновенный кредитовый перевод [6].

Таблица 2. Динамика количества и объемов безналичных платежей в ЕС, 2016-2019 г.г.

	Кредитовый перевод				Прямое дебетование			
	Всего, млрд. евро	SEPA, млрд. евро	Всего, млн. шт.	SEPA, млн. шт.	Всего, млрд. евро	SEPA, млрд. евро	Всего, млн. шт.	SEPA, млн. шт.
Австрия	3322,1	2202,7	618,9	614,6	199,2	188,4	462,6	459,1
Бельгия	7816,6	5512,5	1755,4	1747,2	135	132,9	546,1	542,1
Венгрия	838123	65810,9	382,3	3,5	1329	0	73,9	0
Германия	56874,2	22037,5	6892,1	6836,6	3200,8	311,5	11593,8	11501,6
Греция	699,1	553,7	477,6	473,4	9	9	28,6	28,6
Испания	9510,9	7133	1329	1235,1	480,3	477,9	1911,1	1909,4
Португалия	1328,0	972,2	333,5	321,6	33,4	33,4	228,7	228,7
Румыния	9565,8	2475,7	394,3	52,8	14,4	0,1	-	-
Словакия	975,5	805,7	394,6	393,3	5,2	4,8	37,5	37,5
Словения	273	134,8	153,2	143,4	3,5	2,7	44,3	41
Франция	32712,3	10054,5	4482,6	4428,6	1684,2	1652,9	4621,6	4610,7
Чехия	154318,5	4871,5	911,6	11,4	168,3	5,8	41,8	0

Источник: разработано автором на основании [12]

Одним из основных законодательных актов ЕС, регулирующих SEPA, является Регламент (ЕС) № 260/2012, который устанавливает общие стандарты и технические требования, такие как использование IBAN и стандарт обмена сообщениями ISO 20022 XML для кредитовых и дебетовых переводов в евро. В свою очередь, Директива о платежных услугах (PSD 2) обеспечивает гармонизацию законов, регулирующих платежные услуги в ЕС, в частности, в отношении прав и обязанностей поставщиков услуг и их потребителей и усиления конкуренции в платежной индустрии.

Развитие платежных систем на европейском пространстве - это постоянный процесс. Одним из последних проектов по интеграции платежей на уровне ЕС, является EPI (*European Payments Initiative*) - система мгновенных платежей, которая призвана служить платформой для «стыковки» национальных карточных систем, чтобы победить сложившуюся дуополию Visa и Mastercard, на долю которых приходится более 80% карточных транзакций в ЕС. На сегодняшний день, покупатели не могут расплачиваться своими национальными платежными картами на территории других стран Европы, если они не используют международную карточную систему. Новая система для моментальных карточных платежей будет построена на уже существующей инфраструктуре быстрых переводов в евро - SEPA Instant Credit Transfer, что позволит оперативно проводить клиринг и расчеты по карточным операциям и обеспечит подключение и операционное взаимодействие национальных карточных систем [10].

В Республике Молдова, НБМ уделяет большое внимание развитию платежных систем. Так, в 2006 г. начала работать Автоматизированная система межбанковских платежей (АСМП, SAPI), состоящая из системы Валовых Расчетов в Режиме Реального Времени (DBTR), предназначенной для обработки срочных платежей и платежей на крупные суммы и Клиринговой Системы с Расчетом нетто-позиций (CDN), которая осуществляет обработку не срочных платежей на мелкие суммы, и была разработана и совершенствуется соответствующая нормативная база. АСМП является комплексной структурой, содействующей ускорению обращения безналичных денег с применением

современных платежных инструментов, надежных и эффективных механизмов управления рисками, и в целом, соответствующая международным стандартам, что стимулирует рост платежей (таблица 3). Однако после 15 лет эксплуатации, она нуждается в модернизации.

Таблица 3. Динамика количества и объемов безналичных платежей в Республике Молдова, 2016-2019 г.г.

Показатель	Вид платежа	2016	2017	2018	2019	2020
Количество транзакций, млн. шт.	АСМП, в том числе:	11,9	12,9	12,9	13,56	12,58
	BPPB (RTGs)	0,99	1,1	1,2	1,33	1,25
	клиринговая система (DNS)	10,9	11,8	11,8	12,27	11,33
Объем транзакций, млрд. лей	АСМП, в том числе:	825,8	1229,4	1193,2	1020,6	1076,2
	BPPB (RTGs)	775,4	1172,8	1133	955,8	1014,1
	клиринговая система (DNS)	50,37	56,6	60,2	64,76	62,1
Объемы кредитовых переводов, млрд. лей	всего, в том числе:	427,8	449,1	439,8	502,8	419,6
	на бумажном носителе	262,6	288,1	169,5	151,6	50,2
	в электронном формате	165,2	161,0	270,3	351,2	369,4
Количество кредитовых переводов, млн. шт.	на бумажном носителе	5,4	5,2	5,1	4,9	2,4
	в электронном формате	9,2	10,7	11,6	14,4	16,0
Объемы сделок по прямому дебетованию	всего, млн. лей	29,5	37,5	42,5	67,1	116,6
Количество сделок по прямому дебетованию	всего, тыс. шт.	69,9	86,3	101,6	130,7	170,7
Операции по безналичным платежам по карточкам, эмитированным в Республике Молдова	количество безналичных расчетов, млн. шт.	14,6	22,2	33,9	50,9	70,3
	объемы безналичных расчетов, млрд. лей	6,6	8,9	12,3	17,2	21,8

Источник: разработано автором на основании [7], [8]

После незначительных улучшений (внедрение кодов IBAN и пр.), НБМ утвердил *Концепцию развития платежной сферы в Республике Молдова* [9], которая предполагает разделение модулей DBTR и CDN, переход к формату платежных сообщений ISO 20022, создание функциональной модели управления лимитами ликвидности участников АСМП и внедрение схемы мгновенных платежей. Вместе с тем, опираясь на опыт ЕС, полагаем необходимым внести существенные изменения в нормативную базу в соответствии с *Директивой о платежных услугах (PSD 2)*, в частности, относительно прозрачности условий и требований по раскрытию информации при оказании платежных услуг, прав и обязанностей при предоставлении и использовании платежных услуг, регулирования новых участников финансового посредничества, принципов взаимодействия участников рынка, введения новой системы агрегации информации о счетах (AISP), улучшения защиты прав клиентов и их защиты от мошенничества. В условиях усиления денежных потоков между ЕС и Республикой Молдова, разработать мероприятия по включению в SEPA, в том числе посредством реализации проекта EPI, что позволит в перспективе, при экономической целесообразности, внедрить национальную платежную карточную систему.

Выводы:

Современные тенденции, характеризующиеся развитием цифровизации, европейской финансовой интеграции и конкуренции, определяют необходимость модернизации сферы платежных услуг Республики Молдова на основе применения международных стандартов и лучшей практики. Выполняя задачи по развитию и обеспечению

стабильности платежных систем, НБМ, помимо сегрегации систем DBTR и CDN, перехода на ISO 20022, и внедрения схемы мгновенных платежей, необходимо более активно включаться в мероприятия по присоединению к SEPA, для чего следует обеспечить расширение базы финансовых посредников, развитие платежной инфраструктуры, совершенствование национальной законодательной системы, защиту прав клиентов.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Barry M. и др. EU retail and SME payments state of the industry. Wyman Oliver. 2017.
2. Biagio B., Massimo C. The Oversight of the Payments Systems: A Framework for the Development and Governance of Payment Systems in Emerging Economies. WB, 2001
3. Directive of the European Parliament and of the Council on payment services no 2007/64/EC of 13 November 2007, Official Journal of the EU, 2007, no 319/1.
4. ECB. The payment system, 2010, ISBN 978-92-899-0633-3.
5. Summers B. The Payment System: Design, Management, and Supervision. 1994, МВФ.
6. ЦБ России. Краткий обзор европейского платежного пространства. 2018
7. <https://www.bnm.md/bdi/pages/reports/dsp/DSP1.xhtml>
8. https://www.bnm.md/files/Raport_anual_2020%20publicat.pdf
9. <https://www.bnm.md/ro/content/extras-din-conceptul-privind-dezvoltarea-domeniului-de-plati-din-republica-moldova>
10. <https://bloomchain.ru/detailed/bystrye-plateji-v-evrope-banki-v-messendjerah-i-finteh-dlja-blogerov-obzor-bloomchain>
11. <https://www.ecb.europa.eu/paym/pol/activ/systems/html/index.en.html>
12. <https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000004051>

PECULIARITIES OF DERIVATIVES MANAGEMENT IN NON-FINANCIAL ORGANIZATIONS

Pavel PANKOV

Polotsk State University, Republic of Belarus

Abstract. *In the article have been considered peculiarities of derivatives usage by non-financial organizations in order to determine those aspects that require special attention from management in the process of making and implementing managerial decisions in this area. Among such peculiarities have been proposed the following issues: legislative regulation; the ratio of hedging and speculative operations as the main purposes of derivatives usage; contradictory practice of application in order to hedge risks; increased risk, related to derivatives; the ratio of price and value of derivatives; the role of physical movement of goods in strategies of derivatives usage; hedge accounting application; tax consequences of derivatives usage. For each of the proposed peculiarities have been proposed managerial aspects, which are relevant in the context of making and implementing management decisions. Such systematization of the peculiarities of derivatives usage will allow the management of non-financial organizations to better understand the details of the operations carried out, as well as to allocate managerial resources in the process of managing derivatives more efficiently.*

Keywords: *derivatives, hedging, speculative operations, non-financial organizations, management.*

Introduction. Derivative instruments such as forwards, futures, options, swaps, as well as their combinations with each other may be relevant for non-financial organizations. Most often, the need for the use of derivatives in non-financial organizations will strengthen as the impact of currency exchange rate volatility or commodity prices increases. Derivatives may be used for hedging risks and less often for speculative operations. The main problem associated with derivatives usage is that derivatives can in some cases themselves become a

source of increased risk and potential losses for the organization. It requires active participation of management in the process of making and implementing management decisions. For example, as noted by Bae S.C., Kim H.S., Kwon T.H., analyzing the use of hedging by South Korean companies, “the positive effects of hedging for the sample of companies were not identified at least due to the lack of effective hedging management, which connected with the choice of non-optimal hedging strategies and excessive costs associated with hedging”. And further, “... our research shouldn’t be considered as a reason for not hedging risks using derivatives, but it notes the importance of actively managing hedging strategies based on the analysis of the ratios of potential benefits and related costs” [1].

Thus, derivatives, regardless of the purpose of application, should be managed competently. This requires understanding the main peculiarities of derivatives usage in order to properly allocate management resources in accordance with the most important aspects of derivatives application. Therefore, the purpose of this work is to analyze the peculiarities of derivatives usage by non-financial organizations and to identify those aspects that will be important in the process of making and implementing management decisions. The theoretical and methodological basis of the research is regulatory acts, analysis of the use of derivatives by foreign scientists, primarily on the example of US companies, practical recommendations of consulting companies, as well as materials presented by exchanges.

The main part. In the conducted study have been identified 10 peculiarities of derivatives usage by non-financial organizations and relevant aspects that will be important in the process of making and implementing management decisions. Further they are described in more detail.

1. Legislative regulation. Difficulties are caused mainly by over-the-counter derivatives since the terms of such contracts are not typical and they may include multiple reference norms (for example references to ISDA documentation instead of clear description of rights and obligations), there may be requirements for creating reserves and also there exist possibility of making negative decisions when considering cases on over-the-counter derivatives in courts. Research in the field of legal regulation of the derivatives market is based on legislation of a specific jurisdiction and is given in the works of such authors as Safonova T.Y. [2], Shaik K. [3], Rainer, G. [4]

Aspects relevant for making management decisions: recognition of settlement over-the-counter transactions as betting transactions, the procedure for collecting mutual collateral and offsetting counterclaims (netting), legal qualification of complex derivatives.

2. The ratio of hedging and speculative operations as the main purposes of derivatives usage. Hedging risks using derivatives assumes fixing future cash flows at a certain level, which increases the stability of activities, increases investment attractiveness, increases the reliability of planning, etc., but does not assume extracting profit directly from trading operations, while speculative operations assume taking on increased risk in order to obtain additional profit. The analysis of failures in the use of derivatives, in particular due to the incorrect definition of the purposes is given in the work of Jacques L. [5]. In general, the purposes of derivatives usage are characterized in any major work devoted to this topic, for example, the already mentioned works [2, 3].

Aspects relevant for making management decisions: the ratio of hedged cash flows and volumes of derivative transactions: 1:1 – full hedging, less than 1 – partial hedging (if optimization models are applied it is referred to as optimal hedging), more than 1 – the presence of a speculative position; the hedge ratio changes over time – dynamic hedging, does not change – static hedging.

3. Contradictory practice of application derivatives in order to hedge risks. Theoretically, risk hedging has a positive effect on the company’s position and its investment attractiveness, but empirical studies are quite contradictory. There are various purposes for the

use of derivatives and reasons for refusal. Different empirical results are caused by the specifics of the work of each industry considered and the corresponding time period. At the same time global (coverage not only of US companies) studies of the use of derivatives for both hedging and speculation are very limited, and most companies resort to derivatives usage on a case-by-case basis according to their vision of the market at a particular time. Studies of the impact of hedging on the value of the company, as well as the reasons for refusing to hedge, are given in the works of Stulz, R. [6], Phan, D. [7], Bartram, S.M. [8] and other authors.

Aspects relevant for making management decisions: in the process of making decision to hedge risks using derivatives, it is necessary to take into account the current conditions of a particular organization, without relying on the positive experience of other organizations, since the result of hedging for each company will vary significantly.

4. Increased risk. Derivatives, being a risk transfer and management instrument themselves carry increased risks. The reason for this dual nature of derivatives is caused by the fact that at the time of conclusion of a transaction with derivatives, the entire amount of the transaction is not paid or a small part of it is paid, for example, the amount of the option premium. That is, transactions with derivatives allow you to carry out leveraged transactions, which in case of unfavorable movement of market variables is associated with significant losses. The riskiness of the process of derivatives usage is considered in the works of Safonova T.Y. [2], Jacques L. [5] and others.

Aspects relevant for making management decisions: monitoring of price, credit, liquidity risks arising from the presence of derivatives in the company's portfolio, selection of control procedures in accordance with the purposes of derivatives usage (risk hedging or speculative operations).

5. The ratio of price and value of derivatives. The price of a derivative is the value at which it will be necessary to buy or sell the underlying asset in the future multiplied by the volume of the contract it forms the notional value. The market value of the derivative reflects the value at which the instrument can be sold at the current time. The market and notional value of derivatives in most cases differ significantly. The works of Gottesman A. [9], Wendy L.P. [10] are devoted to the issues of price formation and determination of the market value of derivatives, practical examples of evaluating exchange derivatives are provided on the resources of exchange platforms, for example at the St. Petersburg International Commodity Exchange [11].

Aspects relevant for making management decisions: in the financial reporting positions on derivatives are reflected at market value (that is, the size of opened positions is not reflected), an additional analysis of notional and mutually of compensating positions is required.

6. Peculiarities in the Republic of Belarus. Operations with derivatives have not become widespread among non-financial organizations in Belarus; there are a number of issues in the field of legislative regulation, low activity of exchange trading on the futures market and low liquidity of exchange instruments. The analysis of the development and peculiarities of the Belarusian derivatives market is given in the Analytical Review of the National Bank of the Republic of Belarus [12], the works of Nasonova I.V. [13], Sidorenko Y.Y. [14], Masko L.V. [15] and other authors.

Aspects relevant for making management decisions: clarification of legislative issues requires sending requests to relevant ministries and departments, when choosing derivatives for application it is advisable to consider variants in derivatives markets abroad, also it is necessary to coordinate the volume of risk hedging within several enterprises belonging to concerns or holdings.

7. Application of hedge accounting. Hedging accounting allows company to reduce fluctuations of profit indicator in the financial reporting, but requires additional

documentation and efficiency assessment for reporting purposes. For the purposes of preparing financial statements, transactions for the purchase and sale of goods with deferred execution may qualify as ordinary transactions and not as derivatives. In detail the features of hedging accounting and approaches to assessing the effectiveness of hedging for reporting purposes (according to the rules of IFRS) are presented in the work of Ramirez J. [16].

Aspects relevant for making management decisions: it is important for management to make a principled decision on the application /non-application of hedge accounting, which will affect profit – a key indicator of the organization’s activity (such a decision should be made before the hedging relationship begins).

8. Tax consequences of derivatives usage. Hedging risks using derivatives has a positive impact on tax consequences in conditions of a progressive scale of taxation. In addition to the theoretical reasons why it is possible to reduce taxes with the help of derivatives there are also practical situations that are associated with the ambiguity of the taxation of derivatives at the legislative level due to inconsistency uncertainty and asymmetry of tax regulations. The tax consequences of derivatives usage are considered in more detail in the works of Donohoe, M.P. [17], Raskolnikov, A. [18], Smith, C. [19].

Aspects relevant for making management decisions: it is required the control of tax norms in terms of attribution of losses to the general tax base, including questions on drawing up hedging confirmation, transferring income/expenses to future periods, etc.

9. The role of physical movement of goods in strategies for the use of derivatives. Jacques L. defines the lack of ability to coordinate interaction between departments when performing operations with derivatives as “... one of the reasons for a number of financial shocks caused by the presence of derivatives in the company’s portfolio” [5]. It is required when opening/closing positions in the derivatives market to control the availability of capacities for the production, transportation and storage of commodity assets, as shown in figure 1.

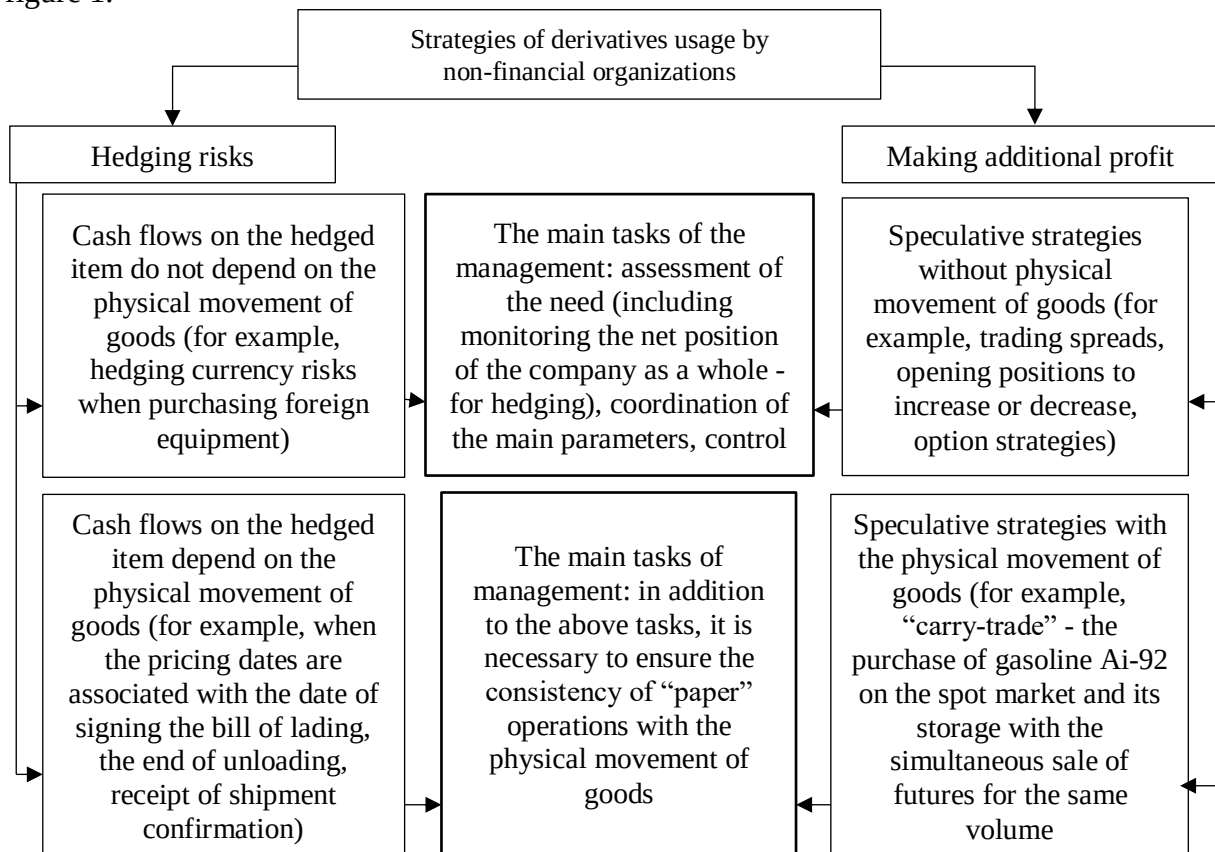


Figure 1 – The influence of the physical movement of goods in derivatives strategies on management decision-making

Source: own development

As can be seen in the diagram shown in figure 1, the physical movement of goods in the strategies of derivatives usage will complicate the process of making and implementing management decisions. This leads to the need for well-established interaction between the financial and production departments of the organization in terms of information exchange and coordinated joint actions under the supervision of the organization's management.

Aspects relevant for making management decisions: coordination the mechanisms of interaction between departments responsible for the implementation of "paper" transactions with departments responsible for the production, transportation and storage of commodity assets, on which the applied derivatives are based.

10. Peculiarities in the world. The derivatives market is dominated by interest rate contracts, while the regulation of the market was significantly affected by the crisis of 2007-2009; commodity and currency derivatives markets are important for non-financial organizations, where various financial institutions, including banks, hedge funds and investment companies, work in search of diversification. Regulation of the swap market in accordance with the Dodd-Frank Act can be presented as follows: supervisory authorities exercise their powers within the appropriate boundaries, reporting on the implementation of swap transactions is provided to trading authorities, depending on the type of swaps – standard or non-standard, there are requirements for central clearing or for securing a transaction and the amount of capital.

Aspects relevant for making management decisions: in the case of entering foreign over-the-counter markets, compliance with the Dodd-Frank Act [20] in the United States and similar laws in other jurisdictions would be required.

Conclusion. Thus, ten peculiarities of derivatives usage by non-financial organizations were identified, which, in our opinion, quite fully cover the entire range of problems that may arise in the process of derivatives application. For each of the highlighted feature the most important aspects for making and implementing management decisions were identified. These aspects require competent knowledge and increased attention from the side of decision makers, which will contribute to use of derivatives in non-financial organizations more reasonably, avoiding unnecessary mistakes.

Bibliography

1. Bae, S.C., Currency derivatives for hedging: New evidence on determinants, firm risk, and performance / S.C. Bae, H.S. Kim, T.H. Kwon // J. Futures Markets. – № 38. – 2018. – P. 446-467. <https://doi.org/10.1002/fut.21894>
2. Сафонова, Т.Ю. Управление рисками на рынке производных финансовых инструментов: монография / Т.Ю. Сафонова. – М. : Креативная экономика, 2017. – 398 с.
3. Shaik, K. Managing Derivatives Contracts: A Guide to Derivatives Market Structure, Contract Life Cycle, Operations, and Systems / K. Shaik. – NY: Apress, 2014. – 476 p.
4. Райнер, Г. Деривативы и право. Перевод с немецкого / Райнер Г.; Пер.: Алексеев Ю.М., Иванов О.М. – М. : Волтерс Клувер, 2005. – 496 с.
5. Жак, Л. Опасные игры с деривативами: Полувековая история провалов от Citibank до Barings, Société Générale и AIG (пер. с англ.) / Л. Жак. – М. : Альпина Паблишер, 2017. – 334 с.
6. Stulz, R. How Companies Can Use Hedging to Create Shareholder Value / R. Stulz // J. Applied corporate finance. – 2013. – Vol. 4(25). – P. 21-31. <http://dx.doi.org/10.1111/jacf.12038>
7. Phan, D. Uncovering the asymmetric linkage between financial derivatives and firm value – The case of oil and gas exploration and production companies / D. Phan, H. Nguyen,

- R. Faff // *Energy Economics*. – 2014. – Vol. 45. – P. 340-352.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.eneco.2014.07.018>
8. Bartram, S.M. Corporate hedging and speculation with derivatives / S. M. Bartram // *Journal of Corporate Finance*. – 2019. – Vol. 57. – P. 9-34.
<https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2017.09.023>
9. Gottesman, A. *Derivatives essentials : An introduction to forwards, futures, options and swaps* / A. Gottesman. – Hoboken: John Wiley & Sons, 2016. – 353 p.
10. Wendy, L.P. *Derivatives* / L.P. Wendy [et.al.]. – Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, 2017. – 624 p.
11. Практические примеры использования фьючерсов на нефтепродукты // Санкт-Петербургская международная товарно-сырьевая биржа» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://spimex.com/upload/iblock/537/5371769fe46b74a6142894ae0871bd95.pdf>. – Дата доступа: 15.09.2021.
12. Финансовая стабильность в Республике Беларусь 2019 // Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/publications/finstabrep/finstab2019.pdf>. – Дата доступа: 15.09.2021.
13. Насонова, И.В. Пути развития в Республике Беларусь рынка фьючерсных контрактов / И.В. Насонова // *Вестн. ассоц. белорус. банков*. – 2019. – № 3 (838). – С. 12-16.
14. Сидоренко, Ю.Ю. Основы хеджирования валютных рисков в Республике Беларусь / Ю.Ю. Сидоренко // *Банковский вестник*. – 2017. – № 5. – С. 12-20.
15. Masko L. Corporate securities and derivatives markets in emerging economy: opportunities for non-financial organizations in the Republic of Belarus // L. Masko, A. Lavrinenko, P. Pankou // *Proceedings of the conference New Challenges in Economic and Business Development – 2020: Economic Inequality and Well-Being* (University of Latvia, Riga), October, 2, 2020. – P.302-314.
16. Ramirez, J. *Accounting for derivatives: advanced hedging under IFRS 9* / J. Ramirez. – Second edition. – United kingdom, John Wiley&Sons Ltd, 2015. – 784 p.
17. Donohoe, M.P. Financial Derivatives in Corporate Tax Avoidance: A Conceptual Perspective / M.P. Donohoe / *Journal of American Taxation Association*. – 2015. – 37(1). – P. 37-68. doi:10.2308/atax-50907
18. Raskolnikov, A. Taxation of Financial Products: Options for Fundamental Re-form / A. Raskolnikov // *Tax Notes*. – 2011. – Vol. 133 (12). – P. 1549-1557.
19. Smith, C. The Determinants of Firms' Hedging Policies / C. Smith, R. Stulz // *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*. – 1985. – Vol. 20(4) – P. 391-405.
<https://doi.org/10.2307/2330757>
20. Закон Додда-Франка // Free U.S. Government information for all [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/PLAW-111publ203/pdf/PLAW-111publ203.pdf>. – Дата доступа 21.09.2021.

ILAAP 2022 ÎN CONTEXTUL ALINIERII LA CERINȚELE ȘI PRACTICILE INTERNAȚIONALE DE SUPRAVEGHERE BANCARĂ – INOVAȚIA BNM PENTRU CONSOLIDAREA PERMANENTĂ A SECTORULUI BANCAR DIN REPUBLICA MOLDOVA

Cristina LACHI, Tatiana MANOLI
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *In the contemporary era, banks serve as a locomotive for progressive transformations in the financial sector. The efficiency of the functioning of the banking sector in the Republic of Moldova is determined by the interaction between commercial banks and the real economic sector. In the conditions of the COVID-19, the banking sector in our country continued, mainly, its positive evolution, becoming more consolidated due to the ability of banks to prudently manage their activity and as a result of the supervision activity of the National Bank of Moldova. The topicality of this research consists in the fact that one of the main priorities in the development of the banking sector today is the innovation of the NBM for the permanent consolidation of this sector: during 2022, licensed banks will present for the first time reports on the Internal Liquidity Adequacy Assessment Process (ILAAP) - an important factor in the process of monitoring, reviewing and assessing bank activity.*

Keywords: *banking sector, banking supervision liquidity, reporting.*

În epoca contemporană, băncile servesc drept locomotivă a transformărilor progresive din sectorul financiar. Eficiența funcționării sectorului bancar din Republica Moldova este determinată de interacțiunea dintre băncile comerciale și sectorul economic real. În condițiile pandemiei COVID-19, sectorul bancar din țară și-a continuat, în principal, evoluția pozitivă, devenind mai consolidat datorită capacității băncilor de a-și gestiona prudent activitatea și ca urmare a activității de supraveghere a Băncii Naționale a Moldovei (BNM).

Acum, când economia începe să reia avânt după criza pandemică, sistemul bancar și piața monetară sunt gata să susțină relansarea acesteia. Ca după orice criză, este de așteptat să se vină cu o nouă viziune. Realitatea de astăzi impune instituțiile bancare să treacă la un nivel superior de dezvoltare – introducerea și aplicarea tehnologiilor inovative – pentru a ține pasul cu cerințele timpului. Nevoia de politici de susținere a creșterii economice din partea guvernului se face simțită pentru a valorifica acele posibilități care au apărut în urma schimbărilor radicale, provocate de pandemie, politici de susținere a digitalizării, educației financiare, dezvoltării infrastructurii financiare și susținerii potențialelor proiecte noi în economie.

Actualitatea cercetării rezidă în faptul că una dintre prioritățile principale în dezvoltarea sectorului bancar în prezent este reprezentată de inovația BNM pentru consolidarea permanentă a acestui sector: BNM anunță că pe parcursul anului 2022, băncile licențiate urmează să prezinte pentru prima dată raportările privind **Procesul de evaluare a adecvării lichidității interne (ILAAP)**. ILAAP este un factor important în procesul de supraveghere, revizuire și evaluare a activității băncilor. Astfel, în cadrul acestui proces va fi evaluată soliditatea, eficacitatea și caracterul cuprinzător al cadrului pentru administrarea riscurilor de lichiditate și de finanțare aferente băncilor. [2]

Noțiunea de *lichiditate*, conform legislației, reprezintă capacitatea băncii de a plasa în active și de a asigura în orice moment onorarea la scadență a obligațiunilor sale de plată. [6]

ILAAP este un cadru eficient pentru gestionarea riscului de lichiditate atât din perspectiva economică, cât și din cea normativă. Acesta facilitează interacțiunea dintre determinarea cerințelor adecvate de lichiditate atât în scenariile de bază, cât și în scenariile adverse, precum și conformitatea cu cerințele de reglementare și prudențiale. Deși componentele individuale ale ILAAP au fost implementate de bănci de mult timp, ele nu au fost legate în mod cuprinzător.

Practica ILAAP ia în considerare atât constrângerile externe, cât și cele interne, măsurând în același timp cerințele de lichiditate în ceea ce privește așteptările pieței, modelele de afaceri și constrângerile de capital și permițând conducerii mai multă flexibilitate în luarea deciziilor. Acest lucru este ceea ce diferențiază în primul rând ILAAP de direcțiile anterioare care au adoptat o abordare mai învechită în ceea ce privește gestionarea lichidității (Figura 1). [5]

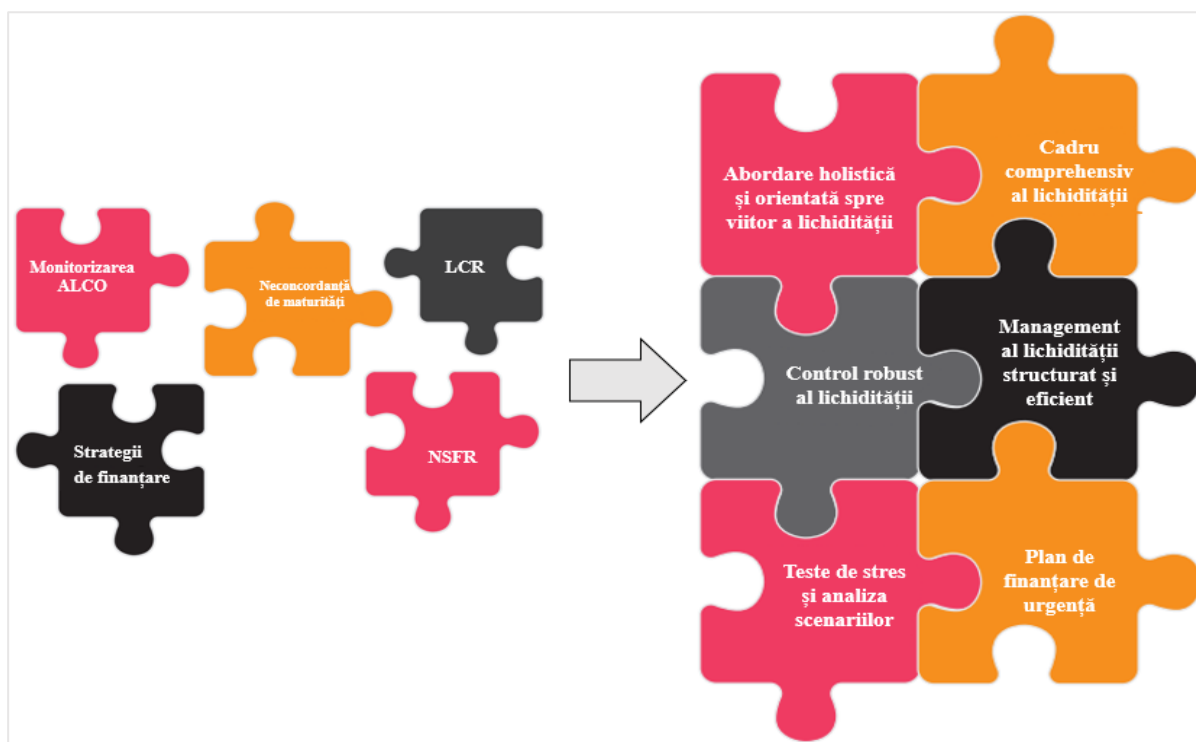


Figura 1. ILAAP - o abordare integrată

Sursa: [5]

Riscul de lichiditate reprezintă riscul ca banca să nu fie capabilă să își îndeplinească obligațiile de plată în momentul de timp în care acestea apar, fie să le îndeplinească, dar suportând costuri excesive.

Conform Regulamentului privind cadrul de administrare a activității băncilor, banca trebuie să dezvolte o cultură privind toate riscurile, inclusiv riscul de lichiditate, anume prin politici, exemple, comunicare și instruire a personalului în legătură cu responsabilitățile privind asumarea și administrarea riscurilor.

Riscul de lichiditate este administrat de către bancă pentru toate activele și pasivele în moneda națională și în valută, inclusiv cele atașate la cursul valutei, din bilanțul contabil și din afara acestuia, precum și luând în calcul toate riscurile complementare.

Banca în proces continuu trebuie să se asigure că deține suficiente rezerve de lichiditate și trebuie să dispună de planuri de finanțare alternative. În acest scop, banca trebuie să dispună de politici și proceduri de identificare, măsurare, administrare și monitorizare a riscului de lichiditate dezvoltate pentru anumite perioade, inclusiv pe parcursul zilei - intraday. [7]

Procesul de evaluare a adecvării lichidității interne trebuie să reprezinte o componentă a procesului de conducere a băncii și a culturii decizionale a acesteia.

Din anul 2022, băncile vor informa Banca Națională a Moldovei cu privire la:

- 1) modul în care este structurat Procesul de evaluare a adecvării lichidității interne;

- 2) ipotezele care sunt utilizate pentru determinarea riscurilor pe sectoare și a tipurilor de riscuri;
- 3) sensibilitatea la risc și nivelurile de siguranță utilizate pentru cuantificarea riscurilor;
- 4) modalitatea de agregare a riscurilor pentru a determina necesarul de capital intern;
- 5) ipotezele utilizate pentru determinarea disponibilului de capital intern, inclusiv orizontul de timp avut în vedere la planificarea capitalului intern. [7]

Fiecare bancă comercială va trebui să ajusteze strategiile, politicile interne și limitele cu privire la riscul de lichiditate și să elaboreze planuri de urgență eficiente, având în vedere rezultatul scenariilor alternative. Planurile de urgență privind lichiditatea trebuie să stabilească strategii adecvate și măsuri de punere în aplicare corespunzătoare pentru a rezolva problema unei eventuale lipse de lichidități.

Băncile vor întocmi și să prezenta Băncii Naționale a Moldovei, anual, un raport referitor la ILAAP, care trebuie să cuprindă elementele prevăzute în titlul VII, capitolul II al Regulamentului cu privire la cadrul de administrare a activității băncilor și în anexa nr.4, cu anexarea copiilor confirmate de bancă ale tuturor documentelor justificative menționate în raport, inclusiv de identificare a aspectelor ce necesită îmbunătățiri și privind măsurile planificate în acest sens la nivelul băncii. Raportul respectiv urmează a fi examinat de către BNM în cadrul procesului de verificare și evaluare prevăzut de Legea nr.202/2017. [7]

ILAAP 2022 în contextul alinierii la cerințele și practicile internaționale de supraveghere bancară prevede urmărirea Ghidului ILAAP al Băncii Centrale Europene (ECB, 2018), care oferă drept punct de pornire în implementarea cadrului politicii 7 principii (Figura 2).

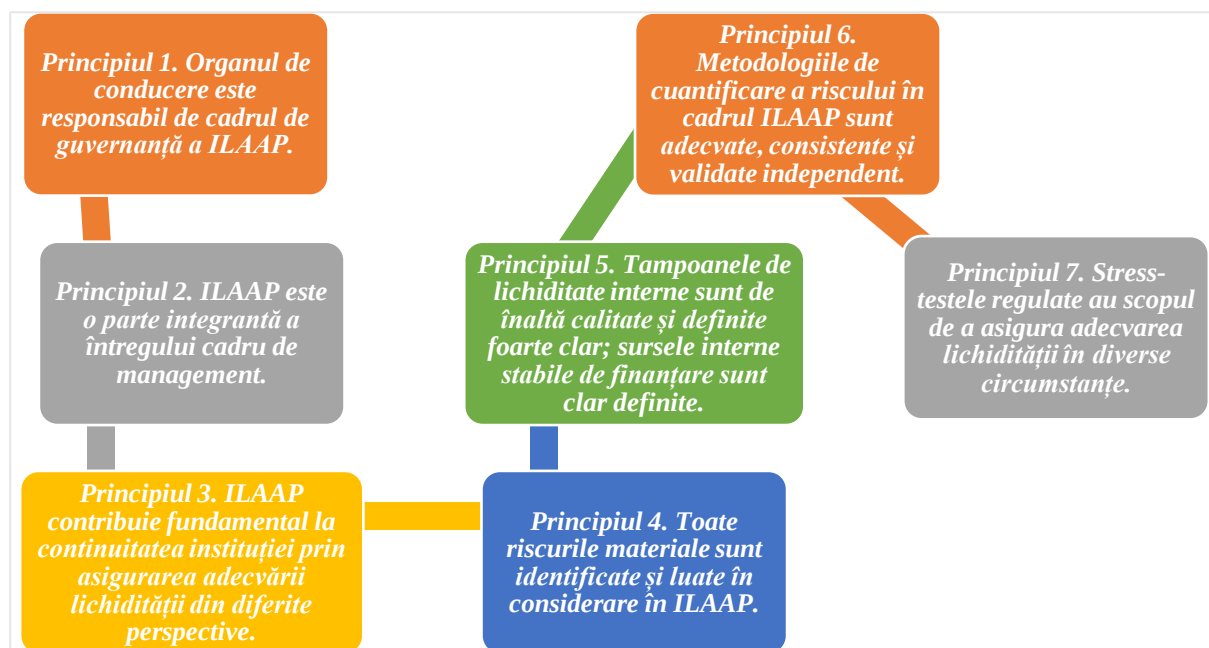


Figura 2. Principiile ILAAP

Sursa: elaborat de autori

Principiul 1. Organul de conducere este responsabil de cadrul de guvernanță a ILAAP. Toate „elementele-cheie” trebuie să fie aprobate de organul de conducere. Organul de conducere, managementul senior și comitetele relevante ale băncii au în responsabilitatea lor discuția și orientarea ILAAP-ului pe o cale eficientă. În fiecare an, de la organul de conducere se așteaptă elaborarea evaluării adecvării lichidității instituției, susținută de rezultatele ILAAP și alte informații relevante, producând și semnând un articol de adecvare a lichidității (LAS)

clar și concis.

Principiul 2. ILAAP este o parte integrantă a întregului cadru de management. Analiza cantitativă a riscurilor, reflectată în ILAAP, trebuie să fie reflectată în toate activitățile materiale de afaceri și în toate deciziile manageriale.

Principiul 3. ILAAP contribuie fundamental la continuitatea instituției prin asigurarea adecvării lichidității din diferite perspective. Băncile trebuie să implementeze un cadru ILAAP proporțional, care să integreze 2 perspective complementare: economică și normativă. Perspectiva economică identifică și cuantifică toate riscurile materiale la poziția lichidității interne și le acoperă cu lichiditate adecvată. Principiul normativ asigură reglementarea normativă justă, de asemenea, băncile trebuind să aibă un Plan de lichiditate de urgență (CLP) care să se adreseze riscurilor identificate în ILAAP-ul instituției. [4]

Principiul 4. Toate riscurile materiale sunt identificate și luate în considerare în ILAAP. Un proces regulat trebuie să identifice și să evalueze materialitatea tuturor riscurilor din perspectivă economică și normativă. Riscurile identificate drept riscuri materiale trebuie luate în considerare în ILAAP. Banca trebuie fie să acopere fiecare risc identificat drept risc material, fie să justifice documental de ce nu o face.

Principiul 5. Tamponele de lichiditate interne sunt de înaltă calitate și definite foarte clar; sursele interne stabile de finanțare sunt clar definite. Băncile trebuie să definească, să evalueze și să mențină buffer-ele (rezervele) de lichiditate și sursele stabile de finanțare din perspectivă economică.

Principiul 6. Metodologiile de cuantificare a riscului în cadrul ILAAP sunt adecvate, consistente și validate independent. Băncile sunt responsabile pentru implementarea metodologiilor de cuantificare a riscului care, care sunt adecvate circumstanțelor individuale conform ambelor perspective (economic și normativ).

Principiul 7. Stress-testele regulate au scopul de a asigura adecvarea lichidității în diverse circumstanțe. Băncile trebuie să își revizuiască vulnerabilitățile sale, capturând toate riscurile materiale în condiții de stres macroeconomic și financiar, cel puțin o dată pe an. [4]

Un scop-cheie al ILAAP este documentarea și demonstrarea adecvării generale a lichidității. Acest raport informează consiliul de administrație al băncii și autoritățile de reglementare cu privire la evaluarea și cuantificarea continuă a riscurilor de lichiditate și finanțare a băncii, modalitatea în care banca intenționează să amelioreze aceste riscuri și cât este necesară lichiditatea actuală și viitoare.

Testele de stres de lichiditate reprezintă o componentă cheie a ILAAP. Simularea de criză (exercițiul de stress-test) reprezintă evaluarea situației financiare a unei bănci în cazul concretizării unui/unor evenimente de risc severe, care pot afecta performanța financiară, volumul capitalurilor și chiar existența acesteia. Activitățile de simulări de criză trebuie să facă parte integrantă din cultura de risc și din cea de management a băncii, iar conducerea trebuie să se implice activ în stabilirea obiectivelor și scenariilor, precum și în analiza rezultatelor și luării deciziilor necesare pentru îmbunătățirea activităților de management al riscurilor. [3]

Procesul de testare a stresului de lichiditate. Pentru a construi un proces de testare a stresului de lichiditate, există mai mulți pași în evaluarea sensibilității poziției de lichiditate a băncii. Scenariile de stres vizează evaluarea sensibilității principalilor factori de risc și a vulnerabilităților băncilor. [5]

Diagrama de mai jos oferă o imagine de ansamblu la nivel înalt a elementelor cheie ale unei abordări de testare a stresului de lichiditate (Figura 3):

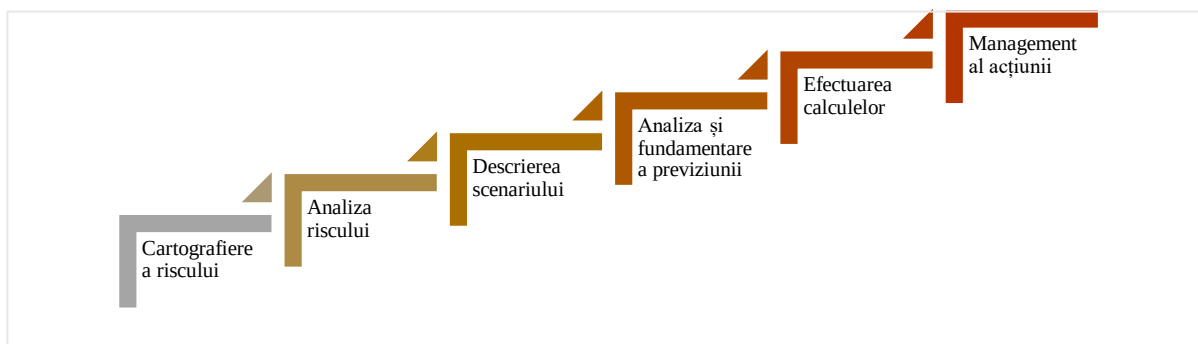


Figura 3. Elementele cheie ale unei abordări de testare a stresului de lichiditate

Sursa: [5]

Tipuri de testări la stres. BCE efectuează mai multe tipuri de testări la stres (Figura 4):

- testări la stres *anuale*:
 - testări la stres la nivelul UE coordonate de Autoritatea bancară europeană (ABE), completate de testarea la stres efectuată de BCE în cadrul procesului de supraveghere și evaluare (*Supervisory Review and Evaluation Process – SREP*);
 - testări la stres tematice;
- testări la stres *ca parte a evaluărilor cuprinzătoare* (o verificare pe scară largă a solidității financiare a băncilor, constând într-o testare la stres și o evaluare a calității activelor, care contribuie la asigurarea faptului că băncile dispun de capital suficient pentru a acoperi pierderile);
- testări la stres *în scopuri macro prudențiale* (axate pe stabilitatea financiară și pe efecte la nivel de sistem, și nu pe bănci individuale). [1]

Pe lângă acestea, pot fi efectuate, de asemenea, testări la stres specifice pentru bănci individuale sau grupuri de bănci, dacă este necesar.

Riscul de lichiditate este un domeniu nou și de nișă, iar resursele de cunoștințe disponibile despre acest domeniu sunt rare. De-a lungul anilor, instituțiile financiare din întreaga lume au investit considerabil în evaluarea modelului de afaceri pentru a înțelege impactul riscului de lichiditate intrinsec și extrinsec.

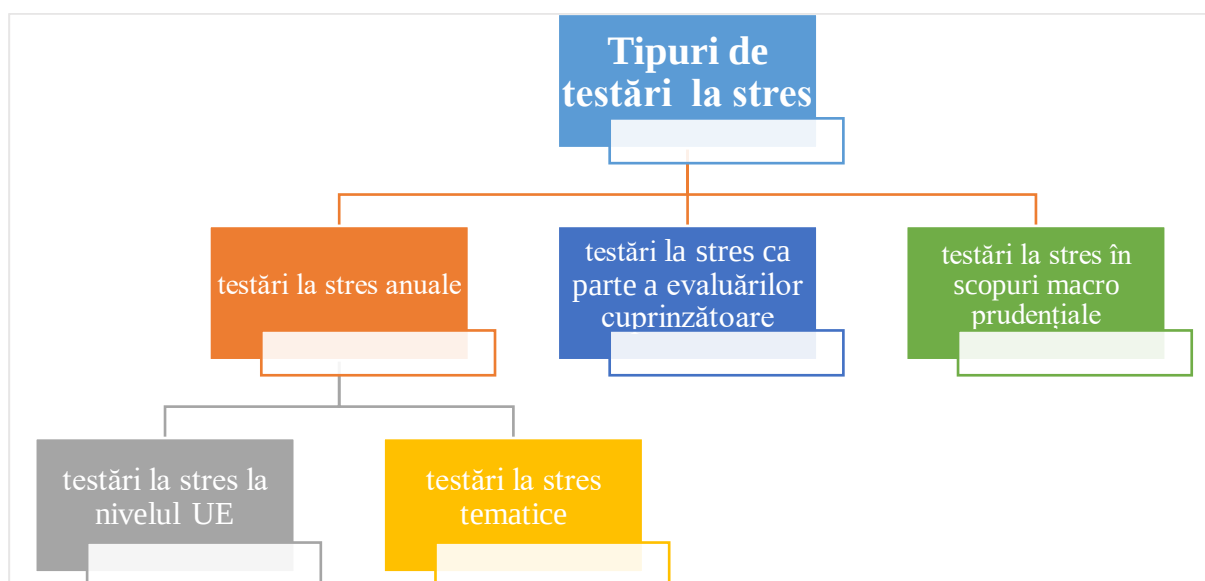


Figura 4. Tipuri de testări la stres

Sursa: elaborat de autori

Există un accent sporit pe dezvoltarea de modele sofisticate pentru determinarea tiparelor comportamentale ale diferitelor produse. Ca bază pentru dezvoltarea sofisticată a modelelor, este necesară analiza segmentării portofoliului de produse pentru a identifica factorii cheie pentru comportament și strategiile de segmentare a modelelor.

Complexitatea și criticismul datelor, absența scenariilor de stres plauzibile, înțelegerea inadecvată a compoziției și comportamentului portofoliului și incapacitatea profesioniștilor în domeniul riscului de a prognoza cerințele de lichiditate sunt preocupări reale ale sectorului bancar, atât la nivel național, cât și internațional. [5]

Abordarea integrată a ILAAP tratează aceste provocări, aducând toate componentele evaluării riscului de lichiditate sub o singură umbrelă cu un singur „șef” principal de raportare. Un proces raționalizat, cum ar fi ILAAP, nu numai că va îmbunătăți, ci și va revigora structura de gestionare a riscului de lichiditate a unei instituții odată ce este integrată cu sistemul intern al acesteia. Valoarea și beneficiile acestui proces cu siguranță vor fi culese în timp.

Concluzie. Având în vedere impactul pandemiei COVID-19 asupra mediului economic general și al lichidității, autorii consideră că este sporită necesitatea unui cadru integrat de gestionare a riscului de lichiditate. Întrucât pandemia a modificat fluxurile de numerar preconizate ale băncilor și instituțiilor financiare, se poate deduce faptul că capacitatea acestora de a gestiona și raporta pozițiile lor de lichiditate și capacitatea de finanțare a fost influențată considerabil. În timp ce băncile și instituțiile financiare se confruntă cu impactul economic semnificativ al COVID-19, a devenit mai dificil ca niciodată de gestionat riscul de lichiditate și raportarea de reglementare și de asigurat conformitatea cu reglementările.

După părerea autorilor, la nivel național, BNM, în calitate de autoritate de reglementare, acționează eficient prin întreprinderea măsurilor de perfecționare a cadrului normativ ce guvernează activitatea bancară pentru menținerea fiabilității și a credibilității sectorului. Un alt factor benefic care în sine poartă dezvoltarea și progresul sistemului bancar național este ajustarea cadrului normativ european, inclusiv Basel III, pe care îl implică procesul de reglementare, în contextul cerințelor prudențiale.

Alinierea în continuare la cerințele și practicile internaționale de supraveghere bancară va conduce la consolidarea permanentă a sectorului bancar. Astfel, vor fi create premise pentru ridicarea nivelului de încredere în sistemul bancar, precum și a calității serviciilor acordate de către băncile autohtone.

BIBLIOGRAFIE:

1. Banca Centrală Europeană, Articolul „Testări la stres”, www.bankingsupervision.europa.eu, [citat 01 octombrie 2021].
2. Banca Națională a Moldovei, Articolul „#30aniBNM// Interviu acordat de guvernatorul Băncii Naționale a Moldovei, domnul Octavian Armașu, pentru revista economico-financiară „Profit”, pagina web oficială a Băncii Naționale a Moldovei www.bnm.md [citat 01 octombrie 2021].
3. Bank of International Settlements, „Principles for sound stress testing practices and supervision - final paper”, 2009.
4. European Central Bank, ECB Guide to the internal liquidity adequacy assessment process (ILAAP), Germany, Frankfurt am Main, 2018.
5. PricewaterhouseCoopers Private Limited, Articolul „Staying liquid by adopting ILAAP”, www.pwc.in [citat 01 octombrie 2021].
6. REGULAMENT cu privire la lichiditatea băncii din 08.08.1997 (în vigoare 08.08.1997).// MO: nr.64-65 art.105 din 02.10.1997.
7. REGULAMENT privind cadrul de administrare a activității băncilor.//MO: Nr. 1-5 art. 56 din 04-01-2019.

ECONOMIA TENEBRĂ PRIN PRISMA ANALIZEI DECALAJULUI TAXEI PE VALOARE ADĂUGATĂ LA NIVELUL ECONOMIEI NAȚIONALE

Lucia CASTRAVEȚ, Nicoleta NEMERENCO

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *On connaît bien, que n'importe quelle économie peut être plus ou moins touchée par des infractions fiscales qui peuvent s'apparenter à de l'évasion et de la fraude fiscales et par conséquent affecter le côté recettes du Budget de l'État ou le développement de la société dans son ensemble. De manière générale, les administrations fiscales ont constamment la tendance à disposer d'outils capables de mesurer et d'évaluer la part de l'économie cachée afin de décider des interventions à appliquer. Dans cet article, les auteurs expliquent que l'ampleur de l'économie souterraine peut être déterminée en utilisant l'estimation de l'écart budgétaire au niveau national. En fait, la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA) a une part importante dans tous les impôts et taxes qui constituent la partie des recettes du Budget Public National, or dans la plupart des états l'estimation de l'écart fiscal est faite, tout d'abord, au niveau de la TVA. Ainsi, les auteurs, en appliquant l'une des méthodes d'estimation de l'écart fiscal "Méthodologie AV-PAD", mais aussi en utilisant les données du Bureau National de la Statistique, les données du Service Fiscal de l'Etat, présentent en valeur estimée l'écart de TVA pour l'économie de la République de Moldavie pendant une période de cinq ans. Selon les estimations, cet écart, même s'il indiquerait une amélioration progressive de l'exécution de la TVA, il est généralement encore élevé, et les segments les plus touchés de l'économie nationale se situent dans les secteurs de la construction, du commerce et des transports. Dans ce contexte-là, afin de généraliser l'analyse, les auteurs ont la tendance à développer dans l'article l'idée que, bien que pour évaluer la performance globale de la gestion des revenus il soit nécessaire de comprendre comment l'écart de conformité a évolué au fil du temps, celui-ci ne soutient pas entièrement l'administration dans le sens de la méthodologie d'abordations des problèmes de conformité.*

Mots clés: *conformité de la TVA, écart fiscal, évasion et fraude fiscales, évaluation de la performance de la gestion des recettes, méthodologie AV-PAD, problèmes de conformité.*

Decalajul fiscal, definit în baza surselor de specialitate, reprezintă valoarea estimată a diferenței dintre suma teoretică a impozitelor și taxelor posibil de colectat și suma impozitelor și taxelor colectate de facto pentru o anumită perioadă. [1] De regulă, administrațiile fiscale apelează la estimarea decalajului Taxei pe valoare adăugată (TVA), în contextul în care aceasta reprezintă una din cele mai importante surse de venituri pentru Bugetul public național.

Conform Codului Fiscal al Republicii Moldova (RM), *Taxă pe valoarea adăugată*, drept impozit general de stat, reprezintă o formă de colectare la buget a unei părți a valorii mărfurilor livrate, serviciilor prestate care sunt supuse impozitării pe teritoriul Republicii Moldova, precum și a unei părți din valoarea mărfurilor, serviciilor impozabile importate în Republica Moldova. [5]

Astfel, pentru Republica Moldova, în structura veniturilor bugetului de stat, din impozite, taxe, contribuții și prime de asigurări obligatorii pentru anul 2020, care în total au constituit 58981 milioane MDL, Taxei pe valoare adăugată, încasată atât pe intern cât și din importul de mărfuri, îi revine 33,52%, încasările TVA însumând 19770 milioane MDL. [4]

Veniturile din TVA ca pondere în Produsul Intern Brut (PIB) au fost relativ stabile în perioada 2014-2019, reprezentând cca 9,5 la sută, iar în valori nominale au crescut de la 12,8 miliarde MDL în anul 2014 la 20,1 miliarde MDL în 2019, a se vedea tabelul 1.

Tabelul 1: Venituri din TVA în perioada 2014-2019, mld. MDL

Anul	TVA	PIB	Ponderea TVA în PIB
2014	12,852	133,482	9,63
2015	13,714	145,754	9,41
2016	14,564	160,815	9,06
2017	16,870	178,881	9,43
2018	18,616	192,509	9,67
2019	20,183	210,378	9,59

Sursa: [4], [6]

De altfel, această pondere semnificativă pe care o deține Taxa pe valoare adăugată, atât în raport cu total venituri încasate din impozite și taxe, cât și în raport cu PIB explică importanța și semnificația oricăror ratări în colectarea deplină a TVA pentru bugetul de stat. Conform surselor de specialitate, Decalajul TVA constituie diferența dintre veniturile preconizate din TVA și suma efectiv colectată, în termeni absoluți sau procentuali. TVA preconizată este o sumă estimată de TVA care poate fi percepută teoretic pe baza legislației TVA și a reglementărilor auxiliare. [7]

În baza evaluărilor efectuate pentru statele membre ale Uniunii Europene se înregistrează o tendință relativ pozitivă în evoluția Decalajului TVA. Astfel în anul 2018 Decalajul TVA în statele membre UE a scăzut de la 140,9 miliarde EUR în 2017 la 140,0 miliarde EUR în 2018. Evoluția Decalajului fiscal pentru statele membre ale UE este prezentată în figura 2.

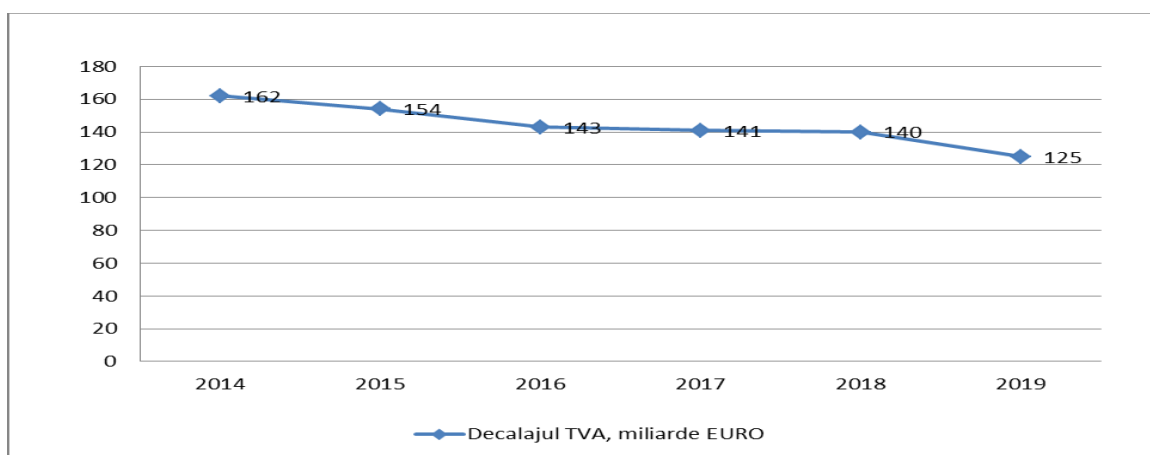


Figura 1: Evoluția decalajului TVA pentru țările din Uniunea Europeană, miliarde EURO

Sursa: [4], [8]

În altă ordine de idei pentru orice impozit, Decalajul din sistemul RA-GAP, conform definiției Fondului Monetar Internațional (FMI), reprezintă diferența dintre veniturile potențiale ale bazei de impozitare economice și veniturile efective, concept care ulterior se descompune în două sub-componente principale: Decalaj de neconformare și Decalaj de politici. [3]

Se presupune că, potențialele pierderi ale bugetului ar putea fi evaluate atât la nivelul conformării contribuabilului la politica fiscală aplicată de stat, cât și la nivelul eficienței în sine a acestei politici. Altfel spus, decalajul de neconformare reprezintă ratările de venituri rezultate din neonorarea obligațiilor de către contribuabili. Aici este important a delimita:

Decalajul de colectare, care reprezintă sumele impozitelor declarate de către contribuabil, dar neachitate în termen și Decalajul de nedeclarare sau sub-declarare; și aici ne referim la ascunderea intenționată sau neintenționată a valorii reale a obiectului impozabil.

La rândul său, Decalajul de conformare măsoară în mod direct performanța unei administrații a veniturilor în colectarea impozitelor datorate de la contribuabili. În general, se recomandă practicarea estimărilor decalajului de conformare pentru a evalua tendințele de conformare mai degrabă decât nivelul.

Cu privire la cea de-a doua sub-componentă, Decalajul de politici se constata a reprezenta o estimare a posibilelor pierderi a veniturilor rezultate din aplicarea regimurilor facilitare. În materie de TVA, pentru Republica Moldova sunt administrate cotele reduse: de 8%, 6% și respectiv livrările scutite de TVA fără drept de deducere. De regulă, eficiența colectării TVA depinde de structura administrativă și legislativă de gestionare a acesteia, iar maximizarea eficienței și minimizarea costurilor cadrului de gestionare și colectare a TVA se obține în rezultatul aplicării ratei standard de impozitare asupra întregii baze impozabile fără scutiri și impozitare la cota zero. În acest sens, s-au elaborat o serie de indicatori care evaluează performanța colectării TVA în raport cu baza teoretică de impozitare, precum și factorii structurali care influențează această dinamică. Drept exemplu, coeficientul de eficiență/ Rata de venit a TVA este calculat/ă ca raport dintre volumul real colectat al TVA și volumul teoretic colectat, în scenariul aplicării ratei standard asupra întregului consum final. Astfel, acest indicator prezintă discrepanța dintre situația reală și cea potențială, la un nivel de conformare de 100%. [1]

În plus, raportul c-eficiență poate fi utilizat pentru a analiza eficiența generală a veniturilor din TVA, ținându-se cont totodată de diferențele în cota standard. Altfel spus, raportul c-eficiență compară veniturile din TVA sau încasările efective din TVA și veniturile teoretice ce ar rezulta în cazul în care taxa ar fi aplicată la cota standard pentru toate consumurile finale fără nici o scutire. În cazul înregistrării scenariilor, devierile anuale ale raportului c-eficiență pot fi determinate pe baza a o serie de factori: schimbările în decalajul de conformare, schimbările în efectele scutirilor de TVA, modificările în ponderea consumului final total reprezentat de consumul neimpozabil și efectele sincronizării în timp a plăților.

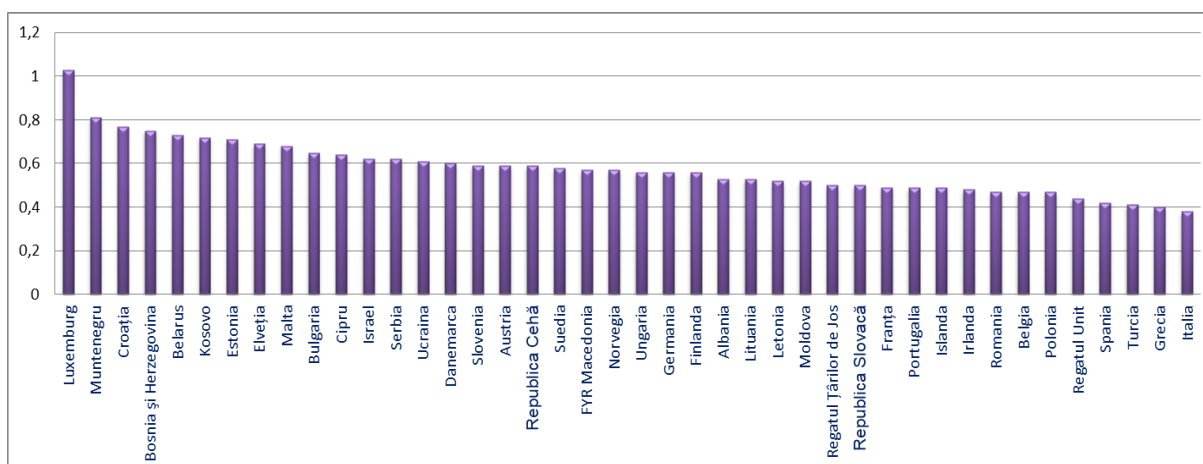


Figura 2. Indicatorul c-eficiență medie - calculat pentru statele europene în perioada 2010-2019

Sursa: [3], [8]

Din figura 2 am putea remarca că indicatorul mediu c-eficiență pentru Republica Moldova este sub media evaluată pentru economiile din țările europene. Aceasta indică atât asupra unui decalaj de conformare sau ratări ale veniturilor din motivul ne(sub)declarării

obligățiilor de către plătitorii TVA, cât și asupra prezenței în legislația națională a unui număr mare de facilități/cote reduse de impunere cu TVA.

Conform publicației Fondului Monetar Internațional, metodologia AV-PAD, utilizată pentru evaluarea decalajului TVA, permite a măsura ratările veniturilor în bugetul național utilizând datele statistice din conturile naționale privind valoarea adăugată generată în fiecare sector. Această metodologie pentru estimarea decalajului TVA are două componente principale: 1) estimarea încasărilor potențiale de TVA pentru o anumită perioadă; și 2) determinarea încasărilor TVA acumulate pentru perioada respectivă. Diferența dintre cele două valori reprezintă decalajul TVA. De altfel, în cadrul programului de asistență al FMI pentru Republica Moldova, Serviciul Fiscal de Stat și Biroul Național de Statistică au evaluat decalajul aferent TVA pe țară prin aplicarea metodologiei AV-PAD. Astfel, au fost utilizate datele disponibile din conturile naționale pentru a cuantifica veniturile potențiale în baza legislației actuale privind TVA. Aceste venituri potențiale din TVA au fost comparate cu datele privind încasările din TVA. Diferența dintre veniturile potențiale și încasările efective reprezintă Decalaje de conformare care arată gradul de neconformare a contribuabililor.

Conform acestor calculele, Decalajul de conformare TVA a fost estimat cu o ușoară scădere de la 5,2 la sută din PIB pentru 2014, la 4,8 la sută în anul 2019.

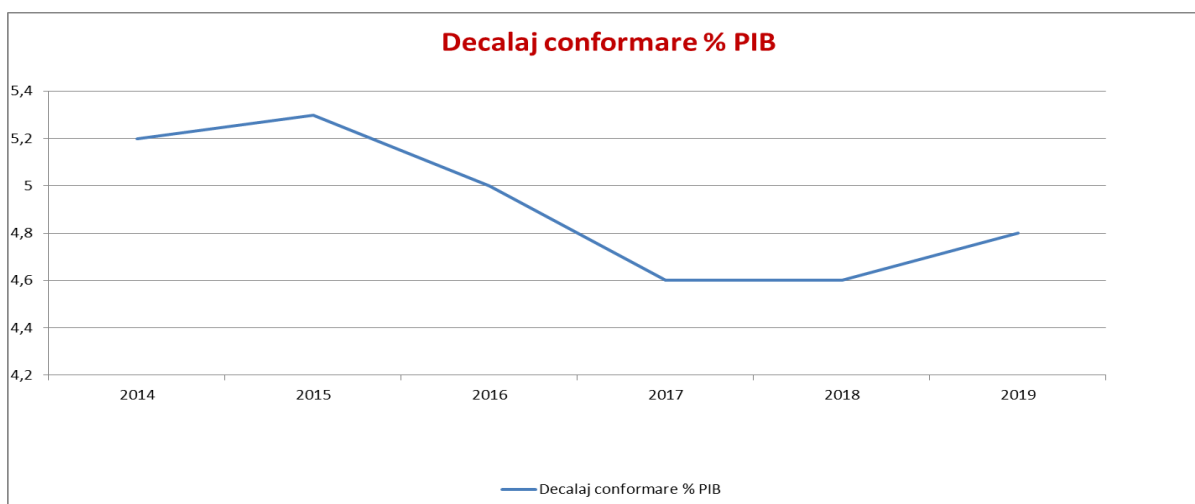


Figura 3. Decalajul de conformare aferent Taxei pe valoare adăugată în RM

Sursa: [4], [8], [9]

De remarcat, că analiza detaliată a estimărilor obținute au relevat Decalaje de conformare mari în sectorul construcțiilor și în sectoarele comerțului și transporturilor, a se vedea tabelul 2.

Tabelul 2. Decalajul de conformare pe sectoare în RM, pondere în PIB

Cod	Denumire sector	2014	2015	2016	2017	2018	2019
A	Agricultură, silvicultură și pescuit	0,73	0,42	0,36	0,37	0,34	0,35
B	Industria extractivă	0,06	0,03	0,04	0,03	0,02	0,03
C	Industria prelucrătoare	0,40	0,53	0,43	0,27	0,16	0,07
F	Construcții	1,79	1,72	1,66	1,51	1,62	1,73
G-H	comerț cu ridicata și cu amănuntul; întreținerea și repararea autovehiculelor și a motocicletelor, gospodăria casnică și proprietate personală	1,40	1,30	1,30	1,42	1,36	1,39
I	Hoteluri și restaurante	0,16	0,21	0,18	0,14	0,08	0,11

L	anzacții imobiliare	0,78	0,74	0,70	0,60	0,59	0,54
M	ativități profesionale, științifice și tehnice	0,07	0,23	0,23	0,22	0,21	0,22
O	ministrație publică	0,10	0,09	0,09	0,09	0,09	0,09
P	ățământ	-0,31	0,10	0,09	0,10	0,14	0,09
Q	ătate și asistență socială	0,14	0,13	0,12	0,12	0,11	0,12
R	ta, activități de recreere și de agrement	0,23	0,24	0,25	0,23	0,23	0,25
S	e activități de servicii	0,08	0,07	0,09	0,08	0,08	0,08

Sursa: [6], [8]

Bineînțeles că, estimarea Decalajului fiscal presupune în mod inevitabil o marjă de eroare, dar care totuși urmează a fi acceptată de către administrațiile de venituri. Este foarte important să se obțină un indicator relevant și să fie utilizate datele corecte și fără erori, începând de la evidența veniturilor (structurate pe tipuri de intrări) și finalizând cu evidența corectă și completă a contribuabililor conform genurilor de activitate practicate. Deși la acest capitol se pare că semnificația ar fi tolerabilă, se constată că economia Republicii Moldova în mare parte se caracterizează prin practicarea de către un antreprenor a mai multor genuri de activitate. Astfel, delimitarea datelor declarate de contribuabil pe genuri de activitate este destul de convențională. Așadar, valoarea Decalajului și structura acestuia vor genera posibilități de analiză a eficienței instrumentelor de administrare fiscală; evoluției nivelului de conformare voluntară la normele stabilite de legislație; delimitării segmentelor celor mai vulnerabile, pentru a stabili în detaliu – posibilele cauze ale neconformării, iar în dependență de aceasta impunerea instrumentelor de intervenție – control și/sau legislative, etc.

Decalajul fiscal este evident și un indicator al nivelului economiei tenebre/neobservate. [6] În acest sens, estimarea decalajului TVA prezentat în lucrare a fost corelat cu datele Biroului Național de Statistică privind evaluarea economiei neobservate ca pondere în PIB, a se vedea tabelul 3.

Tabelul 3: Economia neobservată ca pondere în PIB în perioada 2014-2019, %

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Total	23,2	23,7	22,4	24,5	28,0	25,4
dintre care						
Agricultura, economia vânatului, silvicultura, pescuitul și piscicultura	7,7	7,0	6,6	6,2	6,4	6,0
Construcții	1,5	1,2	1,0	2,9	2,4	4,6
Comerț cu ridicata și amănuntul	3,6	4,7	4,8	3,5	6,2	3,9
Transport	1,8	1,0	1,1	0,4	0,9	0,8
Alte servicii	5,8	6,4	6,0	9,0	9,0	7,9

Sursa: [6], [8]

Prin urmare, comparând dinamica evoluției Decalajului de conformare a TVA și a estimării economiei neobservate ca pondere în PIB, observăm anumite neconcordanțe, în special pentru anii 2018 și 2019, urmând în esență să se țină cont și de alte particularități, precum: sistemul de impozitare cu TVA aplicat în Republica Moldova, existența plafonului de înregistrare ca plătitor de TVA (1,2 mln. MDL pentru cifra de afaceri într-o perioadă de 12 luni consecutive), diferențierea cotelor de TVA, 8%, 20%, aplicabile pentru anumite categorii de livrări de mărfuri și regimul de scutire de TVA. Totodată, în structura sectoarelor economiei naționale, predomină componentele identificate: construcțiile și comerțul ca fiind cele cu un Decalaj TVA semnificativ. De altfel, ponderea Decalajului TVA în PIB pentru

sectorul agricol este mai mic comparativ cu volumul economiei neobservate estimat în acest sector, dat fiind cota TVA de 8% aplicată pentru produsele agricole.

În concluzie, măsurarea și urmărirea Decalajului fiscal este un exercițiu important în scopul evaluării comportamentului subiecților impozabili din punct de vedere al respectării obligațiilor stabilite de legiuitor. Și atât timp cât acest Decalaj este unul semnificativ, guvernarea urmează să analizeze absolut care sunt cauzele acestuia; tratând în viziunea noastră chiar în contextul susținerii și dezvoltării teoriei autorilor Kirchler, Hoelzl și Wahl asupra dependenței calității conformării comportamentului fiscal al contribuabililor; cu abordare în consecință a următorilor doi factori: încrederea în autoritățile statului și puterea autorităților. De fapt, justificarea teoriei ar putea fi interpretată din două unghiuri: pe de-o parte încrederea este un predictor pentru conformarea voluntară care este obținută fără constrângere pe baza disponibilității contribuabililor de a acționa în interesul celorlalți și de a-și face datoria de cetățeni ca răspuns la credibilitatea autorităților; și pe de altă parte, puterea este un predictor pentru conformarea impusă sau silită care este obținută prin intermediul strategiilor de constrângere utilizate de autoritățile fiscale pe fondul aversiunii contribuabililor față de risc și amenzi.

BIBLIOGRAFIE:

1. Dumitru Budianschi (coordonator), Adrian Lupușor, Alexandru Fală, Iurie Morcoțîlo, Discrepanța Fiscală o realitate invizibilă, Expert Grup, Chișinău, octombrie 2014.
2. Erich Kirchler , Erik Hoelzl, Ingrid Wahl, Enforced versus voluntary tax compliance: The slippery slope framework, Journal of Economic Psychology 29 210–225, pag. 3-4, 2008.
3. Eric Huton, The Revenue Administration - Gap Analysis Program: Model and Methodology for Value-Added Tax Gap Estimation, April 7, 2017 <https://www.imf.org/en/Publications/TNM/Issues/2017/04/07/The-Revenue-AdministrationGap-Analysis-Program-Model-and-Methodology-for-Value-Added-Tax-Gap-44715>
4. <https://www.mf.gov.md/ro/trezorerie/rapoarte-privind-executarea-bugetului/rapoarte-anuale>
5. <http://www.lex.md/fisc/codfiscaltxtro.htm#T3>
6. <https://statistica.gov.md/search.php?go=1&l=ro&q=economia+neobservata;>
7. https://ec.europa.eu/taxation_customs/vat-gap_en
8. <https://www.imf.org/external/error.htm?URL=https://www.imf.org/Working%20Papers>
9. Date operative, Serviciul Fiscal de Stat, 2021

COLLABORATIVE ECONOMY IN THE CONTEXT OF CURRENT GLOBAL CHALLENGES

Otilia MANTA

Romanian Academy, “Victor Slăvescu” Centre for Financial and Monetary Research, Romania

Abstract. *The current multi-crises generated by the current challenges existing at global level, determine us to think of new economic models at the level of society that should be adapted to the needs of the individual and of the society as a whole. The collaborative economy due to the underlying factors (economic, cultural, social, technological and environmental) can be considered both an economic model and, especially, a current of influence of the new societal development, and in this paper we aim to we argue scientifically why such an economic model can be optimal for the sustainable development of economies at the level of each state. Moreover, as a result of technological evolution, new business models have emerged, orienting the concept of collaborative economy towards the type of innovative economy. At the same time, in the context of the EU's new growth strategy to promote the transition to a climate-neutral economy by 2050, both the launch of the European Investment Plan for Green Transactions (Sustainable Europe Investment Plan) and new models are emerging economic development at Member State level.*

Keywords: *financial instruments, sustainable development, collaborative economy.*

Introduction

The current global financial crisis and the recent rise in unemployment have led to the need to adapt the way activities are delivered (online, telework, etc.), greater flexibility, and monetization of dormant resources, all leading to resource efficiency and optimization. The conventional form of the economic model will be replaced by the collaborative economy model, mainly through the tool of collaborative platforms, the possibilities of sharing through them are endless because the good that is no longer used by an individual can be to the satisfaction of another person. [8] Moreover, collaboration platforms can use someone's time. "Gig platforms" offer the opportunity for millions of unemployed or underemployed workers to change the paid workforce, and time banks are becoming more and more present in our lives, especially in our future. Since 2010, globally, the concept of "collaborative economy" has become common again to all those involved in the economy. Moreover, as defined in the current terms by the European Parliament's rapporteurs, the collaborative economy "includes a wide range of activities, related to a multitude of collaborative business models, including non-profit ones; business models provide a wide range, from collaborative platforms that allow the exchange of goods or services around the world to small collaborative SMEs that provide services to local communities"⁴.

Literature review

The collaborative economy due to the factors underlying it (economic, cultural, social, technological, and environmental) can be considered both an economic model, but especially the current influence of the new societal development. Technological evolution has led to the emergence of new business models, and especially of this type of innovative economy. [1] The technological boom that characterizes the 21st century is why sharing on such a scale has become possible in the first place. Indeed, the digital revolution is underway and evolving with extraordinary rapidity, so that all hypotheses lead us to the statement that future generations are and will be in a permanent connection with technology. We are currently witnessing the development of online platforms (in almost all areas) from application, service, and goods distribution platforms to social platforms and even online learning, communication, and meeting platforms, all these services and goods are accessed with a click.

⁴ REPORT on a European Agenda for the Collaborative Economy (2017/2003(INI))

In a digital society and a stage of rapid expansion, the collaborative economy (peer-to-peer economy) becomes the economic model of the present and especially of the future both nationally and globally, through platforms facilitating trade/exchange of information, goods, and services. Robotic technology, the Internet of Things (IoT), cloud computing, 5G network, are examples of technological advances that support collaborative platforms. Moreover, the use of mobile smart devices with real-time GPS applications and individual identification makes it possible for the offer of goods and services to be transmitted according to the needs of the individual (efficiently and quickly). At the same time, the emergence and multiplication of social networks (information, images, etc.) have created a framework for dissemination and collaboration at the level of individuals and society. These technological developments introduced us to the era of "Industry 4.0" [2] and thus through active participation in digital platforms and using technological progress we became both co-producers and consumers. Another aspect that supports our hypothesis regarding the model of the collaborative economy, a model for Romania at the horizon of 2040 is supported by the existing societal parameters at the national level. The concentration of the population in the big cities, as well as the urbanization of the areas adjacent to the big cities, determine the emergence of communities where demand and supply are harmonized, and the platforms act as "economic providers of technological coordination".[3] Moreover, as a social reaction to the purchase of goods, excessive consumption, and an increasingly "traded" society, [4] the collaborative economy - based on sharing access and recycling - is characterized by environmental awareness and awareness of the need for sustainability. The collaborative economy is a connection between individuals, between individuals and companies, between companies, and between other types of actors, a connection based on communication and interactivity, with the orientation towards the direct satisfaction of a personal need at a given time [5]. The economic schemes are to facilitate the connection between foreigners. An example of strengthening communities through sharing is the collaborative platform Share Some Sugar, a website where "you can find someone in your neighborhood or social network who is willing to lend you something you need." [6] Finally, the phenomenon of the collaborative economy can be seen as a strong component of the more general trend of modern economies, which adds value by combining services and products and marking them as "new" or "advanced" services, or indeed "experiences". [7] Therefore, the collaborative economy is not just about buying, for example, accommodation, but rather the experience of staying in a local's apartment based on direct contracting (rent).

Definitions and evolutions regarding the collaborative economy

From ancient times the collaborative economy has known various forms, from "barter" exchanges, until recent years when it has grown exponentially in terms of actors involved (users of transactions and revenues), ultimately reshaping in many areas how products and services are provided, this is primarily due to the evolution of technology globally and the emergence of new business models. However, from the point of view of the specialized literature, the model of the collaborative economy is confirmed in 1999, with the appearance of Couchsurfing, which inspired the creation of Airbnb and led to the spread of the phenomenon of "sharing" globally. To reach with our proposals what the collaborative economy will look like in the horizon of 2040, we will highlight some of the historical data of the last years that determine us that we outline the working hypotheses for the future. In 2012, the UN Declaration defined the 5 (five) P respectively: people, planet, peace, prosperity, and last but not least partnership. All 5Ps are basic pillars of both the economic environment, but especially ours of all. Regarding the fields of activity in which the concept of the collaborative economy is found, it is worth mentioning that at the beginning of 2014 six fields of activity (exchange of goods/retail, services, use of space/accommodation, food, transport, and money) were defined at European level as relevant areas. By 2016 the number of areas had almost tripled: expanding into new sectors (e.g. health, logistics, local communities,

landscaping, utilities such as energy, etc.) or creating new types of activities (e.g. the movement of manufacturers in the manufacturing sector) according to existing data at European level. Social networking technologies have radically disrupted communications, marketing, and customer support. With the same technologies, customers now buy products once and share them. Beyond business functions, the collaborative economy has an impact on basic business models, which now and in the future will be increasingly oriented towards the trades of the future. "The need for interdisciplinarity was strongly asserted in the second half of the last century and the disciplines weakened the rigid separatism that dominated for a long time. Their partnership has also been called multidisciplinary, research / work teams have become multidisciplinary, while transdisciplinarity approaches a free movement area" (Romania after the crisis. Reprofessionalization, IPID, 2010) of the collaborative economy. To date, there are already several definitions for the collaborative economy. The Oxford Dictionary defines "collaborative economy" as "an economic system in which assets or services are shared between individuals, either free of charge or for a fee, generally via the Internet". [9] For this paper, the term "collaborative economy" is preferred for three main reasons. First, the term "collaborative economy" is broader in scope than the term "common economy". "The collaborative economy refers to an economic model that focuses on providing access to products and services through renting, trading or sharing instead of traditional ownership. The shared economy is a subset of the collaborative economy that focuses exclusively on the direct division of assets". [10] Thus, the narrower term "shared economy" would exclude current platforms, such as Uber, which facilitate transportation services. Second, the 'sharing' business model has progressed so much in recent years and gained so much economic value through some 'sharing' platforms, [11] that the term 'sharing' has been characterized as a 'sharing' the incorrect concept, used to minimize the essentially commercial nature of the activity on these platforms and as a term that "frames transactions with active technology as if they were altruistic or undertaken by the community" [12]. In other words, [i] became the term used by the 'sharing economy'. [13] To take these developments into account, the term "sharing" is replaced by the term "collaborative", which is more ideologically neutral. Thirdly, the term "collaborative economy" is in line with the European Commission's approach and relevant documentation. Blockchain technology, innovative financial instruments, and digital technology have led to the emergence of "business models in which activities are facilitated by online platforms that create an open market for the temporary use of goods or services often offered by individuals", specifying, at the same time, that in general the transactions related to the collaborative economy do not involve a transfer of ownership and can be carried out for-profit or non-profit.

Methodology

Scenarios for social, economic, and environmental developments up to 2100 were presented in Limits to Growth in 1972 [14]. Growth Limits (LTG) is a 1972 report on exponential economic growth and population with a finite supply of resources, studied by computer simulation.

The model was based on the work of Jay Forrester of MIT, [15]: 21, as described in his book World Dynamics, respectively by determining the exponential reserve index. In the model, there is the explanation that "the rate of resource use increases, the number of reserves cannot be calculated by simply making current known reserves and dividing the current annual use, as is usually done to get a static index. In calculating the 1972 model, the following economic data were used: the number of chromium reserves was 775 million metric tons, of which 1.85 million metric tons were exploited annually.

Calculation model in 1972, were used the following economic data: the number of chromium reserves was 775 million metric tons, of which 1.85 million metric tons were mined annually. The static index is $775 / 1.85 = 418$ years, but the rate of chromium consumption has increased to 2.6 percent annually or exponentially, annual growth of 2.6 percent, the resource

will last in return.

$$\frac{\ln(1 + 0.026 \times 418)}{0.026} \approx 95 \text{ years}$$

In general, the formula for calculating the time remaining for a resource with a steady increase in consumption is⁵:

$$y = \frac{\ln((rs) + 1)}{r}$$

Where:

y = years left;

r = 0,026, continuous compound growth rate (2,6%).

s = R / C or static reserve.

R = reserve;

C = consumption (annual).

The 1972 book *Limits to Growth*, which estimated that our civilization would probably collapse at some point in this century, was criticized by economists of the time as a fantasy. After 40 years, research by the University of Melbourne has shown that the book's predictions are predictable. Moreover, following the book's scenario, the current crises and the emergence of service-oriented economic models as well as the collaborative economy model, are a predictable solution for societal development at the national and global levels.

The *Limits to Growth* team tracked industrialization, population, food, resource use, and pollution. Experts modeled data until 1970, then developed a series of scenarios until 2100, depending on whether humanity has taken serious action on environmental and resource issues. However, it should be noted that technology and digitization were not part of the scenarios of the moment, which is why we appreciate that by continuing research and adapting them to current resources, we could make new economic predictions and new sustainability models, and model predictions from 1972, respectively “overtaking and collapse” - in the economy, environment, and population - before 2070, could be corrected.

Results and discussions

The current results show that the “business-as-usual” scenario from *Limits to Growth* is constantly followed by economists of the moment, and the graphs in the paper show real-world data (both MIT experts and authors of the paper), drawn in a solid line. The dotted line presents the “business-as-usual” scenario *Limits to Growth* until 2100. If we overlap the current data over the graphs predicted in the paper, they are at least until 2010, similar to the book's forecasts. Moreover, the forecasted data lead us to the hypothesis of the collaborative economy model, a model on the horizon of the 2040s.

⁵ Growth limits, page 60, derivation:

$$R = \int_0^y C e^{\rho t} dt = \frac{C}{\rho} (e^{\rho y} - 1) \quad , \text{ returns to } y = \frac{\ln\left(1 + \rho \frac{R}{C}\right)}{\rho} .$$

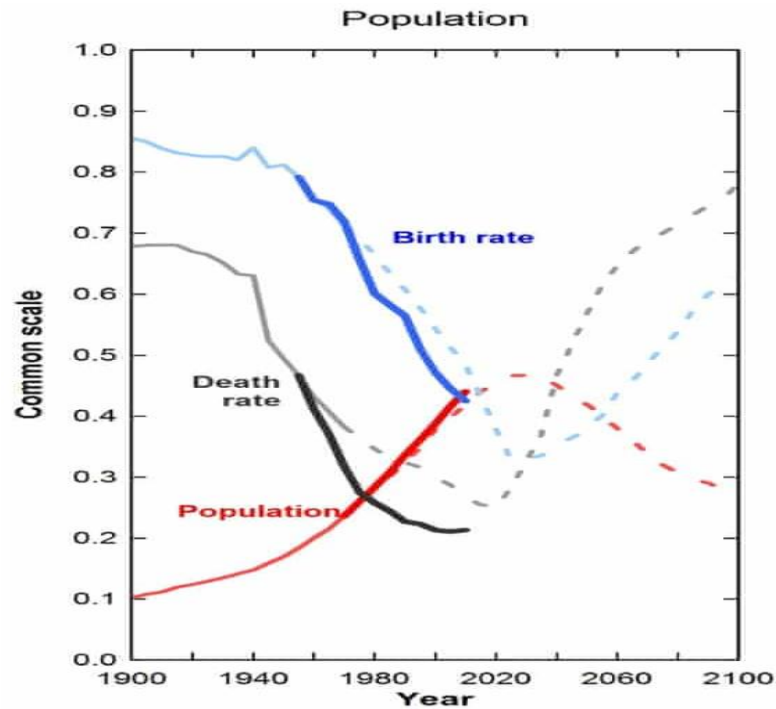


Figure 1. Evolutions of the population, mortality rate and birth rate during 1900-2100.

Source: Meadows, Donella H; Meadows, Dennis L; Randers, Jørgen; Behrens III, William W (1972). *The Limits to Growth*

Where:

-solid line: MIT experts forecast from, with new updated research.

-dotted line: limits for the "business-as-usual" growth scenario (*The Limits to Growth*, 1972)

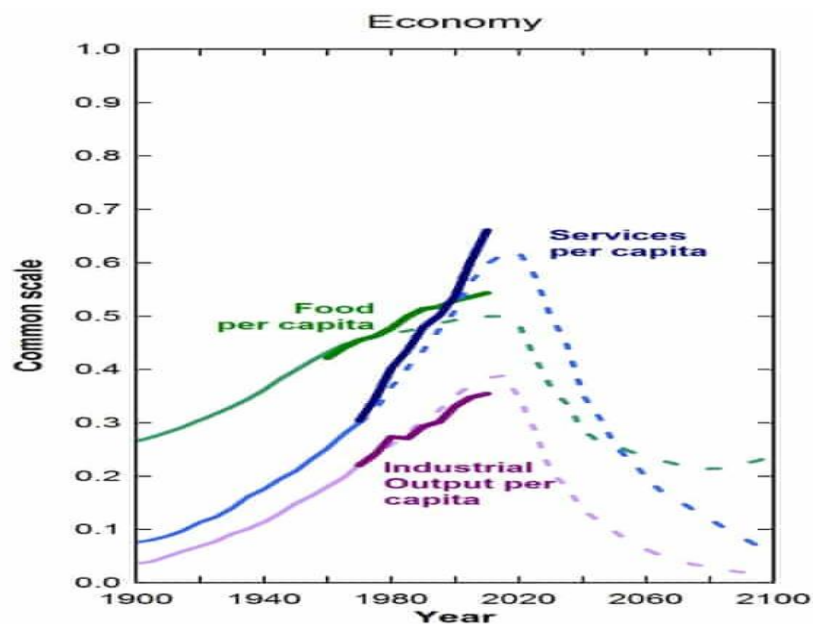


Figure 2: Developments in the food / per capita economy, industrial production / per capita and services / per capita

Source: Meadows, Donella H; Meadows, Dennis L; Randers, Jørgen; Behrens III, William W (1972). *The Limits to Growth*

Where:

- solid line: forecasts of MIT experts from, with new updated research.
- dotted line: limits for the “business-as-usual” growth scenario (The Limits to Growth, 1972).

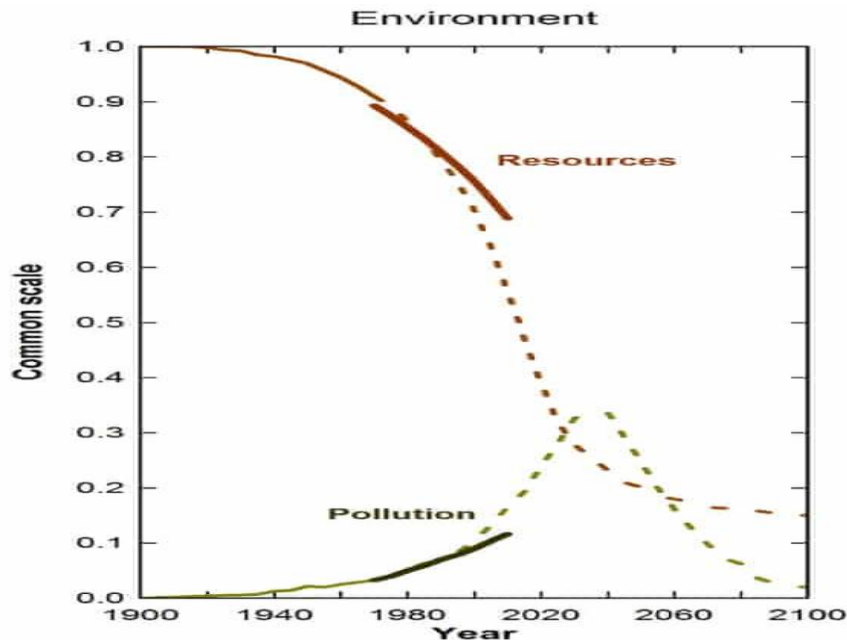


Figure 3: Evolution of pollution and resources

Source: Meadows, Donella H; Meadows, Dennis L; Randers, Jørgen; Behrens III, William W (1972). *The Limits to Growth*

Where:

- solid line: forecasts of MIT experts from, with new updated research.
- dotted line: limits for the “business-as-usual” growth scenario (The Limits to Growth, 1972).

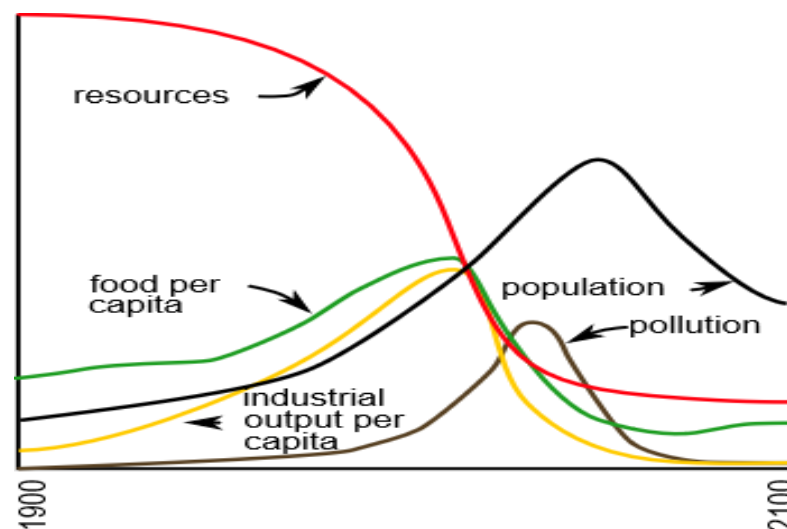


Figure 4. The world standard model described in The Limits to Growth, 1972

Source: Meadows, Donella H; Meadows, Dennis L; Randers, Jørgen; Behrens III, William W (1972). *The Limits to Growth*

MIT researchers in 1972 presented scenarios for the evolution of population growth and thus the increase in demand for material goods and which would lead to an increase in industrial production and an increase in pollution. The graphs above show developments that are currently being confirmed, i.e. resources are being consumed at a rapid pace, pollution is increasing, industrial production and food per capita are increasing, and the population is also growing rapidly.

By 2020, the data presented in this paper are confirmed. All the more so as resources become more and more expensive to obtain as they are depleted (as estimated in the paper, industrial production per capita begins to decline to start with 2015). At the same time, as pollution increases and industrial input into agriculture decreases, per capita, food production decreases. Health and education services are shrinking and this is combining to drive up the mortality rate from 2020.

The global population is starting to decline according to estimated data around 2030, with around half a billion people per decade. Living conditions are declining to levels similar to the early 1900s. The experts involved in writing this paper have warned that carbon dioxide emissions will have a "climatological effect" by "warming the atmosphere". The conclusions reached by MIT experts in 1972 and the authors of *The Limits to Growth* were: "global industrial production per capita peaked around 2008, followed by a rapid decline; per capita food peaks around 2020, followed by a rapid decline; global per capita services peak around 2020, followed by a rapid decline; the global population will reach a peak in 2030, followed by a rapid decline". In the context of these evolutions and predictions, we appreciate that man will be responsible for present and future events, and the model of collaborative economy can be a viable solution especially because it has the individual at its center. We appreciate that business models in the horizon 2040 will be based on the tools and channels of the collaborative economy and will generally operate three main types of actors (service providers - individuals who provide services, goods, skills, time, for a fee or free, occasionally (occasional providers) or professionally; users of these services and collaborative platforms that connect demand with real-time supply and facilitate transactions), using three main market pillars, as detailed in the figure below.

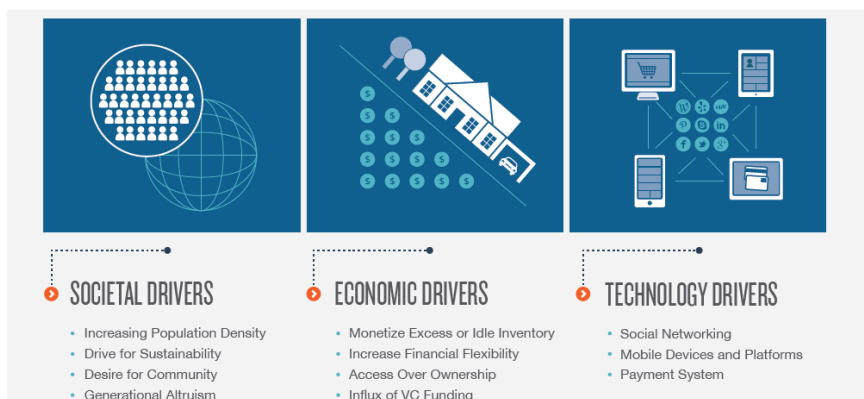


Figure 5. THREE MARKET FORCES LEAD THE COLLABORATIVE ECONOMY

Source: "The Collaborative Economy," Altimeter Group, June 4, 2013

The European agenda for the "collaborative" economy published in 2016 by the European Commission had as main objective the regulation at the European level due to the uncertainty regarding the rights and obligations of the different actors participating in the collaborative economy, respectively the examination of the main key aspects market and public authorities, grouped into five key areas:

- 1.) Market access requirements;
- 2.) Liability regimes;

3.) *User protection;*

4.) *Self-employed persons and those involved in the collaborative economy*

5.) *Taxation.*

The collaborative economy as defined conceptually, principally, and functionally, can directly contribute to sustainable economic development at local, regional, national, European, and global levels, the impact is not only based on business opportunities but especially through the social impact on which can generate it, namely the creation of new jobs, sustainable economic growth and stable sources of income. This is because “the potential of the collaborative economy is to be taken into account, with an annual growth of over 25% and, theoretically, the estimated economic gain due to better capacity utilization due to the collaborative economy could reach 572 billion. EUR” according to European sources. However, from an academic point of view, we can have reservations in measuring the value of the collaborative economy, given the fact that the literature has not yet agreed on a methodology for measuring “the impact of the collaborative economy on the economy, society, and environment.” According to the Eurobarometer, 42% of consumers consider the services of the collaborative economy more convenient and 33% appreciate that they are cheaper or even free. In 2020, collaborative business models emerged on the one hand as a result of the COVID 19 pandemic context, and firstly as a result of the digital revolution, which we can say will directly influence the trades of the future, economic sectors and which will have a profound impact on the labor market. Moreover, the impact will be direct on labor relations between “collaborative platforms and workers, with the concrete risk of undermining decent working conditions, minimum legal standards, and adequate social protection”. Education and knowledge will play a key role in limiting these future risks. To shape the future, we consider that to know how the collaborative economy has been defined (there is no unanimously accepted definition) and from the point of view of the literature, and if it is confirmed by 2040 by the characteristics and particularities of this economic model, respectively: Olson and Kemp, 2015 defined “the collaborative economy as a market that meets the following conditions: there is an excess of supply (in terms of a certain type of good / qualification), and the sharing of these goods/services generates benefits for both the bidder and for customers, and the internet provides means of communication and coordination of the process of sharing these goods/services”; Stephen Miller, defined in 2016 “the collaborative economy is an economic model in which people generate and share goods, services, space and money”; Michael Cusumano, 2015, “the collaborative economy is the result of a new era, in which underused resources become services made available for rent/employment, on a peer-to-peer basis, through the contribution of the Internet and smartphones”; Botsman, in 2013 defined “the collaborative economy is an economic model developed through the Internet, based on sharing, exchanging, marketing or renting products/services, allowing access to property”; in 2015 H.A. Posen, defined “the collaborative economy facilitates common ownership, localized production, cooperation, the operation of small enterprises and the regeneration of economic and natural abundance. Also, the collaborative economy encourages innovative ways to share underutilized facilities”, “the collaborative economy is the expanding ecosystem, based on temporary customer access to shared products and services” was defined by Santana and Paris in 2015; Choi et. in 2014 defined the collaborative economy as “representing collaborative consumption, achieved through sharing, exchange, and rental of resources, without transfer of ownership”.

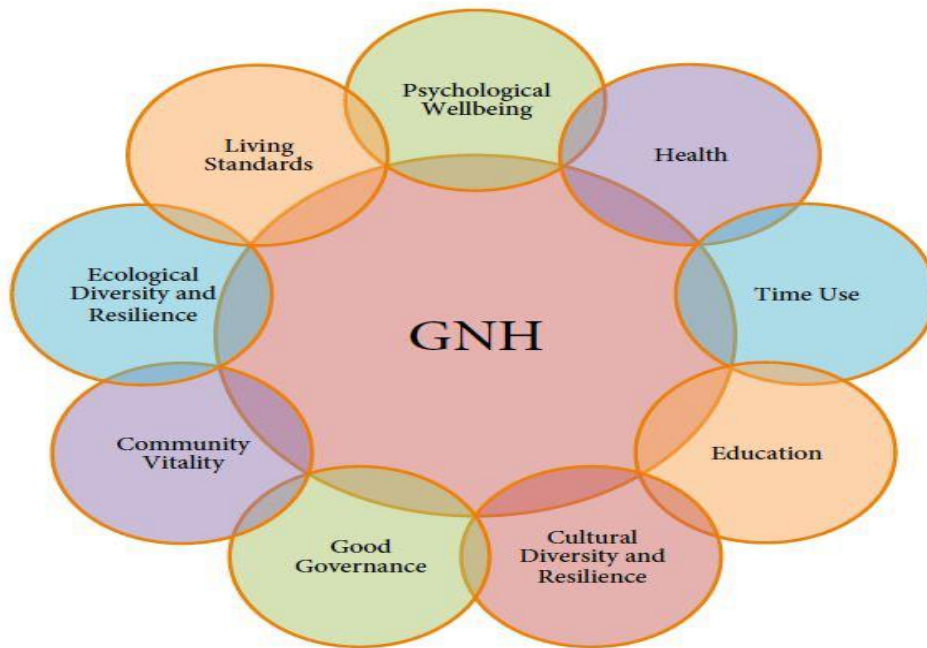


Figure 6. Thriving Futures: The need for new narratives & measures of “progress”

Source: Stewardship for Thriving Futures, Dr. Julia Kim, 2021

Beyond GDP: Measuring what matters

"Because mentalities and paradigms guide behaviors, changing them can have a profound impact - D. Meadows, 1999

- ✓ VISION: What is the purpose of the Economy? "Happiness and the well-being of a lifetime"
- ✓ MEASURES: GNH Index - 9 domains, 33 indicators, national survey every 3 years (Center for Bhutan Studies and GNH Research)
- ✓ POLICY: A screening tool to guide policies (GNH Commission)
- ✓ ACTION: Applying GNH in everyday life – leadership development, business, education (The GNH Center Bhutan)

Taken together: creating favorable conditions for human flowering, in balance with nature.

The functioning mechanism of the present and future collaborative economy- along with the knowledge and validation of the collaborative economy model that can be defined for Romania by 2040, starting from the definition of the concept of the collaborative economy, we appreciate the need to define the mechanisms of the collaborative economy, which can evaluate both the bidder and the buyer, mechanisms, and models specific to each economy using digitized distribution channels or digitized platforms. These mechanisms use tools specific to the digital age, namely the Internet and software technologies, which through market tools encourage consumption, respectively the behavior of participants on the trading/trading platform / etc.

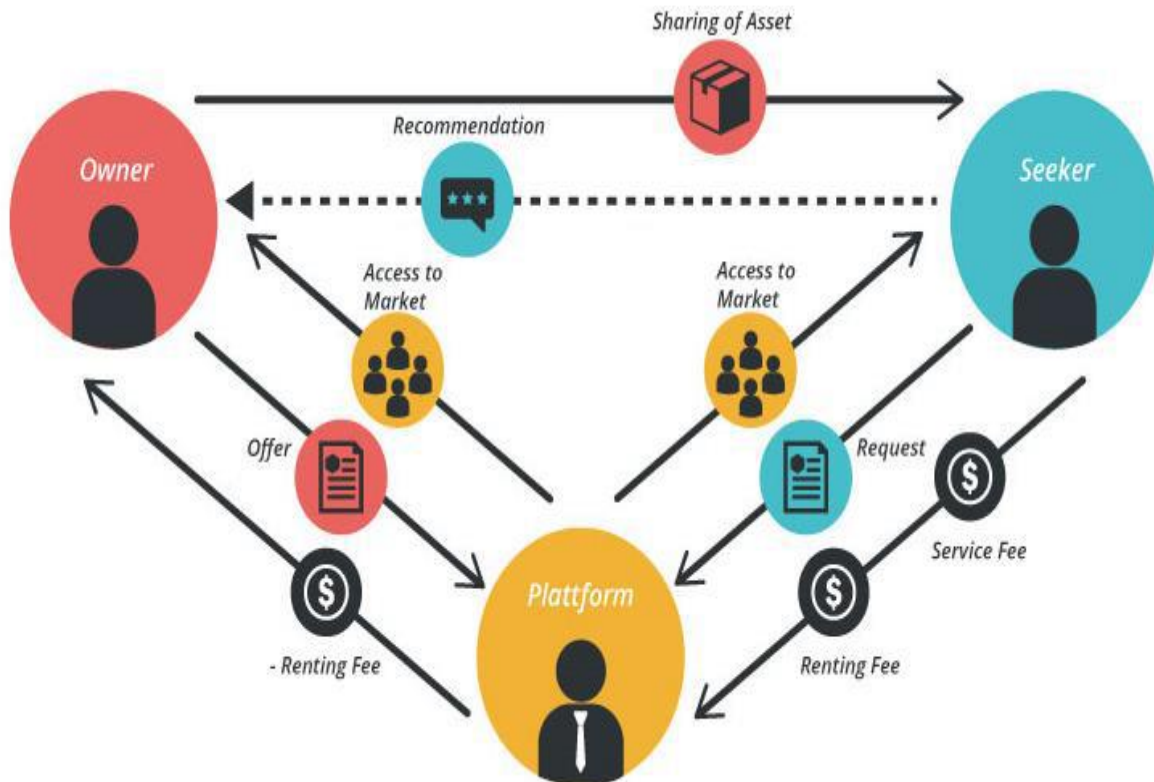


Figure 7. The mechanism of the collaborative economy

Source: <https://bmtoolbox.net>

Collaborative business models are more complex and varied, based on determining factors, grouped according to three relevant criteria, namely:

- societal (increasing population density, motivated for sustainability; desire for the community; generational altruism);
- economic (generate excess money or idle inventory, increase financial flexibility, access to the property, Lisa Gansky, author of *The Mesh: Why the Future of Business is Sharing*, told us: “We are moving from a world where property it was something we aspired to, in a world where access to goods, services, and talent triumphs over property” (the influence of VC financing: investors are the key to growing the collaborative economy);
- technology (social networks, mobile devices, and platforms, payment systems: e-commerce and payment platforms are needed to mediate transactions between buyers and sellers).

Through the collaborative economy, more precisely through the tools and mechanisms of its functioning, the middle class will become a forced class, representing the majority of the global population, and which is estimated to reach 5.2 billion people by 2030. . At the basis of the functioning mechanism of the collaborative economy is the digital platform as a tool for trading, learning, etc. Moreover, platforms are vectors for collecting information about products and consumer preferences, and based on algorithms can provide the most appropriate solutions for your application and thus permanently improve user requests. Through search algorithms, both search and trading costs for users are optimized.

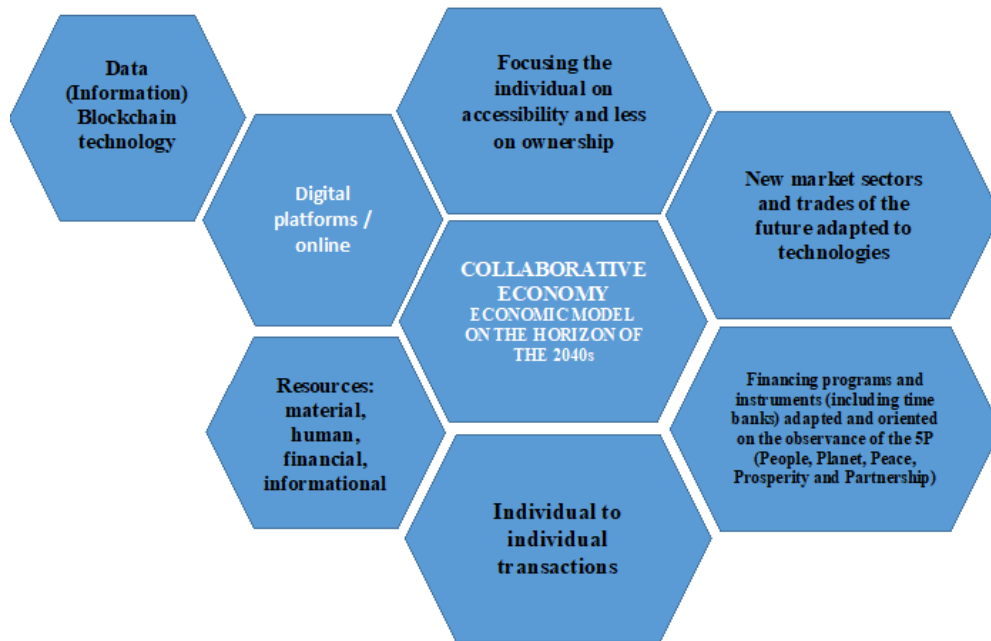


Figure 8. The model of collaborative economy on the horizon of the 2040s

Source: own concept, September 2020

The huge amounts of information (data) lead us to say that in 2020 we are witnessing "big data revolutions", and the way of receiving, processing, and using them depends on the one hand on the platforms where this information is found, on how of presentation and last but not least by the way of perception depending on the knowledge of each individual and his need. Online platforms observe and collect personal data, relating to age, residence, employment, professional abilities and qualifications, dietary or other preferences, health conditions, medicines, economic details, and much more of both users and service provider's collaboration also centralized data about the commercial and other behavior of users or even obtaining data from data brokers. Indeed, their function is to suit the needs of the former with the goods/services offered by the latter. The more complete and complex the information, the better the demand and supply harmonize. The issues raised by data collection and processing following EU legislation on data protection and competition have been regulated since May 2018, but even now and we believe that in the future regulation will be one of the priorities of the future.

Individual-to-individual collaboration on peer-to-peer transactions/operations is becoming increasingly present through digital platforms. This means three things: firstly, the fact that individuals have the opportunity to bypass traditional average people and take control to meet their own needs; secondly, the social network is endlessly expanded, as collaboration platforms allow foreigners to share walks, meals, rooms, etc. ; and third, that the roles of consumers and suppliers are completely revised. The commercial relationship between the bidder and the buyer acquires new values. Small firms and traditional professionals with more limited market access are becoming increasingly active through the collaborative economy, respectively by providing products and services through digital trading platforms (e.g. OLX), being a growing trend and in which the collaborative economy should be properly regulated.

A feature of the collaborative economy is that in which individuals move from ownership to accessibility, respectively through the process of sharing goods and services between individuals and more efficient use of resources. Moreover, the transition from an economy based on production to an economy based on use/services is confirmed, respectively

what is no longer needed for one individual is needed for another (example: online platforms for the sale of various goods).

Conclusion

The collaborative economy has grown rapidly in recent years, and some innovative areas have already matured. Among the most representative areas of activity reported in the 17 branches of the national real economy, we mention transport (e.g. urban and intra-county transport through collaborative enterprises, platforms such as Uber, Lyftallow, Turo, and Getaround), accommodation services (The most representative example globally is Airbnbis, which operates in 191 countries with over 160 million users (another example is the HomeExchange platform); the financial sector, respectively the collaboration platforms in financial services, such as crowdfunding, fundraising, money loans, investments, virtual currencies, etc. Among the globally representative crowdfunding platforms we exemplify them on Kickstarter and Indiegogo. Financial technological innovations (FinTech) can be found on digital financing platforms. The health sector, which in recent years has undergone new transformations, and telemedicine has experienced rapid growth (collaborative platforms that link physicians to patients).

Another peculiarity of the collaborative economy is the development of self-employment, the collaborative economy also called a "giant economy", and which offers those looking for a job "crowd workers" the opportunity to change the paid workforce. . As I mentioned in the paper, the concept of time bank is getting closer to the time of use in our country in the real economy, in addition to working for a fee, some collaboration platforms such as Skillharbour, functions as "banks of time", facilitating the exchange of services between colleagues in a non-monetary relationship. Individuals can collect and exchange time and skills, time being a measure of value. Everyone's time and work are equally valued, and almost any skill is an asset and could be replaced with another skill in this time-based model. However, one aspect to be clarified is the regulatory framework and the reflection of these activities in the potential GDP (in which the individual work performed in one's own household/home should be included).

One element that we need to think about carefully is the regulatory framework applicable to the collaborative economy at both EU and global level, clearly defining the legal obligations of actors involved in collaborative activities, consumer rights and protection, the framework regulatory and liability regime, detailing the status of workers, as well as the applicable tax regime, these are just some of the main issues that I think we should reflect on.

It is noteworthy that at the level of local authorities in cities appeared the first positive reactions to the collaborative economy, generated on the one hand by population density and physical proximity, which led to the adoption of collaborative practices, especially in some sectors where digitalization through platforms it was present, respectively sectors such as accommodation and transport.

These positive aspects of collaboration between local authorities and collaborative platforms have generated positive experiences of good practice, such as the provision of training for citizens of the community, access to insurance services, or information campaigns among citizens about possible obligations fiscal and legal.

The year 2020 is a year of reflection on the last decade of the common economy, and the COVID 19 pandemic further accentuated the transition to the collaborative economy through digital trading platforms, respectively new business models, and new behavior of the consumer and the citizen to goods and services, to the workplace, and the environment as a whole. The growth of the collaborative economy has surpassed even the assumptions of the most optimistic economists on the global market, and this growth is also given by the strength of the markets that are currently converging.

The collaborative economy or the economy governed by the 5 Ps (People, Planet,

Prosperity, Peace, and Partnership) we appreciate will be the type of economy specific to Romania in the 2040s and will include working models based on activities specific to the professions of the future with technologies advanced to the moment and with the societal role of the individual very clearly defined, and the trading and income measurement mechanism will be governed by innovative financial instruments, such as the timebank.

REFERENCES:

- [1] A Sundararajan, „*Peer-to-Peer Businesses and the Sharing (Collaborative) Economy: Overview, Economic Effects and Regulatory Issues*” (2014), [www.smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony .pdf](http://www.smallbusiness.house.gov/uploadedfiles/1-15-2014_revised_sundararajan_testimony.pdf);
- [2] D Helbing, „*Economy 4.0 and Digital Society: The Participatory Market Society is Born*” (December 2014) 10, <http://ssrn.com/abstract=2539330>.
- [3] Hamari, M Sjöklint și A Ukkonen, „*The shared economy ”: Why people participate in collaborative consumption*” (2015) 67 Journal of the Association for Information Science and Technology 2047
- [4] T Teubner, „*Thoughts on the Sharing Economy*” (2014), Proceedings of the International Conference on e-Commerce 322.
- [5] Böckmann, „*Shared economy*” (2013).
- [6] K Schwartz, founder Share SomeSugar, www.collaborativeconsumption.com/2010/09/01/keara_schwartz_founder_of_share_some_sugar.
- [7] J Hojnik, „*Servitization of production”: implications and challenges of EU law*” (2016) 53 CMLR 1575
- [8] DE Rauchand D Schleicher, ‘„*LikeUber, But for Local Governmental Policy*”: *The Future of Local Regulation of the “Sharing Economy*” (2015) GeorgeMason University Law & Economics, Research no. 15-01, 14.
- [9] R Botsman, „*Defining the shared economy: what is collaborative consumption - and what is not?*” Fast Company (27 May 2015), www.fastcoexist.com/3046119/defining-the-sharing-economy-what
- [10] W Chang, „*Growing Pains*”: *The Role of Regulation in the Collaborative Economy*” (2015) 9 (1) Intersect: The Stanford Journal of Science, Technology, and Society 3.
- [11] US Federal Trade Commission (FTC) Staff Report, ‘*The Sharing Economy: Issues Facing Platforms, Participants and Regulators*’ (2016) at www.ftc.gov/reports/sharing-economy-issues-facing-platforms-participants-regulators-federal-trade-commission.
- [12] J Hojnik, “‘*The servitization of manufacturing*”: *EU law implications and challenges*’ (2016) 53 CMLR 1575.
- [13] J Infranca, “‘*Intermediary Institutions and the Sharing Economy*”” (2016) 90 Tulane Law Review Online 29, 30.
- [14] Meadows, Donella H; Meadows, Dennis L; Randers, Jørgen; Behrens III, William W (1972). *The Limits to Growth; a Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. New York: Universe Books. ISBN 0876631650. Retrieved 26 November 2017
- [15] Forrester, Jay Wright (1971). *World Dynamics*. Wright-Allen Press. ISBN 0262560186.

КРИВАЯ ФИЛЛИПСА И ПОДХОДЫ К МОДЕЛИРОВАНИЮ ИНФЛЯЦИИ

Andrei PASLARI

Academia de Studii Economice din Moldova

Abstract. The purpose of the study is based on the fact that policy debates tend to focus on such well-known statistics as inflation and unemployment data, which are sometimes called the “two misfortunes” of macroeconomics. High levels of inflation and unemployment are of great concern in society, and their consequences are immediate and obvious. The study used such general scientific methods as: modeling and statistical analysis. Used quarterly empirical data on macroeconomic variables from 2010 to 2018. The research results are expressed in the concept of growth, which affects prices for almost everyone, and only a few workers can be sure that they will never lose their jobs. Moreover, for a long time in macroeconomics there has been an idea of the existence of a relationship between unemployment and inflation. The results of empirical assessments showed that inflation in Moldova is a rather inertial process, which means that a one-time surge in inflation caused by an external shock will be felt in the economy for some time.

Keywords: inflation, unemployment, Phillips curve, open economy, inflation forecast.

Введение

В 1958 г. новозеландский экономист Ульям Филлипс в своей работе «Связь безработицы и изменения денежных ставок заработной платы в Соединенном Королевстве, 1861-1957» вывел эмпирическую кривую, показывающую обратную связь между уровнем безработицы и изменением прироста денежной заработной платы, впоследствии названной “Кривой Филлипса”. Кривая отражала отрицательную связь между инфляцией и безработицей:

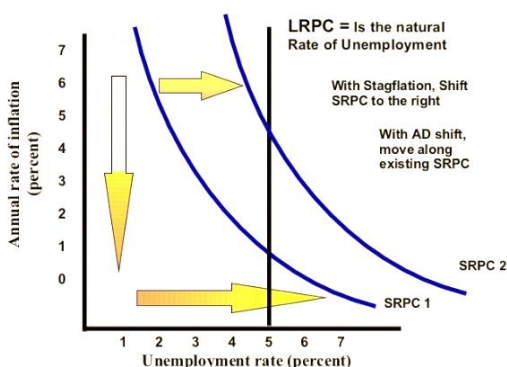
$$\pi = -\lambda * U \quad (1), \quad \text{где } \pi \text{ — темп инфляции, } \lambda \text{ — коэффициент связи между инфляцией и безработицей, } U \text{ — уровень безработицы.}$$

коэффициент связи между инфляцией и безработицей, — уровень безработицы.

Прежний кейнсианский идеал полной занятости без инфляции оказался несостоятельным, стабильность цен и безработицы оказались конфликтующими целями. Кривая Филлипса быстро стала основным инструментарием макроэкономической теории и политики. Однако к концу 60-х годов, эмпирические исследования все чаще обнаруживали значительный разброс фактических наблюдений вокруг сконструированной кривой Филлипса, а число переменных, которые пришлось включать для улучшения показателей корреляции стало слишком велико. Так, Эдмунд Фелпс в 1967 году сформулировал дополненную ожиданиями кривую Филлипса и указал, что существует зависимость между безработицей и разницей между актуальной и ожидаемой инфляцией, а не инфляцией как таковой. (1) В 1968 г. Милтон Фридмен раскритиковал положения теории кривой Филлипса, так как она не учитывает разницу между номинальным и реальным размером заработной платы. Он также предложил концепцию об “естественной норме безработицы”, т.е. такой норме безработицы, которая удерживает на неизменном уровне реальную зарплату и при условии нулевого прироста производительности труда поддерживает неизменным уровень цен. (2) В работе Р. Клариды, Х. Гали и М. Гетлера (3) текущая инфляция является функцией от ожидаемой вперёдсмотрящей инфляции и отклонения средних предельных издержек производства от равновесного уровня.

В краткосрочном периоде политики способны временно создавать неожиданную инфляцию и тем самым обменивать её на более низкую безработицу, однако в долгосрочном периоде фактический уровень безработицы равен ее естественному уровню независимо от уровня инфляции (Фигура 1).

THE PHILLIPS CURVE CONCEPT



Фигура 1 Краткосрочная и долгосрочная кривая Филлипса

Источник: "Redelsheimer's Graphs to Know" AP Macro Review

Стабильная отрицательная зависимость будет наблюдаться только если ожидаемая инфляция и естественный уровень безработицы будут постоянными. Однако повышение ожидаемой инфляции, рост естественного уровня безработицы или неблагоприятные шоки предложения сдвигают кривую Филлипса вправо вверх. (4)

На современном этапе можно выделить следующие основные модификации кривой Филлипса, которые будут использованы для данного исследования:

А. Современная исходной кривой Филлипса, расширенной с учетом ожиданий:

$$\pi_t = C + \beta \cdot \pi_{t+1}^e - \delta \cdot (U_t - \bar{U}_t) + \varepsilon_t, \quad (2)$$

где – π_t фактическая инфляция в момент времени t , C – константа уравнения, β – коэффициент связи между фактической и ожидаемой, π_{t+1}^e – ожидаемая инфляция в момент времени t , δ – коэффициент связи между фактической инфляцией и циклической безработицей, U_t – фактический уровень безработицы в момент t , $\bar{U}_t$ – естественный уровень безработицы в момент времени t , ε_t – ошибки уравнения.

В. Новая кейнсианская кривая Филлипса (НКРС):

$$\pi_t = C + \tau \cdot Y_t^{gap} + \beta \cdot \pi_{t+1}^e + \varepsilon_t, \quad (3)$$

где – τ коэффициент связи между разрывом выпуска и фактической инфляцией в момент времени t , Y_t^{gap} – разрыв выпуска в момент времени t , β – коэффициент связи между фактической и ожидаемой инфляцией.

С. НКРС для малой открытой экономики

$$\pi_t = C + \tau \cdot Y_t^{gap} + \beta \cdot \pi_{t+1}^e + \omega \cdot e_t + \psi \cdot m_2 + \varepsilon_t, \quad (4)$$

где ω – коэффициент связи между фактической инфляцией и реальным валютным курсом, e_t – реальный валютный курс, ψ – коэффициент связи между фактической инфляцией и денежной массой M_2 .

Д. Гибридная НКРС для малой открытой экономики:

$$\pi_t = C + \tau \cdot Y_t^{gap} + \beta \cdot \pi_{t+1}^e + \varrho \cdot \pi_{t-1} + \omega \cdot e_t + \psi \cdot m_2 + \varepsilon_t, \quad (5)$$

где ϱ – коэффициент связи между фактической инфляцией и назадсмотрящими инфляционными ожиданиями в момент времени t , π_{t-1} –

назадсмотрящие инфляционные ожидания в момент времени t .

В современных научно-прикладных исследованиях, касающихся изучения факторов и динамики инфляционных процессов, гибридная неокейнсианская кривая Филлипса стала одним из активно используемых методов моделирования инфляции как в развитых, так и в развивающихся странах. Вместе с тем публикации результатов эмпирических исследований в рамках подхода новой кейнсианской кривой Филлипса применительно к Республике Молдова в настоящее время отсутствуют.

Методология исследования и используемые данные.

Для оценки уравнений (2-5) в работе использовались квартальные эмпирические данные по макроэкономическим переменным с 2010 по 2018 год (всего 36 наблюдений по каждой переменной). Одной из важных задач при проведении эмпирической оценки НКРС является выбор конкретных показателей модели. В качестве **показателя индекса потребительских цен** π_t в Республике Молдова использовалась первая разность логарифмов квартальных сезонно-скорректированных индексов цен к базе декабря 2009 года. Эмпирическим показателем для **впередсмотрящих инфляционных ожиданий** использованы данные Национального Банка для прогнозного значения индекса потребительских цен. Показатель **естественного уровня безработицы** NAIRU был рассчитан путем применения фильтра „Hodrick-Prescott” к ряду данных фактической безработицы. **Показатель разрыва выпуска** использовался в качестве прокси-показателя отклонения средних предельных издержек от равновесного уровня (y_t^{gap}). При этом разрыв выпуска рассчитывался, как отношение сезонно-скорректированного номинального объема ВВП (Y_t) в Молдове (в %, квартал к предыдущему кварталу) к его потенциальному уровню, который в свою очередь оценивался с помощью одномерного фильтра Hodrick-Prescott с $\lambda = 1600$. Сезонно-скорректированный размер **реального эффективного валютного курса** молдавского лея (e_t) использовался в качестве показателя для модели с открытой рыночной экономикой.

Необходимо отметить, что в качестве метода устранения сезонности временных рядов применялась процедура Census X-13-ARIMA

Анализ полученных результатов.

Далее исследуем результаты, полученные при оценке эконометрических моделей, описанных ранее четырёх видов кривой Филлипса:

А. В таблице 3.1 приведены результаты оценки **современной исходной кривой Филлипса, расширенной с учетом ожиданий.**

В. Таблица 3.1 Оценка современной исходной кривой Филлипса, расширенной с учетом ожиданий, для Республики Молдова в период 2010-2018

Объясняющие переменные	Коэффициент	Уровень значимости P(t) статистики	R2 (коэф. детерм.)	Критерий Шварца (SC)	Критерий Дарбина — Уотсона
C	0.00510	0.1437	0.73133	-5.16826	2.56226
π_{t+1}^e	0.77756	0.0000			
$(U_t - \bar{U}_t)$	0.02093	0.3712			

Источник: разработано автором

Соответствие модели данным, определяемое коэффициентом детерминации, показывает приемлемый уровень. Критерий Дарбина-Уотсона подтверждает, что имеются основания считать, что автокорреляция отсутствует, что является одним из

подтверждений высокого качества модели. Взаимосвязь же инфляции и циклической безработицы незначительна и статистически незначима. Оценка эластичности инфляции к впередсмотрящим ожиданиям составила 0.77 и является статистически значимой. Однако, следует помнить, что инфляционные ожидания, основанные на краткосрочном прогнозе Национального Банка Республики Молдова не могут служить сам по себе объяснением инфляционных процессов в национальной экономике.

С. Оценка НКРС для Республики Молдова повторяет выводы, полученные при оценке и современной исходной кривой Филлипса, расширенной с учетом ожиданий. Статистически значимой является лишь объясняющая переменная инфляционных ожиданий. Изменение динамики разрыва выпуска, оценённого в реальных величинах, не является эластичным по отношению к изменению показателя инфляции.

Таблица 3.2 Оценка новой кейнсианской кривой Филлипса для Республики Молдова в период 2010-18

Объясняющие переменные	Коэффициент	Уровень значимости P(t) статистики	R2 (коэф. детер.)	Критерий Шварца (SC)	Критерий Дарбина — Уотсона
C	0.00483	0.1694	0.72454	-5.14329	2.59045
π_{t+1}^e	0.78486	0.0000			
y_t^{gap}	0.08849	0.9088			

Источник: разработано автором

Д. При оценивании НКРС для малой открытой экономики к предыдущим объясняющим факторам были добавлены показатели реального эффективного обменного курса молдавского лея (фактор курсовой политики), а также динамики денежной массы M2 (монетарный фактор инфляции). Однако введение данных дополнительных объясняющих переменных не позволяет улучшить качество модели. Новые объясняющие переменные статистически незначимыми. Оцененное уравнение также обладает слабым статистическим качеством. Расчет критерия Дарбина-Уотсона показывает наличие в модели отрицательной автокорреляции первого порядка.

Таблица 3.3 Оценка новой кейнсианской кривой Филлипса для Республики Молдова в период 2010-18

Объясняющие переменные	Коэффициент	Уровень значимости P(t) статистики	R2 (коэф. детер.)	Критерий Шварца (SC)	Критерий Дарбина — Уотсона
C	0.00422	0.3243	0.74989	-5.03668	2.59603
π_{t+1}^e	0.79611	0.0000			
y_t^{gap}	-0.04156	0.958			
e_t	-0.84841	0.1548			
m_2	0.61073	0.4933			

Источник: разработано автором

Е. Источник: разработано автором

Таблица 3.4 Оценка новой кейнсианской кривой Филлипса для Республики Молдова в период 2010-18

Объясняющие переменные	Коэффициент	Уровень значимости P(t) статистики	R2 (коэф. детер)	Критерий Шварца (SC)	Критерий Дарбина — Уотсона
C	-0.00142	0.0013	0.99793	-9.73145	1.61001
π_{t+1}^e	0.04395	0.0064			
y_{t-1}^{gap}	0.11336	0.1279			
e_t	-0.04776	0.3958			
m_2	0.14266	0.0917			
π_{t-1}	-1.06568	0.0000			

Источник: разработано автором

Д. Далее была проведена эмпирическая оценка **гибридной НКРС для малой открытой экономики**. Добавление в модель назадсмотрящих инфляционных ожиданий позволило улучшить качество модели, ведь коэффициент детерминации вырос значительно и составил 0,997. Статистически значимыми из пяти объясняющих переменных являются лишь вперед и назадсмотрящие инфляционные ожидания. Однако значительно увеличились уровни значимости t-статистики разрыва выпуска с 0,958 до 0,127 и денежной массы M2 с 0,154 до 0,091. Информационный критерий Шварца показывает самые низкие значения среди рассмотренных моделей, подтверждая относительное её качество.

Окончательные результаты оценки гибридной НКРС для малой открытой экономики применительно к инфляции в Республике Молдова показывают, что наличие как впередсмотрящих, так и назадсмотрящих инфляционных ожиданий объясняется асимметричностью и несовершенством информации, которой обладают хозяйствующие субъекты. Но при этом, тот факт, что назадсмотрящими ожидания все же преобладают над впередсмотрящими ожиданиями, говорит о том, что Национальный Банк Республики Молдова и хозяйствующие субъекты могут в меньшей степени принимать рациональные решения, даже принимая во внимание наличие и анализ большого спектра информации экономического роста и инфляции в Еврозоне и Российской Федерации, курса EUR/USD, USD/RUB, цен на нефть (5) и т.д.

В завершении необходимо отметить, что оценка гибридной НКРС для малой открытой экономики применительно к условиям Республики Молдова оказалась наиболее качественной по сравнению с предыдущими оценками.

Выводы

Эмпирическое моделирование инфляционных процессов в Республике Молдова требует более детального подхода с включением более широкого ряда переменных, однако небольшая длина временных рядов и структурные изменения в экономике затрудняют процесс построения адекватной долгосрочной модели.

Выявленные факторы инфляции позволяют сформулировать рекомендации в отношении государственной экономической политики:

- 1) Разработка более точных методик прогноза уровня инфляции, ведь исходя из ежеквартальных отчетов НБМ о прогнозном значении инфляции можно сделать вывод о невысокой корреляции её прогнозного и реального значения;
- 2) Увеличение способности НБМ по воздействию на формирование инфляционных ожиданий населения, путем зарабатывания доверия экономических агентов, повысить качество коммуникаций и степень соответствия заявленных целей факту;

3) Продолжение политики НБМ, включающую инфляционное таргетирование, низкое целевое значение инфляции, возможность сглаживания колебаний валютных курсов, не обусловленных действием фундаментальных факторов, а также повышение контроля и степени воздействия на объем широкой денежной массы.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Money-Wage Dynamics and Labor-Market Equilibrium. Phelps, Edmund. 4, 1967 г., Journal of Political Economy, Т. 76, стр. 678-711.
2. The role of monetary policy. Friedman, Milton. 1, б.м. : The , 1968 г., The American Economic Review, Т. LVIII.
3. The Science of Monetary Policy: A New Keynesian Perspective. Clarida, Richard, Gali, Jordi и Getler, Mark. 1999 г., Journal of Economic Literature, стр. 1661–1707.
4. Абель, Эндрю и Бернанке, Бен. Макроэкономика, 5-е издание. Санкт-Петербург: Питер, 2010.
5. Raport asupra inflației. Chisinau : Banca Nationala a Moldovei, 2020.

SECTION 3

**PROMOTING PRODUCTS AND SERVICES IN THE
CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

SECȚIUNEA 3

**PROMOVAREA PRODUSELOR ȘI SERVICIILOR ÎN
CONTEXTUL DEZVOLTĂRII DURABILE**

VECTORII DEZVOLTĂRII AFACERILOR DURABILE PRIN PRISMA PRACTICILOR INTERNAȚIONALE

Maria HĂMURARU, Doina BEJENARI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *This article's purpose is the research of the concept of durability, as well as the analysis of some succesful examples regarding the implementation of durable business models in some of the most developed countries in this field. Also, adaptation methods of some durable business models to the so-economic context of the Republic of Moldova are analysed. In the contemporary world, the priorities of humankind are not limited to providing the basic conditions for existence and the race for quick technological development isn't a current tendency either. The primary vector is perfecting that which already exists. Circular economy, green economy, the launch of continuos consumption cycles, durable production are just a few of the aspects explored in this research. Therefore, by determining the vectors of durable business development, we can create not only advantages of economic character, but social ones as well, firstly by minimizing the impact on the environment and maintaining the quality of life at a high level.*

Keywords: durable business, durable consumption, durable production, recycling, durable companies.

Introducere. Actualmente, durabilitatea în afaceri este una dintre tendințele majore atât la nivel global, cât și o necesitate pentru Republica Moldova. Politica economică a Uniunii Europene susține ferm modelul economiei circulare care vizează noi modele de afaceri durabile, având ca scop transformarea economiei europene într-un sistem economic care utilizează resursele naturale în cel mai eficient mod, păstrează valoarea materialelor și produselor prin utilizarea lor circulară și reduce impactul negativ al activităților economice asupra mediului și sănătății. Astfel, anume afacerile durabile devin vectorul unei economii prospere, capabile să asigure un standard înalt al calității vieții, punându-se accent pe impactul pozitiv complex și de durată a acestora. Dezvoltarea noilor modele de afaceri transformă relațiile dintre producători, distribuitori și consumatori. Și anume, prin îmbunătățirea gestionării resurselor, întreprinderile europene economisesc între 245 și 604 miliarde de euro pe an, adică echivalentul a 3–8 % din cifra de afaceri anuală. Valoarea comercială totală a produselor și tehnologiilor ecologice inovatoare din domeniul construcțiilor durabile, energiei din surse regenerabile, produselor bio și a reciclării din UE crește semnificativ, generând astfel și crearea de noi locuri de muncă.

Metode utilizate. În realizarea studiului dat, care este unul descriptiv, au fost utilizate metodele științifice generale: raționamentul logico-deductiv, analiza statistică și comparativă, metoda grafică, analiza istorică și sinteza. Prin urmare, au fost detaliate direcțiile de dezvoltare a afacerilor durabile prin prisma practicilor bune din UE. Scopul cercetării constă în analiza conceptului de durabilitate, precum și studiul exemplelor de implementare cu succes a modelelor de afaceri durabile în țările cu cele mai înalte performanțe.

Gradul de investigare. Cu mai mult înainte ca termenul „dezvoltare sustenabilă” să ajungă în uzul general, au apărut multiple publicații ce tratau subiecte pe care astăzi le-am include în categoria sustenabilității. În „Principiile economiei politice”, publicată în 1848, John Stuart Mill a inclus un capitol despre „statul staționar”, care implica condițiile staționare de capital și populație, dar nu și de progres general. „Sper cu sinceritate, pentru binele viitoarelor generații, că populația va deveni staționară cu mult înainte ca necesitatea să o oblige”.

George Perkins Marsh, în lucrarea „Omul și natura”, publicată în 1864, a pus bazele mișcării conservacioniste. În aceasta, Marsh afirma: „Omul a uitat că Pământul i-a fost dat numai pentru uzufruct, nu pentru consum și cu atât mai puțin pentru risipă imprudentă”. El descria cum diferite aspecte ale mediului natural au fost dezechilibrate de intervenția umană și argumenta că Pământul poate deveni nepotrivit pentru viață, ceea ce poate rezulta chiar cu dispariția rasei umane, perspectivă asemănătoare cu cea a promotorilor contemporani ai

dezvoltării sustenabile.

Alfred Russell Wallace, în evaluarea sa retrospectivă a succeselor și eșecurilor secolului 19, sub denumirea „Minunatul nostru secol”, publicată în 1898, a inclus un capitol despre jaful Pământului de resursele sale. El aborda teme precum dezastrul cauzat de „distrugerea nesăbuită a rezervelor de produse ale naturii” și a clasificat exploatarea nelimitată a cărbunelui, petrolului, gazelor și mineralelor, precum și exploatarea pădurilor tropicale drept „vătămarea posterității”. În 1950, K. W. Kapp a publicat o analiză ce cuprinde majoritatea problemelor de mediu care azi sunt parte din discursul dezvoltării sustenabile.

În anii 1980, noua paradigmă a dezvoltării sustenabile a devenit mai populară și a început să fie utilizată pe larg. Termenul a fost utilizat în Strategia Uniunii Internaționale pentru Conservarea Naturii (1980), în lucrarea lui Lester R. Brown „Construind o societate sustenabilă” (1981) și lucrarea lui Norman Meyer „Gaia: un atlas al managementului planetei” (1984). Națiunile Unite a încredințat unui grup de 22 persoane din țări dezvoltate și în curs de dezvoltare să identifice strategii de mediu pe termen lung pentru comunitatea internațională. Această comisie, formal denumită Comisia mondială pentru Mediu și Dezvoltare, cunoscută mai mult sub numele de Comisia Brundtland, și-a prezentat raportul, intitulat „Viitorul nostru comun” Națiunilor Unite în 1987. Raportul Brundtland se concentra în primul rând pe nevoile și interesele oamenilor, având drept țință asigurarea echității globale pentru viitoarele generații prin redistribuirea resurselor către națiunile mai sărace pentru a încuraja creșterea lor economică și a oferi acces tuturor oamenilor la nevoile de bază. Raportul exprimă încrederea în ideea că echitatea socială, creșterea economică și menținerea mediului sunt posibile în mod simultan, astfel evidențiind trei componente ale dezvoltării sustenabile: mediul, economia și societatea. Raportul accentua necesitatea de aplicare a soluțiilor integrate și sustenabile pentru o gamă de probleme referitoare la populație, agricultură și securitate alimentară, biodiversitate, energie, industrie și alte domenii. S-a concluzionat că este esențială creșterea economică, în special în lumea în curs de dezvoltare, dar că ar trebui să fie o reorientare spre „dezvoltarea sustenabilă”, care ar fi rațională din punct de vedere al conservării mediului.

Van Zon, în lucrarea „Dezvoltarea sustenabilă dintr-o perspectivă istorică. Explorări”, publicată în 2002, concluziona că toate temele abordate în Raportul Brundtland din 1987 au fost deja expuse în textele lui Wallace, nemaifiind o noutate. Când petrolul a devenit principala sursă de energie, a avut loc o creștere drastică a consumului de petrol, iar alarma primară referitoare la posibila epuizare a rezervelor a fost dată. În prima jumătate a secolului 20, oameni de știință precum Gifford Pinchot, G. A. Brender discutau limitările rezervelor de materii brute și surse de energie și au avertizat împotriva consumului risipitor.

Din această retrospectivă este clar că rădăcinile conceptului de sustenabilitate pot fi urmărite până în vremurile antice, dar creșterea populației, creșterea consumului în urma revoluției industriale și pericolul că resursele cruciale precum lemnul, cărbunele și petrolul ar putea fi epuizate au impulsionat conștientizarea necesității de utilizare a resurselor într-un mod sustenabil. Fricile că generațiile prezente și viitoare nu vor fi capabile să-și mențină standardele de viață au stimulat un mod de gândire ce a deschis calea pentru urgența și adoptarea globală a dezvoltării sustenabile [1].

Michael Meacher (1939-2015), fost membru al parlamentului Regatului Unit a menționat: „Companiile cu gândire de viitor care se adaptează pozitiv la agenda de afaceri durabilă vor fi în fruntea productivității resurselor, reducerea deșeurilor și raportarea cu privire la impactul asupra mediului. Ei și echipele lor de management fac ca lucrurile să se întâmple înaintea concurenților lor”. Astfel, încă din anul 2013, chiar și la nivel de parlament se purtau discuții cu referire la direcțiile de dezvoltare a afacerilor în vederea asigurării obiectivelor de dezvoltare durabilă, prin fortificarea elementelor durabilității în cadrul entităților economice.

Joe Kaeser (n.1957), om de afaceri, ex-director general al companiei Siemens afirmă:

„Adesea, sustenabilitatea este discutată doar în contextul energiei. Durabilitatea energetică este esențială - dar cuvântul are un sens mult mai larg. Înseamnă să ne gândim pe termen lung la modul în care ne gestionăm afacerile, investim în cheltuieli sociale și ne planificăm viitorul. Acest lucru necesită viziune și leadership și necesită implicarea cetățenilor.” Joe Kaeser, a fost printre primii oameni de afaceri preocupați de subiectele sustenabilității și responsabilității sociale a companiilor, fapt promovat în politica externă a Germaniei, însoțind-o pe cancelarul german Angela Merkel în mai multe vizite oficiale internaționale.

Actualmente, tematica dezvoltării sustenabile și a durabilității este larg răspândită în rândurile cercetătorilor de diverse ranguri. Se pot remarca un șir de cercetări realizate de Alzawawi M, Abu, Huat, Mansor, Eric Knight, Alexandra Spiliakos și alții în domeniul inițierii și dezvoltării afacerilor durabile, producției durabile, consumului durabil ca un nucleu pentru asigurarea dezvoltării durabile. Logica modelelor de afaceri relevă faptul cum o companie, desfășurându-și activitatea, creează, transferă și capturează valoare. Aceasta este cea mai simplă și puțin controversată definiție, căci totuși nu există o percepție comună asupra noțiunii de model de afaceri. Spre exemplu, unii specialiști sugerează că acest concept se extinde dincolo de a povesti cum o companie își desfășoară activitatea și are potențialul de a oferi o perspectivă holistică asupra activităților companiei. Pe de altă parte, unii sugerează că designul modelului de afacere permite reconfigurarea capacităților întreprinderii de a se adapta la condițiile schimbătoare din mediul de afaceri. Modelele de afaceri sunt văzute ca vehicule pentru inovare și modalități necesare pentru comercializarea tehnologiilor inovatoare, cât și drept un subiect de inovare, colaborare antreprenorială, delimitând modelul de afaceri în sine ca parte a proprietății intelectuale [2]. Problematika modelelor de afaceri durabile își găsesc reflectare și în principalele documente de politici ale Guvernului, în special în Strategia Națională de Dezvoltare Moldova 2030, Strategia energetică–2030, Strategia de dezvoltare a sectorului IMM pentru anii 2012-2020, Strategia de dezvoltare a agriculturii 2013–2020, Strategiei de mediu 2014–2023, Programul pentru promovarea Economiei Verzi în Republica Moldova pentru 2018-2020 [3].

Rezultate obținute. Modelul de afaceri potrivit este premisa inițială, indispensabilă pentru garantarea succesului unei activități economice de orice tip. Succesul, la rândul său, este un concept asupra căruia expertii din domeniu continuă să dispute. În accepțiunea clasică, succesul unei organizații constă în extinderea masivă a capacităților acesteia și viteza cu care poate aduce idei noi pe piață. Totuși, perspectivele contemporane pun la îndoială această idee, argumentând că această tendință de creștere nu este întotdeauna ceea ce are nevoie cu adevărat o companie pentru a prospera. Ceea ce este mai important reprezintă, de fapt, durabilitatea, iar cheia unei afaceri durabile, adică rezistente în timp, indiferent de condițiile continuu schimbătoare de mediu, este un model de afaceri sustenabil [4].

Sustenabilitatea este de asemenea un concept tot mai actual. Aceasta, conform unui articol publicat de Harvard Business School, se referă la desfășurarea afacerilor într-un mod ce nu are impact negativ asupra mediului, comunității sau societății per ansamblu. Astfel, scopul strategiilor sustenabile este de a avea un impact pozitiv cel puțin în unul dintre aceste aspecte. Când companiile eșuează să își asume responsabilitatea, inversul celor menționate se poate întâmpla, ceea ce duce la degradarea mediului, inegalitate și nedreptate socială. Afacerile sustenabile iau în considerare un spectru larg de factori de mediu, economici și sociali atunci când iau decizii. Aceste organizații monitorizează impactul operațiunilor desfășurate pentru a se asigura că profiturile lor de termen scurt nu se transformă în pierderi de termen lung.

Sustenabilitatea este o tendință globală ce a luat amploare după aprobarea în 2015 de către ONU a Agendei 2030 privind Obiectivele de Dezvoltare Durabilă. Acest set de obiective cuprinde principalele aspecte care necesită acțiune imediată din partea tuturor statelor pentru a asigura pacea și prosperitatea pentru oameni și planetă, acum și în viitor. Se pune accent pe eliminarea fenomenului de sărăcie, precum și pe adoptarea strategiilor ce ar îmbunătăți

sănătatea și educația, ar reduce inegalitatea și ar impulsiona creșterea economică - toate concomitent cu acțiunile privind schimbarea climatică și acțiuni de conservare a oceanelor și pădurilor.

În acest context, multe organizații de succes adoptă practici sustenabile de afaceri, însă nu există două care să prezinte strategii identice. Acestea sunt unice pentru fiecare organizație, întrucât sunt interconectate cu scopurile generale ale entității și valorile organizaționale. Sustenabilitatea în afaceri poate lua diferite forme, printre care se numără:

- Utilizarea materialelor sustenabile în procesul de producție;
- Optimizarea lanțului de aprovizionare pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră;
- Utilizarea energiei din surse regenerabile pentru funcționarea generală a întreprinderii, inclusiv a secțiilor de producție;
- Sponsorizarea fondurilor educaționale pentru tineri în comunități locale [5].

Forțele motrice implicate în schimbarea modelelor economice durabile sunt: economia funcționalității, economia colaborativă, economia circulară, finanțarea responsabilă.

Economia funcționalității constă în optimizarea utilizării bunurilor și serviciilor, și prin urmare managementul valorii existente. Obiectivul economiei funcționale este crearea valorii maxime posibile pentru o durată maximă de timp, consumând cât mai puține resurse materiale și energie [6]. Astfel spus, înlocuirea noțiunii de vânzare a bunului cu aceea de vânzare a utilizării bunului.

Economia colaborativă reprezintă un concept care se aplică antreprenorilor care dezvoltă platforme digitale ce le permit persoanelor private să facă schimb de bunuri sau de servicii: utilizarea în comun a autoturismelor, închirierea de bunuri, achiziții la mâna a doua, împrumuturi, donații etc. Economia colaborativă, în sens îngust, reprezintă o piață în care consumatorii se bazează unii pe ceilalți, în locul companiilor mari, pentru a-și satisface necesitățile. De ex, compania Uber, joacă rolul de intermediar între consumatori, astfel, încât persoanele care dețin automobile pot oferi servicii de taxi în comun cu alți beneficiari [7]. **Economia circulară** se bazează pe crearea de „bucle de valoare pozitive”, care reintroduc produsele sau materia scoasă din uz în circuitul de producție. Într-un model circular ideal, bunurile sunt concepute ecologic, sunt produse utilizând resurse regenerabile ori reciclate sau deșeuri ale altor sectoare, sunt reutilizate, reparate, actualizate și, în final, reciclate. Corelația conceptelor: *economie funcțională* și *economie participativă*, economie colaborativă unele aspecte se suprapun, dar pot fi considerate verigi ale economiei circulare [8].

Finanțare responsabilă este o perspectivă de dezvoltare a sectorului de creditare nebanară, ce înseamnă că atât creditorul va reuși să recupereze suma pe care o acordă cu împrumut și dobânda percepută pentru punerea la dispoziție a acesteia, cât și solicitantul (debitorul) trebuie să se asigure că va putea să achite suma împrumutată și dobânda stabilită la scadență fără a intra în insolvență [9]. Principiile finanțării responsabile sunt:

- concentrarea pe afacerile care adaugă valoare;
- gestionarea riscului reputațional;
- atragerea investitorilor pe termen lung;
- demonstrarea responsabilității sociale corporative.

Modelele economice durabile se dezvoltă sub influența acestor forțe inovatoare care, pe lângă rentabilitatea economică, caută să răspundă altor obiective esențiale ale dezvoltării durabile, și anume:

- justiția socială (respectarea demnității umane, extinderea accesului la bunuri și servicii, repartizarea echitabilă a resurselor, prețuri echitabile, solidaritate);
- un mod de guvernare participativă (prin sporirea participării angajaților și consumatorilor la funcționarea și orientarea strategică a întreprinderii, un mod de producție și de consum mai conectat la nevoile reale ale cetățenilor și la realitățile teritoriilor respective);

- conservarea resurselor și a capitalului natural (decuplarea prosperității economice de utilizarea resurselor, integrarea externalităților ecologice negative) [8].

Corporate Knights Global 100 este un top al celor mai sustenabile corporații la nivel mondial, întocmit anual de Corporate Knights, o organizație canadiană, ce are scopul de a studia probleme precum impactul economiei asupra mediului, autocaracterizându-se drept „Vocea pentru capitalism curat”. Criteriile conform cărora este constituit acest top constau din 21 indicatori de performanță (KPI) ce se referă la managementul resurselor, managementul financiar, al resurselor umane, performanțele în privința alegerii furnizorilor prietenoși mediului și venitul obținut din activități ce nu dăunează mediului [10]. Totodată, pentru a se respecta comparabilitatea între organizațiile incluse în top, sunt eligibile doar companiile a căror acțiuni sunt plasate public, iar venitul anual brut depășește 1 miliard dolari SUA.

Analizând topul Corporate Knights Global 100 pentru 2020 și comparându-l cu ediția din 2019, se observă că 28 din cele 100 companii enumerate și-au făcut intrarea în topul sustenabilității în 2020. În diagrama ce urmează se prezintă distribuția acestor companii ce au abordat un model sustenabil în 2020, în corespundere cu țara. Observăm, în primul rând, că două țări se evidențiază prin numărul relativ mai mare de companii ce se orientează spre o dezvoltare durabilă: Canada, cu 9 organizații noi incluse în top în 2020, și SUA, cu 5 companii. De asemenea, progrese în domeniul acesta au înregistrat companiile din Suedia, Italia, China, Germania, Japonia și Regatul Unit.

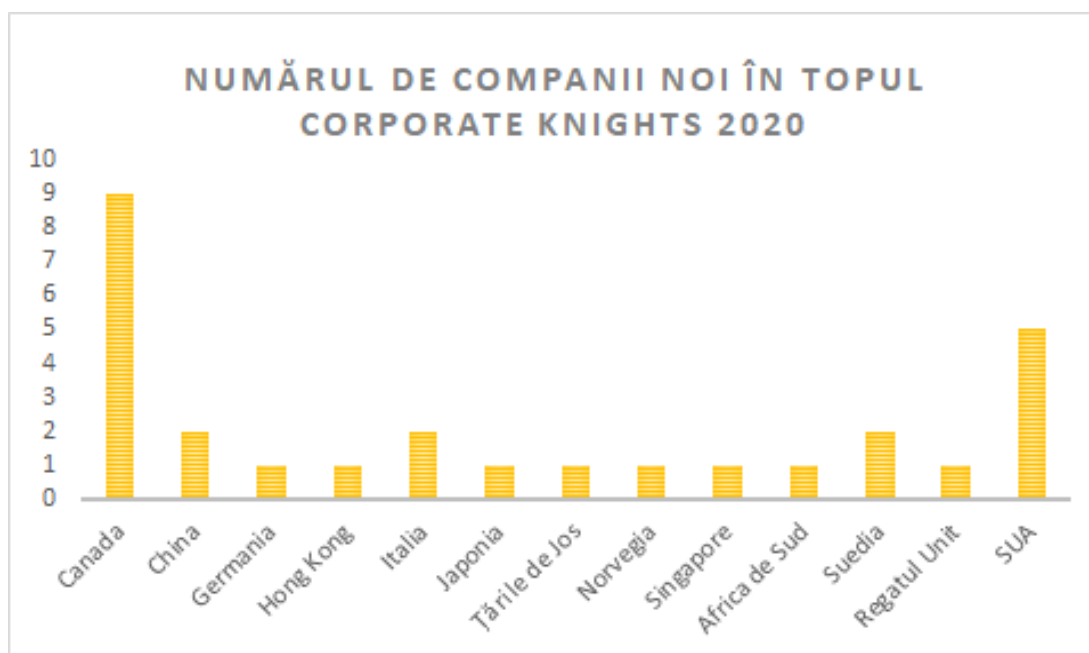


Fig. 1. Distribuția companiilor noi în topul Corporate Knights Global 100, ediția 2020, după țară

Sursa: Elaborat de autori conform datelor Corporate Knights Global 100, 2020

Analizând cele 100 organizații din topul Corporate Knights, delimităm că activitatea celor mai multe dintre companii fac parte din domenii precum: servicii bancare, industrie chimică, industrie alimentară, sectorul energetic și servicii de investiție.

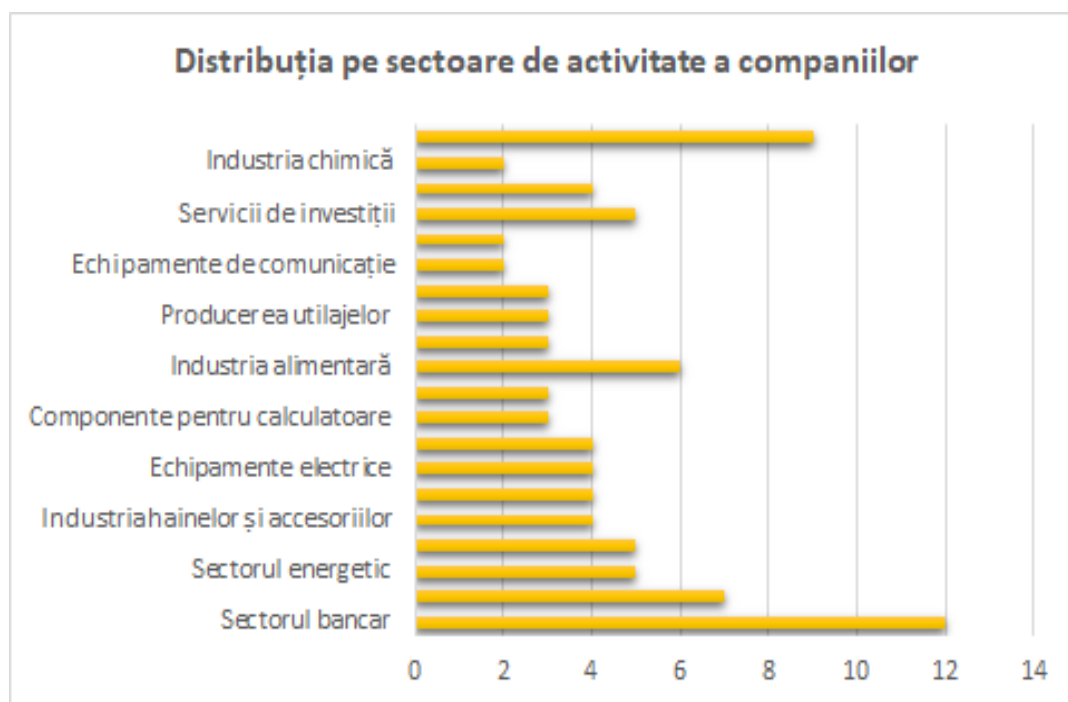


Fig. 2. Distribuția pe sectoare de activitate a companiilor din topul Corporate Knights Global 100, 2020

Sursa: Elaborat de autori conform datelor Corporate Knights Global 100, 2020

Organizațiile ce prestează servicii financiare promovează sustenabilitatea prin stabilirea obiectivelor aliniate la ODD. Una dintre companiile din acest sector, ING Groep NV, fondată în Țările de Jos, în Raportul de Responsabilitate Climatică din 2014 și-a propus drept obiectiv să utilizeze exclusiv energie din surse regenerabile pentru desfășurarea tuturor operațiunilor sale. Acest scop a fost atins în 2020, an în care a reușit să opereze bazându-se numai pe energie electrică din surse regenerabile, ceea ce tinde a deveni o practică permanentă. Totodată, ei își propun să ofere suport clienților în finanțarea tranziției climatice pentru a accelera economia verde și implementarea noilor tehnologii și modele de afaceri. Tradițional, aceste opțiuni de finanțare sunt concentrate mai mult spre clienți precum marile corporații, dar oferta este extinsă treptat și pentru afaceri de dimensiuni mai mici.

Tendențe tot mai accentuate de dezvoltare durabilă se atestă și în sectorul energetic, aceasta fiind o necesitate imperativă condiționată de limitarea resurselor naturale neregenerabile, a căror exploatare este deopotrivă costisitoare și dăunătoare mediului. Astfel, marile corporații din industria energetică se reorientează spre energia verde, investind în tehnologii capabile de a capta și valorifica cât mai eficient energia verde. Conform datelor statistice, la capitolul energiei regenerabile se observă o evoluție în sens pozitiv la nivel global. Harta modificării anuale a generării de energie regenerabilă, ce redă grafic creșterea sau descreșterea a volumului de energie regenerabilă produsă la nivel global în comparație cu anul precedent celui examinat, pentru anul 2019 descrie o tendință generală de creștere a eforturilor de producție a acestui tip de energie în ultimii ani. (Figura 3)

Modificarea anuală a generării de energie regenerabilă, 2019

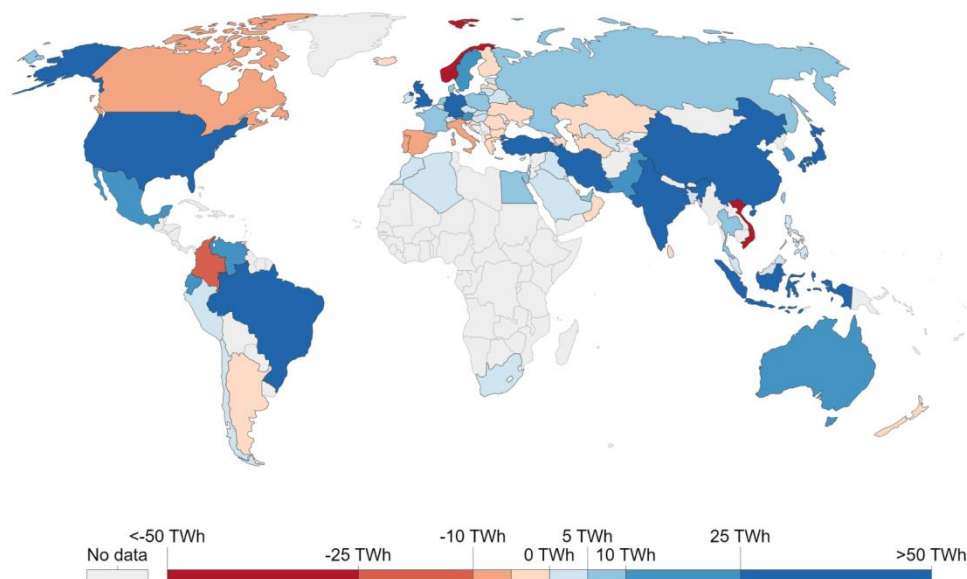


Fig. 3. Harta modificării anuale a generării de energie regenerabilă, anul 2019

Sursa: Canalul statistic Our World in Data [11]

Conform topului Corporate Knights Global 100 publicat în 2020, cel mai sustenabil model de afaceri l-a dezvoltat Orsted, o companie daneză din industria energetică ce se specializează în producerea și distribuția energiei electrice obținute din surse regenerabile. Viziunea acestei companii este de a crea o lume care folosește exclusiv energie verde. Orsted construiește și dezvoltă parcuri eoliene, parcuri de panouri solare, facilități de stocare a energiei și livrează electricitate consumatorilor din Danemarca, Marea Britanie, Germania și SUA. Inițial, Orsted a fost formată în 2006 prin fuziunea a șase companii din industria energetică, devenind una dintre cele mai intensive companii din Europa în ce privește producerea energiei pe bază de cărbuni și fiind responsabilă pentru o treime din emisiile totale de dioxid de carbon din Danemarca. Aproximativ 85% din activitatea companiei se baza pe exploatarea combustibililor fosili, doar 15% axându-se pe sursele regenerabile. În 2008 a fost adoptată noua viziune strategică a companiei, conform căreia Orsted urma, timp de 40 ani, să inverseze raportul menționat în favoarea energiei regenerabile. Totuși, a reușit să atingă acest scop în 10 ani, la moment fiind liderul pe piața globală a energiei regenerabile. Prin investiție și inovație, ei au fost găsite soluții noi, ce permit exploatarea maximă a rezervelor naturale de energie din surse regenerabile cu costuri de producție scăzute, astfel încât prețul acestui tip de energie este unul cu adevărat competitiv, fiind chiar mai scăzut decât cel al energiei obținute din combustibili fosili sau din materiale radioactive.

O comparație succintă a costurilor de producție a energiei electrice din diferite surse, oferită la fel de Orsted, evidențiază faptul că tehnologiile inovative au permis scăderea considerabilă a costului de producție a energiei electrice din operarea parcurilor eoliene marine, ajungând de la 167 EUR/MWh în 2012 la doar 56 EUR/MWh în 2019, situându-se la aproximativ același nivel cu costul de producție a energiei electrice în urma exploatării parcurilor de panouri solare. Un aspect foarte important ce merită accentuat este faptul că, la momentul actual, energia din surse regenerabile (energie eoliană terestră și marină, energie solară) prezintă nu doar avantaje ecologice deosebite, ci și implică costuri mai mici decât producția energiei electrice prin metode tradiționale, precum operarea stațiilor atomoelectrice și a celor termoelectrice pe bază de cărbune sau gaz natural [12].

Costul de producție a energiei electrice din diferite surse, EUR/MWh

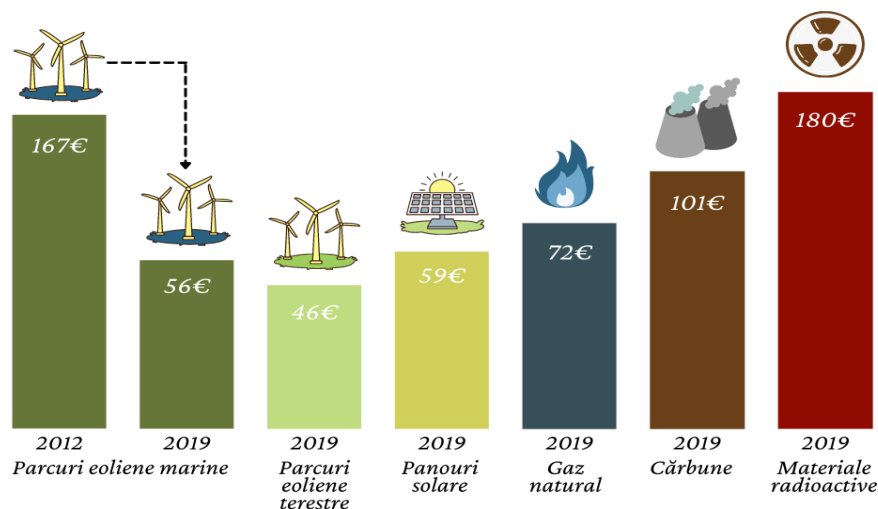


Fig. 4. Compararea schematică a costurilor de producție a energiei electrice din surse regenerabile și neregenerabile

Sursa: Elaborat de autori conform datelor prezentate în Raportul de Sustenabilitate Orsted 2020

Conform Raportului de Sustenabilitate publicat de Orsted în 2020, portofoliul de programe de sustenabilitate al companiei include 3 direcții principale de acțiune: catalizarea tranziției spre energia verde, adresarea impactului sustenabil al transformării energetice verzi și asigurarea practicilor responsabile de afaceri. În dezvoltarea strategiilor de sustenabilitate pe aceste direcții, Orsted se ghidează în primul rând de Obiectivele de Dezvoltare Durabilă. Dintre programele direcționate spre catalizarea tranziției la energia verde se numără:

1. decarbonizarea proceselor de producție și obținere a electricității;
2. decarbonizarea lanțului de aprovizionare;
3. construirea și operarea parcurilor eoliene marine;
4. exploatarea resurselor regenerabile de energie pe uscat;
5. utilizarea stațiilor energetice combinate (combustibil fosil și energie verde);
6. utilizarea și integrarea energiei verzi;
7. finanțarea verde.

Aceste programe, precum și măsurile care sunt întreprinse pentru a susține viziunea verde a Orsted, sunt direcționate spre a acționa în sensul atingerii a două dintre ODD formulate la nivel global: obiectivul 7 - energie accesibilă și curată, precum și obiectivul 13 - acțiunea asupra climei. Mai mult decât atât, rezultatele înregistrate de această companie în ultimul deceniu demonstrează performanțe remarcabile. Spre exemplu, unul dintre indicatorii principali monitorizați constant, gradul de emisie a gazelor cu efect de seră în atmosferă în urma activității de producere, în 2020 s-a situat la un nivel mai scăzut cu 87% comparativ cu anul de bază (2006), în timp ce în 2019 acest indice atesta o scădere de 86% față de 2006. Urmând aceeași tendință și implementând în continuare noi măsuri menite să reducă și mai mult acest indice, Orsted își propune ca în 2025 să atingă neutralitatea climatică din perspectiva emisiilor gazelor cu efect de seră din operațiunile de producere. Realizarea treptată a obiectivelor din domeniul sustenabilității se datorează nu doar managementului eficient al resurselor disponibile, ci și abordării vizionare în ceea ce privește viitorul industriei energetice și al planetei în ansamblu. Mai mult de atât, Orsted nu este doar un exemplu de companie care și-a reorientat cardinal activitatea, inovând modelul de afaceri pe care îl urma, ci și a reușit să își asigure, în mod strategic, o poziție dominantă pe piața energetică. În

contextul îngrijorării sociale globale privind schimbarea climatică, viitorul companiilor furnizoare de energie electrică obținută prin metode clasice are un caracter incert accentuat, pe când Orsted, fiind un promotor activ al grijii față de mediu și al inovării tehnologiilor din industria energiei verzi, are doar de câștigat, întrucât își creează un avantaj competitiv extraordinar, fiind cu cel puțin un pas înaintea concurenților săi și dispunând de sisteme de producție ce îi permit să lanseze oferte de energie electrică semnificativ mai avantajoase pentru consumatori decât celelalte companii. Astfel, îndrăzneala cu care acționează Orsted în reinventarea industriei energetice îi asigură și durabilitatea spre care tind astăzi organizațiile din întreaga lume.

Un alt exemplu relevant de organizație ce în ultimii ani își concentrează forțele spre adoptarea unui model sustenabil de afaceri este Hennes & Mauritz (H&M), un grup ce deține branduri de haine comercializate la scară largă în peste 70 țări ale lumii. Industria modei, în general, a fost deseori considerată una dintre cele mai mari amenințări la adresa securității ecologice a planetei, întrucât tendințele schimbătoare și modelul economiei liniare aplicat de-a lungul deceniilor au condus la poluarea gravă a mediului, atât din cauza proceselor de producție organizate iresponsabil, utilizarea materiilor prime nereciclabile și a produselor chimice toxice. Totuși, H&M are o viziune clară în privința reorientării spre un model de afacere sustenabil, definită prin trei ambiții de bază. Primul scop este de a deveni o organizație justă ce promovează egalitatea, ceea ce se explică prin garantarea accesului egal la resurse și soluții sustenabile. Al doilea scop, răspunsul la crizele de mediu și sănătate, se concretizează în eliminarea inegalităților existente. Cea de-a treia ambiție, și anume progresul continuu, solicită din partea organizației onestitate, asumarea riscurilor și curajul de a fi liderul schimbării. Fiecare decizie adoptată trebuie luată cu considerarea impactului de ordin social și de mediu, iar integrarea completă a ambițiilor de sustenabilitate în strategia de afaceri este o condiție indispensabilă pentru prosperarea nu doar a organizației, ci și a societății la nivel general [13].

Două dintre cele mai mari provocări pentru planetă astăzi sunt schimbarea climatică și epuizarea resurselor, ambele contribuind la pierderea biodiversității și înrăutățirea problemelor actuale privind drepturile omului. Ambiția H&M este de a deveni o afacere complet circulară și cu impact pozitiv din punct de vedere climatic până în 2040. Astfel, se pune accent pe maximizarea valorii produselor și resurselor prin reutilizarea lor pe o durată cât mai îndelungată, urmând și reciclarea acestora. Strategia de tranziție la modelul circular acoperă toate activitățile organizației, inclusiv produsele, lanțul de aprovizionare și distribuție, precum și materialele non-comerciale, adică ambalajele, obiecte de decor utilizate în punctele de distribuție.

Circularitatea produselor constă în crearea unor bunuri ce durează în timp, au o perioadă mai mare de exploatare și sunt fabricate din materiale reciclate și sustenabile, ce pot fi reutilizate de multiple ori. Circularitatea lanțurilor de aprovizionare poate fi creată prin utilizarea sistemelor ce suportă procesele circulare de producție și fluxurile materiale circulare. Totodată, crearea experiențelor de consum sustenabil pentru consumatori constă în oferirea căilor accesibile de alăturare la moda circulară, în cadrul căreia produsele sunt utilizate mai mult, reparate, reutilizate și reciclate, ceea ce în primul rând este influențat și de mesaje care predomină în comunicarea organizației cu clienții săi.

Conform Raportului de Sustenabilitate publicat de H&M pentru anul 2020, organizația implementează cu succes măsuri atât la nivelul funcționării interne, cât și la nivelul relațiilor externe cu scopul de a adopta un model durabil și sustenabil de afaceri, mai ales prin asigurarea circularității în activitatea desfășurată. Printre principalele realizări enumerate pentru anul 2020 se numără:

- 64,5% din materiile prime utilizate sunt reciclate sau provin din surse sustenabile
- 100% din țesăturile de bumbac utilizate sunt organice, reciclate sau din surse sustenabile

- pe parcursul anului, s-a redus cu 14% volumul ambalajelor neesențiale utilizate, inclusiv s-a utilizat cu 24% mai puțin plastic

Obiectivele de Dezvoltare Durabilă asupra cărora se focusează H&M în strategia de sustenabilitate sunt Industrie, inovare și infrastructură, consum și producție responsabile, acțiunea climatică, viața în apă, viața pe pământ și parteneriate pentru obiective. Concentrându-și eforturile în această direcție, H&M tinde să își reorganizeze activitățile, începând de la selectarea materiilor prime, procesul de producție, continuând cu strategiile de comunicare cu consumatorii și politica specifică de retur a hainelor pentru reciclare în magazinele specializate. Acești pași permit crearea unui ciclu închis de circulație, care nu doar oferă un surplus de materie primă valoroasă în urma procesului de reciclare, ci și asigură sustenabilitatea afacerii în ansamblu, fiind în pas cu tendințele globale și manifestând grija față de mediul înconjurător.

Analizând importanța dezvoltării modelelor de afaceri durabile și sustenabile, precum și câteva exemple de organizații ce au avut succes în acest sens, putem spune că dezvoltarea afacerilor durabile este în primul rând direcționată de Obiectivele de Dezvoltare Durabilă pe care acestea își propun să le urmeze. Conform publicației Deloitte „2030 Purpose: Good business and a better future”, există mai mulți pași prin care afacerile pot deveni mai durabile și pot contribui la atingerea ODD stabilite pentru 2030 [14].

Primul pas este de a inspira mediul intern al afacerii în stabilirea unui scop ce nu se axează doar pe dezvoltarea durabilă generală, ci ia în considerare și oportunitățile și riscurile specifice cu care se confruntă organizația. Liderii în afaceri pot determina ariile prioritare de concentrare a eforturilor prin analiza pieței și a competitorilor, precum și prin interviuarea acționarilor cu scopul de a seta principiile de bază ale activității și de a inspira schimbarea necesară. Totodată, este importantă și analiza reflectivă, adică a interiorului companiei, prin intermediul căreia se poate defini conexiunea dintre obiectivele globale ale organizației și modelul de afacere, inclusiv valorile de la baza sa și capacitatea transformativă pe care o are. Pentru a asigura crearea unui impact adevărat, scopul de dezvoltare durabilă stabilit trebuie să fie integrat în modelul de operare a afacerii, cultura și valorile organizaționale, inclusiv cu rolul de a influența factorii critici de decizie și procesele decizionale la toate nivelurile manageriale.

Scopul stabilit trebuie de asemenea susținut și demonstrat prin proiecte și campanii de mare impact, care pot fi utilizate pentru a exemplifica beneficiile sau importanța acestui scop, facilitând adoptarea de către alte afaceri, inclusiv parteneri, a unei atitudini responsabile și extinderea integrării dezvoltării durabile în domeniile de activitate conexe cu cel propriu. De asemenea, foarte importantă este monitorizarea, estimarea și comunicarea rezultatelor acestor programe pentru a asigura responsabilitatea și îmbunătățirea continuă pe parcursul îndeplinirii obiectivelor. Astfel, este menținută și concentrarea asupra realizării acestora pe termen lung, ceea ce este esențial pentru progresul organizației în direcția durabilității.

Contextual, pot fi determinați *vectorii afacerilor durabile*:

- Valorificarea potențialului și utilizarea energiei din surse regenerabile, precum: energia eoliană (terestră și marină) și solară în dezvoltarea afacerilor (ex. Orsted);
- Utilizarea materiilor prime reciclabile și reutilizabile sau cu un grad înalt de durabilitate, ce permit prelungirea ciclului de viață al produsului și reintroducerea acestuia în ciclul de producție după utilizarea propriu-zisă, astfel creându-se un sistem închis, circular de producție (ex. H&M, LEGO);
- Utilizarea materiilor prime și a tehnologiilor de producție ce minimizează cantitatea de reziduuri eliminate în mediul extern, iar produsele secundare obținute să poată fi utilizate într-un alt proces de producție, maximizând astfel eficiența utilizării resurselor (ex. Orsted, Neste Oyj);
- Reducerea emisiilor de dioxid de carbon și alte gaze cu efect de seră prin modernizarea instalațiilor de producție și înlocuirea unităților de transport de tip clasic din sistemele

logistice de aprovizionare cu unele ecologice, ce funcționează pe bază de energie din surse alternative (ex. H&M, Ford);

- Atragerea investițiilor și încurajarea proiectelor ce sprijină inovațiile tehnologice revoluționare capabile să modifice actuala structură de producție și să ofere soluții mai bune din perspectiva sustenabilității, la un preț accesibil consumatorilor și cu un impact pozitiv sau cel puțin non-negativ asupra mediului înconjurător (ex. ING Groep NV, HP)

Concluzii și recomandări. În baza celor expuse anterior, putem afirma că vectorii principali de dezvoltare a afacerilor durabile își au direcția orientată spre grija față de mediu, impactul zero (non-negativ) asupra climei și sănătății omului, aflându-se în concordanță perfectă cu Obiectivele de Dezvoltare Durabilă ce au fost setate pentru a fi atinse până în 2030. Această schimbare, adică reorientarea spre o economie circulară, în special spre noi modele de afaceri durabile este posibilă în orice sector de activitate economică și nu prezintă, cum s-ar părea la prima vedere, o piedică în calea dezvoltării afacerilor, ci dimpotrivă: le oferă acestora numeroase avantaje și o poziție stabilă pe piață. De menționat este faptul că progresul tehnologic permite astăzi planificarea proceselor de producție în mod circular, vizând reîntoarcerea produselor realizate sub formă de materie primă pentru confecționarea altor articole, fie că e vorba de reciclarea sau repararea și reutilizarea acestora. Totodată, avantajele competitive oferite afacerilor de adoptare a modelelor sustenabile sunt cu adevărat prețioase, întrucât susținerea comunității globale, atât din perspectiva socială, cât și instituțională sporește potențialul de extindere și dezvoltare a activităților ce au drept valori de bază sustenabilitatea și durabilitatea. În acest mod, practicile internaționale demonstrează că implementarea și dezvoltarea modelelor durabile de afaceri nu este un vis, ci o realitate ce poate fi creată prin dedicație și inovație, este un set de acțiuni imperative pentru asigurarea bunăstării multidimensionale la nivel global.

În vederea impulsionării dezvoltării noilor modele de afaceri în Republica Moldova se propun implementarea următoarelor **recomandări**:

- crearea unui cadru politic, fiscal și de reglementare pentru sprijinirea desfășurării acestor noi modele durabile la scară largă;
- includerea vectorilor care promovează noile modele de afaceri durabile în politicile sectoriale pentru a le oferi mai multă vizibilitate și pentru a crea un efect de pârghie, care să le favorizeze dezvoltarea;
- promovarea schimbului de bune practici și experiențe între inovatori și mediul de cercetare, prin intermediul rețelelor sau al platformelor de internet. În acest context, a fost creat un portal în cadrul Proiectului PNUD/GEF "Reforma Fiscală de Mediu" ce reprezintă o platformă de promovare a conceptelor de dezvoltare durabilă și economie verde, a politicilor de descentralizare și a altor reforme sectoriale, toate împreună având menirea să asigure dezvoltarea durabilă și verde a Republicii Moldova;
- promovarea educației și instruirea diverselor părți interesate, pentru a le îmbunătăți cunoștințele despre aceste modele și a le face mai vizibile;
- instituirea unei structuri permanente pentru noile modele economice, cu potențial de creștere durabilă, care să cuprindă toți actorii implicați;
- monitorizarea contribuției reale a noilor modele la dezvoltarea durabilă și reflectarea asupra noilor instrumente de acțiune publică ce ar permite susținerea modelelor care au cel mai mare impact.

Antreprenorii sunt principalii generatori de inovație, iar economia circulară este un stimulent al inovației în domeniul reutilizării materialelor, componentelor și produselor, precum și al creării noilor modele de afaceri. Utilizarea mai eficientă a materialelor creează o valoare mai mare, atât prin economii de costuri, cât și prin dezvoltarea unor piețe noi sau a celor existente, în care antreprenorii promovează - schimbarea mediului economic și de afaceri.

BIBLIOGRAFIE

1. „Sustainable development – historical roots of the concept, Environmental Sciences”, Jacobus A. Du Pisani, Professor of History, (2006) <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/15693430600688831>, accesat 20.10.2021;
2. „Business Model Innovation for Sustainability: Towards a Unified Perspective for Creation of Sustainable Business Models”, Steve Evans, Doroteya Vladimirova, Maria Holgado, Kirsten Van Fossen, Miying Yang, Elisabete A. Silva, Claire Y. Barlow <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bse.1939>, accesat 14.10.2021;
3. „EU4Environment: promovarea dezvoltării economice verzi și durabile în Republica Moldova”, <https://mei.gov.md/ro/content/economia-verde>, accesat 20.10.2021;
4. „The art of Corporate Endurance”, Eric Knight, Harvard Business Review <https://hbr.org/2014/04/the-art-of-corporate-endurance>, accesat 15.10.2021;
5. „What does sustainability mean in business?”, Alexandra Spiliakos, Harvard Business School <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-sustainability-in-business>, accesat 17.10.2021;
6. „The Industrial Green Game: Implications for Environmental Design and Management”, National Academy of Engineering, 1997, accesibil la <https://www.nap.edu/read/4982/chapter/7>, accesat 15.10.2021;
7. „Collaborative Economy”, Jake Frankenfield, accesibil la <https://www.investopedia.com/terms/c/collaborative-economy.asp>, accesat 10.10.2021;
8. SC/048 Noi modele economice durabile, accesibil la <https://webapi2016.eesc.europa.eu>, accesat 20.10.2021;
9. „Finanțarea responsabilă - motorul dezvoltării sectorului de creditare nebancară”, <https://capital.market.md/ro/content/finantarea-responsabila-motorul-dezvoltarii-sectorului-de-creditare-nebancara>, accesat 20.10.2021;
10. Corporate knights 2020 Global 100 ranking <https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2020-global-100-rankings/2020-global-100-ranking/>, accesat 17.10.2021;
11. Portalul statistic Our World in Data <https://ourworldindata.org/renewable-energy>, accesat 20.10.2021;
12. „A sustainable build-out of green energy: Orsted sustainability report 2020” <https://orstedcdn.azureedge.net/-/media/annual2020/sustainability-report-2020.ashx?la=en&rev=552cd4dd7bc3499c8bf2311549d36b94&hash=53664FE832CA1812F310DE35856DA3F4>, accesat 17.10.2021;
13. „H&M Group Sustainability Performance Report 2020” <https://hmgroupp.com/wp-content/uploads/2021/03/HM-Group-Sustainability-Performance-Report-2020>, accesat 17.10.2021;
14. „2030 Purpose: Good business and a better future” <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/my/Documents/risk/my-risk-sdg12-2030-purpose-good-business-and-a-better-future.pdf>, accesat 17.10.2021.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЛОГИСТИКИ И УПРАВЛЕНИЕ ЦЕПЯМИ ПОСТАВОК: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ВОЗМОЖНОСТИ

Мухизи Жан БАНЗЕКУЛИВАХО

Полоцкий государственный университет, Республика Беларусь

Abstract. The article is devoted to the strategic directions for the development of digital transformation of logistics and supply chain management in the prime of the fourth industrial revolution. The main driving forces in the process of accelerating the digitalization of logistics and supply chain management are described, which include artificial intelligence, augmented reality, blockchain, Internet of things, 3D-printing, virtual reality, robotes and drones. The importance of these strategic directions for the sustainable development of digitalization as a key driver of economic growth was noted.

Keywords: digital transformation, logistics, supply chain management, sustainable development.

It is not for nothing that the 21st century is called the age of information technology. After all, the development of information and digital technologies leads to the most large-

scale and profound changes in human life, which are rapidly spreading to the economy. It is the digital transformation of the economy that is one of the key priority areas for the development of any country. We live in the era of the still third industrial (or digital) revolution, which began in the second half of the last century, and is characterized by the spread of information and communication technologies, i.e. which began in the second half of the last century. The first industrial revolution began in the second half of the 18th century, when it became possible to switch from manual labor to machine labor with the help of water and steam. The second industrial revolution was characterized by the development of mass conveyor production associated with the development of electricity. The third industrial revolution began with the creation of digital computers and the subsequent evolution of information technology. Today it is gradually transforming into the fourth industrial revolution, which is characterized by the fusion of technologies and the blurring of the lines between the physical, digital and biological spheres. The concept of the fourth industrial revolution (or "Industry 4.0") is defined as the introduction of "cyber-physical systems" into production. These systems will integrate into one network, communicate with each other in real time, self-adjust and learn new behaviors. Such networks will be able to build production with fewer errors, interact with manufactured goods, and, if necessary, adapt to new consumer needs.

If the automation of production, which began in the middle of the 20th century, had a narrow specialization, in which control systems were developed for each sphere and enterprise separately and were not scaled, then the development of global industrial networks will underlie the new technological revolution [1].

At the heart of the fourth industrial revolution lies the digital transformation of business, which involves the revision of business strategies, models, operations, products, marketing approach, goals, through the adoption of digital technologies to accelerate sales and business growth [2].

Digitalization is a key driver of economic growth. The digital economy refers to activities in which the efficiency of production, the use of technology, the operation of equipment, storage, sale, delivery of goods and services, is significantly increased by processing large amounts of data and using the results of their analysis. In turn, the digitalization of logistics and supply chain management is the driver of the digital economy.

The logistics is a science of procurement, supply, control, and organization of transportation. It is based on the rule of law and the laws of the functioning of the market. Logistics services are an extensive set of operations, processes that are aimed at implementing the organization's client's request, implying storage, transportation, purchase, delivery, planning, optimization of transportation, order processing, certification, documentary support and others. The main functions of logistics are optimization, control and efficiency improvement [3].

The supply chain management can be defined as the management of the flow of goods and services, which begins with the origin of the goods and ends with its consumption. It also includes the movement and storage of raw materials that are involved in work in progress, inventory and fully supplied goods. The main purpose of supply chain management is to monitor and interconnect the production, distribution and shipment of products and services. This can be done by organizations with very good and tight control over internal inventory, production, distribution, internal production and sales. Supply chain management mainly integrates supply and demand management. It uses various strategies and approaches to view the entire chain and work effectively at every stage [4].

The digitalization is a key driver of economic growth. The digital economy refers to activities in which the efficiency of production, application of technologies, equipment operation, storage, sale, delivery of goods and services is significantly increased due to the processing of large amounts of data and the use of the results of their analysis [1].

The digitalization of logistics and supply chain management is the driver of the digital economy.

According to PwC (Price waterhouse Coopers), the international network of companies offering consulting and audit services, the basic eight technologies that are changing all of humanity include the artificial intelligence, the augmented reality, the

blockchain, the Internet of things, the 3D-printing, the virtual reality, the robots and the drones [5, 6].

The convergence of these technologies is unlocking the next wave of innovation, yielding new business solutions that are greater than the sum of their parts. The convergence of emerging technologies will multiply a person's capacity to work better, smarter and more seamlessly through these technologies. It is these basic eight technologies that are most important today for business and the economy as a whole.

With artificial intelligence, software algorithms are automating complex decision-making tasks to mimic human thought processes and senses. The artificial intelligence is not a monolithic technology. A subset of the artificial intelligence, machine learning, focuses on the development of computer programs that can teach themselves to learn, understand, reason, plan and act when blasted with data. Machine learning carries enormous potential for the creation of meaningful products and services. In logistics and supply chain management, the artificial intelligence is designed to facilitate the selection and formation of pallets, loading (unloading), automatic formation of prefabricated pallets, forecasting, product lifecycle management, creation of meaningful products and services. Examples include hospitals using a library of scanned images to quickly and accurately detect and diagnose cancer; insurance companies digitally and automatically recognizing and assessing car damage; security companies trading clunky typed passwords for voice recognition.

The augmented reality is a visual or audio overlay on the physical world that uses contextualized digital information to expand the user's view of the real world. The augmented reality helps warehouse workers to accurately fulfill orders, airline manufacturers to assemble planes, and electrical engineers to carry out repairs. The ability to convey information to the scene flawlessly and unobtrusively is undeniable. This fusion of the physical and virtual worlds opens up new opportunities for companies from around the world to explore.

The predictive production planning, the planning the utilization of production capacities, the optimization of vehicle traffic routes, the procurement management based on adjustable models, the selection of goods in warehouses, the packaging of goods, the saturation with data of real logistics facilities, the management of data about goods from all participants in the supply chain - these are some of the areas augmented reality in logistics and supply chain management.

The blockchain is a distributed digital database or, more broadly, a digital ledger that uses software algorithms to record and confirm transactions with reliability and anonymity. The record of events is shared between many parties and information once entered cannot be altered. The blockchain has the potential to usher in an era of autonomous digital commerce in logistics and supply chain management through control over the origin of information, logistics transactions, supply chain finances, material flows of supply chains.

The Internet of things is also a network of physical objects (devices, vehicles, home appliances), with built-in sensors, software, network connectivity and computing capabilities that allow them to collect, exchange and act with data, usually without human intervention. The industrial Internet of things refers to its use in the manufacturing and industrial sectors. The industrial Internet of things is known as "Industry 4.0", which means it is an integral part of the fourth industrial revolution.

In logistics and supply chain management, the Internet of things will help ensure transparency and tracking using cloud technologies, improve the quality and accuracy of forecasting, and obtain up-to-date supply chain data in real time without the need to synchronize data between the logistics systems of chain partners. In addition, the Internet of things technology will play the role of a video analyst, monitor labor safety and ensure human life, perform the functions of QR-stickers for temporary sensitivity.

Three-dimensional printing (3D-printing) creates three-dimensional objects from digital models by overlaying or printing successive layers of materials. 3D-printing uses innovative inks including plastic, metal, and more recently glass and wood. 3D-printing can

transform any large enterprise, small business or living room into a factory.

With regard to the logistics and supply chain management, 3D-printing technology will be able to create new production areas, a new configuration of suppliers of raw materials and materials to ensure production, data visibility, interaction and communication with all participants of the supply chain.

In the computer simulation of a 3D image or environment, viewers can use special equipment to interact realistically with the simulation. The gaming and entertainment industries are obvious testing grounds for the virtual reality. However, the virtual reality has the potential to transform many other industries, especially in hands-on learning, where workers can find themselves in dangerous, complex or costly situations without the serious risks associated with these activities in the physical world.

The virtual reality removes logistic constraints. They facilitate integrated business planning, design, shaping, supply chain modeling and management visibility.

The robots are machines with enhanced sensing, control and intelligence used to automate, augment or assist human activities. The robot market is poised for growth in a broad range of services applications. These applications are transforming manufacturing and non-manufacturing operations with new capabilities that address the challenges of working in changing, uncertain and uncontrolled environments, such as alongside humans without being a danger to them. The robotization is designed to ensure interaction with all participants of the supply chains.

Unmanned aerial vehicles – the drones, depending on their design, vary greatly in their capacity (power). Some drones need wide spaces to take off, while quadcopters can squeeze into a column of space. Some drones are water based, others can operate and navigate semi-autonomously (via remote control) or fully autonomously (via onboard computers). One of the most notable trends is the use of drones for logistics purposes. The main such areas are warehouse drones for reading barcodes on packages and drones for the future of the delivery industry.

Thus, logistics and supply chain management are an integral part of the digital transformation of the entire world economy and its globalization. The basic eight technologies that are changing the whole of humanity are artificial intelligence, augmented reality, blockchain, Internet of things, 3D printing, virtual reality, robots and drones are a tool that determines the trends in the development of digital transformation of logistics and supply chain management in the era of the fourth industrial revolution and allows them to identify their opportunities to get the most out of them as a result of fully meeting the needs of consumers of goods and services.

BIBLIOGRAPHY

1. 4th industrial revolution: internet of things, circular economy and blockchain [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.furfur.me/furfur/changes/changes/216447-4-aya-promyshlennaya-revolutsiya>. – Access date: 2021.10.16.
2. Stolterman, Erik; Croon Fors, Anna (2004). “Information Technology and the Good Life”. Information systems research: relevant theory and informed practice. 689 p.
3. What is logistics: its types and tasks. How to choose a logistics company? [Electronic resource]. – Access mode: <https://feelwave.ru/biznes-terminy/logistika-chto-eto-takoe-prostymi-slovami#toc-1>. – Access date: 2021.10.16.
4. Supply Chain Management – Quick Guide [Electronic resource]. – Access mode: <https://coderlessons.com/tutorials/upravlenie/sistema-upravleniia-tsepiami-postavok/upravlenie-tsepkami-postavok-kratkoe-rukovodstvo>. – Access date: 2021.10.16.
5. Essential Eight Convergence [Electronic resource]. – Access mode: <https://www.pwc.com/gx/en/issues/technology/essential-eight-technologies.html>. – Access date: 2021.10.16.
6. Korepin, V.N. Formirovaniye intellektual'nykh tsepey postavok / V.N. Korepin // Logistika i upravleniye tsepyami postavok. – 2018. – №4(87). – P. 3-9.

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ ТУРБУЛЕНТНОСТЬ ОБЩЕСТВА: ИСТОКИ И УГРОЗЫ

Ольга СОРОЧАН

Государственный университет Молдовы

Abstract. *The unpredictability and threats to the existence of modern civilization are organically associated with institutional chaos. In transforming societies, the imbalances of the institutional system are most clearly manifested. The lack of logical and consistent “rules of the game”, the lack of flexible and effective institutional structures provoke disruptions in the consciousness and motivation of people, intensify social conflicts, and deepen crisis processes in the economy. For the safe sustainable advancement of society, urgently strengthening the institutional core: the revival of key institutions (family, religion, education, state) in their true meaning, maintaining a balance between informal and formal institutions.*

Keywords: *expansion, chaos, institutions, rules of the game, risks.*

Современная цивилизация переживает весьма сложные времена, наполненные глубокими противоречиями, конфликтами, войнами, растущим разобщением народов, деградацией людей. Человечество находится в институциональном тупике. **Благодаря институциональным структурам, “люди на протяжении всей истории добились порядка и ... снизили степень своей неуверенности” [1].** Однако существующие нормы, законы, процедуры и механизмы их реализации, которые определяют «правила игры» (как на национальном, так и глобальном уровнях), неспособны обеспечить безопасность и устойчивое развитие социума.

Острые *глобальные вызовы*: смена климата и природные катаклизмы, эпидемии и пандемии, терроризм и бедность угрожают самому существованию человечества. Только при наличии общей ответственности, поиска компромисса интересов, всесторонней консолидации усилий и средств, выработки общей стратегии действий между государствами возможно выживание и будущее человечества.

Однако, вопреки здравому смыслу и инстинкту самосохранения, конструктивное сотрудничество и достижение консенсуса в решении критических проблем современности блокируется агрессивной борьбой новых крупных игроков за мировое господство и переформатирование международного порядка (в собственных интересах и с ущербом для остальных государств!). При этом наблюдается гиперконкуренция во всех сферах деятельности (военной, политической, экономической, финансовой, идеологической, научной). Это порождает жесткую борьбу за рынки сбыта, контроль над природными богатствами, финансовыми потоками, новыми технологиями, человеческим потенциалом.

Ради расширения своего влияния и продвижения закулисных интересов (перераспределение ресурсов, стирание традиционных культур и национальной идентичности) ведущие геополитические игроки (прежде всего, США, стремящиеся удержаться в статусе мирового лидера) бесцеремонно вмешиваются в дела и политику других государств, навязывают свои установки, нормы и ценности. Эти стандарты продвигаются как универсальные и лучшие для всех народов, хотя в самих развитых странах их изъяны остро проявляются в росте агрессивности и отчуждении людей, усилении криминала и неравенства, экономических и финансовых дисбалансах.

«Подшефным» обществам сулят привлекательные перемены, типа «построение правового государства, утверждение демократии и либеральных ценностей». Однако на практике иностранные спецслужбы и кураторы задействуют иные, явно далекие от цивилизованных и законных, методы и средства. Как показывает опыт многих реформируемых государств, типичный сценарий иностранной политики и «помощи» может включать такие направления и компоненты, как:

- насильственная смена власти в стране (путем государственного переворота,

дискредитации и даже убийства национальных лидеров, проведения цветных революций),

- «зачистка» государственных структур от патриотов, профессиональных и опытных кадров и установление коррумпированной марионеточной власти,
- предоставление услуг консультантов – советников для «успешного реформирования» госструктур, банковской системы, систем образования и здравоохранения, пенсионной системы;
- контроль за национальным бизнесом и финансовой системой, включая устранение из бизнеса «неудобных» и поддержка компрадорской буржуазии;
- руководство и финансирование неправительственных организаций с целью распространения своей идеологии и формирования «прозападной» молодежи – будущего кадрового состава для госструктур;
- модернизация системы образования (изменение контента обучения, организация различных конкурсов и зарубежных тренингов с целью воспитания молодежи с «нужными» взглядами и приверженностью западным ценностям и стилю жизни);
- выделение на определенных условиях (политических, финансовых...) грантов и кредитов государственным структурам, частному сектору;
- втягивание реформируемых государств как членов-участников в «свои» международные группировки, конвенции для проведения конкретных мероприятий;
- поддержка коррумпированной политической элиты, использование практики двойных стандартов.

Подобные средства внешней экспансии в той или иной степени применяются и в постсоциалистических странах, что провоцирует усиление неустойчивости национальных институтов. В ряде случаев внутренние институциональные сбои, обусловленные самой природой системных трансформаций, перерастают в хаос, причем *внешне управляемый хаос* [2], со всем набором последствий и угроз для реформируемых стран. Амбициозная молодежь, не имеющая хозяйственного и политического опыта, придя во власть, оказывается неспособной к эффективному управлению, решению конкретных социально-экономических проблем. Нередко марионеточная «элита» узурпирует власть (феномен захваченного государства). Субъективизм в высших эшелонах власти ведет в государственной политике к произволу и волюнтаризму, доминированию корыстных интересов в ущерб национальным и потере доверия у населения.

Результаты внешнего воздействия на процессы постсоциалистического реформирования весьма неоднозначны. Безусловно, есть и выигрыши, но и потери. Конкретные параметры во многом зависят от состояния институциональной системы страны и степени ее соразмерности своей базе - институциональной матрице. Остановимся на этом подробнее.

Институциональная матрица представляет собой совокупность исходных **социальных форм, которые обусловлены спецификой материально-технологической среды обитания того или иного народа**. Под воздействием факторов «естественного характера» (природно - климатических условий и геолокации, региональной специфики жизнеобеспечения и трудовой деятельности) зарождались неформальные институты: традиции и стереотипы хозяйствования, культовые обряды и религиозные нормы, этика и нравственные ориентиры конкретного этноса. Адаптированные к среде существования эти нормы достаточно инертны и устойчивы, они сохраняются и передаются от поколения к поколению. Именно неформальные институты, заложенные в отдаленном прошлом, обеспечивают преемственность исторического развития любого общества.

По мере **социальной** эволюции неформальные правила поведения обрастают «рукотворными», формальными институтами. Законодательные нормы, а также институты, механизмы, организации, учреждаемые для контроля над соблюдением «писанных» правил, имеют субъективный характер. Они динамичны во времени и в пространстве, но их «отдача» зависит от степени соответствия неформальным институтам.

Реальное достижение **“институционального баланса”** затрудняется тем, что многообразные институты создаются на разных уровнях и с разными темпами: «если формальные правила могут быть изменены за одну ночь, то неформальные нормы обычно меняются лишь постепенно. Но именно нормы придают “легитимность” системе правил, и потому революционные перемены никогда не бывают столь революционными, как того хотели бы их сторонники” [3].

Исходные социальные нормы поведения формируются при возникновении государства и во многом определяют его дальнейшую эволюцию. Следуя законам симметрии - соразмерности, с известной условностью принято выделять *альтернативные институциональные варианты, со своим набором базовых институтов*.

По аналогии с разграничением цивилизаций “Восток” – “Запад”, конструируют «восточную» и «западную» институциональную матрицу.

Восточная матрица характерна для «централизованного общежития» и составлена из созвучных друг другу институтов: *“раздаточной” экономики, унитарно – централизованной системы политического устройства и преобладающей коммунитарности (коллективных ценностей)*.

Западная матрица типична для обществ с выраженным индивидуализмом и представлена иным набором институтов: *рыночной экономики, федеративного политического устройства и доминирующей идеи субсидиарности (приоритета прав и интересов личности)* [4].

В исторической динамике любого общества наряду с базовыми институтами развиваются и комплементарные (дополнительные) институты из альтернативной матрицы, но их «рамки» действия ограничены базовыми институтами. В период системных трансформаций постсоциалистические общества находятся в поиске нового сочетания базовых и комплементарных институциональных форм, в соответствии с изменившимися условиями существования.

Трансформируемые страны ЦВЕ и СНГ принадлежат к альтернативным институциональным матрицам, поэтому априори не может существовать единый, унифицированный вариант преобразований. В каждой стране создается свой «микс» институтов - сочетание частной и государственной собственности, централизованного и рыночного регулирования, индивидуальных и коллективных установок и предпочтений. С учетом институциональных рамок складываются разные траектории дальнейшего национального развития. Именно утверждение адекватных и эффективных «правил игры» и структур позволило отдельным странам, при схожести исходных сценариев реформирования, достичь лучших результатов.

В странах с геополитической пограничностью, находящихся на стыке культур разных народов Запада и Востока, преобладает принцип многообразия над принципом единства. Вековой опыт этих “пограничных” стран свидетельствует, что их культурно-цивилизационные стратегии неоднократно чередовались (многообразие вариантов вестернизации, русификации, национальной самобытности). Однако любая стратегия/тенденция общественного развития в пограничных системах неизбежно сталкивается с контртенденцией, их противостояние исключает формирование устойчивой доминанты развития.

Успешное институциональное конструирование в период транзycji

предполагает эффективную модернизацию старых и создание новых формальных институтов, в их многообразии и в строгом соответствии с неформальными национальными нормами и стереотипами, проверенными временем. Религиозные традиции и этика, семейные нормы и обычаи, менталитет и духовно - культурные ценности отражают уникальность каждого народа и не подлежат единой унификации (проамериканской / проевропейской).

Демократическое общество должно суверенно, с учетом национально-институциональной идентичности, собственных интересов и приоритетов, определять траекторию развития. Каждая страна должна стремиться найти свой (можно сказать, уникальный!) путь развития, используя национально-исторические традиции, культуру, мораль и менталитет народа, а также адаптивно заимствуя опыт других стран. В противном случае, при внешней экспансии общество становится заложником «чужих правил», рискует потерять свободу и развитие.

В период глубоких трансформаций роль национального государства усиливается. Бесспорно, существенно меняются условия, формы и методы управления обществом, однако государство по-прежнему остается ведущим институтом, реализующим потребности общества и защищающим национальные интересы и безопасность. Хорошее правительство, подчеркивалось в докладе Всемирного банка „Государство в меняющемся мире”, – это не роскошь, а жизненная необходимость, без эффективного государства невозможно устойчивое развитие, ни экономическое, ни социальное.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики. - М.: «Начала». 1998.
2. Рамоне И. Геополитика хаоса / Пер. с франц. И. А. Егорова. – М.: ТЕИС, 2001.
3. North D. Economic Performance through Time // The American Economic Review. 1994.
4. Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие России. – М.: ТЕИС. 2000

NECESITATEA STRATEGIILOR DE MARKETING ÎN CADRUL ÎNTREPRINDERILOR PRESTATOARE DE SERVICII

Alexandr ONOFREI, Anatolie GUJA
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The tertiary sector of the economy, generally known as the service sector, is the third of the three economic sectors of the theory of the three sectors. Service marketing is a branch that specializes in marketing. Service marketing emerged as a separate field of study in the early 1980s, after recognizing that the unique characteristics of services require different strategies compared to the marketing of physical goods. Services are inherently intangible, are consumed simultaneously at the time of their production, cannot be stored, saved or resold once they have been used, and service offerings are unique and cannot be repeated exactly by the same service provider. services.*

Keywords: *marketing, marketing research, foreign trade, enterprise, export, economy, demand, supply.*

Introducere: În prezent, în SUA aproximativ 80% din forța de muncă este ocupată în domeniul serviciilor, astfel că se poate spune că societatea americană se bazează pe servicii și nu pe producția de bunuri.

În timp ce un număr încă foarte mare de țări se află în stadiul primar de dezvoltare (sectorul primar), în special în Africa și Asia (mai mult de 70% din forța de muncă este ocupată în agricultură), multe din țările dezvoltate au trecut la economia de servicii.

Furnizorii de servicii se confruntă cu obstacole în vânzarea de servicii pe care vânzătorii de bunuri le întâmpină rar. Serviciile sunt intangibile, ceea ce face dificilă pentru potențialii clienți să înțeleagă ce vor primi și ce valoare va avea pentru ei. Într-adevăr, unii, precum consultanții și furnizorii de servicii de investiții, nu oferă nicio garanție a prețului.

Rezultatele investigației: Strategia de marketing se referă la planul general de joc al unei companii pentru a ajunge la potențialii consumatori și a-i transforma în clienți ai produselor sau serviciilor lor.

Procesul de **planificare a marketingului** este o abordare sistematică pentru dezvoltarea obiectivelor de marketing, a strategiei și a tacticilor de implementare în cadrul întreprinderilor prestatoare de servicii. Poate fi adaptat la o mare varietate de situații, de la lansarea unei noi firme sau a unui domeniu de practică până la repoziționarea unei firme existente – chiar și planificarea de rutină a noilor activități de dezvoltare a serviciilor afacerii [3, p.21].

La realizarea unei strategii de marketing, caracteristicile care trebuie luate în vigoare sunt:

- Studii de piață pentru a sprijini deciziile de stabilire a prețurilor și noile intrări pe piață;
- Mesaje personalizate care vizează anumite zone demografice și geografice;
- Selecția platformei pentru promovarea produselor și serviciilor - digitală, radio, Internet, reviste comerciale și mixul acestor platforme pentru fiecare campanie;
- Valori care măsoară rezultatele eforturilor de marketing și termenele lor de raportare.

Marketingul serviciilor a apărut ca un domeniu de studiu separat la începutul anilor 1980, după recunoașterea faptului că caracteristicile unice ale serviciilor necesită strategii diferite în comparație cu comercializarea bunurilor fizice. Marketingul serviciilor este o ramură specializată în marketing. Servicii de marketing se referă de obicei atât de afaceri pentru consumator (B2C) și business-to-business servicii (B2B), și include comercializarea de servicii, cum ar fi servicii de telecomunicații, servicii financiare, toate tipurile de ospitalitate, turism de agrement și servicii de divertisment, închiriere auto servicii, servicii de îngrijire a sănătății și servicii profesionale și servicii comerciale [3, p.24].

Un serviciu excelent pentru clienți este o modalitate excelentă de a dezvolta afacerea. Pentru a sublinia importanța acestuia pentru angajații întreprinderii, trebuie de înțeles care sunt cele mai importante caracteristici ale serviciului pentru clienți și cum să fie identificate într-un potențial candidat. Caracteristicile serviciilor sunt:

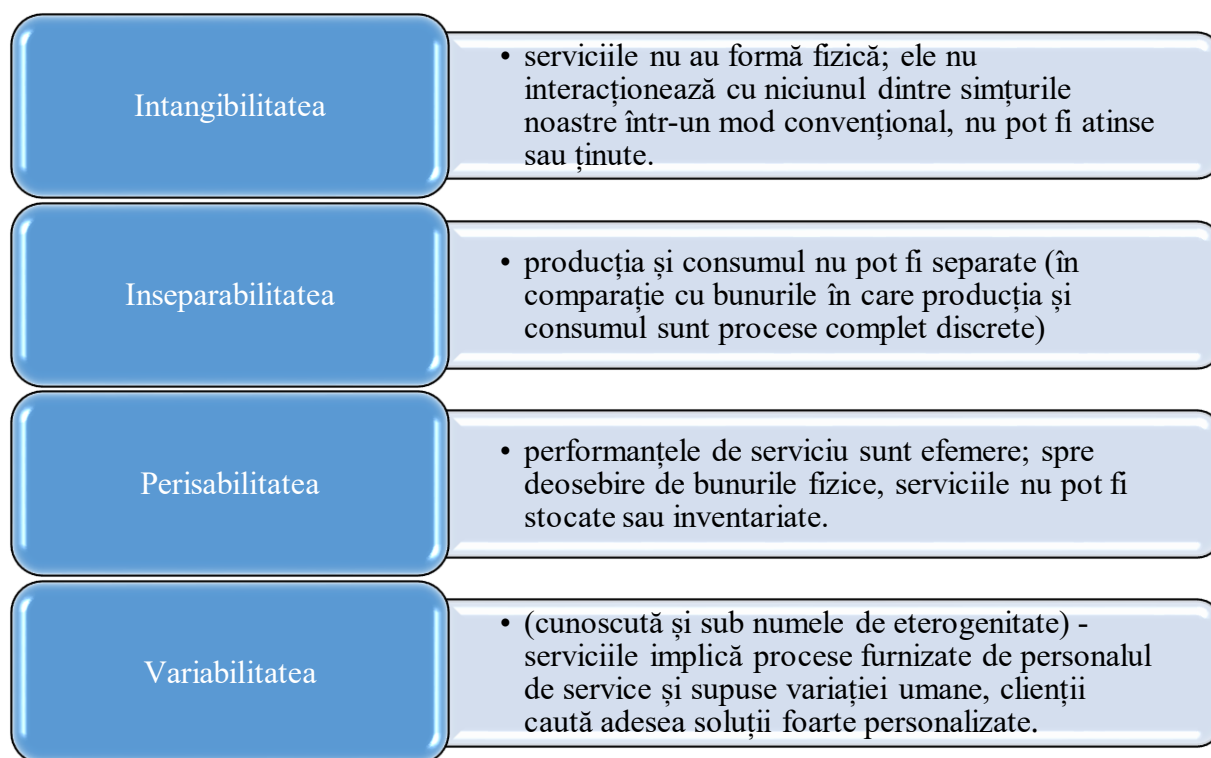


Fig. 1. Cele patru caracteristici ale serviciilor

Sursa: realizat de autor în baza sursei [2, p.35]

Conform CIA World Factbook, următoarele țări sunt cele mai mari în funcție de servicii sau producție terțiară începând cu 2019:

- Statele Unite: 15,5 trilioane \$;
- China: 6,2 trilioane \$;
- Japonia: 3,4 trilioane \$;
- Germania: 2,5 trilioane \$;
- Regatul Unit: 2,1 trilioane \$;
- Franța: 2,0 trilioane \$;
- Brazilia: 1,5 trilioane \$;
- India: 1,5 trilioane \$;
- Italia: 1,4 trilioane \$;
- Canada: 1,2 trilioane \$.

Serviciile pot implica transportul, distribuția și vânzarea de bunuri de la producător către consumator, așa cum se poate întâmpla în comerțul cu ridicata și cu amănuntul, controlul dăunătorilor sau divertismentul [2, p.41].

O primă strategie de marketing implementată în industria serviciilor este analiza pieței. Analiza pieței este o procedură de evaluare și identificare a diferiților factori și condiții interne și externe pe o piață într-un segment specific. În esență, principalele informații obținute din analiza pieței pentru o întreprindere prestatoare de servicii se referă la:

- Evaluarea dimensiunii pieței întreprinderii;
- Identificarea tendințelor de creștere;
- Definirea și învățarea despre publicul țintă;
- privire aprofundată asupra peisajului competitiv; și
- Identificarea obiectivelor de afaceri.

Efectuarea de cercetări de piață permite companiilor să rămână la curent cu cele mai recente tendințe de piață, obiceiurile de cumpărare ale publicului lor, tehnologiile în evoluție și activitatea concurenților. Pentru a fi mai specific, permite companiilor să descopere:

- **Ce servicii sunt deja populare** pe piața ei țintă;
- **Care sunt concurenții care utilizează cele mai eficiente mixuri de marketing** pentru a oferi acele servicii;
- Dacă există niște **lacune sau oportunități în segmentul afacerii** de servicii care îi va permite să își ajusteze serviciile și să obțină o parte din atenția clienților;
- **Ce alți factori, în afara concurenței și a cererii, pot afecta succesul sau eșecul întreprinderii** prestatoare de servicii.

De multe ori consumatorilor le este mai dificil să compare furnizorii de servicii. Nu pot atinge sau simți produsul, ci mai degrabă trebuie să aibă încredere că serviciul va fi prestat așa cum a promis. Întreprinderile prestatoare de servicii pot folosi următoarele strategii de promovare:

1. Folosirea strategiei de marketing direct.

Criteriile pentru marketingul direct încep cu o bază de date de încredere despre clienții întreprinderii. Alți factori includ oferirea unei valori mai mari pentru clienți printr-o abordare mai personalizată și personalizată pentru ofertele de servicii, adaptate pentru a satisface nevoile clienților și oportunitatea de a fideliza clienții. O bază de date pentru clienți surprinde cantitativ caracteristicile cheie ale potențialilor și clienților care sunt cei mai pregătiți, dispuși și capabili să cumpere serviciul întreprinderii [4, p.54].

2. Promovarea prin cadrul paginei WEB dar și alte surse electronice

O altă metodă de publicitate ce poate fi utilizată în servicii este plasarea informației pe site-ul întreprinderii cât și pe portalurile de publicitate.

3. Promovarea întreprinderii de servicii prin social media marketing

Marketingul pe rețelele sociale este utilizarea platformelor și siteurilor de socializare pentru promovarea serviciilor. Deși termenii de e- comercializare și digitale de marketing sunt încă dominante în mediul academic, social media marketing devine din ce mai popular atât pentru practicieni și cercetători. O pagină de afaceri de pe Facebook oferă o modalitate de a comunica direct cu publicul țintă. Este asemănător ca la un focus grup continuu.

4. Promovarea serviciilor prin recomandarea clienților

Natura recomandărilor de servicii profesionale s-a schimbat de-a lungul anilor. Acest lucru a avut un impact semnificativ asupra strategiei de marketing a serviciilor. În acest fel, întreprinderile prestatoare de servicii pot crea bunăvoință pentru brandul său și pot obține o reputație larg răspândită pentru domeniul serviciilor sale specializate [1].

În mediul de afaceri extrem de competitiv de astăzi, este important să înțelegem necesitatea dezvoltării și implementării unor strategii eficiente de marketing pentru orice întreprindere. O strategie de marketing pentru afacere detaliază modul în care va interacționa cu clientul - de la primul contact până la viața relației client / afaceri [4, p.61].

Este foarte important într-un mediu de afaceri extrem de competitiv să existe o strategie de servicii prezentă pentru a răspunde nevoilor și dorințelor clienților. Sunt enumerate câteva dintre motivele care detaliază importanța elaborării unei strategii de marketing în cadrul prestării serviciilor în raportu cu clienții săi:

- Costul obținerii unui nou client este mult mai mare decât atragerea și fidelizarea clienților existenți.
- Este un fapt binecunoscut că pentru a obține un client nou, costul ar fi de 5 până la 10 ori mai mare decât costul de păstrare a unui client actual. De cele mai multe ori clienții sunt pierduți din cauza serviciilor slabe și a tratamentului necorespunzător.

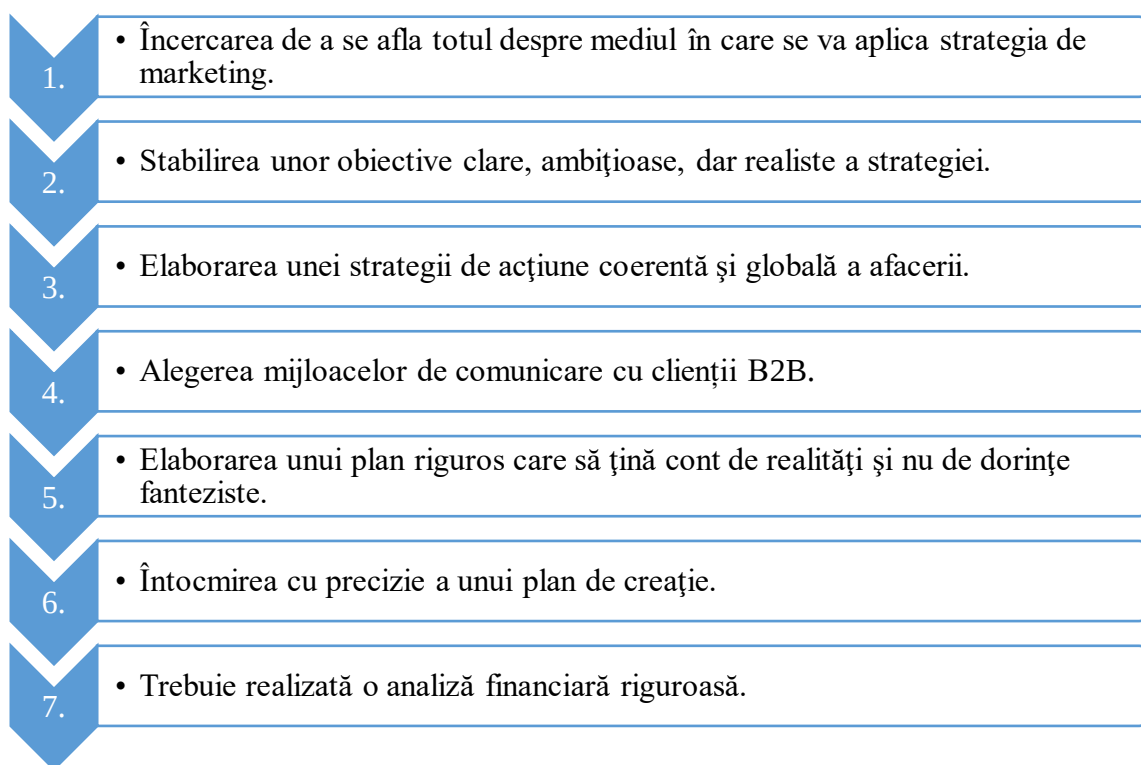


Fig. 2. Reguli ce trebuie respectate în elaborarea unei strategii de marketing a serviciilor
Sursa: realizat de autor în baza sursei [4, p.58]

Elaborarea unei strategii de marketing corectă a în sectorul serviciilor va ajuta la o mai bună comunicare cu clienții. De asemenea, interacționează cu clienții într-o metodă mai sigură și mai rapidă decât ziare, broșuri, radio sau televiziune. Este foarte important pentru o întreprindere prestatoare de servicii să elaboreze o strategie de succes [5, p.78].

Concluzii

Concluzionă că operațiunile de servicii sunt adesea caracterizate de mult mai multă incertitudine în ceea ce privește fluxul cererii. Strategia de marketing în servicii este un proces care poate permite unei întreprinderi să-și concentreze resursele limitate pe cele mai mari oportunități de a crește vânzările și de a obține un avantaj competitiv sustenabil.

De asemenea argumentul că serviciile necesită strategii de marketing diferite se bazează pe ideea că serviciile sunt fundamental diferite de bunuri și că marketingul serviciilor necesită modele diferite pentru a înțelege marketingul serviciilor către clienți. Totodată rolul principal al strategiilor de marketing este de a promova la scară largă serviciile companiei. Acestea au în vedere dezvoltarea conceptului pe piață și recunoașterea mărcii firmei de către clienți.

BIBLIOGRAFIE

1. Legea Nr.105 din 13.03. 2003 privind protecția consumatorilor, Publicat: 27.06.2003 în Monitorul Oficial Nr. 126-131 art Nr: 507 Data intrarii în vigoare: 28.10.2003;
2. Beckwith Harry, Marketingul Serviciilor: Arta de a vinde invizibilui, ed. BusinessTech, 2012;
3. Cetină Iuliana, Marketingul serviciilor: fundamente și domenii de specializare, ed. Uranus, 2014;
4. Nedelea Alexandru Mircea, Politici de marketing în afaceri, ed. Economică, 2015;
5. Sharp Byron, Cum cresc brandurile: ceea ce specialistii in marketing nu stiu, ed. ACT si Politon, București, 2019.

EFFECTUL VALORILOR DE CONSUM ASUPRA COMPORTAMENTULUI CONSUMATORULUI

Lucia NEPOTU

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *This article talks about the effect of values, especially what impact it will have on consumer behavior. The purpose of this article is to analyze consumer behavior, what are the factors that influence it and what influences these factors can have. The results obtained from this research will demonstrate the role of consumption values on consumer behavior.*

Key words: *consumer behavior, effect, values, consumption.*

Introducere. Fiecare întreprindere ce încorporează marketingul în toate subdiviziunile sale, este primordial de a se ocupa cu cercetarea pieței și în special cu anticiparea cerințelor, pentru ca activitățile sale să fie în concordanță cu scopurile și obiectivele sale și pentru ca consumatorii să utilizeze eficient bunurile și serviciile de care au nevoie. Comportamentul consumatorilor poate fi privit ca un rezultat al motivațiilor, personalității și atitudinilor individului, care este influențat de o serie de factori atât endogeni cât și exogeni care au o influență majoră în procesul de decizie de consum.

Obiectivul acestei lucrări este de a studia efectul valorii asupra comportamentului consumatorului.

Metodele utilizate în prezentul articol sunt: cercetare științifică, în special analiza literaturii de specialitate a domeniului dat precum inducția și deducția, ș.a.. Sursele informaționale a articolului includ lucrări ale autorilor autohtoni și străini în domeniul comportamentului consumatorului.

Orientarea către nevoile de consum, către cerințele pieței, necesită, ca punct de plecare și de referință, cunoașterea temeinică a acestor cerințe, urmărirea sistematică și chiar anticiparea lor pe baze științifice, prin proiectarea și aplicarea unui instrumentar de investigare adecvat, creat și perfecționat de teoria și practica de specialitate. În acest context, pentru înțelegerea mecanismelor complexe de transformare a nevoilor în cerere de mărfuri și servicii, un loc aparte în teoria și practica marketingului revine studierii și modelării comportamentului consumatorului [1, p.13].

Chiar dacă vorbim de „consumator final”, orice abordare de marketing începe de fapt cu analiza consumatorului, preferințele sale, atitudinile sale sau motivațiile sale de cumpărare. Pentru a înțelege comportamentul consumatorului, marketingul a dezvoltat o metodologie folosind instrumente care și-au demonstrat eficacitatea în alte domenii. El datorează foarte mult cercetării în psihologie și psihologie socială, care are ca scop elucidarea mecanismelor prin care se formează atitudini individuale și care transformă opiniile sub influența diferitelor presiuni sociale.

Ph. Kotler și G. Armstrong structurează factorii ce determină comportamentul consumatorului în patru categorii. Din factorii externi fac parte:

- Factorii culturali – care sunt reprezentați de cultură, subcultură și clasa socială;
- Factorii sociali – dintre care fac parte grupurile de referință, familia, rolurile și statuturile.

Din factorii interni:

- Factorii personali – care se referă la stilul de viață, vârsta și stadiul din ciclul de viață, ocupația, personalitatea, părerea despre sine și circumstanțele economice;
- Factorii psihologici – desemnați prin motivație, percepție, învățare, convingeri și atitudini [2, p.261-276].

Factorii culturali sunt cei care exercită cea mai mare influență asupra comportamentului consumatorului, aceștia includ:

- Cultura - înglobează atât valorile materiale ale unei comunități etnice sau naționale, cât și cele nemateriale pe care indivizii și le însușesc în procesul de “învățare culturală”: percepțiile, normele, valorile, atitudinile, comportamentele, tradițiile, preferințele etc.
- Cultura secundară sau subcultura – reprezintă cultura unui grup de persoane mult mai restrâns care transmit sisteme de valori care se bazează pe experiențe asemănătoare din viață.
- Clasele sociale – sunt niște grupuri de indivizi ce prezintă omogenitate în raport cu anumite criterii esențiale, ca de exemplu: venitul, profesia, puterea, prestigiul social etc. [4, p.6-7].

Factorii culturali au venit împreună cu influența societății asupra indivizilor, un set de valori, credințe, preferințe și gusturi sunt transmise din generație în generație, inclusiv produse și servicii din categoria valorilor materiale. Iar aceste valori culturale dominante sunt furnizate de instituții, cum ar fi prin legi, familia, religia sau educația. Responsabilitatea învățării este în principal prin școală și familie.

Comportamentul consumatorului este un factor cultural, social, psihologic și personal cuprinzător ce îl influențează în mod constant să își schimbe obiceiurile de consum. Pe măsură ce mai multe organizații înțeleg acest comportament al consumatorului, cu atât vânzările vor crește.

De ce este important să ne concentrăm asupra consumatorilor? Cu cât putem obține o idee bună despre modul în care reacționează diferitele personalități într-un context comercial, cu atât mai bine putem adapta comunicarea pentru a obține actul de cumpărare sau pentru a extinde utilizarea unui serviciu în funcție de fiecare individ.

Studiul comportamentului consumatorului include:

- modul în care consumatorii gîndesc și simt despre diferite alternative (mărci, produse, servicii);
- cum raționează consumatorii și aleg între diferitele alternative posibile;
- ce comportamente adoptă consumatorii atunci cînd caută produse și fac cumpărături;
- în ce măsură comportamentul consumatorului este influențat de mediul său (împrejurimi, cultură, mass-media ș.a.);
- modul în care campaniile de marketing pot fi adaptate și îmbunătățite pentru a influența mai bine consumatorul.

Influențele culturale sunt ansamblul credințelor și valorilor înrădăcinate într-o anumită comunitate în care se află consumatorul. În funcție de cultura religioasă sau laică, de clasa socială în care se evoluează, de regiunea lumii în care se află individul sau de sexul acestuia, credințele și valorile transmise vor diferi foarte mult. Un brand internațional nu se va adresa unui client din Statele Unite, China sau Europa în același mod. Produsele pe care le oferă, în funcție de piețe și sensibilitățile consumatorilor, se pot schimba chiar considerabil de la o regiune a lumii la alta. Pe aceeași piață, un brand poate căuta să-și adapteze mesajele pentru a ține seama de diversitatea culturală și de elementele care influențează raționamentul consumatorului.

Indivizii au sute de opinii, zeci de atitudini și doar un număr restrâns de valori. De aceea, putem afirma că o valoare este o reprezentare mentală a unui scop pe care un individ dorește să-l atingă [3, p.24].

Economistul american Jeremy Rifkin (2000) remarcă faptul că umanitatea trebuie să reflecteze asupra valorilor sale de consum și să dobîndească o conștiință care poate proveni doar dintr-o educație care respectă diversitatea culturală a planetei la fel de mult ca și biodiversitatea acesteia.

Noțiunea de valoare în marketing are mai multe semnificații. Acest aspect ambiguu al valorii se caracterizează prin numeroasele abordări pe care le-a suferit. O revizuire a acestor abordări ne arată că valoarea poate fi: de schimb sau de cumpărare, valoarea percepută, valorile sociale și sistemele de valori.

În comportamentul uman, valorile determină selecția și menținerea obiectivelor la care se aspiră. Individul are valori de altă natură influențat de mediul său socio-cultural, economic și familial. Se vorbește inițial de valori globale care reprezintă credințe care ghidează comportamentul individului într-o situație specifică, acestea constituie nucleul central pentru individ de a interveni în alegerile și evaluările sale.

Studiile valorilor consumatorului ne demonstrează că a devenit o zonă provocatoare pentru cercetare. Valorile se pot dovedi a fi una dintre cele mai puternice explicații și influențe asupra comportamentului consumatorului. Pot, probabil, să egaleze sau să depășească contribuțiile altor influențe majore, inclusiv atitudini, atribute ale produsului, clasificări ale produselor și stiluri de viață.

Efectul valorii asupra comportamentului rămâne puțin studiat în literatura de specialitate. Din câte se cunoaște, doar efectul valorii asupra satisfacției a fost evidențiat. Aici se află contribuția principiului muncii care încearcă să analizeze relația dintre emoție-valoare, valoare-comportament (evaluată în termeni de timp cheltuiți și bani cheltuiți).

În domeniul marketingului și al comportamentului consumatorului, cercetarea valorilor a fost puternic influențată de contribuțiile teoretice și operaționale ale lui Milton Rokeach, care afirma că o persoană - are o valoare - ceea ce înseamnă că are o credință durabilă, un mod specific de conduită sau o stare finală de existență. Rokeach, precum și alți cercetători care au analizat valorile și efectul acestora, susțin că valorile există într-o structură ierarhică interconectată. Adică, deși toate valorile sunt importante și legate între ele, unele valoare consideră că valorile oferă obiectivele către care este motivat comportamentul. Funcțiile principale ale valorilor și ale sistemelor de valori sunt de a ghida acțiunea umană în situațiile cotidiene.

Valorile culturale care exprimă convingeri colective - sunt transferate produselor prin propagandă și publicitate. La rîndul lor, aceste produse ajung să fie consumate de publicul țintă, cu scopul de a construi o identitate socială pozitivă pentru a-și satisface nevoia de a aparține unui grup social.

Psihologul Milton Rokeach (1968) a descoperit că oamenii dețin două seturi distincte de valori organizate ierarhic: valori terminale și valori instrumentale. Valorile terminale sunt scopurile ultimative pe care le urmărim în viață (fericire, securitate emoțională, carieră profesională), iar valorile instrumentale sunt scopuri-mijloace sau standarde comportamentale dezirabile, prin care încercăm să atingem scopurile ultimative propuse (de exemplu curaj, ambiție, politețe, responsabilitate etc) [3, p.24-25].

Valorile de consum se bazează pe caracterul personal, situațional sau chiar comparativ, dar întotdeauna relativ, care caracterizează experiența individului în interacțiune cu un obiect, un serviciu, un eveniment, o călătorie, o cauză socială sau orice alt produs sau serviciu.

Conform autorului Rivière, valoarea consumului este relativă, interactivă și provine din experiență. Relativitatea sa se consideră prin aceea că este personală, comparativă și situațională. Altfel spus, valoarea depinde de individ, de situație și de modul în care acesta o evaluează. De asemenea, este interactiv, deoarece este înscris într-un cadru: persoane, obiecte și situații diferite. Autorul consideră că prezintă o poziție conciliantă în cadrul dezbaterii privind obiectivitatea versus subiectivitatea valorii, deoarece aceasta reiese din relație între elementele obiective - obiectele experienței - și subiectivitatea individului implicat.

Valoarea consumului provine din experiență. Acest punct, se deosebește clar de concepția valorii economice care provine dintr-un calcul: raportul cost / beneficiu. Se consideră că natura evaluării, în contextul valorii consumului, este la nivel emoțional, experiențial și simbolic. Cu alte cuvinte, este vorba despre evaluarea sensului experiență. Cu toate acestea, acest lucru nu exclude valoarea instrumentală a experienței și multe altele lucrările integrează valoarea economică sub formă de utilitate sau eficiență în componentele valorii consumului. În plus, valoarea consumului se schimbă în timpul experiențelor cu produsul sau serviciu, este deci dinamic.

Obiectivul abordării valorii este analitic, în sensul în care își propune să îi definească conținutul valorii care este creată prin experiență și identifică componente. Prin urmare, valoarea consumului este multidimensională.

O revizuire a diferitelor componente ale valorii de consum face posibilă distincția a cinci mari familii sau dimensiuni:

- prima dimensiune corespunde utilității sau valorii economice a unei experiențe de consum. În funcție de subiecți și situații, aceasta constă în percepția asupra prețului, calitatea produsului sau relația dintre cele două. De asemenea, include valoarea utilitatea actului de consum.
- a doua dimensiune corespunde valorii sociale sau a comunicării care reunește exprimarea de sine, exprimarea interpersonală și conexiunea socială.
- a treia dimensiune corespunde valorii experiențiale, adică a experienței de consum. Reunește toate formele de valoare legate de plăcere, estetică și stări și sentimente afective. Această dimensiune este deosebit de bogată, deoarece include de asemenea, toate sursele de valoare și de bunăstare.
- a patra dimensiune reunește toate componentele experienței care pot fi originea unei valori morale și etice, adică altruism, spiritualitate, dar și partajarea și practicile sociale. De asemenea, include o componentă de coerență internă a individului.
- a cincea dimensiune corespunde valorii epistemice a unei experiențe de consum. Conform autorilor, nu se poate lua în considerare că este întotdeauna în scop instrumental. Include de exemplu stimularea cognitivă și curiozitatea, care sunt mai aproape de componentele experiențiale.

Bogăția conceptului de valoare de consum face posibilă luarea în considerare a diferite fațete care sunt apreciate sau nu, în timpul unei experiențe de consum. Conceptul permite să reflecte sensul sau semnificațiile individului din experiența sa. Natura sa multidimensională face posibilă identificarea pîrghii de creare a valorii.

Fiecare dimensiune majoră poate implica de fapt componente valoroase care vor fi pe baza experienței de consum studiate și fiecare componentă este formată din diferite surse de evaluare, a căror natură conceptuală este apropiată de consumator. De exemplu, componenta de cunoaștere identificată de autorul Aurier în studiul valorii legate de participarea la cinematograful, este reflectat de trei surse de evaluare în legătură cu activitatea (ținerea la curent cu filmele, ascultarea programe despre cinema, citirea articolelor pe această temă).

Cu toate acestea, valoarea consumului are anumite limite. În special, ea nu conceptualizează că sursele potențiale de evaluare și nu ține cont de surse potențiale de devalorizare. Prin urmare, nu este posibil, pur și simplu prin acest concept, să înțelegem toate fenomenele care guvernează evaluarea de experiențe zilnice acumulate.

Comportamentul consumatorului definește modul în care un individ acționează într-un mediu dat. Studiind procesele care stau la baza alegerii, cumpărării, utilizării sau abandonării de către consumator a unui produs sau serviciu, putem anticipa mai bine nevoile acestora, le putem înțelege dorințele și dorințele pentru a le satisface mai eficient.

Concluzii. Comportamentul de consum este influențat de o serie de factori, atât endogeni cât și exogeni. Efectul valorilor de consum influențează individual fiecare participant, deoarece fiecare individ își are propriile sale valori după care se orientează. Valorile se transmit prin intermediul culturilor și a subculturilor. De aceea, ele au un grad mare de stabilitate la un moment dat, și tind să fie considerate pozitive sau după caz mai puțin pozitive de către ceilalți oameni. Ceea ce este diferit este faptul că gradul de importanță care este acordat diferitor valori versus viața lor proprie. Astfel, marketingul întreprinderii trebuie să analizeze acești factori care influențează comportamentul consumatorilor și să anticipeze preferințele acestora, să cerceteze efectele care sunt provocate valorile prezente care sunt individuale pentru fiecare. Orice valoare este determinată de alte valori și care la rândul său și ea determină alte valori.

BIBLIOGRAFIE

1. Cătoiu I., Teodorescu N. Comportamentul consumatorului, Editura Uranus București 2004, pag. 295;
2. Kotler Ph., Armstrong G. Managementul marketingului, București 2008, p. 1121;
3. Nichifor B., Olariu I. Comportamentul consumatorului, suport de curs ID, p. 97;
4. Pascu R., Comportamentul consumatorului, suport de curs, p. 59.

CONTROLUL STOCURILOR ÎN LOGISTICA MĂRFURILOR

Veronica BULAT

Universitatea de stat din Moldova

Abstract. *Inventory control consists of activities that keep the items stored at the desired levels. In production, the focus is on a physical product, inventory control is focused on materials control. Thus, it is an important basis for the logistics activity of each company. Stocks are quantities of material resources that accumulate in warehouses and stores of economic units, in a certain volume and a certain structure, over a certain period of time, for a certain purpose.*

Keywords: *inventory management, logistics, good distribution, storage logistics, supply chain.*

Controlul stocurilor constă în activitățile care mențin elementele depozitate la nivelurile dorite. În producție, concentrarea se realizează pe un produs fizic, controlul stocurilor se concentrează pe controlul materialelor. Astfel că acesta reprezintă o bază importantă pentru activitatea logistică a fiecărei entități economice [1]. Stocurile sunt cantități de resurse materiale care se acumulează în depozite și magazinele unităților economice, într-un anumit volum și o anumită structură, pe o perioadă de timp determinată, cu un anumit scop.

Conducerea și controlul stocurilor reprezintă, în economia de piață, o activitate careia i se acordă o atenție deosebită datorită implicațiilor economico-financiare importante pe care le determină formarea și deținerea lor.

Controlul stocurilor reprezintă sistemul formal și informal de evidență care asigură disponibilitatea materialelor și/sau mărfurilor în cantitățile necesare desfășurării profitabile a activităților firmei [2]. Cele mai multe materiale și accesorii de aprovizionat în activitățile de prelucrare se achiziționează în mod repetat, așa că pot fi previzionate.

În cazul respectiv, farmacia "Pharmacy" utilizează un sistem formal și informal ce asigură disponibilitatea medicamentelor în cantități anumite necesare pentru desfășurarea eficientă a activității farmaciei. Aceasta achiziționează în mod repetat diferite echipamente, accesorii, instrumente și diferite tipuri de medicamente necesare pentru desfășurarea activității sale.

Comercianții cu amănuntul fac mai mult o aprovizionare sezonieră în marea lor majoritate și au prin urmare dificultăți în a realiza previziunea vânzărilor. De asemenea, aprovizionările la comandă, speciale sau în cantități unice se fac în funcție de fiecare caz în parte. În toate cazurile însă scopul îl constituie obținerea cantității necesare atunci când este nevoie, fără a avea prea multe stocuri. Deși, atât aprovizionarea, cât și controlul stocurilor au același obiectiv și anume obținerea bunurilor în cantitățile necesare, de calitate dorită și la momentul potrivit, totuși, controlul stocurilor are unele obiective mai specifice (Fig. 1):

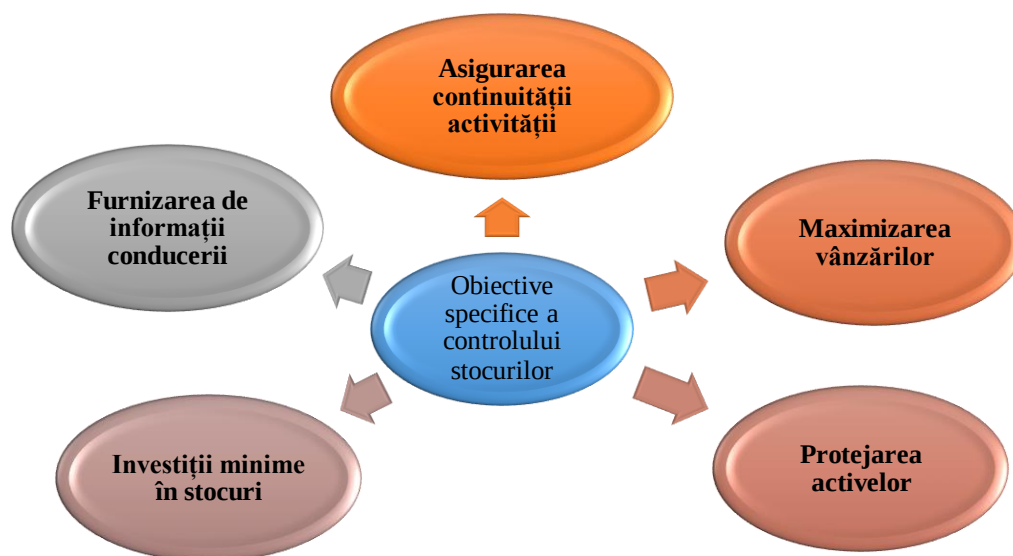


Fig. 1. Obiective specifice a controlului stocurilor

Sursa: Elaborat de autor

- *Asigurarea continuității activității.* Firmele eficiente lucrează în mod continuu. O întrerupere a procesului de producție sau în comercializarea anumitor bunuri cauzează pierderi substanțiale [3]. Pierderea clienților este consecința cea mai gravă.
- *Maximizarea vânzărilor.* În condițiile unei cereri suficiente, vânzările vor fi mult mai mari, dacă bunurile sunt furnizate la timp și în cantitățile solicitate.
- *Protejarea activelor.* Una din funcțiile esențiale ale controlului stocurilor o constituie protejarea stocurilor împotriva furturilor, risipei sau deteriorărilor. Eficiența măsurilor de pază, prelucrare și depozitare afectează cantitatea și calitatea stocurilor utilizabile.
- *Investiții minime în stocuri.* Controlul eficient al stocurilor permite determinarea unui nivel mai scăzut al stocurilor, fără a cauza deservirii clienților sau a producției. Prin urmare și investiția făcută va fi mai mică. Costurile depozitării și ale asigurării vor fi și ele diminuate, iar pericolul deteriorării și învechirii fiind mai redus.
- *Furnizarea de informații conducerii.* Informațiile obținute în urma controlului stocurilor servesc pentru determinarea cantității optime de aprovizionat și stabilirea momentului de reprovizionare.

În funcție de frecvență, controlul stocurilor poate fi continuu sau periodic [3]. Totodată, există și sisteme de control modificate, ce reprezintă variații sau combinații ale sistemelor continue și periodice.

Controlul continuu constă în analiza zilnică a stocului, pentru a determina necesitățile de reprovizionare. Fezabilitatea acestui control este dependentă de disponibilitatea permanentă a datelor referitoare la nivelul stocului pentru fiecare produs în parte. Utilizarea calculatoarelor devine o condiție necesară.

Conform procedurii de control continuu, se va comanda o cantitate dintr-un anumit produs, atunci când suma dintre cantitatea existentă în stoc și cantitatea care a fost deja comandată la furnizori este sub limita punctului de reprovizionare [4, 5]. Punctul de reprovizionare, constituie nivelul de referință în funcție de care se adoptă decizia de efectuare a unei noi comenzi.

În condiții de certitudine, nu este necesară crearea stocului de siguranță. În formula punctului de reprovizionare, stocul de siguranță este inclus numai în cazul unor variații ale cererii și/sau ciclului de performanță (intervalului de reprovizionare). O caracteristică a

sistemului de control continuu este caracterul fix al cantității comandate. Cantitatea pe care firma o va comanda se determină cu ajutorul formulei EOQ standard, a formulei EOQ ajustate sau a altor metode. În cazul în care punctul de reprovizionare este egal cu cantitatea comandată, produsele comandate vor sosi de la furnizor exact în momentul lansării unei noi comenzi.

Controlul periodic constă în analiza stocurilor la anumite intervale de timp. Această procedură de control face necesară o ajustare a punctului de reprovizionare, pentru a reflecta intervalele dintre 2 controale succesive.

Se consideră că nivelul stocului pentru un produs poate scădea sub punctul de reprovizionare înainte de efectuarea unui control. Ajustarea punctului de reprovizionare pornește de la ipoteza că în 50% dintre cazuri se va înregistra un nivel al stocului inferior punctului de reprovizionare, înainte de realizarea operațiunii de control.

Comparativ cu sistemele de control continuu, punctul de reprovizionare specific sistemelor de control periodic este mai mare, sub aspect cantitativ. Stocul mediu este, la rândul său mai mare decât în cazul unui control permanent. În afară de sistemele de control continuu și cele de control periodic, se pot utiliza sisteme de control modificate. Din această categorie, fac parte sistemul de reprovizionare în funcție de nivelul țintă și sistemul de reprovizionare opțional.

În urma cercetărilor a tipurilor de control a stocurilor, farmacia "Pharmacy" aplică totuși controlul continuu. Prin acest control, specialiștii din cadrul farmaciei verifică zilnic stocul de medicamente și decid dacă farmacia are nevoie de a se aproviziona cu un nou lot de medicamente necesare sau nu.

Tipurile de control al nivelurilor stocurilor se bazează pe mai multe sisteme de control modificate, dar cele mai cunoscute și utilizate sunt sistemul de reprovizionare în funcție de nivelul țintă și sistemul de aprovizionare opțional.

Sistemul de reprovizionare în funcție de nivelul țintă se bazează pe un interval fix al comenzii și pe un control periodic la intervale scurte. Denumirea sa provine de la faptul că stabilește, pentru lansarea comenzii, o limită superioară a nivelului de completare a stocului. Sistemul de reprovizionare în funcție de nivelul țintă de completare a stocului stabilește mărimea comenzii fără a face referire la dimensionarea lotului. Stocul trebuie menținut sub o limită maximă (nivelul țintă). Acest sistem apelează la o cantitate variabilă a comenzii, în locul unei dimensiuni fixe a lotului comandat.

Sistemul de reprovizionare opțional face parte din categoria sistemelor de control modificate. În mod similar sistemului de reprovizionare în funcție de un nivel țintă, consideră o mărime variabilă a comenzii. Acest sistem este denumit și sistemul min-max, deoarece stabilește o limită superioară și o limită inferioară, între care trebuie să se încadreze nivelul stocului. Când stocul existent și cel comandat sunt la, sau sub, nivelul minim, o cantitate variabilă de stoc va fi comandată pentru a ridica acest nivel până la nivelul maxim al stocului. Perioadele tipice de revizie sunt săptămânile și lunile.

Stocul minim din sistemul de control opțional poate fi stabilit nu numai în unități de produs, ci și în număr de zile pentru care se face aprovizionarea. În situația exprimării stocului minim în număr de zile pentru care se face reprovizionarea, nivelul stocului minim exprimat în unități de produs se va modifica de la o perioadă de control la alta, în funcție de evoluția estimată a cererii. Această variantă de calcul permite considerarea mutațiilor care survin în privința cererii.

Proiectarea unei politici adecvate în privința stocului fiecărui produs este o prioritate a specialiștilor în logistică. Perspectiva detaliată asupra stocului fiecărui produs nu este însă suficientă pentru managementul eficient și eficient al stocurilor, pentru realizarea nivelului dorit de servicii logistice, pe ansamblul firmei. Este necesar un control agregat al stocurilor, care să urmărească nu produse individuale, ci grupe de produse, eventual ansamblul produselor oferite de firma clienților săi. Controlul agregat al stocurilor poate fi realizat cu

ajutorul unor metode relativ simple (Fig 2.).

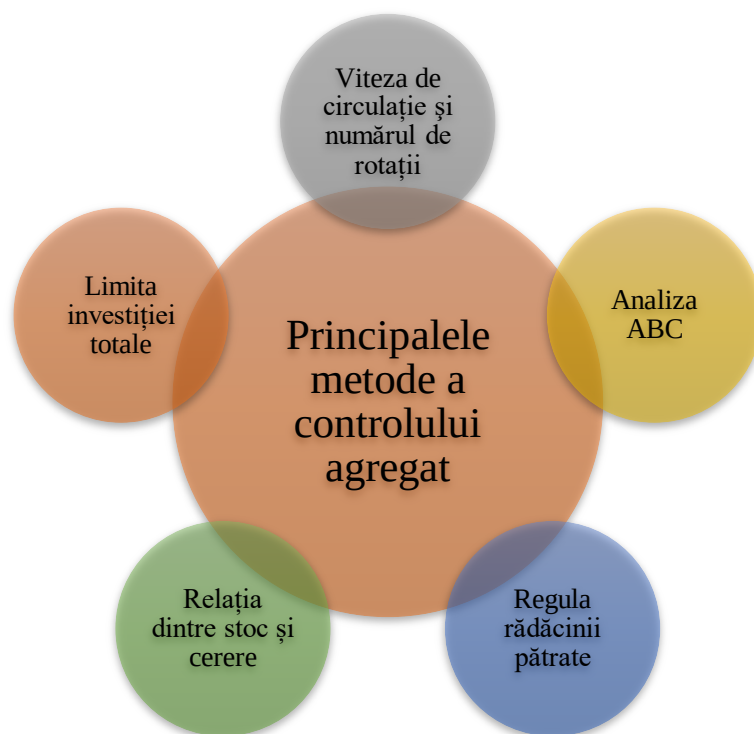


Fig.2. Principalele metode a controlului agregat

Sursa: Elaborat de autor

Farmacia "Pharmacy", de asemenea, se bazează și utilizează un control agregat al stocurilor, deoarece medicamentele reprezintă un ansamblu de produse și nu doar niște produse individuale. Viteza de circulație și numărul de rotații sunt utilizate pe scară largă, pentru controlul agregat al stocurilor.

Specialiștii în logistică pot stabili atât pentru ansamblul produselor, cât și pentru fiecare produs în parte, nivelurile țintă ale vitezei de circulație și numărului de rotații. Utilizarea celor 2 indicatori este facilitată de disponibilitatea, în interiorul organizației, a datelor referitoare la vânzări și stocuri, precum și de simplitatea formulelor de calcul. Controlul agregat al stocurilor, prin stabilirea de obiective referitoare la viteza de circulație și numărul de rotații, prezintă totuși un inconvenient major, deoarece stocurile medii variază în mod direct proporțional cu vânzările. Această relație între stocul mediu și vânzări nu concordă cu așteptările referitoare la creșterea stocurilor într-un ritm descrescător, odată cu sporirea vânzărilor, ca urmare a economiilor de scară.

Analiza ABC este o altă metodă aplicată pentru controlul agregat al stocurilor. Metoda ABC fiind un procedeu rapid pentru analiza aprovizionării și gestiunii economice a materialelor. Această analiză clasifică mărfurile achiziționate în funcție de valorile de aprovizionare ale acestora și de ponderea achizițiilor. Prin aceasta pot fi văzute punctele de plecare pentru realizarea unei politici raționale a achizițiilor; pe aceasta se pot baza mai multe măsuri, începând cu simplificarea procedeeleor de comandă, până la numărul de salariați folosiți în depozite.

Factorul esențial în folosirea metodei ABC constă în alegerea unui criteriu corespunzător pe baza căruia se efectuează împărțirea materialelor în cele trei grupe A, B, C. Un asemenea criteriu poate fi valoarea de consum a materialului dat, în timpul stabilit, valoarea specială a materialului cu privire la folosirea lui în producție, proveniența din import etc.

Din analiza structurii materiale a unităților economice rezultă că valoarea mare în stoc este deținută de un număr relativ mic de materiale, care nu numai că influențează direct volumul de mijloace circulante atras, dar joacă și rolul principal în desfășurarea procesului de fabricație.

Stocurile sunt împărțite în 3 clase:

- clasa A: în care intră articolele cu valoare mare reprezentând cantitativ 10 % din stoc și 70 % valoric;
- clasa B: în care intră articole reprezentând 20 % atât cantitativ cât și valoric;
- clasa C: în care intră articole ce reprezintă cantitativ 70 % din stoc și valoric 10 %.

Regula rădăcinii pătrate este utilizată pentru a determina nivelul stocurilor, în cazul modificării numărului depozitelor la care apelează firma. Aplicabilitatea regulii rădăcinii pătrate este limitată la îndeplinirea ipotezelor pe care se bazează, și anume: egalitatea cantităților de produse existente în stoc în cele n depozite și descrierea relației dintre stocul curent și stocul inițial cu ajutorul rădăcinii pătrate.

Metoda relației dintre stoc și cerere. Pentru utilizarea acestei metode sunt necesare date referitoare la stocul mediu și la livrările anuale din fiecare depozit al firmei. Mărimile medii a stocului se poate stabili atât grafic, cât și matematic.

Analiza XYZ este o metodă care analizează influența probabilității cererii asupra deciziei privind dirijarea stocurilor. Principiul diferențierii sortimentului de produse, în procesul analizei XYZ, constă în gruparea lor în funcție de uniformitatea cererii și probabilitatea prognozei.

Analiza XYZ presupune următoarele etape:

1. determinarea coeficientului variației cererii pentru fiecare produs;
2. gruparea obiectelor funcție de coeficientul variației;
3. divizarea produselor în grupele X, Y și Z;
4. construirea curbei XYZ.

Algoritmul de divizare a produselor în categoriile XYZ presupune calcularea coeficientului de variație după următoarea formulă:

$$v = \frac{\sqrt{\sum_{i=1}^n \frac{(x_i - \bar{x})^2}{n}}}{\bar{x}} \times 100\%,$$

unde: x_i - valoarea cererii produsului i ;

$\bar{x}$ - valoarea medie a cererii produsului în perioada n ;

n - perioada de gestiune.

Conform indicelui de variație, produsele se vor include în grupele XYZ după următoarele valori:

Categoria	Coeficientul de variație
X	$0 \leq v \leq 10\%$
Y	$10\% \leq v \leq 25\%$
Z	$25\% \leq v \leq \infty$

În categoria X se vor include produsele cu o cerere uniformă sau care au înregistrat devieri neînsemnate. Volumul acestor stocuri pot fi ușor prognozate.

În categoria Y se vor include produsele cererea cărora oscilează periodic (de ex: în funcție de sezon). Capacitatea prognozării cererii produselor acestei grupe este medie.

În categoria Z se vor include produsele a căror cerere apare doar episodic, prognozarea acestora fiind dificilă.

Sortimentul produselor din cadrul farmaciei "Pharmacy" este compus din 14 tipuri de categorii de produse a căror contribuție la rezultatul final este cunoscută (Tabelul 1).

Tabelul 1. Datele inițiale ale analizei ABC

Tip categ. produse	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Vânzări, unități	22	30	310	19	1050	413	18	409	21	392	17	20	35	1123

Aplicând analiza ABC asupra acestui sortiment (*Tabelul 2.*), obținem:

Tabelul 2. Modelul analizei ABC

Categorie de produse	Contribuția categoriilor de produse	Ponderea categoriilor de produse	Ordonarea categoriilor de produse	Ponderea categoriilor de produse	Ponderea cumulată	ABC	
1	22	0,57	15	28,95	28,95	A = 2 cat. = 56,02%	A = 2 cat. = 14,29%
2	30	0,77	5	27,07	56,02		
3	310	7,99	6	10,65	66,67	B = 4 cat. = 95,31 - 56,02 = 39,29%	B = 4 cat. = 28,57%
4	19	0,49	8	10,54	77,21		
5	1050	27,07	10	10,11	87,32		
6	413	10,65	3	7,99	95,31		
7	18	0,46	13	0,90	96,21	C = 8 cat. = 100 -95,31= 4,69%	C = 8 cat. = 57,14%
8	409	10,54	2	0,77	96,98		
9	21	0,54	1	0,57	97,55		
10	392	10,11	9	0,54	98,09		
11	17	0,44	12	0,52	98,61		
12	20	0,52	4	0,49	99,10		
13	35	0,90	7	0,46	99,56		
14	1123	28,95	11	0,44	100		
Total	3879	100%	-	100%	-	-	

Sursa: Elaborat de autor

În urma analizei ABC s-a constatat: în categoria A s-au inclus două categorii de produse care constituie **14,29%** din sortimentul de produse farmaceutice și asigură un venit din vânzări de **56,02%**. În categoria B s-au inclus 4 tipuri de categorii de produse care constituie **28,57%** din sortimentul de produse farmaceutice și asigură un venit din vânzări de **39,29%**. Iar în categoria C s-au inclus 8 tipuri de categorii de produse care constituie **57,14%** din sortimentul de produse farmaceutice și asigură un venit din vânzări de **4,69%**.

Același sortiment poate fi supus analizei XYZ, reieșind din vânzările înregistrate pe o perioadă de 6 luni sunt expuse în tabel (*Tabelul 3.*).

Tabelul 3. Modelul analizei XYZ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Categorie de produse	Vânzări înregistrate, (unități)						$\bar{x}$	Coeficientul de variație, (v, %)	Ordonarea categ. de produse	Divizarea XYZ
	Ian	Feb	Mar	Apr	Mai	Iun				
1	22	30	40	20	25	55	32	38,06	7,00	X = 2 pr. = 14,29%
2	30	15	40	50	25	20	30	39,67	9,23	
3	310	250	270	330	190	210	260	19,23	12,16	Y = 4 pr. = 28,57%
4	19	35	40	25	15	10	24	44,36	14,01	
5	1050	1000	900	850	950	800	925	9,23	17,36	
6	413	370	500	517	410	490	450	12,16	19,23	
7	18	10	20	25	50	45	28	51,96	33,69	Z = 8 pr. = 57,14%
8	409	350	340	360	390	401	375	7,00	37,86	
9	21	25	40	15	20	35	26	33,69	38,06	
10	392	400	390	300	450	480	402	14,01	39,67	
11	17	13	30	45	35	10	25	50,56	44,36	
12	20	60	50	55	80	35	50	37,86	45,17	
13	35	10	55	40	20	50	35	45,17	50,56	
14	1123	1400	1297	800	1000	1100	1120	17,36	51,96	

Sursa: Elaborat de autor

În urma analizei XYZ, în categoria X s-au inclus 2 categorii de produse, volumul cărora este ușor prognozabil; 4 categorii de produse s-au inclus în categoria Y, dificultatea de prognozare fiind medie și 8 categorii de produse s-au inclus în categoria Z, prognozarea cărora este dificilă.

Concluzii:

Studiind tipurile de control al stocurilor, am analizat cele două tipuri importante de control: periodic și continuu. Astfel, "Pharmacy" utilizează controlul continuu, deoarece este efectuat utilizarea zilnică a stocurilor de medicamente.

Analizând diferențele între diferite tipuri de control al nivelului stocurilor am determinat că acestea se bazează pe diversitatea tipurilor de medicamente în cadrul farmaciei "Pharmacy" în care își desfășoară activitatea.

În baza studiului efectuat am stabilit că controlul agregat este un proces des întâlnit în domeniul farmaceutic și anume prin reprezentarea ansamblului de produse, dar nu prin individualizarea acestora.

În urma studiului realizat, asupra farmaciei "Pharmacy" putem concluziona că există o legătură între tipurile de inovații a medicamentelor și tipurile de control al stocurilor, deoarece medicamentele sunt într-o continuă inovare, iar la baza acestora se află un control continuu bine determinat și analizat al stocurilor.

Deci am putea recomanda ca în domeniul farmaceutic să se creeze un mediu de reglementare stabil și flexibil, care să ofere siguranță legislativă pentru investiții și să acomodeze tendințele tehnologice, inclusiv stimulente echilibrate și corecte pentru recompensarea și protejarea inovației. Iar în legătură cu controlul stocurilor, putem propune să se mențină nivelul stocurilor dorite și dezvoltarea acestor procese după tendințele internaționale în cadrul farmaciei "Pharmacy".

BIBLIOGRAFIE

1. Pistol Gh., *Logistica mărfurilor: Note de curs*, Editura Fund. "România de Măine", București, 2017, 135p. ISBN: 978-973-163-982-6.
2. Burda Al., *Logistica și distribuția mărfurilor.*, Suport de curs, Editura: Pro Universitaria, 2016., 264 p., ISBN: 978-606-26-0649-7.

3. Bowersox D., Closs D., Cooper B., *Logistics and Supply Chain Management*, McGrawHill, New York, 2010.
4. Pistol Gh., *Logistica mărfurilor: Note de curs*, Editura Fund. "România de Măine", București, 2017, 135p. ISBN: 978-973-163-982-6.
5. *International Journal of Logistics Research and Applications*. – Washington: Taylor & Francis, 2016, 78 p.

IMPORTANȚA SERVICIILOR TURISTICE ÎN DEZVOLTAREA ECONOMICĂ A REPUBLICII MOLDOVA

Anatolie GUJA

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *Tourism has become an important sector that has an impact on the development of the economy of the Republic of Moldova. The main benefits of tourism are income generation and job creation. For many regions and countries, this is the most important source of well-being. The capacity of the national economy to benefit from tourism depends on the availability of investments for the development of the necessary infrastructure and its capacity to meet the needs of tourists. The Republic of Moldova has a tourist potential for the development of rural tourism and other alternative forms of tourism. The purpose of the article is to present the impact of tourism on the economy and especially on income. Tourism obviously has a positive impact and contributes directly or indirectly to the economic development of areas of tourist attractiveness. The development and expansion of tourism generates the creation of new jobs (directly in hotels, restaurants, clubs, transport services, and indirectly, in companies with complementary activities).*

Keywords: *tourism, economy, services, activities, investments, attractions, natural potential, anthropogenic potential, capitalization.*

Introducere: Turismul cu **venituri crescute** aduce o contribuție pozitivă la economia unei țări atunci când turiștii străini aduc valută cu ei pentru a o cheltui în destinație. De asemenea, banii sunt colectați din vize și taxe care merg spre investiții ulterioare în destinație.

Furnizorii de servicii se confruntă cu obstacole în vânzarea de servicii pe care vânzătorii de bunuri le întâmpină rar. Serviciile sunt intangibile, ceea ce face dificilă pentru potențialii clienți să înțeleagă ce vor primi și ce valoare va avea pentru ei. Într-adevăr, unii, precum consultanții și furnizorii de servicii de investiții, nu oferă nicio garanție a prețului.

Rezultatele investigației: Turismul este vital pentru succesul multor economii din întreaga lume. Există mai multe beneficii ale turismului pe destinațiile gazdă. Turismul sporește veniturile economiei, creează mii de locuri de muncă, dezvoltă infrastructurile unei țări și creează un sentiment de schimb cultural între străini și cetățeni.

Numărul de locuri de muncă create de turism în multe zone diferite este semnificativ. Aceste locuri de muncă nu fac doar parte din sectorul turismului, ci pot include și sectorul agricol, sectorul comunicațiilor, sectorul sănătății și sectorul educațional. Mulți turiști călătoresc pentru a experimenta cultura destinației gazdă, diferite tradiții și gastronomie. Acest lucru este foarte profitabil pentru restaurantele locale, centrele comerciale și magazinele.

În Republica Moldova, turismul creează un schimb cultural între turiști și cetățenii locali. Expozițiile, conferințele și evenimentele atrag de obicei străini. Autoritățile organizatoare obțin de obicei profit din taxele de înregistrare, vânzările de cadouri, spațiile de expoziție și vânzările de drepturi de autor media. În plus, turiștii străini aduc diversitate și îmbogățire culturală pentru Republica Moldova.

Turismul este o mare oportunitate pentru străini de a învăța despre o nouă cultură, dar creează și multe oportunități pentru localnici. Le permite tinerilor antreprenori să stabilească noi produse și servicii care nu ar fi sustenabile doar pentru populația locală de rezidenți.

Un beneficiu major al turismului în stimularea de creștere economică este reprezentată de creșterea numărului de locuri de muncă disponibile în Republica Moldova, atât direct cât și indirect, în cadrul companiilor care asigură funcționarea serviciilor necesare turiștilor.

Sectorul turismului angajează mai multe femei și tineri decât majoritatea celorlalte sectoare. În țările Organizației pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE – 35 state), femeile reprezintă 60% din ocuparea forței de muncă în sectorul turismului. Aceasta este mai mare decât ponderea femeilor angajate în sectorul serviciilor (47%) și în ansamblul economiei (43%). [3, pag.27]

În conformitate cu prevederile art. 4 din Legea nr. 352/2006 cu privire la organizarea și desfășurarea activității turistice în Republica Moldova, turismul este declarat drept unul din domeniile prioritare ale economiei naționale. [1]

Conform unui clasament al celor mai frecventate destinații din Republica Moldova elaborat de Asociația de Dezvoltare a Turismului în Moldova, pe primul loc este mun. Chișinău.

Urmează traseele viti-vinicole, sunt populare și mănăstirile. Mai puțin cunoscute ca și destinații turistice sunt pensiunile agroturistice (un număr de peste 50 de pensiuni agroturistice așteaptă vizitatori pe perioada întregului an). [7]

Suprafețele împădurite reprezintă pentru Moldova un potențial important de atracție a turiștilor (cca 11,6% din teritoriul țării). Aproximativ 45% din total sunt pădurile de recreare și cele destinate conservării naturii.

Tradițiile populare fac parte integrantă din moștenirea culturală, iar diversitatea etnică a acestui teritoriu nu numai că nu a distrus modul tradițional de viață, dar i-a și dat o nouă aromă, formând un conglomerat original de obiceiuri, ritualuri, ceremonii care a avut a supraviețuit până astăzi în satele Moldovei.

În Moldova au fost atestate câteva mii de stațiuni preistorice, circa 400 de seliști tripoliene (~ 5-6 mii de ani în urmă), circa 50 de grădiști fortificate antice, circa 500 de seliști medievale timpurii, numeroase cetăți medievale din pământ, 6 cetăți medievale din piatră (în diferite stadii de conservare), peste 1000 de monumente de arhitectură protejate, circa 50 de mănăstiri ortodoxe. [6]

Moldova este situată în două zone naturale: silvostepă și stepă. Cu toate acestea, vegetația naturală s-a păstrat doar în locuri izolate.

Atracțiile turistice amplasate în localități (mănăstiri, biserici, complexe muzeale, parcuri) beneficiază de drumuri locale de acces, relativ întreținute pe parcursul întregului an.

În Moldova sunt activi cca 30 de ghizi profesioniști de turism, care cunosc traseele spre atracțiile naționale și sunt angajați de cca 85 de agenții de turism din Chișinău și de instituțiile de învățământ.

Sunt cca 350 de ghizi locali care, de regulă, sunt angajați ai muzeelor locale și practică la solicitare excursii extramuzeale spre unele atracții specifice locului. În raza de 30 km de la oricare obiect turistic din Moldova poate fi angajat un ghid local.

Totodată 80% din călătoriile moldovenilor se fac în străinătate. Cea mai populară destinație pentru recreere este Ucraina, care este aleasă de 47% dintre concetățeni.

Conform statisticii se constată faptul că în Moldova sunt circa 2,6 milioane de cetățeni, dintre care 32% merg undeva în vacanță cel puțin o dată pe an.

Tabelul 1. Activitatea agențiilor de turism și turoperatori, după scopul vizitei, 2018-2020

Scop	Ani	2018	2019	2020
Numărul de sosiri ale vizitatorilor străini în țară	Total	19276	19848	6950
	Vacante, recreere și odihnă	15835	16928	6612
	Afaceri și motive profesionale	2857	2358	238
	Alte scopuri	584	562	100
Numărul de plecări ale vizitatorilor moldoveni în străinătate	Total	264055	310649	74708
	Vacante, recreere și odihnă	261262	305173	73725
	Afaceri și motive profesionale	1390	1989	538
	Alte scopuri	1403	3487	445
Numarul turiștilor și excursioniștilor participanți la turismul intern	Total	40137	46128	42848
	Vacante, recreere și odihnă	-	-	-
	Afaceri și motive profesionale	-	-	-
	Alte scopuri	-	-	-

Sursa: realizat de autor în baza sursei [5]

În anul 2020, Moldova a fost vizitată de 6.950 turiști prin cadrul agențiilor de turism și al operatorilor de turism. Această cifră constituie doar 35% față de 2019.

Aproximativ 6,6 mii (60,9%) din turiștii care au venit din străinătate, au ales Republica Moldova pentru recreere, divertisment și tratament. [5]

În Republica Moldova, în primul an al pandemiei de coronavirus, s-a înregistrat o scădere de 4,3 ori a călătoriilor de agrement comparativ cu 2019.

Prin intermediul agențiilor de turism și turoperatorilor în anul 2020 din Republica Moldova au plecat în străinătate 74,7 mii de turiști și excursioniști (adică de mai bine de 10 ori mai mulți decât ne-au vizitat țara) sau de 4,2 ori (cu 76,0%) mai puțin față de anul 2019.

Serviciul de cazare oferă siguranță tuturor turiștilor care nu cunosc noile locuri vizitate. De asemenea, ajută turiștii să exploreze regiunea vizitată într-un mod mai bun. Îmbunătățește experiența generală de călătorie.

Cazarea este atât o condiție, cât și un proces. Ca o condiție, acomodarea este recunoașterea și acceptarea unui set de relații care definesc statutul unei persoane în grup sau al grupului într-o organizație socială mai incluzivă.

În Republica Moldova cazarea se face atât în hoteluri cât și alte structuri adiționale. Analizând datele Biroului Național de Statistică putem observa că turiștii preferă să fie cazați în hoteluri, urmat de pensiuni turistice și structuri de intermare.

Tabelul 2. Activitatea turistică a structurilor de primire turistică colective cu funcțiuni de cazare, 2018-2020 pe Indicatori, Tipuri de structuri si Ani

		2018	2019	2020
Numărul de turiști cazați	Total	364608,0	374765,0	90338,0
	Hoteluri si moteluri	203188,0	213808,0	50581,0
	Pensiuni turistice si agroturistice	17709,0	17168,0	14576,0
	Camine pentru vizitatori	5983,0	4947,0	2480,0
	Structuri de intremare	32449,0	32156,0	10963,0
	Sate de vacanta si alte structuri de odihna	54310,0	55853,0	11519,0
	Tabere de vacanta	50969,0	50833,0	219,0
Indicele de utilizare netă a capacității de cazare în funcțiune, procente	Total	34,7	33,3	13,0
	Hoteluri si moteluri	23,4	23,2	6,9
	Pensiuni turistice si agroturistice	13,5	14,3	9,7
	Camine pentru vizitatori	60,7	50,8	62,2
	Structuri de intremare	68,2	69,4	30,7
	Sate de vacanta si alte structuri de odihna	19,7	19,7	4,1
	Tabere de vacanta	44,2	41,4	3,0

Sursa: realizat de autor în baza sursei [5]

Hotelurile și facilitățile de cazare confortabile joacă un rol foarte important în popularizarea oricărei destinații turistice. Dacă o persoană, care este destul de departe de casă, ajunge să se bucure de aceleași facilități și conforturi pe care le are la domiciliu, atunci este obligat să se atașeze de locul respectiv. Pe de altă parte, dacă turistul ajunge într-un loc în care hotelurile și facilitățile de cazare nu sunt satisfăcătoare, este foarte probabil să nu se mai întoarcă niciodată în acel loc. [2]

Cele mai importante deficiențe ale serviciului de cazare turistică din Republica Moldova sunt următoarele:

- Foarte multe din structurile de cazare turistică nu sunt clasificate, fiind dotate la discreția proprietarilor, fără a corespunde standarde aprobate la nivel internațional;
- se înregistrează un deficit al structurilor de cazare turistică din categoria de 2-3 stele care ar putea oferi servicii favorabile la prețuri accesibile;
- structurile de cazare implementează o strategie incorectă de stabilire a prețurilor oferite, indiferent de sezon și extrasezon;
- piața este foarte încărcată de structuri de cazare luxoase, care înregistrează o rată de utilizare mică, dar mențin prețurile înalte;
- marea majoritate a structurilor sunt concentrate în capitală sau în orașele mari, în timp ce majoritatea zonelor rurale nu dispun de unități de cazare.

Biroul Național de Statistică informează că în ianuarie-iunie 2021 agențiile de turism și turoperatorii au acordat servicii turistice la 96,1 mii de turiști și excursioniști sau de 2,6 ori mai mult față de perioada similară a anului 2020.[5]

Tabelul 3. Numărul de turiști și excursioniști, participanți la turismul organizat de agențiile de turism și turoperatori, după scopul vizitelor în ianuarie-iunie 2021

	Ianuarie-iunie 2021		Ianuarie-iunie 2021 în % față de ianuarie-iunie 2020		Ianuarie-iunie 2020 în % față de ianuarie-iunie 2019	
	turiști și excursioniști	turiști- zile	turiști și excursioniști	turiști- zile	turiști și excursioniști	turiști- zile
TOTAL	96 059	514 764	256,3	329,9	24,7	16,9
Turism receptor total	3 117	1 978	46,5	67,1	79,8	11,4
<i>din care, scop de:</i>						
Odihnă și recreere	2 730	774	42,4	59,8	92,0	7,5
Afaceri	365	946	202,8	179,8	15,1	9,1
Tratament	22	258	23,4	22,9	41,2	40,4
Turism emițător – total	63 979	455 128	337,2	428,2	15,7	14,0
<i>din care, scop de:</i>						
Odihnă și recreere	63 575	451 996	346,4	442,7	15,5	13,9
Afaceri	300	1 631	98	164,7	31,2	23,8
Tratament	104	1 501	33	46,8	17,0	13,9
Turism intern	28 963	57 658	245,4	123,3	53,7	35,0

Sursa: realizat de autor în baza sursei [5]

În perioada analizată, turismul emițător și intern reprezintă cea mai mare pondere în numărul total de turiști și excursioniști, înregistrând 66,6% și 30,2%, turismului receptor - 3,2%. Prin cadrul agențiilor de turism și turoperatorilor în ianuarie-iunie anul 2021 au mers peste hotarele țării 64,0 mii de turiști și excursioniști sau aproximativ cu 45,0 mii turiști (de 3,4 ori) mai mult față de aceeași perioadă a anului 2020. [5]

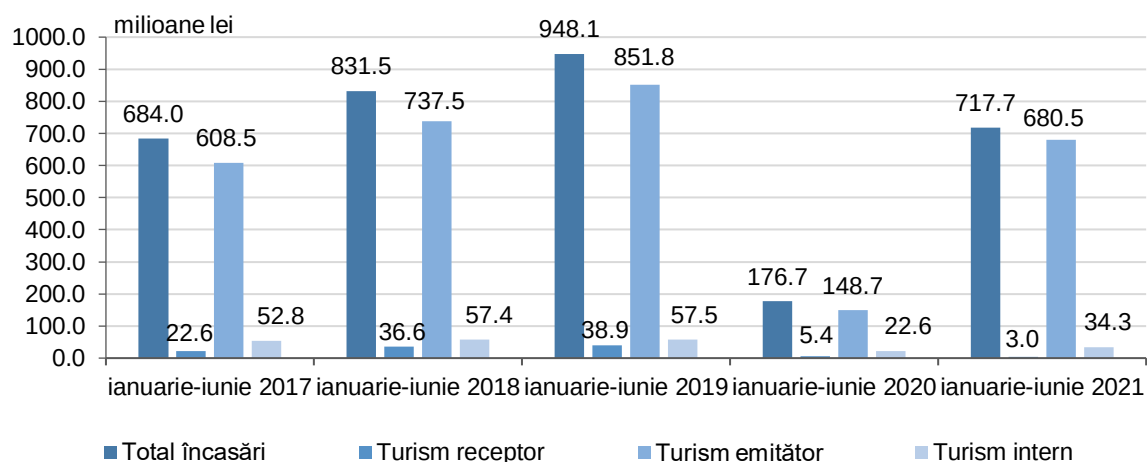


Fig. 1. Încasările agențiilor de turism și turoperatorilor

Sursa: realizat de autor în baza sursei [5]

Veniturile agențiilor de turism și turoperatorilor din turism pentru perioada ianuarie-iunie 2021 au însumat 717,7 milioane lei, reprezentând o creștere de 4,1 ori față de aceeași

perioadă a anului precedent 2020. Creșterea a fost condiționată de majorarea încasărilor din turismul emițător (de 4,6 ori) și turismul intern (+51,7%). Totodată anul 2019, din cauza pandemiei de Covid-19 se va schimba structura viitoarelor călătorii globale. Acest lucru poate afecta și turiștii din Republica Moldova. Numărul turiștilor cazați sunt următorii:

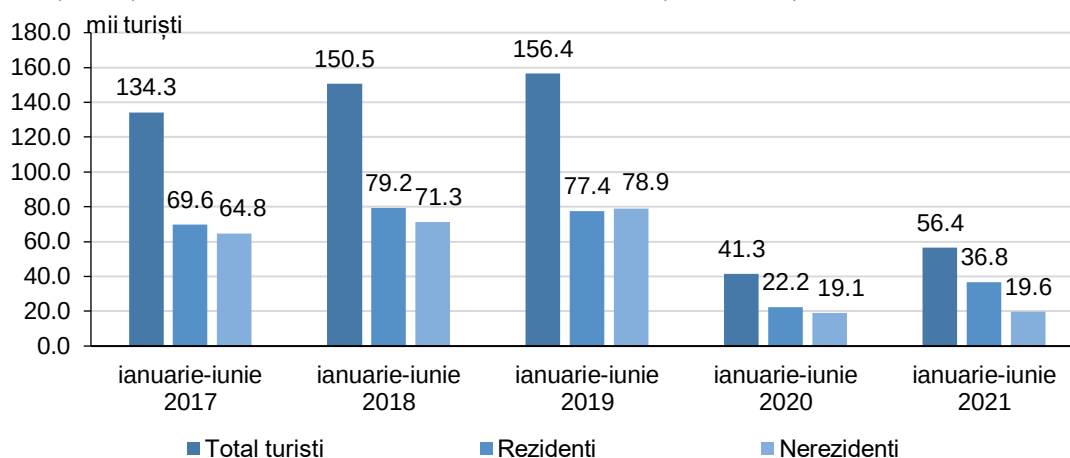


Fig. 2. Turiști cazați în structurile de primire turistică colective

Sursa: realizat de autor în baza sursei [5]

Biroul Național de Statistică a Republicii Moldova informează că în perioada ianuarie-iunie 2021 structurile de primire turistică cu funcție de cazare au fost folosite de 56,4 mii de turiști sau cu circa 36,5% mai mult față de aceeași perioadă a anului precedent, pe fundalul reducerii indicatorului în cauză în ianuarie-iunie 2020 față de ianuarie-iunie 2019 cu 115,0 mii de turiști sau de 3,8 ori. Din totalul numărului de turiști 36,8 mii (sau 65,2%) au reprezentat turiștii rezidenți și 19,6 mii (34,8%) - turiștii nerezidenți.

Concluzii

Importanța turismului este demonstrată în întreaga lume. De la avantajele economice pe care turismul le aduce țării până la plăcerea pe care turismul o aduce turiștilor înșiși, nu se contestă valoarea acestei industrii.

Unul dintre cele mai importante efecte a turismului este valoarea sa economică. Turismul poate ajuta Republica Moldova să aducă bani în mai multe moduri diferite.

Importanța turismului este demonstrată și prin banii care sunt strânși și contribuiți la veniturile guvernamentale ale țării. Există două modalități principale de acumulare a acestor venituri, contribuții directe și contribuții indirecte. De asemenea Importanța turismului poate fi demonstrată prin generarea de locuri de muncă.

Turismul stimulează economia în mod exponențial. Acest lucru se datorează atât prin crearea locurilor de muncă pe care le creează turismul, dar și datorită adăugării temporare a populației consumatoare care are loc atunci când cineva călătorește într-un loc nou.

BIBLIOGRAFIE

1. Legea nr. 352 din 24.11. 2006 cu privire la desfășurarea activității turistice în Republica Moldova;
2. Hotărîrea Guvernului Republicii Moldova, din 2020, Anexa nr.1, Programul Național de Dezvoltare a Turismului "Turism-2025";
3. Gribincea, A., Teoria și practica excursionistă: Note de curs, CEP USM, 2015;
4. Ina Cavaliuc, Viorelia Moldovan, Marketingul turismului intern, Chșinău 2010;
5. Biroul Național de statistică al Republicii Moldova, accesibil pe www.statistica.md, accesat pe 18.09.2021;
6. Ministerul Economiei și Infrastructurii al Republicii Moldova, www.mei.gov.md, accesat pe 20.09.2021;

7. Asociația Națională pentru Turism Receptor și Imițător din Moldova, www.antrim.md, accesat pe 21.09.2021.

TENDINȚE ALE INFORMATIZĂRII LOGISTICII LA NIVEL INTERNAȚIONAL

Elena CARP

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The computerization of logistics internationally requires various improvements, because many companies believe that their suppliers and customers are not prepared for e-business. And recent studies developments have revealed that the slow adoption of ICT standards in e-business is leading to interoperability issues, which makes it more difficult to manage activities between supply chain partners.*

Keywords: *information logistics, integrated information systems, information technologies, logistics information system, logistics technologies.*

În ultimii ani, tehnologiile noi logistice bazate pe știința informației s-au dezvoltat rapid, fără de care este anevoios pentru orice întreprindere să desfășoare activități. Indubitabil, orice întreprindere producătoare reprezintă un sistem deschis care este conectat prin fluxuri de materiale și informații cu furnizori, consumatori, expeditori de marfă și organizații de transport. Aceste legături determină unele perturbări în integrarea activităților de către fiecare dintre participanții la sistemul general de cooperare (parteneriat). În consecință, suportul informațional al managementului logistic este unul dintre cele mai importante și reale domenii.

Tehnologiile informaționale sunt tot mai frecvent aplicate în domeniul logisticii atât pentru a dezvolta colaborarea între partenerii unui supply-chain, cât și pentru a susține firmele individuale în păstrarea și analiza datelor, respectiv în luarea unor decizii manageriale în ceea ce privește logistica proprie. În literatura de specialitate, utilizarea softurilor informatice este asociată creșterii performanțelor firmelor care le implementează.

Astfel, logistica modernă este de neconceput fără utilizarea activă a tehnologiei informației. Astăzi, practic este imposibil să se asigure calitatea bunurilor și serviciilor solicitate de consumatori fără utilizarea sistemelor informaționale și a sistemelor software pentru analiză, planificare și sprijin pentru luarea deciziilor comerciale în sistemul logistic. Mai mult decât atât, datorită dezvoltării sistemelor și tehnologiilor informaționale, logistica a devenit forma de organizare dominantă a circulației mărfurilor pe piețele extrem de competitive din țările dezvoltate economic.

Sistemele informaționale (IS) și tehnologiile informaționale (IT) din logistica modernă sunt de obicei înțelese ca un complex de instrumente software și hardware și metode de producție, transmisie, procesare și consum de informații în sistemele care asigură circulația mărfurilor. Direcția dominantă în dezvoltarea SI și IT în logistică reprezintă integrarea fluxurilor de informații bazate pe metode moderne de prelucrare și transmitere a datelor.

Dezvoltarea logisticii informaționale este asociată cu rolul crescând al informației în procesul economic, precum și dezvoltarea comunicațiilor și a tehnologiei computerizate.

Relevanța implementării și utilizării IT în logistică se datorează volumului din ce în ce mai mare de date care necesită procesare. Metodele obișnuite și tradiționale nu mai sunt eficiente și corespunzătoare să extragă informațiile necesare din fluxul de date și să le utilizeze pentru a gestiona întreprinderea. Factorul determinant în gestionare este viteza de prelucrare a datelor și obținerea informațiilor necesare. Circulația informațiilor afectează inevitabil tot mai mult eficiența gestionării întreprinderii și succesul financiar al acesteia. Mai mult decât atât, informațiile sunt numite din ce în ce mai frecvent „materie primă strategică”.

Utilizarea instrumentelor IT în logistică este destinată să asigure mișcarea mărfurilor și interacțiunea între departamentele întreprinderii și între întreprinderi în procesul de cumpărare și distribuire a mărfurilor.

Sistemul informațional logistic (LIS – Logistics Information System) reprezintă componenta funcțională a tehnologiilor informatice utilizate în logistică.

Un LIS eficient sprijină fluxul adecvat de informații între gestiunea stocurilor, depozitare și transport necesare asigurării unui nivel ridicat al serviciului către clienți. Capacitatea de a optimiza costurile logistice și nivelul serviciilor este afectată de sistemul informațional logistic al firmei și al partenerilor săi.

Pentru a-și îmbunătăți competitivitatea, tehnologiile informatice aplicate în logistică de către firme, pot fi clasificate în dependență de complexitate în următoarele categorii (Figura 1):

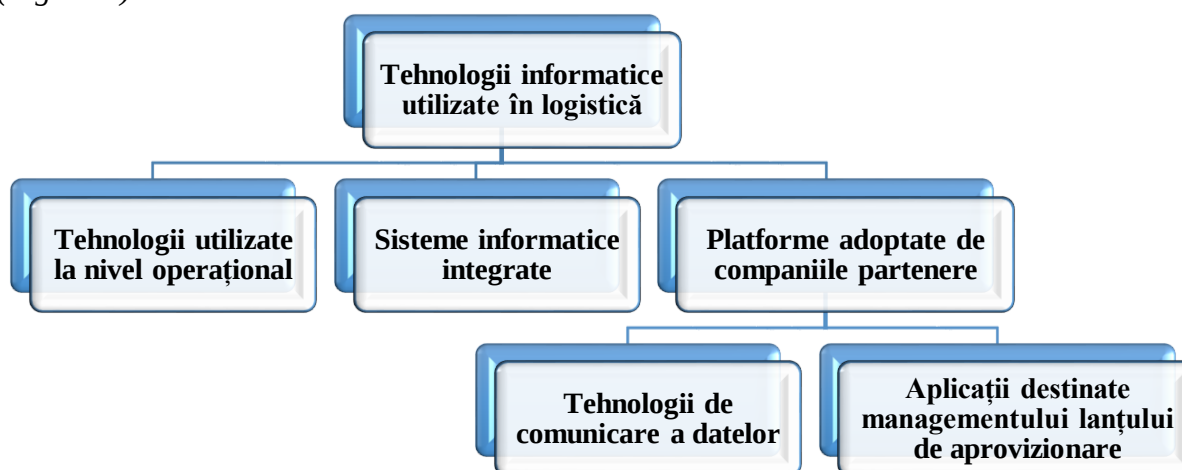


Fig. 1. Tehnologii informaționale utilizate în logistică

- Tehnologii utilizate la nivel operațional pentru gestiunea diferitor activități logistice;
- Sisteme informatice integrate, constituite dintr-o varietate de module care sunt destinate diferitor departamente ale întreprinderii;
- Tehnologii de comunicare/platforme acceptate de marile lanțuri de distribuție sau de companiile partenere ale lanțului de aprovizionare.

Utilizate cu succes în logistică, primei categorii îi pot fi conferite: barcoding-ul, identificarea prin frecvență radio (RFID – Radio Frequency Identification), scanarea optică, recunoașterea vocii și robotizarea.

Mai mult, pentru fiecare operație (pregătirea comenzilor, manipulare, depozitare, livrare, comandă, transport), ca și pentru funcțiile întreprinderii (producție, logistică, mentenanță), au fost elaborate aplicații specifice. Aceste aplicații s-au dezvoltat în timp și putem evidenția:

1. **TMS (Transport Management System)** – aplicație de gestionare a serviciului de transport. Este un subset al managementului lanțului de aprovizionare cu privire la operațiunile de transport și poate face parte dintr-un sistem de planificare a resurselor întreprinderii.
2. **WMS (Warehouse Management System)** – aplicație de gestionare a spațiilor de depozitare, reprezintă un instrument software care facilitează automatizarea operațiilor cu stocul și egalitatea dintre stocul scriptic și cel faptic. Cu ajutorul unui sistem informatic de tip WMS, se pot realiza activități precum: *organizarea depozitelor, tranzacții stocuri, operațiuni pe celule* (reconfigurări ale structurii depozitului și alte operațiuni specifice, care conduc la transferuri de bunuri între celule).
3. **MRO (Maintenance, Repair and Overall)** – aplicație de gestionare a stocurilor;
4. **CRM (Customer Relationship Management)** – aplicație pentru gestionarea relațiilor cu clienții, reprezintă un set de strategii, politici și tehnologii destinate atragerii, reținerii și fidelizării clienților. CRM include activitățile aferente

departamentelor de marketing, vânzări, financiar și suport tehnic relativ la clienți, potențiali clienți, furnizori și parteneri. Aplicațiile CRM contribuie la implementarea unui mod de lucru colaborativ în cadrul firmei, prin integrarea tuturor informațiilor despre clienți și a comunicării cu aceștia într-o bază de date comună.

5. **SFA - Sales Force Automation** (automatizarea forței de vânzări), se referă la sisteme informatice utilizate pentru eficientizarea activităților de vânzare. În funcție de complexitatea sistemului, acestea pot îngloba funcționalități care să asigure operarea comenzilor și încasărilor pe device-ul mobil și exportul acestora în sisteme de management al întreprinderii. Toate informațiile necesare realizării documentelor sunt actualizate în timp real, asigurând corectitudinea soldurilor, stocurilor și a politicilor comerciale aplicate în funcție de partener și divizia de vânzare a agentului.

În centrul instrumentelor software care înglobează toate informațiile dintr-o organizație într-o platformă unică se află **sistemul ERP (Enterprise Resource Planning)**. Sistemul de planificare a resurselor întreprinderii (ERP) este instrumentul software care facilitează integrarea tuturor informațiilor dintr-o organizație într-o platformă unică. Scopul ERP este de a asigura transparența datelor în cadrul unei organizații și să faciliteze accesul la orice tip de informație utilă în desfășurarea activității.

Sistemele ERP, sunt programe modulare, fiecare arie de activitate a companiei fiind acoperită de către o aplicație specifică. Modulele unui sistem ERP funcționează integrat utilizând o bază de date comună, sau pot funcționa independent. Pot fi enumerate câteva categorii de module care servesc la gestionarea cu eficiență a unei întreprinderi: producție, gestiune, salarii, contabilitate, vânzări, imobilizări, prognoze, analize, managementul relațiilor cu clienții etc.

6. **ERM (Employee Relationship Management)** – aplicație de gestionare a resurselor umane ce reflectă procesul de adoptare a metodelor și practicilor de control pentru a reglementa relațiile angajaților.
7. **MES (Manufacturing Execution System)** – aplicație de gestionare a producției. Sistemele de execuție de fabricație sunt sisteme computerizate utilizate în producție pentru a urmări și documenta transformarea materiilor prime în mărfuri finite.
8. **LES (Logistic Execution System)** – aplicație de gestionare a fluxurilor logistice, o componentă majoră a aplicației de gestionare a lanțului de aprovizionare (SCM), ce oferă unui administrator să gestioneze informațiile și procesele implicate în toate etapele lanțului de aprovizionare, de la achiziționarea de materii prime până la distribuirea produselor finite.
9. **BPMS (Business Process Management System)** – aplicație de gestionare a proceselor din cadrul companiei care implică orice combinație de modelare, automatizare, execuție, control, măsurare și optimizare a fluxurilor de activitate de afaceri, în sprijinul obiectivelor întreprinderii, a sistemelor de acoperire, a angajaților, clienților și partenerilor din interiorul și dincolo de granițele întreprinderii.
10. **MRP (Manufacturing Resources Planning)** – aplicație de calcul a resurselor necesare, reprezintă un sistem informațional integrat utilizat de companii. Planificarea resurselor de fabricație (MRP II) a evoluat din sistemele timpurii de planificare a cerințelor de materiale (MRP) prin includerea integrării de date suplimentare, cum ar fi nevoile angajaților și financiare. Sistemul este conceput să centralizeze, să integreze și să proceseze informații pentru luarea eficientă a deciziilor în planificare, proiectare, gestionarea stocurilor și controlul costurilor în fabricație.

11. EIS (Executive Information System) – aplicație de suport în luarea deciziilor. Un sistem informațional executiv, cunoscut și sub numele de sistem de asistență executivă, este un tip de sistem de asistență pentru management care facilitează și susține nevoile de informare și de decizie ale conducătorilor seniori.

12. EFMS (Electronic File Management System) – aplicație de gestionare electronică a fișierelor. Sistemul electronic de gestionare a documentelor și înregistrărilor este un tip de sistem de gestionare a conținutului și se referă la tehnologiile combinate ale sistemelor de gestionare a documentelor și a înregistrărilor ca sistem integrat.

Dintre tehnologiile de **comunicare a datelor** frecvent utilizate sunt aplicate schimbul electronic de date (EDI – electronic data interchange), faxul, internetul, valoarea adăugată de rețea (VAN – Value Added Network), punctul de sisteme de vânzare (EPOS – the electronic point of sales systems), sistemul electronic de comandă (EOS – electronic ordering system), sistemul logistic de informare (the logistics information system) și portalurile informatice ale întreprinderii (the enterprise information portals).

Mulți producători de soft-uri logistice la nivel de Supply Chain, oferă soluții de planificare a lanțului de aprovizionare, care se bazează pe sisteme ERP pentru îndeplinirea sarcinilor planificate. Totuși, unele dintre procesele cheie ale afacerii nu pot fi susținute de un ERP. Acest gen de softuri se dovedește a fi de obicei insuficient pentru a reflecta procesele interorganizaționale ce se formează între partenerii implicați în lanțul de aprovizionare, deoarece ERP-urile asigură funcțiuni orientate în primul rând către gestiunea operațiunilor interne ale firmei, în timp ce sistemele de administrare ale lanțului de aprovizionare abordează ambele aspecte ale proceselor care au loc: atât intra-, cât și interorganizaționale. Această situație reprezintă însă o posibilitate pentru furnizorii de software, precum Oracle, SAP, i2 Technologies, John Galt Solutions, JDA Software, Manhattan Associates, Infor etc., de a dezvolta noi aplicații destinate managementului lanțului de aprovizionare. Astfel, la acest nivel, componentele de bază ale sistemelor informaționale logistice pot fi considerate următoarele: sistemul de gestionare a canalului de aprovizionare (Supply management system – SMS); sistemul de executare a activităților logistice (Logistics execution system – LES), la care se mai pot adăuga sistemul de planificare a răspunsului către client (Customer response planning system (CRPS)); sistemul de răspuns pentru clienți (Customer response system (CRS)); sistemul de management al stocurilor (Inventory management system – IMS); sistemul de planificare a stocurilor (Inventory planning system – IPS); sistemul de planificare a aprovizionării (Supply planning system – SPS); sistemul de planificare a operațiunilor logistice (Logistics planning system – LPS), reprezentând partea tehnologiilor de planificare, în timp ce primele fac parte din categoria celor de execuție.

În afară de aceste tehnologii mai putem evidenția: aplicația de gestionare a terminalelor și parcurilor logistice – YMS (Yard Management System); aplicația de planificare, prognoză și reprovizionare colectivă (CPFR – Collaborative Planning, Forecasting and Replenishment).

Înglobarea poate fi realizată de asemenea până la nivelul piețelor și corporațiilor electronice prin aplicații de ultimă generație: Enterprise Application Integration, Enterprise Service Bus, Business Process Management, Business Process Integration, Enterprise Nervous System.

Beneficiile implementării tehnologiilor informatice în logistică se dovedesc a avea o contribuție importantă asupra activităților logistice, prin utilitatea și facilitatea acestora în utilizare.

Tehnologiile informatice și sistemele de comunicare, cu rol de a transforma datele în informații, au modificat modul de abordare și de luare a deciziilor, generând un impact pozitiv asupra eficienței și eficacității managementului logisticii. Efectele implementării cu succes a tehnologiilor de informare și comunicare în managementul logisticii determină oportunități de

creștere a vitezei fluxurilor fizice și informaționale (care vizează accesul la informații, colectarea, procesarea și comunicarea datelor), a rapidității cu care reacționează lanțul de aprovizionare la comenzile primite, a capacității de distribuție, a calității serviciului către client și efecte de reducere a erorilor de manipulare a datelor.

De asemenea, beneficiile se extind asupra diminuării costului activităților logistice, îmbunătățirii productivității, utilizării raționale a resurselor, monitorizării stocurilor, pentru a îmbunătăți utilizarea activelor de transport și de depozitare de care dispune firma, precum și eliminarea dublării eforturilor în desfășurarea diferitor activități logistice pentru firmele – clienți cu care colaborează. Un flux integrat de informații între clienți și furnizori poate facilita sarcina de echilibrare a cererii și a ofertei în întreaga rețea a lanțului de aprovizionare. Adoptarea unei tehnologii informatice avansate la nivelul lanțului de aprovizionare poate asigura o coordonare mai bună și o reducere a costurilor de tranzacție dintre parteneri.

În consecință, aceste rezultate contribuie la sporirea performanțelor financiare ale întreprinderii și partenerilor din supply-chain, la creșterea competitivității, întrucât firmele care oferă servicii de logistică mai bune la un cost mai mic, pot avea un avantaj competitiv față de concurenții lor.

Fără îndoială, informatizarea logisticii contribuie la gestionarea fluxurilor de informații și organizarea transferului electronic de date între întreprinderi, care este necesar, și se obține prin compatibilitatea hardware și software. În condițiile actuale, rolul suportului informațional pentru managementul logisticii sporește în fiecare zi, câștigând proporții masive, catalizând astfel procesul de formare a tehnologiilor informaționale în logistică. De asemenea, sistemele specific automatizate sunt fără îndoială necesare, dacă ne dorim să accelerăm și să facilităm comunicațiile între parteneri de-a lungul lanțurilor de aprovizionare, deoarece fiecare mișcare de materiale este asociată cu transferul de informații.

La nivel internațional, informatizarea logisticii necesită diverse îmbunătățiri, deoarece multe companii consideră că furnizorii și clienții lor nu sunt pregătiți pentru activitățile economice electronice. La fel, studiile recente au dovedit faptul că adoptarea lentă a standardelor TIC în activitățile economice electronice conduce la probleme de interoperabilitate, ceea ce face mai anevoios administrarea activităților dintre partenerii lanțului de aprovizionare. Din acest motiv, pentru afacerile care cuprind un nivel ridicat de angajament și de integritate, întreprinderile apelează la ajutorul consultanților pentru a le intermedia anumite operații sau chiar își internalizează o parte din activitate, acest lucru devenind posibil după ce managerii executivi ai mai multor firme au conștientizat că nu mai este absolut necesar să se mențină un control intern total asupra tuturor fazelor operaționale. Astfel, rolul intermediarilor (3PL, 4PL) va deveni din ce în ce mai pronunțat, pentru că ei au început deja să participe în mod activ în activitatea de a susține firmele să își selecteze operatorii de servicii logistice (2PL, 3PL), să își ordoneze procesele cu strategia de la nivelul întregului lanț de aprovizionare, să își gestioneze resursele, tehnologia și procesele din lanțul de aprovizionare. Intermediarii acordă o importanță deosebită tehnologiilor informaționale în managementul afacerilor și astfel tehnologiile devin rapid unul dintre principalii factori de schimbare, care prezintă noi provocări strategice față de furnizorii de servicii logistice.

Implementarea noilor tehnologii logistice presupune și un proces complicat din perspectiva cerințelor pe care le înaintează. Adoptarea unor tehnologii informaționale este asociată de obicei cu o mare investiție, iar firmele pot dispune de resurse insuficiente pentru a suporta o astfel de investiție. Alți factori care creează dificultăți în implementarea TIC se referă la lipsa de expertiză și asistență tehnică pentru punerea în aplicare a TIC, costurile suplimentare determinate de nevoia de instruire a personalului și familiarizare cu noile tehnologii, cultura organizațională rezistentă la schimbare etc. Fiecare întreprindere va lua în calcul atât aceste costuri, cât și beneficiile pe care le poate susține decizia de implementare a TIC. Companiile care nu și-au dezvoltat propriul sistem informatic corespunzător, vor fi constrânse de situații de a apela la serviciile unor intermediari de servicii logistice, care să le

faciliteze inter-relaționarea cu alți operatori ai lanțului de aprovizionare. Astfel, din analiza cost-beneficiu fiecare va lua decizia potrivită în dependență de propria situație și viziunea strategică pe care o are, însă firmele trebuie să fie conștiente de faptul că noile tendințe vor influența indubitabil cerințele față de modul în care își desfășoară activitatea și accesul la piața pe care o vizează.

Concluzii. Înțelegerea legăturii dintre informatizarea logisticii și sporirea performanțelor firmei se va accentua tot mai mult o dată cu creșterea instabilității, a incertitudinii mediului economic, a rapidității cu care se produc schimbările și a cerințelor consumatorilor față de nivelul calitativ al serviciilor ce îi sunt furnizate odată cu bunurile pe care le procură.

BIBLIOGRAFIE

1. Edward Frazelle, *Supply Chain Strategy. The Logistics of Supply Chain Management*, by The McGraw-Hill Companies, 2002, 358 p.
2. Evangelista, P., Sweeney, E., *Techonology Usage in the Supply Chain: the Case of Small 3PLs*. International Journal of Logistics Management, Vol. 17, No. 1, 2006, p. 55-74.
3. Philippe-Pierre Dornier, Michel Fender, *La logistique globale et le supply chain management. Enjeux – principes – exemples*, ediția a2-a, Groupe Eyrolles, 2007, 440p.
4. Ефимов Е. Н. *Информационные системы и технологии в логистике и управлении цепями поставок: учебное пособие*, РГЭУ, Москва, 2010, 93 p.

DEZVOLTAREA DURABILĂ A SPAȚIULUI RURAL A REPUBLICII MOLDOVA SUB ASPECTUL IDENTIFICĂRII EXPLOATAȚIILOR AGRICOLE ECONOMIC VIABILE ÎN BAZA COMERCIALIZĂRII PRODUCȚIEI OBTINUTE

Dragoș CIMPOIEȘ, Iurie DANILOV, Anatol RACUL
Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Abstract. *The aim of the paper is to define the basic criteria in structuring agricultural holdings in the Republic of Moldova by using discriminant analysis and logistic regression in order to optimize agricultural policies of governmental decision makers. The sustainable rural development have had to do the functional relationship highlighting between the degree of farmers' market comercialization and the economic efficiency of the agricultural holdings. For this, it is necessary to identify statistically the key variables characterizing the types of the holdings that embrace the workforce size, the fixed assets, the raw material and the agricultural technology used to achieve the financial objectives of the economic units. The parametric analysis proposed in the paper defines the optimal size and the best comercialization degree of farmers that is depending on agroclimatic, technological, economic and productivity factors under approach of improving the performance of the agricultural sector.*

Keywords: *agricultural holding, discriminant analysis, logistic regression, marketing, agricultural production.*

Dezvoltarea durabilă a spațiului rural în Republica Moldova impune definirea criteriilor de performanță a exploatațiilor agricole în confruntare cu clasificările FAO care sunt prezentate în raportul CIRAD (2013). Această abordare se referă la tipologia businessului familial și agricultura corporativă în spațiul rural având la bază conceptul performanței unităților economice în cadrul economiei de piață și se referă la:

1. exploatații familiale - Exploatații în care preponderent activează membrii familiei (și ocazional brațe de muncă angajate temporar);
2. exploatații de tip patronal sau business familial – exploatații în care activează atât membrii familiei, cât și angajați permanent din afară;

3. exploatații corporative – exploatații bazate exclusiv pe forța de muncă angajată [4].

Tabelul 1. Definirea pragurilor pentru delimitarea exploatațiilor agricole în baza criteriului de comercializare

Criteriu și indicatori	Praguri		
Comercializare			
Ponderea producției agricole pentru realizare	Sub 50%		Peste 50%
Scopul declarat a producției agricole	100% autoconsum	Mix autoconsum și realizare	100% realizare

Sursa: Calcule proprii în baza anchetării

Practica mondială FAO în delimitarea tipologiei exploatațiilor agricole are ca obiectiv fundamentarea teoretică a politicilor agrare a factorilor de decizie în țările Uniunii Europene. Argumentarea investițiilor în sectorul agrar are la bază conceptul siguranței alimentare și optimizarea ecologică concomitent cu eficientizarea genetică și tehnologică cu scopul reducerii sărăciei și dezvoltării durabile. Informația primară disponibilă în IFAD stă la baza abordării conceptuale a structurării sectorului agrar în vederea susținerii și dezvoltării exploatațiilor agricole cu o productivitate înaltă, eficiență economică argumentată tehnologic și o competitivitate înaltă pe piața agroalimentară europeană [2].

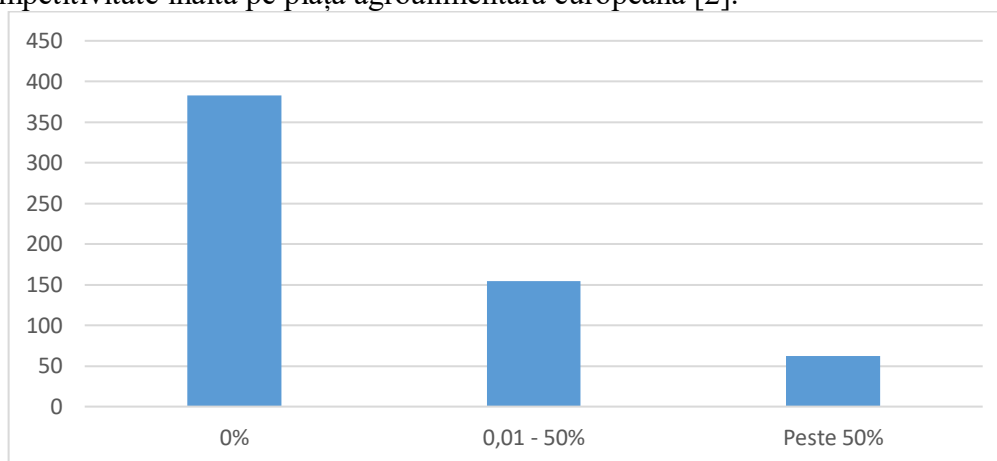


Fig. 1 Repartizarea exploatațiilor agricole familiale pe categorii în baza gradului de comercializare, unități

Sursa: Calcule proprii în baza anchetării

Obiectivul major al cercetării prezentate în lucrare este analiza gradului de comercializare a exploatațiilor agricole familiale ca factor al dezvoltării durabile a spațiului rural (Tabelul 1). Pentru a realiza această sarcină este necesar de a adapta tipologia exploatațiilor agricole aprobată în cadrul politicilor agrare implementate în Republica Moldova la cerințele performanței economice impuse de factorii politici și administrativi în zona de interese economice a Uniunii Europene. Abordarea aplicativă se bazează pe evaluarea în teren a activității unităților economice prin chestionarea gospodăriilor de fermier în volum de 938 de respondenți din 9 raioane a Republicii Moldova. Prin urmare, pentru proiectarea unei clasificări a exploatațiilor agricole identificarea mai multor criterii, rămâne fi prioritară. În acest context, clasificarea trebuie să fie exhaustivă și mutual exclusivă, adică suficient de flexibilă pentru a se adapta la situații specifice. În același timp, numărul variabilelor distincte, necesare pentru identificarea tipurilor urmează a fi limitat. Aceste două condiții sunt critice pentru ca tipologia să devină un instrument de lucru pentru elaborarea politicilor de calitate în sectorul agrar, dar și monitorizarea schimbărilor din agricultură. În

vederea construirii unei tipologii a exploatațiilor agricole, este necesar a identifica variabilele-cheie de caracterizare a tipurilor de exploatații, incluzând dimensiunea forței de muncă, dar nelimitându-se doar la ea.

În această ordine de idei, se impune abordarea aplicativă că gradul de comercializare este un criteriu suplimentar de identificare a exploatațiilor agricole familiale. Criteriul dat poate fi luat în considerație prin intermediul a mai mulți indicatori în funcție de obiectivele urmărite:

- ponderea producției agricole în totalul producției obținute. Acest indicator ar permite de scos în evidență fermele care desfășoară activitate agricolă de cele cu activități prioritare agricole;
- ponderea producției agricole destinate comercializării – ar permite separarea exploatațiilor agricole de subzistență de cele comerciale, având implicații înalte pentru politicile agricole existente;
- ponderea producției pentru consum propriu – urmărește aceleași obiective ca și indicatorul precedent și poate fi privit ca unul opus acestuia, subînțelegând că înglobează în sine producția agricolă destinată consumului de către familie, dar și utilizată pentru scopuri de producție [8].

Din indicatorii analizați mai sus, considerăm că ponderea producției destinate comercializării se potrivește cel mai bine scopurilor urmărite. Pe de asupra, acesta se regăsește în ultimul recensământ agricol, însă poate fi obținut și pe urma chestionării producătorilor agricoli individuali.

Un moment critic ce urmează identificarea variabililor ține de delimitarea pragurilor după care urmează a fi grupate exploatațiile agricole. În acest context, considerăm oportun de a ne distanța de valorile cantitative (de ex. suprafața), așa cum acestea depind foarte mult de contextul analizei și sunt mai degrabă niște mărimi relative. Ca alternativă rezonabilă considerăm oportune pragurile în mărimi procentuale sau cele în valori categoriale. Nu este un lucru ușor, dat fiind că necesită o argumentare economică [1]. O soluție în acest sens ar fi definirea acestora în baza literaturii de specialitate, convertindu-le în procente sau, după caz, transformând observațiile numerice în valori categoriale. În urma studierii literaturii de specialitate și a practicii internaționale, dar și a chestionarului și rezultatelor ultimului recensământ agricol din Republica Moldova, se propune următoarea delimitare a pragurilor indicatorului de comercializare/marketing.

Printre multitudinea tehnicilor statistice de clasificare, doar două abordări utilizează pragurile: analiza discriminantă și regresia logistică, care în multe aspecte sunt similare. Un mare avantaj al acestor tehnici este că generează în mod natural numărul de tipuri, spre deosebire de clusterizare, care generează niște tipuri artificiale, care nu prea corespund realității. Deosebirea principală între aceste două tehnici ține de funcția de distribuție, dar și tipul de variabile utilizate: numerice sau categorice. Prin urmare, decizia finală asupra tehnicii ce urmează a fi utilizată este determinată de calitatea datelor și tipul acestora. În practica statistică se folosesc pe larg 2 metode de clasificare a cazurilor în populații sau grupuri: analiza discriminantă și regresia logistică. Analiza discriminantă se bazează pe presupunerea că caracteristicile variabilei urmează o distribuție multivariată normală. În cazul în care datele nu sunt distribuite normal sau grupurile nu sunt uniforme după mărime se folosesc abordări neparametrice, printre care cea mai utilizată este regresia logistică [3].

În urma efectuării regresiei logistice multinominale, având la bază gradul de comercializare, exploatațiile agricole familiale din eșantion au fost divizate în trei categorii distincte după cum urmează în Figura 1.

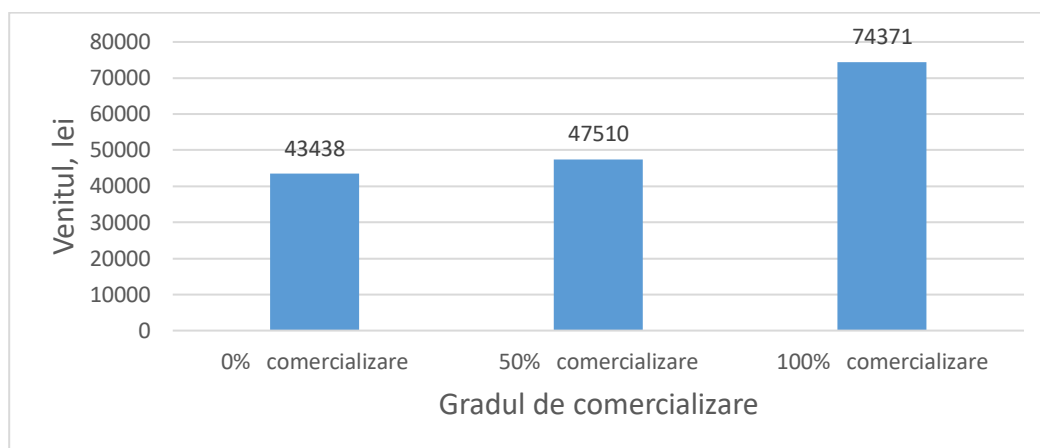


Fig. 2 Venitul familiei în dependență de gradul de comercializare

Sursa: Calcule proprii în baza anchetării

După cum și era de așteptat, peste 50 la sută din gospodăriile țărănești interviewate utilizează producția obținută din activitatea agricolă desfășurată exclusiv pentru autoconsum, adică pentru necesitățile proprii și pot fi catalogate ca fiind exploatații agricole pur de subzistență. În cadrul celei de-a doua categorii de gospodării, cea mai mare pondere o ocupă exploatațiile agricole ce comercializează până la 20% din producția obținută, restul fiind utilizată pentru autoconsum și necesitățile de producție (Figura 2). Deși, cu unele abateri, exploatațiile agricole din cadrul acestei categorii pot fi catalogate ca fiind de semi-subzistență. Corectitudinea unei asemenea abordări poate fi confirmată prin literatura de specialitate [6]. Astfel este determinat că exploatațiile de subzistență sunt acelea, care realizează o cotă din producția sa, însă păstrează o cotă semnificativă pentru propriile nevoi alimentare [5]. În acest sens, este teoretic propus ca prag de diferențiere a gospodăriilor de subzistență de cele comerciale ca fiind 50 la sută din producția vândută, prag care a fost ulterior folosit în multiple studii în domeniu, inclusiv și acesta [7]. Acest prag este în deplină concordanță cu definiția CE articolul 34 alineatul (1) din Regulamentul Consiliului privind sprijinul pentru RD de FEADR (Consiliul Reg. (CE) nu. 1698/2005) în cazul în care gospodăriile de semi subzistență sunt definite ca "exploatațiile agricole care produc în principal pentru consumul propriu și, de asemenea, comercializează o parte din producția lor". Prin urmare, putem conchide că 89,6 din totalul exploatațiilor agricole familiale analizate sunt de subzistență și semi-subzistență, rezultate ce sunt în concordanță cu cele la nivel național.

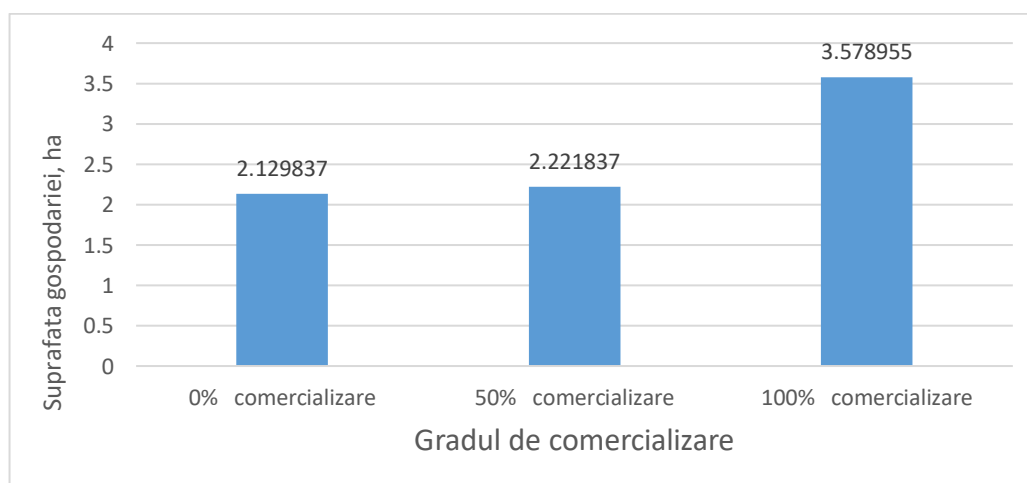


Fig. 3. Mărimea medie a gospodăriilor țărănești (de fermier) după suprafață în dependență de mărimea gradului de comercializare

Sursa: Calcule proprii în baza anchetării

Însă, ce este mai important, e faptul că gradul de comercializare s-a dovedit a fi un indicator foarte relevant pentru delimitarea exploatațiilor agricole familiale din perspectiva elaborării de politici pentru sectorul agrar, dar și din perspectiva dezvoltării rurale. Rezultatele cercetărilor noastre demonstrează concludent că există o dependență puternică între gradul de comercializare și bunăstarea familiilor din localitățile rurale. Astfel, odată cu creșterea gradului de comercializare, crește bunăstarea familiilor de la sate, ceea ce ar fi un argument suplimentar în punerea accentului pe dezvoltarea agriculturii de tip comercial în gospodăriile țărănești. Însă, în același timp, o atenție mare ar trebui de acordat și gospodăriilor de subzistență, care, de asemenea, practică comercializarea unei părți a producției lor (Figura 3).

Unul dintre punctele slabe ale competitivității sectorului agrar rămâne a fi parcelarea excesivă a terenurilor agricole. Aceasta se reflectă atât prin suprafețele extrem de mici a exploatațiilor agricole familiale, care rareori depășesc suprafața de 2 ha, ci și prin divizarea acestora într-un număr mare de parcele, amplasate la distanțe semnificative unele de altele. Politica statului în domeniul consolidării terenurilor agricole, care până în prezent s-a focusat pe dezvoltarea proiectelor de consolidare, finanțate în mare parte prin intermediul granturilor străine nu s-a soldat cu rezultate palpabile, dat fiind că proiectele în cauză au putut cuprinde un număr redus de localități din cauza insuficienței de bani. În acest context, focusarea politicilor pe gradul de comercializare ar avea efecte substanțiale în diminuarea parcelării terenurilor și sporirea consolidării terenurilor agricole.

Din lipsa de date cu privire la cea de-a doua dimensiune a fragmentării, nu ne putem pronunța asupra efectului pe care îl poate avea comercializarea asupra reducerii numărului de parcele, deși presupunem că creșterea gradului de comercializare ar trebui să conducă la reducerea gradului de parcelare, din simplul motiv că producătorii agricoli care desfășoară o agricultură de tip comercial tind să folosească mai rațional resursele întreprinderii, inclusiv cele funciare. Un lucru este însă demonstrat: gospodăriile agricole familiale de tip comercial sunt în medie mai mari decât cele, din primele 2 categorii.

Așa dar, dacă gospodăriile de subzistență și cele de semi-subzistență nu se deosebesc cu mult după suprafața prelucrată, cele, care desfășoară o agricultură comercială prelucrează o suprafață mai mare (în medie cu 60-70%) de teren agricol.

Focusarea politicilor de dezvoltare agrară și rurală spre dezvoltarea exploatațiilor agricole familiale ar contribui asupra creșterii gradului de ocupare în câmpul muncii a populației de la sate, și respectiv – reducerea ratei șomajului în zonele rurale (Figura 4).

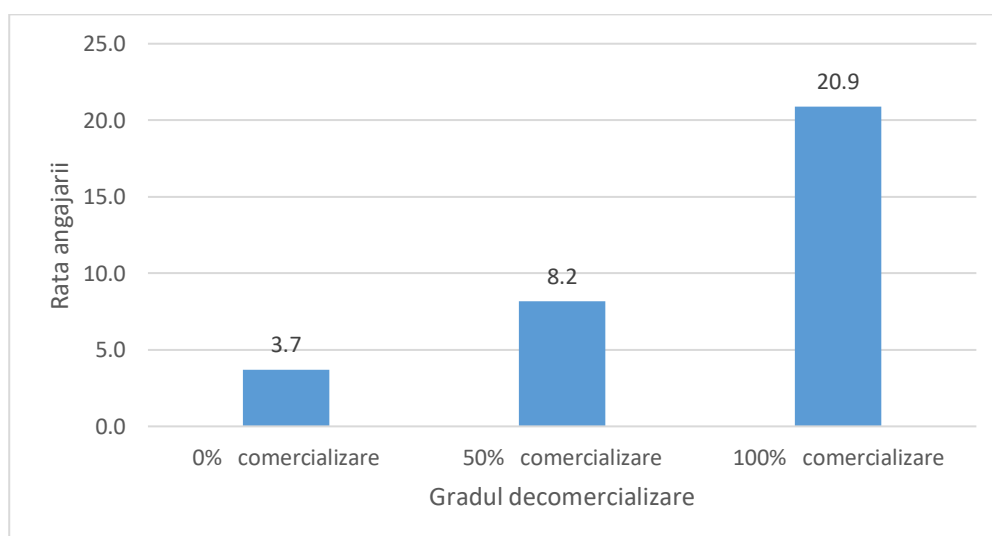


Fig. 4. Angajați din afară după gradul de comercializare a exploatațiilor agricole familiale

Sursa: Calcule proprii în baza anchetării

Din rezultatele cercetărilor noastre reiese că stimularea dezvoltării exploatațiilor agricole comerciale ar contribui la creșterea angajării în câmpul muncii. Exploatațiile agricole familiale de tip comercial angajează mai mulți lucrători permanenți decât celelalte două categorii, care se bazează aproape exclusiv pe lucrul membrilor familiei.

Concluzii

- Elaborarea unei tipologii a exploatațiilor agricole familiale este binevenită în contextul elaborării politicilor de dezvoltare agrară și rurală.
- Metoda regresiei logistice multinominală s-a dovedit a fi una eficientă în separarea exploatațiilor agricole în grupe distincte și ușor interpretabile.
- Gradul de comercializare a exploatațiilor agricole este un indicator oportun pentru delimitarea exploatațiilor agricole familiale comerciale de cele de subzistență și semi-subzistență.

Notă. Articolul dat se publică conform studiului realizat în cadrul Universității Agrare de Stat din Moldova. Proiectul de cercetări științifice „Adaptarea sistemului de educație-cercetare cu profil agrar din Republica Moldova la condițiile societății contemporane” cu cifrul proiectului 20.80009.0807.44 pentru direcția strategică „Provocări Sociale”.

BIBLIOGRAFIE

1. Andersen, E., Elbersen, B., Godeschalk, F.; Verhoog, D. 2007. Farm management indicators and farm typologies as a basis for assessments in a changing policy environment. *J. Environ. Manage.* 82 353–362.
2. Budde, J. 2013. *Ökonomische Auswirkungen von Politiken zur Umsetzung der Wasserrahmenrichtlinie auf die Schweinehaltung im Münsterland*, Dissertation, Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn, Bonn
3. Forstner, B.; Zavyalova, E. 2017. Betriebs- und Unternehmensstrukturen in der deutschen Landwirtschaft: Workshop zu vorläufigen Ergebnissen und methodischen Ansätzen, Thünen Working., p. 80.
4. Enders, A.; Krauss, G. 2013. Modeling biopore effects on root growth and biomass production on soils with pronounced sub-soil clay accumulation. *Ecol. Model.* 256, p. 6–15
5. Lengers, B., Britz, W.; Holm-Muller, K. 2013. Comparison of GHG-Emission Indicators for Dairy Farms with Respect to Induced Abatement Costs, Accuracy, and Feasibility. *Appl. Econ. Perspect.* v. 35, p. 451–475.
6. Mădry, W., Mena, Y., Roszkowska-Mądra, B., Gozdowski, D., Hryniewski, R.; Castel, J. M. 2013. An overview of farming system typology methodologies and its use in the study of pasture-based farming system: a review. *Span. J. Agric. Res.* v.11, p. 316–326.
7. Schönhart, M., Schmid, E.; Schneider, U. A. 2011. CropRota – A crop rotation model to support integrated land use assessments. *Eur. J. Agron.* v. 34 p. 263–277.
8. Sierra, J., Causeret, F.; Chopin, P. 2017. A framework coupling farm typology and biophysical modelling to assess the impact of vegetable crop-based systems on soil carbon stocks. Application in the Caribbean. *Agr. Syst.* v.153, p. 172–180.

PROBLEME ALE REPUBLICII MOLDOVA ÎN PERIOADA DE LA CREAREA ACESTEIA PÂNĂ ÎN ANUL 2021

Valeriu CAPSÎZU,

Universitatea de Stat din Moldova

Ceslav CIOBANU,

Universitatea de Stat din Virginia, SUA

Abstract. *This article examines the problems of the Republic of Moldova in the period from its creation to the end of 2021. The article aims to examine these issues in terms of competitiveness of the economy of the Republic of Moldova in period of its independence.*

Keywords: *competitiveness, problems of the Republic of Moldova, the period of independence.*

Prezentăm o viziune a principalelor probleme economice ale Republicii Moldova în perioada de la crearea ei până în prezent. Evidențierea problemelor economice este o modalitate de a vedea la ce etapă a evoluției economice suntem, ce s-a realizat și ce urmează să se atingă.

Scopul principal al acestui articol este examinarea unor probleme ale Republicii Moldova în perioada de la crearea ei la 27 august 1991 și până în prezent, în anul 2021.

Prin problemă se subînțelege o situație, când cea ce este nu este acceptat, și dorim altceva și prin urmare această situație urmează de a fi modificată.

Prima și cea mai mare problemă economică inițial a fost considerată problema competitivității Republicii Moldova. Autorii au studiat problema competitivității separat mai apoi și-au unit eforturile, examinând această problemă și în comun, expunând factorii de dezvoltare a economiei Republicii Moldova. Problema creșterii competitivității este o problemă veșnică. În fiecare timp sunt diferiți factori de creștere a acesteia, precum și sunt diferiți factori de creștere a competitivității pentru fiecare economie.

În scopul asigurării creșterii economice și reducerii a sărăciei, creșterii competitivității economice a Republicii Moldova, concomitent au fost examinate perspectivele și problemele transformărilor economice, problemele eficientizării instruirii, privatizării și creșterii importanței statului în promovarea politicilor. Astfel, s-a făcut concluzia că nu există consecințe negative ale globalizării, dar lipsesc acțiuni ale statului menite să preîntâmpine consecințele negative ale globalizării.

O problemă economică a fost considerată efectuarea liberalizării economice și desfășurarea privatizării proprietății de stat. Deoarece problemele practice și teoretice erau strâns legate între ele, iar cerințele politice solcitau și o viteză mare – o problemă consta în alegerea modelului de privatizare. Concomitent, ținând cont de volumul transmiterii proprietății de stat în proprietate privată, au fost studiate diferite modele, alegere fiind făcută în favoarea combinării privatizării gratuite cu cea contra bani.

În 1991 cea mai gravă problemă era considerată ruperea relațiilor economice tradiționale din cadrul fostei URSS. Până în anul 1991 economia republicii era totalmente integrată în economia URSS și avea un grad mare de izolare de economia mondială.

I. Principala problemă a economiei Republicii Moldova constituia izolarea economică excesivă, în condițiile unei economii mici structural deformate, cu caracter îngust, dependentă de piețele externe de desfacere și de aprovizionare cu resurse.

Factorii principali, care au determinat izolarea economiei sunt următorii:

1. Dezintegrarea rapidă a spațiului economic postsovietic și integrarea lentă, insuficientă în spațiile economice eficiente de alternativă, nereușitele în integrarea europeană. Până la 1991 economia a fost totalmente integrată în economia URSS și a avut un grad maxim de izolare de economia mondială. Dezmembrarea URSS și dezintegrarea economică rapidă a spațiului postsovietic a condus la izolarea economică bruscă și la limită a economiei

Republicii Moldova la începutul anilor 90.

2. Politica neloială și descriminatorie, inclusiv cu aplicarea de embargouri și amenințări, față de Republica Moldova din partea unelor țări din CSI și ineficiența la limită a acestei organizații. Dezintegrarea spațiului economic sovietic a fost rezultat al politicilor descriminatorii și egoiste ale conducerii unor state din CSI.

În topul cauzelor căderii produsului intern brut din anii 90 cea mai mare parte o au acești doi factori: conform investigației efectuate prin metoda de expert, căderea produsului intern brut în anii 90 a fost cauzată, în special, de dezintegrarea rapidă a spațiului economic postsovietic și vulnerabilitatea externă, în special de influențele nefavorabile din est. Restul cauzelor a căderii economice sunt considerate neesențiale.

3. Aderarea țărilor din Europa Centrală și de Est la Comunitatea Europeană.

Dezintegrarea spațiului economic postsovietic, apropierea geografică, modificarea regmului de comerț au condus la reorientarea comerțului extern al Republicii Moldova după anul 1991 către țările din Europa Centrală și de Est. Dar aderarea în mare parte a acestor țări la Comunitatea Europeană (primul val în 2004, iar al doilea în 2007) a condus la modificarea regimului de comerț al Republicii Moldova cu aceste țări, fapt care a influențat relațiilor economice externe, în special exporturile;

4. Particularitățile economiei mici a Republicii Moldova – caracterul îngust și vulnerabilitatea economică față de provocările externe, dependența mare de piețele externe de desfacere și de aprovizionare cu resurse.

5. Ineficiența politicilor externe promovate de către autoritățile publice din Republica Moldova.

Rezolvarea problemei izolării economice a Republicii Moldova constă în integrarea economiei în spații economice eficiente și stabile ale economiei mondiale și regionale, în special în cel al Comunității Europene. Ca urmare, această problemă a fost rezolvată parțial prin procesele de integrare în Uniunea Europeă, în special, de dezvoltarea comerțului cu unele țări din Uniunea Europeană și schimbul de informație cu caracter economic.

II. Problema caracterului necalitativ al creșterii economice.

Sursa principală de creștere a produsului intern brut în această perioadă a constituit consumul gospodăriilor casnice, în mare parte bazat pe veniturile rezidenților obținute din munca peste hotare și uneori din deprecierea monedei naționale. O contribuție mai modestă la creșterea economică au avut-o investițiile în capital fix, care au crescut neesențial.

Politica monetară promovată de Banca Națională a Moldovei a fost orientată spre reducerea nivelului inflației, menținerea cursului de schimb al valutei naționale și acumularea rezervelor internaționale. Fluxul mare de remitențe a sporit presiunea asupra monedei naționale, contribuind la aprecierea acesteia. În aceste condiții, BNM a intervenit pe piața valutară pentru a obține echilibrul dintre cererea și oferta masei valutare, astfel sporind rezervele internaționale, dar politica acesteia nu a reușit să realizeze aducerea cursului monedei naționale la nivelul cursului real efectiv. Contracararea presiunilor inflaționiste a fost realizată prin încetinirea creșterii masei monetare.

Modelul de creștere economică, bazat pe creșterea remitențelor din străinătate, descrimnarea exporturilor și a producătorilor autohtoni, facilitarea importurilor ca urmare a cursului monedei naționale supraapreciat, nu poate fi caracterizat ca eficient, în special, în plan de perspectivă.

III. Problema ieșirii din criza economică.

Economia Republicii Moldova a fost influențată negativ de crizele economice generate de factori externi, și de lipsa, în fond, a acțiunilor anticriză din partea autorităților publice. Pericolul crizelor pentru Republica Moldova la nivel oficial inițial a fost exclus, iar mai apoi subestimat. Ca consecință, a scăzut volumul producției industriale și agricole, comerțului exterior, mărfurilor transportate, investițiilor, veniturilor bugetare alți indicatori macroeconomici.

Produsul intern brut s-a diminuat esențial. Leul moldovenesc s-a depreciat față de dolarul SUA și Euro și alte monede. Principalii factori care au determinat modificarea cursului de schimb au fost efecrele crizelor economice, fluctuațiile cererii de valută străină, a intrărilor remitențelor de peste hotarele țării, precum și fluctuațiile cursului dolarului SUA față de alte valute pe piețele valutare internaționale. Această depreciere a influențat pozitiv evoluția exporturilor și a balanței comerciale în această perioadă, dar acest fenomen este nesemnificativ în raport cu necesitatea reală. Situația în sectorul bancar a rămas încă instabilă.

Scăderea cererii externe și interne de mărfuri a fost factorul principal care a determinat diminuarea exporturilor și importurilor

Veniturile bugetului public național au scăzut, iar cheltuielile au crescut. A crescut semnificativ datoria de stat. Majorarea datoriei de stat a fost determinată, în special, de creșterea datoriei de stat interne, cauzată de necesitatea finanțării deficitului bugetar.

Sectorul industrial a înregistrat scădere semnificativă. Factorul principal în diminuarea producției industriale este vizat de reducerea exportului producției unor ramuri industriale autohtone, precum și reducerea cererii interne la unele produse. Rezultatele sectorului agricol au fost negative. Volumul producției agricole în toate categoriile de gospodării s-a diminuat esențial.

Volumul investițiilor în capital fix s-a micșorat. Întreprinderile de transport au transportat mai puțin, ca urmare a diminuării volumului comerțului exterior și intern, producției industriale și agricole, investițiilor, precum și micșorării volumului de mărfuri transportate tranzit prin teritoriul țării.

Salariul nominal mediu lunar al unui lucrător din economia națională s-a majorat în termeni nominali, iar în termeni reali – mai puțin.

Crizele economice au avut efect direct asupra cererii agregate, care menșinea tendința de diminuare. Acestea au condus în diferite perioade la inflația prețurilor de consum

Criza economică mondială a influențat în modificarea structurii PIB pe categorii de resurse - scade ponderea impozitelor nete pe produs și import ca rezultat al reducerii cererii interne și ponderea industriei - în urmă reducerii cererii externe. Cât privește structura PIB pe categorii de utilizări, s-a micșorat consumul final cu ritmuri relativ înalte, preponderent, din cauza reducerii remitențelor. Însă, diminuarea cererii externe și așteptările negative determinate de criza economică mondială au condiționat reducerea atât a exporturilor cât și importurilor, ceea ce a contribuit la reducerea valorii negative a exportului net. De asemenea, așteptările negative privind perspectivele dezvoltării economice a țării în viitor vor contribui la diminuarea investițiilor.

Pentru ieșirea din criză este necesară elaborarea și realizarea strategiei anticriză pe termen mediu, care ar include și următoarele acțiuni: devalorizarea leului, îmbunătățirea climatului de afaceri și investițional, realizarea măsurilor de susținere a ramurilor și întreprinderilor vulnerabile la criză, optimizarea veniturilor și cheltuielilor bugetare, atragerea asistenței tehnice și financiare din străinătate pentru aplanarea crizelor economice.

IV. Problema politicii valutare.

Problemele izolării economice și crizelor economice este agravată de aprecierea excesivă a monedei naționale față de monedele străine. Devalorizare leului moldovenesc, a favorizat în diferite perioade exporturile și a defavorizat și limitat importurile.

V. Problemă de mare importanță strategică și de perspectivă – crearea societății bazate pe cunoaștere.

Multe din succesele economice din trecut au fost rezultate a reformei învățământului din anul 1924 și sistemului de instruire de până la 1991. Dar cea mai mare parte din viitoarele succese și insuccese rezultă din evoluțiile sistemului de instruire din Republica Moldova în anii după 1991. Aceste evoluții sunt contradictorii – creșterea accesului la învățământul superior către 2005 și limitarea ulterioară neargumentată a lor ca rezultat al politicilor guvernamentale voluntariste; căderea calității studiilor, în special în sectorul preuniversitar

din sectorul rural. Indefirent de pozițiile responsabililor, este deja constatat în și reprezintă astăzi unica cale spre competitivitate și prosperitate economică. Tendințele globale de dezvoltare economică demonstrează că economia modernă evoluează accelerat spre o economie bazată pe cunoaștere și informație, în care se acordă o importanță deosebită lucrătorilor competitivi, instruirea devenind un factor al avantajului competitiv pentru orice individ și națiune.

Instruirea a devenit o ramură strategică de producție a calificării și informației, un factor de producție fundamental, care a depășit importanța capitalului în societatea industrială. Prosperitatea noastră economică și spirituală, precum și progresul oricărei națiuni depinde de folosirea intensivă a cunoașterii.

Prin urmare, factorii de decizie din Republica Moldova trebuie să conștientizeze și să promoveze instruirea ca ramură prioritară, iar rezultatele ei să fie considerate ca bun economic ce are valoare de piață, asigurându-se susținerea cuvenită. Problema aceasta se agravează în condițiile plecării masive a tinerilor în străinătate, alte locuri mai eficiente pentru ei.

VI. Problema întârzierii cu reforma administrației publice și a sistemului judecătoresc din Republica Moldova.

Unul din factorii insucceselor de după 1991 este administrarea publică proastă și nefuncționalitatea sistemului judecătoresc

. Inițial pe fondul reformelor din diferite domenii nu au fost întreprinse acțiuni pentru ajustarea administrației publice și sistemului judecătoresc la noile cerințe ale economiei de piață, nu s-a ținut cont de posibila corupție din aceste domenii. Reformele efectuate în acest domenii au avut un caracter superficial. Până în prezent funcționalitatea autorităților publice și sistemului judecătoresc rămân să fie dorite mai eficiente, făcându-se în prezent eforturi considerabile în această direcție. Problema de bază este în instituțiile informale, ce țin de moralitate, deprinderi etc, ce nu permit funcționalitatea instituțiilor formale.

VII. O problemă de maximă importanță constituie în prezent plecarea masivă a populației active din republică în alte locuri mai eficiente pentru ei.

Această problemă este considerată nu atât de gravă atât timp cât cei ce pleacă trimit bani pentru susținerea celor ce au rămas, dar totodată fiind și un factor de menținere artificială a cursului valutar, cu multe consecințe nefavorabile, inclusiv pentru acțiuni criminale de proporție.

Factorii care ar aplană situația sunt de natură neînțeleasă.

Se enumără printre ei:

1. Creșterea salariilor și altor indemnizații bănești și alte acțiuni de ordin financiar, pentru a defavoriza plecările.
2. A ridica calitatea serviciilor pentru populația rămasă (ca exemplu: o asistență medicală foarte urgentă, ar face foarte atractivă rămânerea acasă).
3. Îmbunătățirea ecologiei.
4. A ridica importanța instituțiilor informale (moralității, deprinderile, obiceiurilor etc).
5. A face reforme instituționale pentru creșterea atractivității rămânerii acasă.
6. A folosi cunoștințele celor ce se întorc pentru a "aduce acasă ce este atractiv în străinătate".

BIBLIOGRAFIE

1. ACEMOGLU, Daron & Pascual Restrepo. The Race between Man and Machine: Implications of Technology for Growth, Factor Shares, and Employment, American Economic Review, 2018, 108(6).
2. Biroul Național de Statistică. Standardul Special de Diseminare a Datelor (SDDS). www.statistica.md.
3. Capsăzu Valeriu, Unele probleme ale competitivității economiei Republicii Moldova, „Modalități de eficientizare a sistemului economico-financiar în scopul dezvoltării economice durabile a Republicii Moldova”, Conferința științifico-practică interanțională USM, 01 – 02 noiembrie 2013.

4. Capsizu Valeriu, Albu Svetlana - Impactul politicilor valutare asupra competitivității și nivelului protecției producătorilor din Republica Moldova. În "Criza economică mondială: protejarea și promovarea producătorului din Republica Moldova" Chișinău, 2008.
5. Capsizu Valeriu - Unele probleme ale Republicii Moldova în contextul largirii Comunității Europene. În „Colaborarea economică – factor de bază al integrării europene”. Chișinău, 2008.
6. Capsizu Valeriu, Ceslav Ciobanu, "DESPRE RAPORTUL DINTRE TEORIA SOCIETĂȚII POST-INDUSTRIALE, TEORIA COMPETITIVITĂȚII ECONOMICE ȘI TEORIA SECURITĂȚII ECONOMICE", Culegerea „Creșterea competitivității economice în contextul formării societății bazate pe cunoaștere”, Conferință Științifică Internațională (2016; Chișinău). Ediția a 11-a, 28-29 octombrie 2016. ISBN 978-9975-71-838-7.
7. Capsizu Valeriu, Ceslav Ciobanu, "TOWARD A KNOWLEDGE BASED SOCIETY- IMPERATIVE OF OUR TIME AND PARTICULARITIES OF ITS EDIFICATION", Conferința Științifică Internațională „Abordări Clasice și Inovatoare în Gândirea Economică Contemporană”, ediția II, 27 mai 2016 ASEM în parteneriat cu Austrian Economics Center.
8. CIOBANU, Ceslav. Economics, Society, Technology & You. Cognella, Second Edition. 2017.
9. EINAV, Liran & LEVIN, Jonathan. The Data Revolution and Economic Analysis. Working Paper 19035 (<http://www.nber.org/papers/w19035>, May 2013).
10. Economics and Politics of Reforms and Democratization in Emerging Markets, Ceslav I. Ciobanu, Virginia State University, Petersburg, VA, USA, Valeriu Capsizu, Moldova State University, Chisinau, Republic of Moldova, Journal of Global Business Development (JGBD), Las Vegas, USA, 2014.
11. Biroul Național de Statistică. Standardul Special de Diseminare a Datelor (SDDS). www.statistica.md.

ВЛИЯНИЕ ЭЛЕКТРОННОЙ ТОРГОВЛИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ РЫНОК

Алла ТРУСЕВИЧ, Лилия КИСЕЛЁВ

Бельцкий государственный университет имени Алеку Руссо

Abstract. *This article examines the factors of influence of e-commerce on the consumer in modern world. I have identified the motives that drive consumers when they make a purchase. The advantages and disadvantages for modern consumers have been discovered and presented in this article. As a result of the study, data on sales in the e-commerce segment in some leading countries and in our republic were found and studied. The analysis revealed the impact of this type of commerce in the conditions of the COVID-19 pandemic. Over the past two decades, consumers have increasingly used the Internet as a vehicle to inform or directly purchase products or services. This is due to the rapid development of information and communication technologies. And this development has reached such proportions that each of us has purchased a product or service online at least once in our life. Having studied the main aspects of the influence of e-commerce on consumers and the motives that drive them when making purchases in the Internet space, we can conclude that the level of influence of this type of commerce is quite high.*

Keywords: *e-commerce, consumer, purchase, online store, goods, services, seller.*

За последние два десятилетия потребители стали все больше и больше использовать Интернет в качестве средства для информирования о продуктах или услугах или непосредственно для их покупки. Это связано с быстрым развитием информационных и коммуникационных технологий. И это развитие достигло таких масштабов, что уже каждый из нас хоть раз в жизни приобретал товар или услугу онлайн.

Для того чтобы определить влияние электронной коммерции на потребителя, необходимо понимать, что же представляет из себя электронная коммерция и каковы же ее отличия от оффлайн-коммерции. Электронная коммерция – это предпринимательская деятельность, которая, так или иначе, связана с распространением, рекламированием, продвижением, продажей услуг или товаров через Интернет [4]. Эта сфера зародилась в США, потом получила развитие в Европе и

в конце 90-х годов прошлого века стала активно развиваться в Китае и России. Сейчас электронная коммерция распространена во всем мире и продолжает активно развиваться.

В 21 веке каждый из нас может с легкостью, не выходя из дома, приобрести любой товар, имея доступ к Всемирной паутине. Основными товарами, которые покупатель может приобрести онлайн являются еда, одежда, обувь, аксессуары, канцелярия, книги, мебель, цветы и многое другое. Сейчас нет практически ни одного товара, которого нельзя было бы найти в Интернет-магазинах. Однако на сегодняшний день эта область включает в себя не только большой выбор товаров, но и широкий спектр дистанционных услуг, который постоянно расширяется вследствие все более прогрессивного внедрения экономической деятельности в сети Интернет.

Наиболее распространенными Интернет-операциями являются:

- а) электронная торговля – осуществление торговой деятельности через интернет;
- б) электронный банкинг – дистанционное предоставление банковских услуг через Интернет;
- в) электронный обмен информацией – комплекс нормативов и мероприятий по стандартизации обмена цифровой информацией в мировом масштабе;
- г) электронные деньги – электронное хранение денежной стоимости на каком-либо техническом устройстве;
- д) электронное страхование – осуществление страховой деятельности через Интернет [4].

Для того чтобы понять влияние электронной коммерции на потребительский рынок, необходимо изучить динамику развития данного вида коммерции за последние несколько лет.

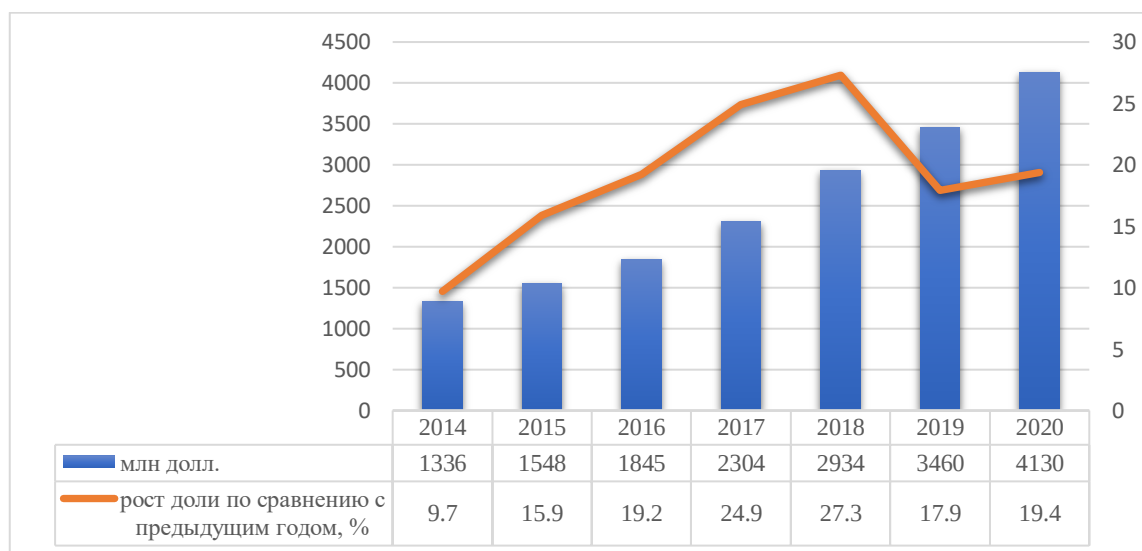


Рис. 1. Динамика мирового рынка электронной коммерции

Источник: [5]

Мировой рынок электронной коммерции непрерывно растет. За последние 7 лет оборот рынка электронной коммерции вырос на \$2794 млн. Несмотря на экономический кризис, вызванный пандемией, в 2020 году объем электронной коммерции вырос на 19,4% по сравнению с предыдущим годом и составил \$4,13 трлн.

Рынок электронной коммерции достаточно развит как в развитых, так и в развивающихся странах мира. Это хорошо видно из следующей диаграммы:

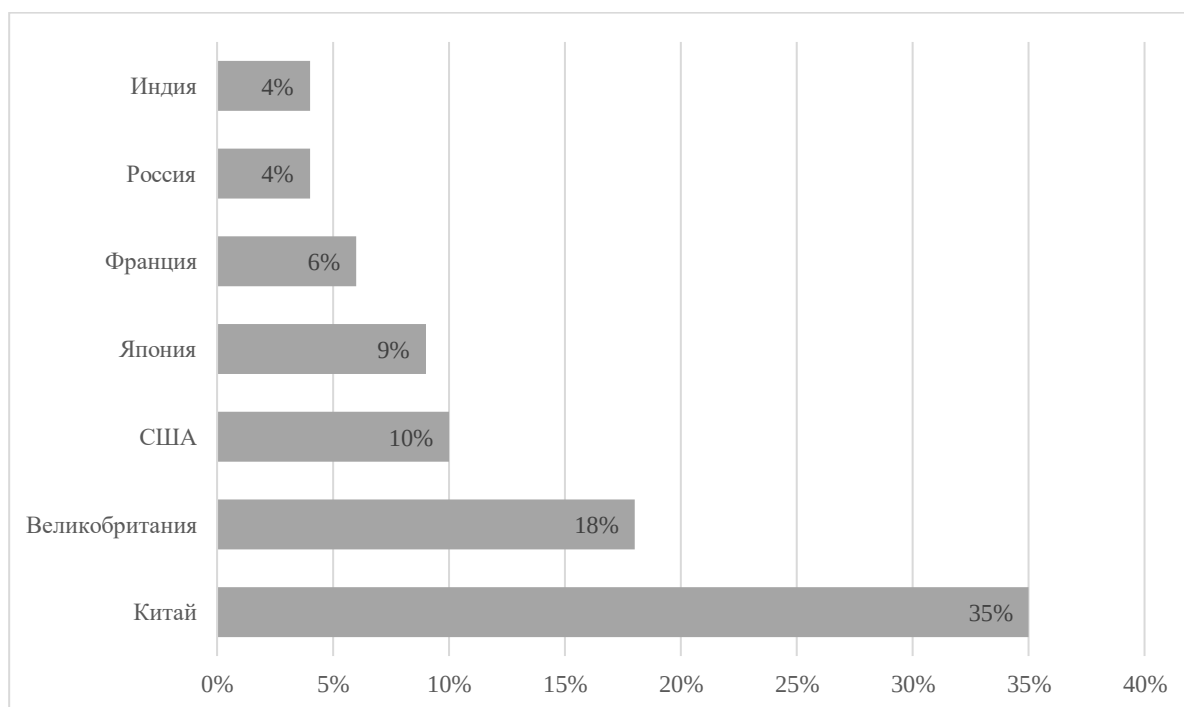


Рис. 2. Доля продаж электронной коммерции от общего объема розничных продаж.

Источник: [5].

Из диаграммы видно, что в тройку мировых лидеров по объему Интернет-торговли входят Китай, США и Великобритания, из которых Китай развивается активнее всего. В результате исследования выяснилось, что Великобритания имеет первенство сразу по трем критериям, насчитывая самую высокую долю Интернет-коммерции в ВВП, имея самый крупный средний чек на Интернет-покупку и вовлекая подавляющее большинство Интернет-пользователей в электронную коммерцию. Самыми крупными Интернет-магазина мира являются amazon.com (доходы: 34 млрд 204 млн долларов), ebay.com (выручка: 9 млрд 156 млн долларов США), walmart.com (официальный доход на 2015 год: 421 млрд 849 млн долларов.) [7].

Электронная коммерция активно развивается и в нашей стране. По оценке экспертов, Пандемия COVID-19 подстегнула развитие онлайн-торговли в Молдове. Но хотя в последнее время жители республики значительно чаще пользуются услугами магазинов в Интернете, онлайн-рынок в Молдове находится в начале пути, считают специалисты. Эксперт в области экономики Вячеслав Ионицэ полагает, что в нашей стране не практикуется онлайн-коммерция в полном смысле этого слова. По словам Ионицэ, торговля в интернете опирается на электронные платежи, а этот сегмент в Молдове пока развит недостаточно. В то же время Ионицэ отметил, что в последнее время жители Молдовы начали чаще размещать заказы на доставку товаров или получение услуг в Интернете. Экономист считает, что эта тенденция сохранится и после окончания пандемии [6]. Примерами крупных Интернет-магазинов Молдовы являются Bigshop.md (продажа и доставка мебели), Dostavka.md (продажа техники), Pandashop.md.

Для того чтобы изучить влияние электронной коммерции на потребителей, необходимо знать преимущества данной сферы для покупателей и общества в целом.

Таблица 1. Недостатки и преимущества электронной коммерции для потребителя.

Преимущества	Недостатки
– повсеместность (в любом месте и в любой момент времени пользователь имеет возможность удовлетворить свой спрос на какой-либо товар или услугу); – анонимность (в интернет-пространстве потребитель может быть не назван и не изображен другим потребителям или производителям, если он этого не желает); – широкий выбор товаров и услуг (на сегодняшний день практически нет товара, который нельзя найти и приобрести онлайн);	- неумение использовать интернет-услуги (как правило, люди пенсионного возраста не имеют доступа к Интернету и не умеют пользоваться услугами онлайн-магазинов); – невозможность оценить товар так же, как при реальном контакте (это вызывает недоверие потребителей); – проблемы доставки; – возможные трудности и убытки при возврате товара

Источник: [3]

На основе данных из таблицы, видно, что электронная коммерция имеет, как положительные, так и негативные аспекты, так как на данный вид коммерции влияет множество факторов. Каждый потребитель сам решает для себя, является ли данный вид приобретения товаров и услуг подходящим для него.

На основе вышесказанного, можно понять мотивы, которые движут потребителями.

Поведение потребителей имеет следующие характеристики:

1) относится как к отдельным лицам, так и к группам или организации (потребителем может быть как физическое лицо, так и юридическое);

2) всегда содержит концепцию удовлетворения определенной потребности или желания, личной или организации (как онлайн, так и оффлайн коммерция следует цели удовлетворения потребностей потребителя);

3) всегда включает в себя определенный процесс, который приводит к решению.

По мнению Н. В. Апатовой, мотивы поведения потребителя можно разделить на функциональные и нефункциональные:

К *нефункциональным* относятся:

1) комфортность покупки в Интернет (удобное время обращения для каждого потребителя, отсутствие физических очередей в магазине и ожидания обслуживания, экономия денег в связи с более низкими ценами в онлайн магазинах, что связано с уменьшением затрат продавцом на обслуживание магазинов, чувство комфорта дома);

2) доверие, которое, как правило, строится на впечатлении от сайта магазина, отзывах покупателей, информации о продавце в виде его адреса, контактных телефонов и электронной почты, ожидаемой гарантии конфиденциальности и безопасности персональных данных);

3) желание следовать моде на товар, копировать поведение в социальной реальной или виртуальной группе, «эффекту толпы», при котором образуются информационные каскады – нарастающие потоки однотипной информации, влияющие на решение потребителя [1, стр.21].

К *функциональным* мотивам относятся ценовые и ассортиментные ожидания покупателя, которые отличаются от ожиданий в традиционной торговле. Как правило, цена в Интернет-магазинах ниже, что привлекает внимание потребителей, так как можно приобрести один и тот же товар по более выгодной цене, не выходя из дома, что является несомненно преимуществом во времена пандемии, когда из-за мер

безопасности потребителем следует ограничить передвижение по людным места [1, стр.22].

По мнению автора, обе категории мотивов потребителей являются важными, нельзя сделать вывод о том, какая из них влияет на покупателя в большей степени, поэтому производителям следует учитывать все мотивы клиентов для удовлетворения их потребностей и получения максимальной прибыли.

Многие экономисты, в том числе Е.Ю. Депутатова, А.А. Бобров и О.В. Василенко, анализируют поведение потребителей и пытаются понять, что же движет ими при покупке того или иного товара или услуги. Персональные характеристики потребителя определяют его мотивы. К таким характеристикам следует отнести: пол, возраст, образование, род занятий и экономическое положение, стиль жизни, особенности характера и самооценка. Однако несмотря на то, что каждый покупатель уникален, у всех людей есть схожая модель поведения во время осуществления покупки.

Классиком маркетинга Ф. Котлером разработана общая модель поведения потребителя, в которой были выделены этапы воздействия раздражителей, учета психологии и характеристики потребителя, процесса выбора и принятия решения о покупке. На первом этапе действуют маркетинговые раздражители, к которым Ф. Котлер относит товары и услуги, цены, распределение и коммуникации, и прочие раздражители (экономические, технологические, политические и культурные).

Второй этап, связанный с психологией потребителя, включает мотивацию, восприятие, обучение и память, а также культурные, социальные и персональные характеристики. Процесс выбора состоит из осознания проблемы, поиска информации, оценки альтернатив, принятия решения о покупке и поведения потребителя после покупки. Решение о покупке – это выбор товара, выбор торговой марки, выбор продавца, объем покупки, время покупки и способ оплаты [1, стр.24].

Изучив мнения вышеперечисленных экономистов о поведении пользователей Интернет-магазинов, можно составить следующий алгоритм действий при покупке товара онлайн:

- покупатель видит рекламное объявление того или иного товара или услуги (данный пункт может отсутствовать, если у потребителя есть заранее цель приобрести определенный товар, который он ищет в Интернете);
- покупатель, просматривая онлайн-каталог, решает выбрать продукт;
- покупатель сравнивает цены на данный продукт в других магазинах, в том числе оффлайн, читает отзывы, изучает продавца;
- покупатель оформляет заказ, указывая данные доставки и способ оплаты;
- покупатель получает и оплачивает товар, при этом он может оставить отзыв о товаре и продавце на сайте магазина;
- если товар не соответствует требованиям, покупатель возвращает его, получая обратно полную стоимость товара или ее часть.

Исследовав основные аспекты влияния электронной коммерции на потребителей и мотивы, которые ими движут при осуществлении покупок в Интернет-пространстве, можно сделать вывод о том, что уровень влияния данного вида коммерции достаточно высок. Это связано в большей степени с тем, что, по сравнению с традиционной рыночной средой, осуществление покупок онлайн является достаточно быстрым и удобной для всех потребителей. Поэтому сфера электронной коммерции продолжает активно развиваться как в развитых, так и в развивающихся странах мира, увеличивая объем предоставляемых товаров и услуг и приобретая все больше клиентов. Особенно активно данная рыночная среда начала развиваться во времена пандемии COVID-19, когда данный вид коммерции некоторое время являлся единственным безопасным для

здоровья способом приобретения необходимых товаров и услуг.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Апатова Н., Особенности поведения потребителей в Интернете. Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2020. № 3 (51). С. 19–29, ISBN 5388-4576
2. Крайнов А., Влияние электронной коммерции на экономику, 2013, [цитировано 29.03.2021]. Доступно: <http://publishing-vak.ru/file/archive-economy-2013-3/4-krainov.pdf>
3. Соловей М., Кривонос Д., Роль электронной коммерции в международной торговле, 2016, № 3.1 (5.1). — С. 134-138, [цитировано 30.03.2021]. Доступно: <https://moluch.ru/th/5/archive/31/985/>
4. «Электронная коммерция» доступно: <https://www.calltouch.ru/glossary/elektronnaya-kommertsiya/>
5. «Глобальное развитие e-Commerce: США, Китай, Россия» доступно: <https://www.shopolog.ru/metodichka/analytics/global-noe-razvitie-e-commerce-ssha-kitay-rossiya/>
6. «Насколько Молдова готова к электронной коммерции» доступно: <https://ru.sputnik.md/economics/20200601/30430001/naskolko-moldova-gotova-k-elektronnoy-kommertsii-cto-govorit-ekspert.htm>
7. «Самые крупные интернет-магазины мира» доступно: <https://xage.ru/samye-krupnye-internet-magaziny-mira/>

STRATEGII GLOBALE PRIVIND DEZVOLTAREA DURABILĂ ÎN SECTORUL ENERGETIC

Adriana BUZDUGAN

Universitatea de Stat din Moldova

Résumé. *L'énergie propre est destinée à devenir un facteur de croissance équilibrée et durable, jetant ainsi les bases de nouveaux modèles de développement socio-économique. Cet article présente les principales stratégies initiées par les gouvernements des pays développés pour la consolidation et le développement durable des économies prenant en compte la consommation rationnelle dans le secteur de l'énergie. Sont également présentées en détail les orientations et actions liées à: accès à l'énergie, efficacité énergétique, énergie renouvelable, défis sociaux, défis économiques, défis environnementaux.*

Mots clés: *énergie, durable, pandémie, énergie renouvelable, énergie propre.*

Economia mondială este supusă unor modificări esențiale care duc la schimbarea percepției populației asupra perspectivelor și viziunilor la nivel global privind modul de desfășurare a afacerilor. Nu în ultimul rând schimbările dramatice a mediului climatic joacă un rol important în percepția omului de ași asuma răspunderea privind starea ecologică pe glob. Capacitatea de existență și dezvoltare a societății fără epuizarea resurselor naturale pentru viitor este extrem de importantă în vederea creării unui mediu durabil pe termen cât mai lung. Companiile care utilizează practici comerciale care dăunează mediului pot fi ușor boicotate de consumatori. Este probabil că în viitorul apropiat companiile vor fi responsabile pentru toate daunele provocate mediului care necesită a fi limitate, eliminate sau excluse din procesul de producție. Sectorul energetic este unul dintre cei mai importanți factori a prosperității economice și sociale a unei țări, totodată, e responsabil de cel mai mare procentaj din emisiile de carbon. Din acest motiv este vital să aplicăm practicile marketingului sustenabil în acest domeniu.

Energia curată este destinată să devină un factor de creștere echilibrată și durabilă, punând astfel bazele pentru noi modele de dezvoltare socio-economică. Anii 2020 și 2021 vor intra în istorie ca perioada de doi ani a pandemiei Covid-19, o catastrofă globală a sănătății care, deși mai puțin severă decât cele două mari pandemii ale secolului XX - pandemia de gripă spaniolă din 1918-1920 și pandemia asiatică de gripă din 1958-1960 - a

provocat și provoacă nu numai probleme de sănătate extrem de grave pentru milioane de cetățeni ai lumii, ci și repercusiuni sociale și economice negative grave. Odată ce lumea a depășit situația de urgență medicală, datorită vaccinurilor și „imunității colective”, toate națiunile se vor ocupa de consecințele economice și sociale ale pandemiei, împotriva cărora capacitatea guvernelor de a asigura cetățenilor lor nu numai protecția sănătății, ci și noile și vor fi măsurate condiții de viață mai adecvate [7]. Va fi o provocare complexă care, totuși, ar putea fi și o oportunitate istorică de a lansa noi modele de dezvoltare capabile să îmbunătățească nu numai condițiile de viață ale oamenilor, ci și mediul în care trăim, cu politici energetice noi și îndrăznețe.

Din fericire, planurile de recuperare a consecințelor economice dezastruoase ale pandemiei sunt toate orientate spre ceea ce a fost definit în Italia - chiar și la nivel instituțional - ca „Tranziția ecologică”, o formulă care vizează planificarea și orientarea ieșirii din criza economică. spre o utilizare tot mai largă a surselor alternative de energie. Potrivit celui mai recent raport (decembrie 2020) al Agenției Internaționale pentru Energie (AIE), „energiile regenerabile pot fi definite ca fiind aproape imune la aspectele economice ale pandemiei” [5]. Deși cererea globală de energie a scăzut cu 5% în 2020 din cauza prăbușirii producției industriale, consumul de energie solară, eoliană și hidro a crescut cu 7% în aceeași perioadă. Sursele regenerabile de energie vor crește substanțial la nivel mondial în 2021, determinate de angajamentul și eforturile Chinei și ale Statelor Unite, în timp ce India și Europa își vor juca, de asemenea, rolul cu o creștere de 10% a producției de energie curată.

Uniunea Europeană va investi 470 miliarde de euro în proiecte de cercetare și dezvoltare în domeniul energiei curate, cu un accent deosebit pe producerea de energie din hidrogen - ca parte a unui proiect lansat în vara anului 2020, denumit „Strategia energetică pentru hidrogen” unde se prevede ca până în 2024 Uniunea Europeană se va echipa cu dispozitive pentru electroliza hidrogenului regenerabil, capabile să depășească energiile neregenerabile și poluante, cu producția unui milion de tone de hidrogen curat. Europa a fost întotdeauna în fruntea producției de energie marină și a dezvoltat tehnologii care s-au răspândit rapid în Statele Unite, Australia și, mai presus de toate, China. În Agenda 2030 pentru dezvoltare durabilă obiectivul 7 este dedicat: asigurării accesului la energie ieftină, fiabilă, durabilă și modernă pentru toți. Progresul către multe dintre obiectivele de dezvoltare durabilă care urmăresc eradicarea sărăciei, sănătate și educație mai bună, egalitatea de gen, apa curată și securitatea alimentară, care depind, de realizarea obiectivului energetic. Fără energie durabilă, celelalte angajamente vor rămâne neîndeplinite, cum ar fi abordarea provocărilor climatice și stabilizarea creșterii globale a temperaturii medii la nivelul de sub două grade Celsius, așa cum se prevede în Acordul de la Paris.

Accesul la energie este definit ca un acces fiabil și accesibil pentru transportatorii de energie curată și pentru utilizatorii finali (gospodării și comunități). Este vital pentru mijloacele de trai ale oamenilor și pentru creșterea economică a țărilor. Accesul la energie are multe beneficii. Gospodăriile își vor îmbunătăți condițiile de trai atunci când sunt asigurați cu energie durabilă, curată și accesibilă la prețuri rezonabile, totodată oferă consumatorilor posibilitatea utilizării serviciilor publice de bază, cum ar fi educația și sănătatea. Întreprinderile mici și mijlocii vor fi mai competitive și cu o productivitate crescută, pot contribui mai mult la crearea locurilor de muncă și la creșterea economică.

Eficiența energetică este cheia transformării energiei și a sistemelor de producție. Este o opțiune sigură, imediată și rentabilă, care poate oferi beneficii pe termen lung. Eficiența energetică este considerată de mulți „combustibil primar” sau o sursă alternativă de energie în sine, în care țările pot investi înainte de a analiza alte surse de energie mai complexe sau mai costisitoare. Oferă o oportunitate unică de a concilia competitivitatea economică cu dezvoltarea durabilă prin reducerea sau amânarea nevoii de aprovizionare cu surse de energie nouă. Oferă avantajele suplimentare de reducere a emisiilor de gaze cu efect de seră, a poluării atmosferice locale și a costului energiei, crescând în același timp productivitatea

energetică.

The three pillars of our Carbon Management



Fig. 1. Pilonii reducerii emisiilor de GES

Sursa: <https://www.basf.com/>

Conform figurii 1 eficiența energetică este unul dintre cele mai importante elemente ce reduc emisiile de carbon. AIE estimează că eficiența energetică poate contribui la reducerile emisiilor de GES cu cca. 40% din sectorul energetic necesare până în 2050 pentru a stopa creșterea globală a temperaturii la 2 grade Celsius, sau mai puțin, dacă sunt în vigoare politicile și investițiile adecvate. Oferă, de asemenea, economii de până la 2,5 ori mai mari decât energia produsă din utilizarea combustibililor fosili. Totodată, se pot crea de până la trei ori mai multe locuri de muncă pe milion de dolari investiție, comparativ cu investițiile în combustibili fosili. Îmbunătățirile eficienței energetice, în special în sectoarele rezidențial și public, s-au dovedit a oferi o gamă largă de beneficii sociale, de mediu și economice, inclusiv securitatea energetică, crearea de locuri de muncă, reducerea sărăciei, îmbunătățirea sănătății și reducerea emisiilor de GES.

Energia regenerabilă oferă o oportunitate imediată de reducere a emisiilor de carbon din sectorul energetic pentru a îndeplini obiectivele climatice. De asemenea, oferă opțiuni viabile și rentabile pentru extinderea accesului persoanelor sărace din punct de vedere energetic, prin crearea soluțiilor descentralizate, în special pentru cei din zonele rurale și îndepărtate. Se estimează că 70 la sută din cei 1,3 miliarde de persoane fără energie electrică pot avea acces doar prin soluții descentralizate offgrid, în care sursele regenerabile de energie oferă o soluție mai rapidă și mai viabilă de câștig-câștig. Acest lucru necesită politici corecte și atragerea investițiilor din sectorul privat. Energia regenerabilă poate contribui la reducerea dependenței de combustibilii importați și a vulnerabilității la fluctuațiile prețurilor combustibililor fosili. Contribuie la îmbunătățirea calității aerului local și reduce dependența sectorului energetic de apă pentru extracția și producția de energie, contribuind în același timp la sporirea activităților economice vitale în lanțul de aprovizionare cu apă, cum ar fi irigarea, desalinizarea, pomparea. În 2014, sa estimat că sursele regenerabile de energie au creat cca. 7,7 milioane de locuri de muncă directe și indirecte în întreaga lume, comparativ cu 3 milioane în 2004 și acest lucru poate crește la 24 de milioane până în 2030 [3].

Accesul la energie accesibilă, fiabilă, durabilă și modernă este un factor de dezvoltare a omenirii care are beneficii multiforme; scopul definit este nu doar atingerea Țintelor propuse în obiectivul 7, ci un mijloc sigur pentru atingerea tuturor celorlalte obiective de dezvoltare durabilă. Concluzia este clară, energia sustenabilă oferă o dezvoltare durabilă. Prin urmare, progresele timpurii în ceea ce privește obiectivul 7 sunt de o importanță critică și trebuie abordată în permanență în eforturile care vizează combaterea provocărilor legate de

dezvoltare și a schimbărilor climatice. Energia sustenabilă în țările în curs de dezvoltare se confruntă adesea cu bariere tehnice, informaționale, financiare și de reglementare.

În condițiile anterioare pieței, așa cum se întâmplă în multe dintre cele mai sărace țări și comunități, aceste bariere pot acționa ca un retrograd imediat. În aceste condiții, se acordă o atenție deosebită creării timpurii a pieței, prin pilotarea modelelor de afaceri noi, promovarea utilizărilor raționale ale energiei și asigurarea dezvoltării afacerilor. Acest sprijin poate pune bazele unei piețe energetice funcționale care are cel mai mare potențial de reducere a sărăciei și dezvoltare economică și umană.

Eforturile de transformare a sistemelor energetice globale vor trebui să se concentreze pe mai multe domenii: extinderea semnificativă și accelerarea acțiunilor pentru realizarea accesului la energie; creșterea ponderii energiei regenerabile în mixul energetic global și îmbunătățirea ratei globale a eficienței energetice. Nevoile de investiții sunt enorme și nu pot fi atinse decât prin transformarea piețelor. Reieșind că obiectivul 7 de dezvoltare durabilă este structurat în jurul a trei domenii de acțiune: accesul la energie, eficiența energetică și energia regenerabilă, de definesc trei provocări interdependente: socială, economică și de mediu.

Provocările sociale includ disparitățile în accesul la servicii energetice fiabile, inclusiv în condiții fragile și afectate de conflicte.

Provocările economice includ lipsa de prețuri accesibile și servicii energetice fiabile și importanța energiei ca o contribuție cheie la crearea locurilor de muncă și creșterea economică.

Provocările de mediu includ amenințarea la adresa echilibrului ecologic al planetei, biodiversitatea și clima [1].

Ca exemplu, în Ungaria programul de dezvoltare a pieței energiei eoliene a introdus un pachet de măsuri de reducere a riscului politicilor pentru a aborda o serie de bariere ale pieței energiei, instituționale, tehnologice, de conectivitate și financiare. În 2015, peste 4.000 de potențiali investitori au participat la prima ofertă publică inițială pentru un proiect ce prevede producerea energiei din surse regenerabile, oferind peste 100 de milioane de dolari pentru un proiect de parc eolian, cu 85 de milioane de dolari mai mult decât se aștepta. Până în 2014, Ungaria avea 490 MW instalați de capacitate eoliană și a ajuns la 1.300 MW în 2016, pentru o investiție combinată estimată de 2,8 miliarde de dolari și acoperind o treime din necesitățile energetice ale națiunii [6]. În Moldova, se propune să stabilească pe piață a energiei produsă din biomasă care funcționează durabil. S-au înființat peste 100 de companii de producere de brichete și pelete, producând aproximativ 120.000 de tone de brichete și pelete pe an, evitând consumul de un echivalent cca. 80.000 de tone de cărbune. Aproximativ 620 cazane au fost instalate în gospodării și microîntreprinderi din toată țara. Peste 170 de școli, grădinițe și centre comunitare au fost conectate la sisteme de încălzire cu biomasă. Au fost create aproximativ 100 de noi locuri de muncă [4].

Energia sustenabilă oferă o dezvoltare durabilă. AIE estimează că eficiența energetică poate contribui la reducerile emisiilor de GES cu cca. 40% din sectorul energetic necesare până în 2050 pentru a stopa creșterea globală a temperaturii la 2 grade Celsius, dacă sunt în vigoare politicile și investițiile adecvate. Prin urmare, există o sumedenie de strategii globale și investiții privind dezvoltarea durabilă în sectorul energetic.

Sistemele moderne de energie beneficiază de surse regenerabile și soluții integrate de stocare a energiei pentru a realiza o producție finită și mai ecologică. De aceea, trebuie de investit în reînnoirea sistemului energetic: cu soluții și componente pentru a produce energie din vânt, apă, soare și biomasă, pentru sporirea utilizării energiei durabile.

BERD oferă fonduri prin două linii de creditare pentru eficiență energetică și utilizarea surselor regenerabile de energie. PNUD oferă suport dedicat, consiliere în politici publice și soluții inovative pentru provocări mulți-sectoriale. Valoarea totală a Proiectului Biomasa este de 14 mln euro, acesta fiind finanțat de UE și PNUD. Obiectivul Proiectului este stimularea

utilizării deșeurilor agricole de biomasă pentru satisfacerea necesarului de energie și îmbunătățirea calității vieții.

BIBLIOGRAFIE

1. United Nations Development Programme „UNDP support to the implementation of sustainable development goal 7”, 2016;
2. Renewable Energy Sources and Climate Change Mitigation, Special Report of the IPCC, Cambridge University Press, 2012, 1088 p.;
3. GGGI Technical Guideline No.4, „Green Energy Development”, 2017;
4. <https://www.md.undp.org/content/moldova/ro/home/sustainable-development-goals.html>; (accesat la 03.04.2021)
5. https://ec.europa.eu/energy/sites/ener/files/documents/good_practice_in_ee_-web.pdf; (accesat la 05.04.2021)
6. <https://hbr.org/2019/07/the-elusive-green-consumer> (accesat la 21.04.2021)
7. <https://www.bbc.com/future/article/20210120-how-the-world-became-consumerist>; (accesat la 05.04.2021)
8. <https://www.basf.com/>

ЭКОНОМИКА СОВМЕСТНОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ КАК СОВРЕМЕННАЯ ТЕНДЕНЦИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И ВЫЗОВЫ

Наталия КОШЕЛЕВА

Государственный университет Молдовы

Abstract. *With the growth of prosperity in the world and the development of innovations, new models of consumer behavior have appeared. Today it is more valued to receive utility from the product, the possibility of its use, rather than owning it. Based on this, many resources, goods or services can be divided between several consumers. It is this aspect that characterizes the sharing economy, which became widespread in the early 2010s. Economic activity within this economy takes on various forms. For example, in the field of tourism, P2P accommodation is common. What factors contribute to its development, what opportunities does such an economy provide in a world of limited goods and resources, how can it transform in the future and what impact does it have on the development of tourism and the hotel business? These issues are discussed in this article.*

Keywords: *car sharing, online platforms, P2P placement, ride sharing, sharing economy.*

Актуальность темы и цель исследования. Возможность использования, мобильность, свобода, а не обладание вещами – на сегодняшний день становятся ценностными ориентирами для многих потребителей в мире. Изменения в традиционном потреблении, обусловленном наличием собственности на товары/услуги или ресурсы, а также развитие информационных технологий способствовали появлению в период Глобальной финансовой рецессии 2008-2010 гг. новой модели потребления - совместного потребления, а экономику стали называть экономикой совместного потребления (шеринг экономикой).

Сущность данной модели потребления заключается в том, что многие товары/услуги, ресурсы могут разделяться и использоваться несколькими потребителями, не являющимися их собственниками. Это отнюдь не означает, что возрождаются идеи социализма – идеи коллективизма и равенства. Товары/услуги, ресурсы остаются в либо в частной, коллективной или государственной собственности, то есть основы рыночной экономики сохраняются. Лишь права собственности разделяются между участниками экономических отношений.

Почему говорим об экономике? Ответ заключается в том, что новая модель потребления, с одной стороны, обусловила развитие предпринимательства и появлению процветающих бизнес фирм в сфере оказания транспортных услуг, предоставления жилья для проживания туристам и бизнес – партнерам, в сфере финансирования и найма рабочей силы. Это привело к формированию комплексной сферы экономики, основанной на определенных принципах, которые способствуют обновлению рыночных отношений. С другой стороны, темпы ее роста столь стремительны, а масштабы столь значительны, что не замечать ее «жизненность» просто невозможно. На основе прогнозов перспективы развития экономики совместного потребления оцениваются в 335 млрд долларов США к 2025 году [6].

Эксперты Всемирного экономического форума дают определение шеринг-экономики, как экономической деятельности на базе онлайн-платформ, основанной на совместном потреблении недостаточно используемых активов на возмездной или безвозмездной основе между людьми равного статуса [14]. Это определение, на наш взгляд, позволяет выделить такие характерные черты шеринг экономики, как наличие ресурсов или товаров, собственник которых готов отдать их во временное пользование; наличие цифровых платформ (это может быть сайт или мобильное приложение); непосредственное соединение продавцов и покупателей; доверие и открытость между участниками транзакций. Формы проявления шеринг экономики разнообразны: от пользования транспортными средствами до аренды жилья (даже замков или резиденций) и найма рабочей силы, торговли товарами, финансирования.

Целью и задачами данного исследования является изучение принципов и факторов, способствующих столь быстрому развитию экономики совместного потребления, ее аспектов на макро и микроуровнях, ее преимуществ в сфере туризма, а также тех проблем в сфере ее регулирования, к которым приводит ее распространение. Интерес представляют и прогнозы ее развития в будущем. В процессе исследования использовались методы анализа, синтеза и комплексного подхода.

Содержание

1. Экономика совместного потребления: микро и макроаспекты.

Впервые этот термин появился в экономической литературе благодаря профессору Гарвардского университета, Лоуренсу Лессингу, который утверждал, что удобнее платить за доступ к продукту, чем владеть им [1], а также исследователям Рэйчел Ботсман и Рай Реджерсу [3]. Именно они дали определение данному виду экономики: “экономика совместного потребления - экономическая модель, основанная на обмене, торговле и аренде продуктов и услуг, позволяющая получить доступ к собственности, не обладая ей” [2].

Рассматриваемая экономическая модель потребления не является новой. Совместное пользование товарами и услугами, аренда транспортных средств и жилья существовали и ранее. Так, местные жители всегда предоставляли в аренду жилые помещения бюджетным туристам, семьям с детьми для отдыха в горах или на морском побережье. В настоящее время, это не просто отношения аренды или обмена неиспользуемыми вещами или свободными активами. Это новая модель товарных отношений, получившая новый стимул к развитию в условиях цифровизации экономической деятельности: с появлением цифровых платформ, мобильных приложений и доступом к интернету [12].

Благодаря IT-технологиям, экономика совместного потребления внесла изменения во взаимоотношения между покупателями и продавцами на уровне микроэкономики: они стали более простыми и удобными, сократила транзакционные издержки, убрала многих посредников, сократила экологическую нагрузку, способствовала более рациональному использованию благ, более быстрой реализации желаний потребителей и более полному их удовлетворению. Все это позволило сделать вывод, что

характерные ее черты привели и к трансформации модели ведения бизнеса на принципах кооперативизма, сотрудничества, прозрачности, доступности, доверия, социальной поддержки и экологичности [2]. Этим объясняется столь быстрое развитие предпринимательства в данной сфере, которое представлено P2P-компаниями, на платформах которых осуществляется обмен товарами/услугами между их собственниками и теми, кто нуждается в них, а также компаниями, действующими в сегменте B2C. При этом компетенции участников, необходимость сдерживать свои обещания, чтобы завоевать доверие и исключить безответственное поведение приобретают значимость, так как их отсутствие является ограничением развития бизнеса в этой сфере и приводит к определенным рискам. Эксперты подчеркивают не только риски, но и кибербезопасность как одну из проблем развития экономической деятельности на микроуровне [11].

Что касается макроэкономических аспектов, то влияние экономики совместного потребления на ВВП не всегда однозначно и прямолинейно. С одной стороны, увеличение добавленной стоимости, создаваемой домохозяйствами, приводит и к росту общественного производства. В то же время, из-за снижения спроса на приобретение товаров/услуг, которые потребляются совместно, происходит снижение роста ВВП. Тем не менее, экономика совместного потребления находится в постоянном развитии и завоевывает все новые и новые сферы национальной экономики.

Официальной статистикой вклад такого вида экономики в развитие национальной экономики не определяется. Правда, в таких странах, как Китай, Япония и Южная Корея на повестке дня правительств стоит вопрос о включении этой экономики в официальную статистику [12]. Только в отдельных исследованиях и для отдельных стран можно встретить информацию о доле экономики совместного потребления в ВВП. По оценкам Всемирного банка, мировым лидером является Китай. Так, в 2018 году объем экономики совместного потребления составил более 230 млрд долл. США, что соответствует 1,67% ВВП, а к 2025 году ожидается рост этого показателя до 20% ВВП. Широкое распространение мобильных платежей и государственная поддержка – вот основные факторы такого лидерства [7]. В ЕС-28 наибольшее развитие экономика совместного потребления получила во Франции (25% всего объема), Великобритании (17%), Польше (10%) и Испании (10%). [8]

2. *Основные сектора шеринг-экономики.*

Транспортный сектор относится к числу наиболее развитых секторов рассматриваемой экономики. Среди услуг, предоставляемых в рамках шеринг-экономики, наибольшее распространение получили: каршеринг (краткосрочная аренда автомобиля у частного лица с помощью мобильного приложения); карпулинг (вид более длительной аренды автомобиля); райдшеринг (совместное использование автомобиля для поездки, запланированной водителем в собственных целях, при этом попутчиками компенсируются лишь расходы на топливо. Примером может служить сервис BlaBlaCar, которым пользуются более 65 млн человек в 22 странах мира); сервис по заказу такси Uber, который работает в 700 городах по всему миру. [12]

Использование свободных мест в личных автомобилях, сокращение потребления энергии и выхлопных газов в окружающую среду, снижение дорожного трафика, удовлетворение потребностей в передвижении, мобильность – эти черты определяют рост данного сегмента совместного потребления.

В Республике Молдова транспортные услуги, предоставляемые шеринг экономикой, также получают развитие в новых сервисах службы такси. Используя мобильные приложения Itaxi, ЯндексGo можно в короткие сроки заказать такси из любой точки Кишинева и его пригородов по вполне приемлемым ценам. Большинство поездок, особенно в праздничные и предпраздничные дни, осуществляется собственниками автомобилей в свободное время. Жители уже по праву оценили эту

услугу.

Туризм – следующая по значимости отрасль, где совместное потребление получило распространение и, благодаря которому, краткосрочная аренда жилья (Peer-to-Peer accommodation) распространилась по всему миру. По прогнозам Всемирного экономического форума, к 2025 году 17% прибыли (9 млрд долларов США) от предоставления средств размещения будет обеспечено сектором краткосрочной аренды [9].

Наличие таких вариантов аренды жилья:

- облегчает путешественникам поиск более доступных и гибких местных вариантов размещения, которые ранее вообще не существовали;
- помогает диверсифицировать туризм географически;
- способствует обслуживанию фестивалей и различных мероприятий без нового строительства, как показал опыт некоторых стран; [9]
- улучшает доступ и дополняет рынок туристических услуг новыми продуктами;
- цифровые технологии значительно снижают затраты на сбор, хранение, и передачу данных о поведении путешественников;
- снижает барьеры для входа в отрасль предпринимателям и позволяет получить дополнительные доходы населению, предоставляющему в аренду жилье;
- обеспечивает увеличение посетителей для местных ресторанов, магазинов и других предприятий обслуживания;
- способствует развитию сельского туризма и др.

Как никогда этот аспект представляет интерес для Республики Молдова, где в современных условиях уделяется значительное внимание сельскому туризму. Из-за сезонности данного вида туризма не всегда оправдано строительство гостиничного комплекса в сельской местности. На наш взгляд, решение проблемы – на пути аренды туристами средств размещения у местных жителей. Это позволит расширить и сегмент спроса за счет увеличения числа туристов с детьми или тех, кто путешествует, например, с животными.

Платформы Airbnb, Homestay.com и HomeAway - примеры предприятий экономики совместного потребления, предоставляющие собственникам возможность сдать помещения в краткосрочную аренду туристам. Низкие издержки сервиса, а также экологичность предоставляемых услуг (так, по исследованию самой компании в Европе туристы, пользующиеся услугами P2P аренды используют на 78% меньше электроэнергии, на 48% потребляют меньше воды и на 28% оставляют меньше отходов по сравнению с гостями отелей) делают компанию серьезным конкурентом на рынке гостиничных услуг для крупных отелей [9]. Так, в 2018 году в США размер прибыли компании был сопоставим с размером прибыли сети гостиниц Marriott. Этот факт послужил основой для принятия руководством сети Marriott в 2020 году решения о создании новой платформы для аренды частного жилья [6].

Такое быстрое развитие и прибыльность сектора краткосрочной аренды приводит и к отрицательным последствиям: он может быть незарегистрированным, не всегда соответствовать налоговому законодательству, зачастую приводит к росту цен на жилье и арендной платы, не всегда может быть организованным, а также негативно влияет на гостиничный сектор. По прогнозам Всемирного экономического форума произойдет на 1 млн сокращение числа рабочих мест в гостиничной индустрии к 2025 году вследствие столь быстрого распространения P2P аренды [9].

Все эти черты приводят к тому, что государства вынуждены лимитировать темпы роста данной сферы, используя инструменты и методы государственного регулирования. Так, в некоторых городах местные органы власти устанавливают общий срок, на который жилье может сдаваться в течение года, например, во многих штатах США запрещено сдавать жилье сроком менее чем на 1 месяц [4], а в

определенных районах Парижа — более чем на 120 дней [12].

3. *Особенности регулирования шеринг экономики.*

Рассматривая экономику совместного потребления как закономерное явления развития современного общества, возникает вопрос о необходимости и возможности вмешательства государства. Регулирование шеринг экономики связано с определенными сложностями из-за высокой скорости ее развития, как со стороны роста потребительского спроса на услуги, так и предложения, а также из-за принципов, которые лежат в ее основе, как например, принцип равенства - равного отношения ко всем участникам транзакции.

Рассмотрим главные препятствия в ее регулировании:

1. Расширение «сферы влияния» и появление новых тенденций в развитии данного типа экономики требуют быстрого реагирования и дополнительного регулирования. Вместе с тем, отсутствие соответствующей законодательной базы зачастую приводит к определенному несогласованию решений и даже принятию совершенно противоположных правил и норм, регулирующих деятельность бизнес фирм в этой сфере. Примером может служить запрет на услуги Uber в Оттаве и получение определенных льгот в остальной Канаде [12] или запрещение данного приложения в Цюрихе наряду с его деятельностью в Женеве. [1]

2. Проблемой в области регулирования является качество предоставляемых услуг и стандарты сервиса из-за специфики тех, кто предлагает свои услуги (независимые водители или арендодатели). В связи с этим, сервис фактически не несет ответственности как за качество предоставляемых услуг, так и за возможную порчу имущества при небрежном обращении с ним клиента. Конечно, важными факторами, влияющими на уровень и качество услуг, выступают отзывы клиентов и социальный рейтинг арендодателей. Здесь может помочь технология блокчейна, одним из инструментов которой является выставление рейтингов в соответствии с определенными критериями.

3. Также проблему представляет и адекватность ценообразования относительно качества оказываемых услуг. Суть проблемы заключается в том, что наряду с установлением цен на услуги централизованно платформой, как это делается, например, в службах такси, то при кратковременной аренды жилья пользователи обладают определенной свободой при определении цены.

4. Одной из существенных проблем в области регулирования является проблема налогообложения. С одной стороны, очень часто стороны оплачивают налоги самостоятельно без контроля со стороны сервисов, что приводит к сокращению сумм налогов, поступающих в бюджет. С другой стороны, не всегда деятельность сторон облагается налогами, типичными для традиционных предприятий. Так, например, фирмы, предоставляющие жилье для временного проживания, не оплачивают туристический сбор.

В некоторых странах мира уже накоплен опыт налогообложения участников экономики совместного потребления. Так в России с 2019 года на территории четырех регионов, а с 2020 еще в 19 регионах, введен налоговый режим (экспериментально) для тех, кто работает на себя и оказывает услуги при помощи онлайн-платформ, что позволяет легализовать их деятельность. Можно привести и пример введения в 2018 году правительством Дании обязательного сбора за сдачу в наем квартиры через сервис Airbnb, который и обязан отчитаться по сборам перед государством [1].

Заключение

Анализ структуры, характерных черт и принципов экономики совместного потребления позволяет сделать вывод, что — это комплексная сфера современной экономики, основанной на принципах кооперативизма, сотрудничества, экологичности,

доступности, равенства и прозрачности, получившая развитие на базе сетевой экономики. Несмотря на ее быстрое распространение, этой модели экономического развития свойственен ряд противоречий.

С целью ее регулирования и развития необходимы рычаги как внутри страны, так и на глобальном уровне, способствующие появлению ее новых структур и обеспечивающих ее безопасность. Мы согласны с мнением эксперта А. Чулок, что границы такой экономики нам еще только предстоит осознать [11].

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Авдеева А. Почему шеринг-экономика вырастет до 335 млрд. за ближайшие 5 лет. // Ведомость & / 2020 Эл. Ресурс <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2020/02/13/822568-pochemu-shering-ekonomika>
2. Авдокушин Е.Ф., Кузнецова Е.Г. Экономика совместного потребления: сущность и некоторые тенденции развития // Экономический журнал. 2019. N. 2(54). Стр.6. Эл. Ресурс: http://www.economicarggu.ru/2019_2/54.pdf
3. Botsman R., Rogers R. What's Mine Is Yours: The Rise of Collaborative Consumption. New York: Harper Collins Publishers, 2010. <https://www.amazon.com/Whats-Mine-Yours-Collaborative-Consumption/dp/0061963542>
4. Cao S., "Airbnb Disrupts Traditional Housing Market—For the Better, Study Says", Observer. 2017 // URL: <https://observer.com/2017/11/airbnb-disrupts-traditional-housing-market-for-the-better-study-says/>.
5. Dostmohammad S., Long J. Regulating the sharing economy: applying the process for creative destruction // Dalhousie University. — 2015.
6. Marriott создает бизнес по аренде жилья для конкуренции с Airbnb. 2019 // URL: <https://www.vedomosti.ru/business/news/2019/04/29/800468-marriott-konkurentsii-s-airbnb>
7. "Sharing Economy" only as one part of exploding Collaborative Economy in China // URL: <https://daxueconsulting.com/exploding-collaborative-economy-in-china/>.
8. Study to monitor the economic development of the collaborative economy at sector level in the 28 EU Member States // URL: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/0cc9aab6-7501-11e8-9483-01aa75ed71a1/language-en/format-PDF/source-72448580>
9. Tourism and the Sharing Economy: Policy & Potential of Sustainable Peer-to-Peer Accommodation. Worldbank Group // URL: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30452/130054-REVISED-Tourism-and-the-Sharing-Economy-PDF.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
10. Хусяинов Т.М., Урусова Е.А. От общества потребления к экономике совместного пользования // Философия хозяйства. 2017. № 6. С. 132-146 Эл. Ресурс: <https://publications.hse.ru/articles/212959031>
11. Чулок А. о потребительском счастье. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (hse.ru). 2019. Эл. Ресурс <https://issek.hse.ru/news/292643749.html>
12. Экономика совместного потребления как новая экономическая модель. Бюллетень о текущих тенденциях мировой экономики. Аналитический центр. Выпуск № 47, август 2019. <https://ac.gov.ru/archive/files/publication/a/23715.pdf>

SECURITATEA ECONOMICĂ: AMENINȚĂRI ȘI PROVOCĂRI ALE SECURITĂȚII ALIMENTARE

Natalia ANTOCI,

Universitatea de Stat din Moldova

Svetlana DIACONU

GEFCO Deutschland GmbH, Wuppertal, Germania

Abstract. In the conditions of the economic crisis and globalization, for each state it becomes a priority not so much to maintain a fast pace of economic development, as to achieve a sustainable and stable economic growth. This stability means minimizing the risks caused by internal and external factors. In order to achieve this goal, the criteria of national security and economic security must be taken into account as a basic component of it. Economic security is the state of the economy that ensures sustainable economic growth and development, sufficient satisfaction of human needs, efficient management and protection of economic interests at national and international level. Economic security has two components: internal and external. The internal component presupposes the stability of the economy, society and governing institutions to the natural and intentional threats that have arisen in the country. The external component represents spontaneous and intentional threats, which derive from the actions or intentions of foreign economic or political entities.

Keywords: *economic security, national security, food security.*

Securitatea economică este o resursă indispensabilă a vieții cotidiene care permite individului și comunității umane să-și realizeze aspirațiile. Ea depinde foarte mult de faptul cât de eficiente sunt relațiile economice ale Moldovei cu restul lumii. Definiții ale securității economice sunt foarte multe, deoarece însuși conceptul este destul de permisiv, ambiguu chiar. Securitatea economică poate fi privită în raport cu diferite categorii de obiecte ale securității: a producătorilor, a consumatorilor, a proprietarilor factorilor de producție, a statului. Noile vulnerabilități, riscuri și amenințări cu care se confruntă astăzi omenirea impun, la începutul acestui secol, că, în mod obligatoriu, conceptul de securitate economică să se articuleze în jurul principiilor securității internaționale economice, al securității naționale economice și al securității umane. Această relație va permite satisfacerea simultană a nevoilor globale, statale, ale popoarelor și ale persoanelor. Politica reformelor economice și administrative efectuate în Republica Moldova a afectat bazele fundamentale a vieții individului, colectivelor, societății în ansamblu: relațiile de proprietate, guvernare, interesele, legea. Punerea în aplicare a acestor modificări fundamentale a provocat conflicte, contradicții și criză în sistemul economic. Statul a fost afectat de un declin puternic în producere și de destabilizarea pieței valutare. Ar trebui să se adauge că reformele au provocat dezacorduri neobișnuit de semnificative între interesele economice ale statului și entităților individuale, procesul de auto-distrugere a economiei naționale existente și sistemului de guvernare, întîrzieri excesive a cadrului juridic de la schimbările care au avut loc în economie.

La agravarea situației a contribuit și insuficient justificat pentru condițiile specifice ale Republicii Moldova modelul ales pentru trecerea la sistemul de piață, ceea ce a determinat o reducere semnificativă a nivelului deja scăzut de trai al majorității populației, deformarea modului obișnuit de viață. În același timp, în relațiile internaționale, Moldova se confruntă cu dorința țărilor industrializate, marilor corporații străine să se folosească de situația din Moldova și țările-membre ale Comunității Statelor Independente în interesele sale economice și politice. Acești factori destabilizatoare și alte au creat amenințarea securității economice a Moldovei, păstrării integrității spațiului economic, schimbărilor democratice. Republica Moldova este un exemplu clasic al unei economii mici și deschise. Este o economie mică din cauza că nu poate influența în mod esențial prețurile internaționale la nici unul din produsele pe care le tranzacționează în exterior. Și este o economie deschisă deoarece nu restricționează semnificativ importurile. Pentru asemenea economii este vitală asigurarea echilibrului proceselor ce pot amenința securitatea economică. Toate acestea fac deosebit de actuală și urgentă punerea în aplicare a strategiei naționale de securitate economică a țării și a cetățenilor săi, dezvoltarea măsurilor concrete și specifice, direcționate pentru a garanta securitatea economică a Republicii Moldova. Obiectivul principal al politicii privind siguranța alimentară este determinarea celui mai superior grad de protecție a sănătății umane și a intereselor consumatorilor în ceea ce privește alimentele.

Privind siguranța alimentară principiul de bază este aplicarea unei abordări integrate, de tipul „de la fermă la consumator”, care să cuprindă toate sectoarele lanțului alimentar - inclusiv producția de furaje, sănătatea plantelor și animalelor, bunăstarea animalelor, producția primară, procesarea alimentelor, depozitarea, transportul, comercializarea, precum și importul și exportul acestora. Această abordare largă și integrată, în cadrul căreia obligațiile operatorilor din sectorul produselor alimentare și al furajelor, precum și cele ale autorităților competente sunt bine specificate și exprimă o politică alimentară coerentă, eficientă și dinamică, care va fi adoptată în această strategie de către guvernul Republicii Moldova. [2] Globalizarea lanțului alimentar determină apariția constantă de noi competiții și obstacole pentru sănătatea și interesele consumatorilor.

Provocările curente ale securității alimentare în Republica Moldova sunt divizate în două dimensiuni de bază. Una dintre aceste dimensiuni este în emfaza să mențină și să

crească abilitatea Republicii Moldova de a face față solicitărilor alimentare naționale. Aceasta presupune asigurarea necesităților prin producția agricolă proprie, importul produselor alimentare care nu pot fi produse eficient în Moldova și exportul produselor care dispun de avantaje comparative. O altă dimensiune încearcă să reducă inegalitățile în creștere, dar și lărgirea sărăciei în cadrul majorității populației din Republica Moldova, care se manifestă prin asigurarea nu corectă și ne sigură cu produse alimentare, absența puterii de cumpărare, rețeaua insuficientă de susținere instituțională, gestionarea nu justă a situațiilor de urgență și șomajul. La nivel național, Republica Moldova este asigurată cu produse alimentare. Republica produce principalele produse alimentare, exportă surplusurile de produse alimentare și importă ceea ce este necesar pentru a face față necesităților alimentare ale populației țării. Instabilitatea securității alimentare în plan mondial se reflectă în mod nedorit și asupra satisfacerii necesităților populației Republicii Moldova în produsele alimentare autohtone de valoare energetică corespunzătoare și în asortimentul tradițional al alimentației. [1]

La nivel mondial se poate de specificat un șir de riscuri care ar putea avea un impact deosebit de sever asupra securității alimentare a țărilor vulnerabile, care au o tendință de sporire în ultimii ani. Acestea cuprind:

- riscul prețurilor înalte și volatile, care limitează consumul alimentar al populației, calitatea dietei, cheltuielile pentru sănătate și bunăstarea în general;
- șocurile financiare și economice, care duc la pierderea locurilor de muncă, la scumpirea și reducerea accesibilității creditelor, precum și la scăderea cererii pentru produsele agricole;
- impactul schimbărilor climatice, inclusiv creșterea incidenței fenomenelor adverse precum secetele și inundațiile, asupra scăderii recoltelor în țările în curs de dezvoltare vor amplifica insecuritatea alimentară;
- riscurile de apariție a focarelor epidemice, epizootice și epifitice probabil că vor spori și se vor extinde concomitent cu urbanizarea, globalizarea și schimbările climatice.

Circumstanțele din Republica Moldova se caracterizează prin creșterea continuă a prețurilor la produsele alimentare. Creșterea prețurilor în țările limitrofe are ca consecință, sporirea comerțului trans-frontalier ilegal cu aceste produse. În condițiile menționate sunt necesare măsuri de urgență privind stabilizarea pieței interne în general și a pieței de produse alimentare în particular. [4]

În ciuda faptului că producătorii interni pot asigura producere necesară, în ultimul timp se observă creșterea dependenței de importuri produselor alimentare. Acest lucru creează un obstacol pentru securitatea economică a țării și riscul ocupării pieței interne de către firmele străine. Vorbim despre necesitatea reducerii tendinței dependenței de importurile alimentare. Măsuri prioritare pentru atenuarea riscului dependenței de importuri sunt:

- sprijinul financiar din partea statului pentru producători autohtoni, capabili să producă produse care sunt în prezent achiziționate în alte țări;
- aplicarea unui sistem mai flexibil de taxe vamale și identificarea sectoarelor care au nevoie de protecție vamală;
- diversificarea importurilor;
- revizuirea și optimizarea cadrului legislativ de comerțul exterior.

Scopul strategic al asigurării securității economice este asigurarea dezvoltării economice, care ar oferi condiții satisfăcătoare pentru viața și dezvoltarea individului, stabilitatea socio-economică, militară și politică, păstrarea integrității statului și poziției care ar deminua influența amenințărilor interne și externe. Strategia securității economice naționale ar trebui să vizeze în primul rând menținerea nivelurilor suficiente de producție, potențial științific și tehnologic, să evite reducerea nivelului de trai până la valorile-limită, capabile să provoace tensiuni sociale, prevenirea conflictelor între straturile individuale și grupuri sociale, națiuni și popoare. Strategia de stat în domeniul securității economice ar

trebui să fie implementată în primul rând prin sistemul de rezistență, care este format de autoritățile legislative, executive și judiciare, organizațiile publice și asociații. Strategia de stat poate fi pusă în aplicare cu succes numai în cazul satisfacerii unor cerințe.

În primul rând, trebuie să fie clar definite funcțiile aparatului Președintelui, Guvernului și Parlamentului, precum și administrației locale. În al doilea rând, avem nevoie de suport informațional adecvat funcției de reglementare de stat.

Unele dintre dispozițiile importante care vizează eforturile statului pentru asigurarea securității economice ar trebui să fie luate în considerare în elaborarea proiectelor de dezvoltare socială și economică a Republicii Moldova și a bugetului de stat pentru fiecare an ulterior.

BIBLIOGRAFIE

1. Hotărârea Guvernului nr. 282/11.03.2008 cu privire la aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare durabilă a complexului agroindustrial al Republicii Moldova (2008-2015) //Monitorul Oficial 57-60/362, 21.03.2008
2. Enciu V., Porcescu V., Bularga I., Macari V. Strategia în domeniul siguranței alimentelor – actualități și perspective, Știința agricolă, nr. 2/2011, http://dspace.uasm.md/bitstream/handle/123456789/1038/2011_2.pdf?sequence=1&isAllowed=y#page=80
3. Sécurité et promotion de la sécurité: Aspects conceptuels et opérationnels, <http://www.cspq.qc.ca/oms/promotion.pdf>
4. Stratan A. Impactul opțiunilor de integrare asupra comerțului agroalimentar, Akademos, nr. 1 (32), Martie 2014, <http://see-articles.ceon.rs/data/pdf/1857-0461/2014/1857-04611401042S.pdf>

ANALIZA INDICATORILOR MACROECONOMICI AI REPUBLICII MOLDOVA ȘI IMPACTUL LOR ASUPRA SECURITĂȚII NAȚIONALE

Elena MOROI

Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Boris COREȚCHI

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *This article analyzes the macroeconomic indicators of the Republic of Moldova and their impact on national security. At the same time, the analysis of prices and their development trend during the management period is highlighted by the impact of the influence of the national currency exchange rate against convertible currencies. It is also analyzed the degree of coverage of the net demand for foreign currency by economic agents through the net supply of foreign currency to natural persons, the official reserve assets of the National Bank of Moldova, as well as other indicators of the banking sector on the implementation of the National Public Budget, as the influence of the national security.*

Keywords: *macroeconomic indicators, inflation, exchange rate, foreign exchange reserve, money supply, loans.*

Orice economie națională se identifică printr-un set integru de factori – istorici, naturali, politici, sociali etc., care într-un spațiu geoeconomic se realizează printr-o formă sau alta, constituindu-se într-un anumit sistem de lungă durată – perioade, etape.

Aspectul economic constă în manifestarea proceselor ce sunt caracterizate prin două direcții: - constituirea și consolidarea economiei naționale ca un tot întreg; - și etapele de dezvoltare a economiei ca un specific “de economie deschisă”, acțiune care o perioadă îndelungată a fost depreciat de sistemul centralizat. De menționat că, indiferent de aceste dereglări, economia națională în anii 2012-2019 deține un ritm ascendent (Figura 1).

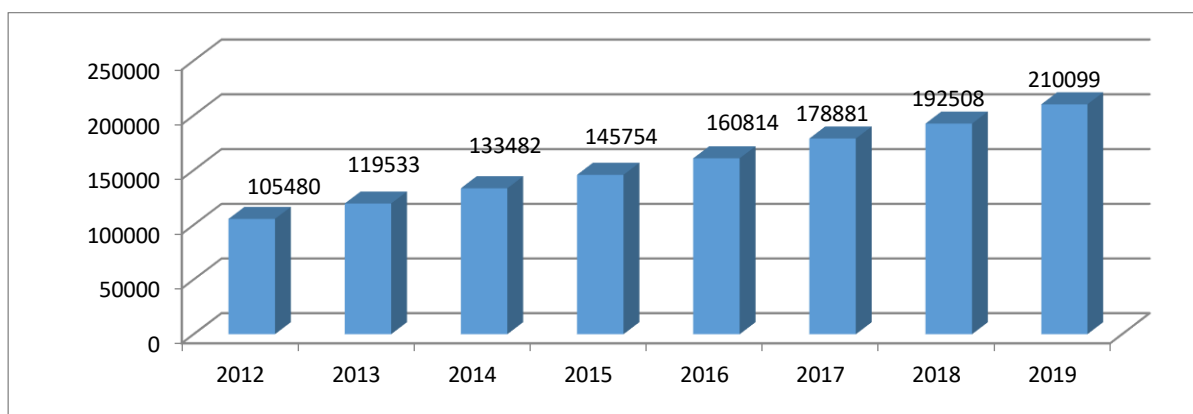


Fig. 1. Ritmul de creștere a produsului intern brut din Republica Moldova, mil. lei
Sursa: elaborată de autori în baza datelor BNS al Republicii Moldova.

Produsul intern brut s-a majorat cu 4,8% și a însumat 155,2 mld. lei în 9 luni în anul 2019. Analizând valoarea adăugată brută a R. Moldova putem menționa că în ramura „Construcții” a avut un impact major asupra creșterii economice, asigurând o pondere de 35% din creșterea PIB, fiind urmată de categoria „Comerțul cu ridicata și cu amănuntul, transport și depozitare, hoteluri și restaurante”, care înregistrează o pondere de 25%; La rândul său „Industria” înregistrează o creștere de 12%, „Informații și comunicații” înregistrează o cotă de 9%, și respectiv sectorul primar „Agricultura” înregistrează o pondere - 6%. Activitățile enumerate au avut cel mai mare impact în perioada ianuarie-septembrie a anului curent.

Analizând prețurile de piață, putem menționa că ele se accentuează. În perioada de analiză decembrie 2019 față de decembrie 2018, rata inflației anuală se înregistrează – 7,5%, comparativ cu rata inflației de 0,9% marcată în aceeași perioadă a anului precedent.

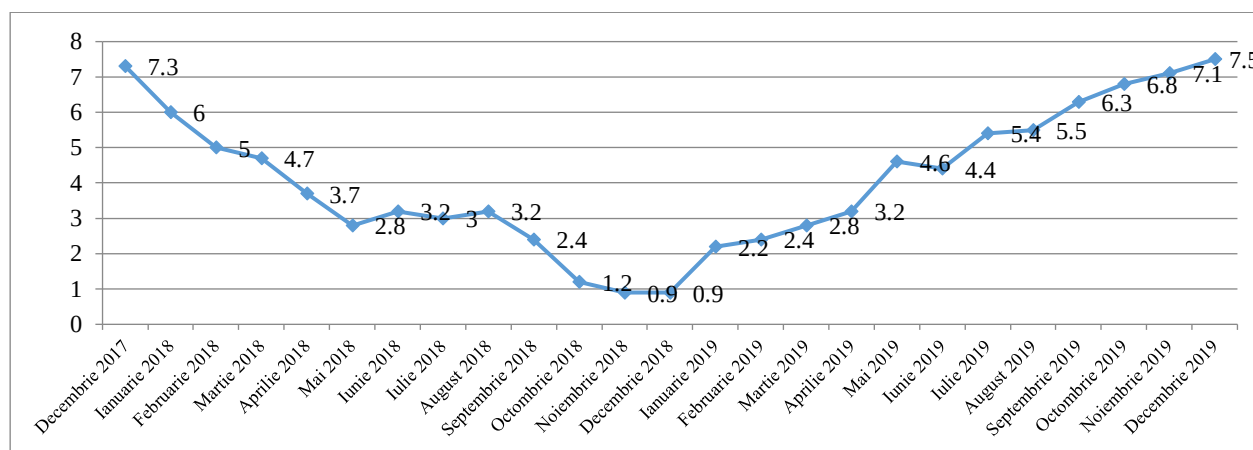


Fig. 2. Evoluția ratei inflației anuale în Republica Moldova (lună față de luna respectivă a anului precedent), %

Sursa: elaborată de autori în baza datelor BNS al Republicii Moldova.

De specificat că rata inflației anuală cu ponderea de 7,5% a depășit limita menționată a intervalului de variație al inflației stabilite de BNM, care constituie 5% (+/- 1,5%). Iar media ratei inflației anuale constituie 4,8%.

Specificăm cei mai importanți factori care au influențat majorarea prețurilor în anul curent, dintre care putem menționa recrudescența cererii interne ca urmare al politicii fiscale expansioniste, condițiile climaterice nefavorabile din perioada verii și majorarea tarifelor la energia electrică livrată consumatorilor.

Tabelul 1. Progresul ratei inflației în Republica Moldova, %

Ani	Față de luna precedentă												Luna decembrie față de luna decembrie a anului precedent	Rata inflației medii anuale	Rata inflației medii lunare
	Ianuarie	Februarie	Martie	Aprilie	Mai	Iunie	Iulie	August	Septembrie	Octombrie	Noiembrie	Decembrie			
2015	1,2	0,8	2,2	0,9	1,0	0,5	0,1	-0,5	2,9	1,8	1,1	0,8	13,6	9,7	1,1
2016	0,7	-0,5	0,0	0,0	0,2	-0,3	-0,9	-0,4	0,6	1,3	1,2	0,5	2,4	6,4	0,2
2017	1,2	1,2	0,4	1,4	0,9	-0,4	-0,9	-0,4	0,9	1,5	0,7	0,5	7,3	6,6	0,6
2018	0,0	0,2	0,1	0,5	0,0	0,0	-1,2	-0,2	0,1	0,4	0,4	0,5	0,9	3,0	0,1
2019	1,3	0,4	0,5	0,8	1,4	-0,2	-0,2	-0,3	0,8	0,9	0,8	0,9	7,5	4,8	0,6

Sursa: elaborat de autori în baza datelor BNS al Republicii Moldova.

În urma celor menționate, specificăm că prețurile în luna decembrie 2019 la produsele alimentare înregistrează o majorare de 12,4% în raport cu luna decembrie 2018. În perioada subscrisă, de asemenea au crescut prețurile la următoarele produse: cartofi cu 53,5%; fructe proaspete – cu 52,4%; ouă – cu 37,3%; legume proaspete – cu 20%; pește și conserve din pește – cu 9,6%; carne, preparate și conserve din carne – cu 6,6% etc.

În urma majorării prețurilor la produsele alimentare a determinat cea mai mare creștere la IPC general – de 4,8 p.p. Creșterea prețurilor la fructele proaspete a influențat IPC general cu o creștere de 1,3 p.p.; legume – cu 0,7 p.p., carne, preparate și conserve din carne – cu 0,5 p.p; cartofi, produse de morărit și panificație; lapte și produse lactate, cu câte 0,4 p.p.; pește și conserve din pește – cu 0,2 p.p.

Ca concluzie, de menționat că evoluția prețurilor la produsele alimentare din R. Moldova este cauzată de specificul sezonier al economiei: în perioada vară-toamnă se înregistrează o scădere importantă a prețurilor la legume, fructe, cartofi etc., cu o ulterioară creștere a acestora în lunile de iarnă-primăvară.

În luna noiembrie 2019, prețurile la produsele nealimentare s-au majorat cu 5,2% față de luna decembrie a anului precedent, rezultatul căreia este majorarea prețurilor la țigări cu 29%, mobilă – 7,4%, autoturisme – 7,1%, confecții – 6,3%, frigidere și congelatoare – 5,4%, încălțăminte – 4,9%, mașini de spălat – 4,1%, materiale de construcție – 2,5% etc. De asemenea, se înregistrează o reducere a prețurilor la combustibil cu 1,2%.

Decalajele prețurilor la mărfurile nealimentare sunt determinate, de facto de evoluția cursului de schimb al monedei naționale. Plus la aceasta, conform Legii bugetului de stat pentru anul 2019 a condiționat majorarea prețurilor minime pentru țigările vândute pe teritoriul R. Moldova.

Prețurile la mărfurile nealimentare au avut o contribuție esențială cu 1,8 p.p. asupra modificării IPC general, ca urmare a creșterii prețurilor la țigări cu 0,5 p.p. și a categoriei confecțiilor de 0,3 p.p.

Tarifele pentru serviciile prestate populației înregistrează o majorare de 3,5% în luna

decembrie a anului 2019 față de decembrie 2018, ca urmare a majorării costurilor la serviciile de educație și învățământ cu 6,1% ceea ce determină o creștere a prețurilor pentru creșe și grădinițe, alimentație publică cu 6,2% și chirie cu 5,6%. Totodată, au crescut tarifele la energie electrică cu 10%. Per total, contribuția tarifelor la servicii asupra Indicelui Prețurilor de Consum general a fost neesențială, doar cu 0,9 p.p., dintre care 0,4 p.p. revin tarifelor la energie electrică.

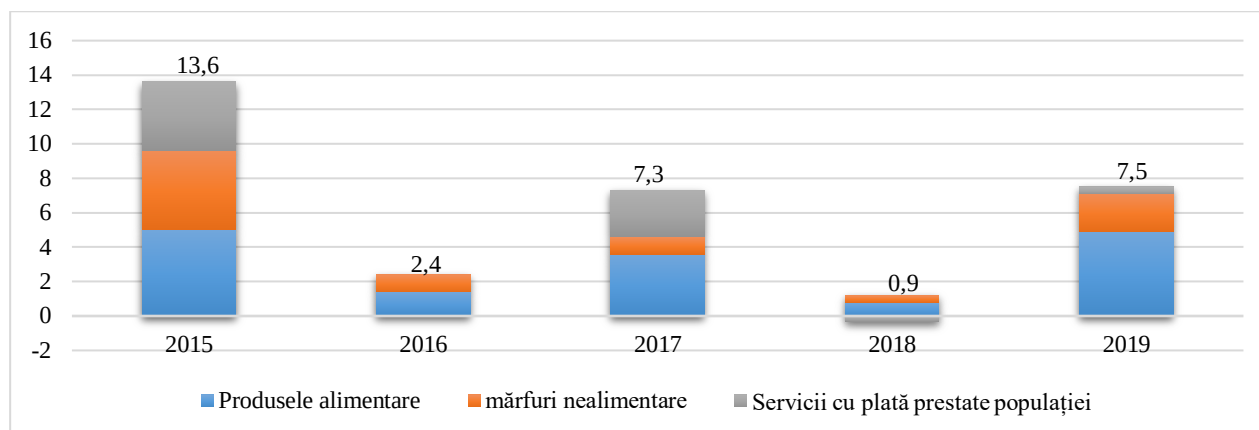


Fig. 3. Principalele componente ce afectează rata inflației, luna decembrie față de decembrie a anului precedent în Republica Moldova (%)

Sursa: elaborată de autori în baza datelor BNS al Republicii Moldova.

Analizând principalele componente ce afectează rata inflației, ca tipuri de produse alimentare și băuturi, combustibili, produse și servicii care au fost reglementate de la 6,9% în decembrie 2019 față de aceeași lună în 2018 la 4,6 p.p. Rata inflației la produsele alimentare și băuturi s-a înregistrat la ponderea de 4,5%, combustibil, respectiv de 8,1%. Pentru produsele și serviciile cu prețuri reglementate a constituit rata inflației exclusiv de 9%, fiind cu 6,4 p.p. mai mare comparativ cu perioada analizată a anului precedent. De specificat, că moneda națională s-a depreciat ușor față de dolarul american.

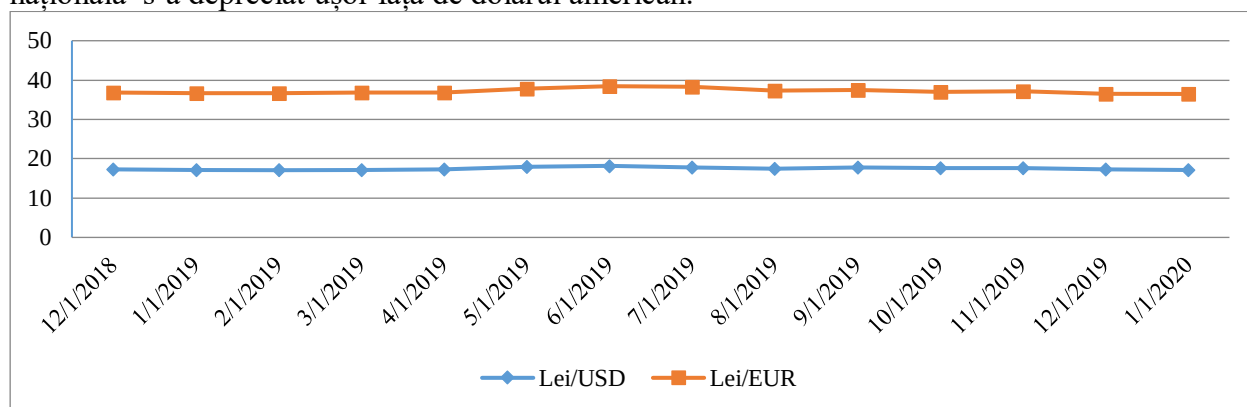


Fig. 4. Evoluția cursului de schimb al MDL față de USD și Euro, Lei/USD, Lei/EUR

Sursa: elaborată de autori în baza datelor BNS al Republicii Moldova.

Moneda națională de la începutul anului 2019 a înregistrat o depreciere de 0,4% față de dolarul SUA în termeni nominali, de la 17,14 lei pentru 1 USD înregistrat la 01.01.2019 până la 17,21 lei la finele anului - 31.12.2019. Moneda națională a R. Moldova s-a apreciat cu 1,3% față de Euro. Stocurile de active valutare de rezervă ale BNM la finele anului 2019, înregistrează o valoare de 3059,6 mil. USD, majorându-se cu 3% comparativ cu valoarea de sfârșitul anului 2018 și cu 2,2% – față de valoarea datată la 28.12.2018.

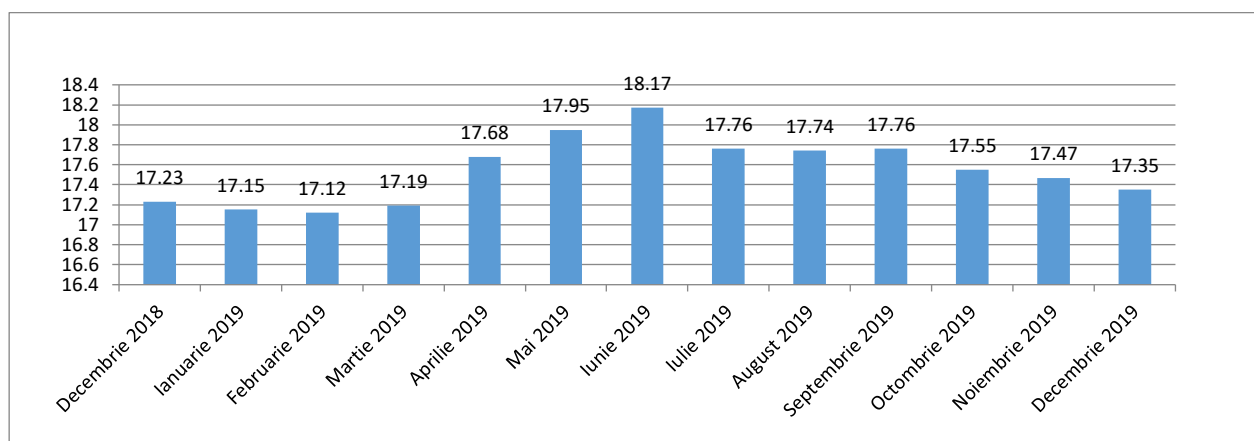


Fig. 5. Gradul de acoperire a cererii nete de valută străină din partea agenților economici prin oferta netă de valută străină de la persoanele fizice, %

Sursa: elaborată de autori în baza datelor BNS al Republicii Moldova.

Analizând gradul de acoperire a cererii nete de valută din partea agenților economici prin oferta netă de valută de la persoanele fizice constituie în anul 2019 o pondere de 94%, comparativ cu 102,8% în anul 2018. În mare parte, deficitul de valută pe piața valutară este format de micșorarea ofertei de valută din partea persoanelor fizice, ca urmare a minimizării remitențelor valutare de peste hotare și creșterea cererii de valută din partea persoanelor juridice.

În formarea ofertei nete de valută de la persoanele fizice pe piața valutară, îi revine locul major monedei euro cu pondere de 71,8%, pe locul doi de clasament este dolarul american – 6%, urmat de rubla rusească cu o pondere de 10,9%. Gradul de acoperire a cererii nete de valută din partea agenților economici, în luna decembrie, prin oferta netă de valută de la persoanele fizice este de 97,3%. Ca urmare, BNM în această lună nu a efectuat achiziții nete de valută pe piața valutară interbancară, dar de la începutul anului Banca Națională a Moldovei a efectuat vânzări nete în valoare de 5,1 mil. USD pe piața valutară interbancară.

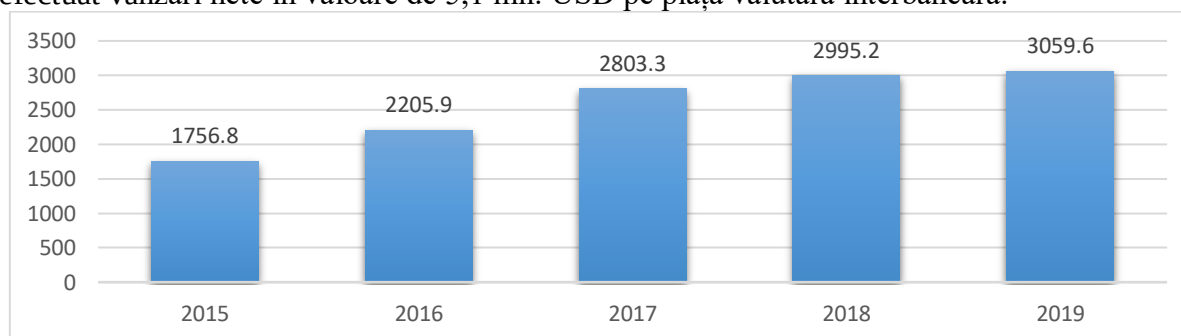


Fig. 6. Dinamica activelor oficiale de rezervă ale BNM (mil. dolari SUA)

Sursa: elaborată de autori în baza datelor Băncii Naționale a Moldovei.

Acest proces de comercializare interbancară a avut impact de majorare cu 2,2% a stocului activelor valutare de rezervă ale BNM față de situația anului precedent, atingând valoarea maximă în ultimii ani de 3059,6 mil. dolari (la 31.12.2019). Creșterea activelor de rezervă este influențată de mai mulți factori de intervenție a BNM pe piața valutară internă sub formă de achiziție de valută, cât și intrări valutare în conturile Ministerului Finanțelor, a granturilor străine acordate pentru suport bugetar, precum și aprecierea cursului de schimb la valutele cu impact asupra rezervelor valutare în raport cu dolarul american.

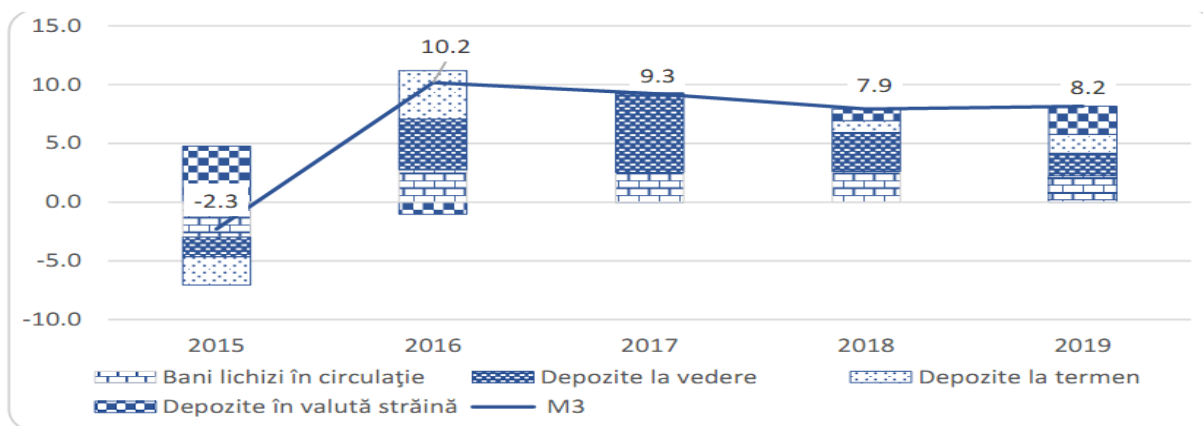


Fig. 7. Contribuția la evoluția masei monetare M3 în Republica Moldova, p.p

Sursa: elaborată de autori în baza datelor Băncii Naționale a Moldovei.

La sfârșitul lunii decembrie 2019, masa monetară M3 a constituit circa 89,9 mld. lei și s-a majorat cu 8,2% comparativ cu sfârșitul lunii decembrie a anului 2018, aceasta a fost determinată nemijlocit de mărirea volumului de bani aflați în circulație cu 8,9%, și volumului depozitelor la vedere cu 8,8%, cât și a depozitelor în valută străină cu 8%. Un factor îmbucurător este determinat de linia creditară care se îmbunătățește prin volumul creditelor noi acordate în anul 2019 și înregistrează o majorare de 17,5% față de perioada analizată a anului precedent.

Volumul de bani aflați în circulație a constituit 22,9 mld. lei majorându-se cu 8,9% față de perioada analizată a anului 2018. Acești bani puși în circulație este numerarul implicat în procesul de conversie sub formă de bancnote de hârtie, monede metalice etc.

În alt domeniu economic banii reprezintă schimbul de mărfuri ca mijloc de circulație și care asigură executarea plăților pentru achiziționarea de materie primă și a materialelor, achitarea cu producătorii pentru producția finită și respectiv, o creștere neîncetată a banilor în circulație reflectă intensitatea activității economice a unei țări.

Analizând sfârșitul lunii decembrie al anului 2018, putem specifica că soldul depozitelor în monedă națională reprezintă 60% din volumul total, care s-a mărit cu 7,9%, atingând un volum de 40,2 mld. lei. De evidențiat că se înregistrează o creștere esențială a depozitelor la vedere cu 8,8%, care se argumentează prin credibilitatea populației ce preferă să-și păstreze economiile în lei la bănci fără restricții, chiar dacă dobânda este mai mică decât dobânda depozitelor la termen. Precizăm că depozitele la termen s-au majorat cu 7%.

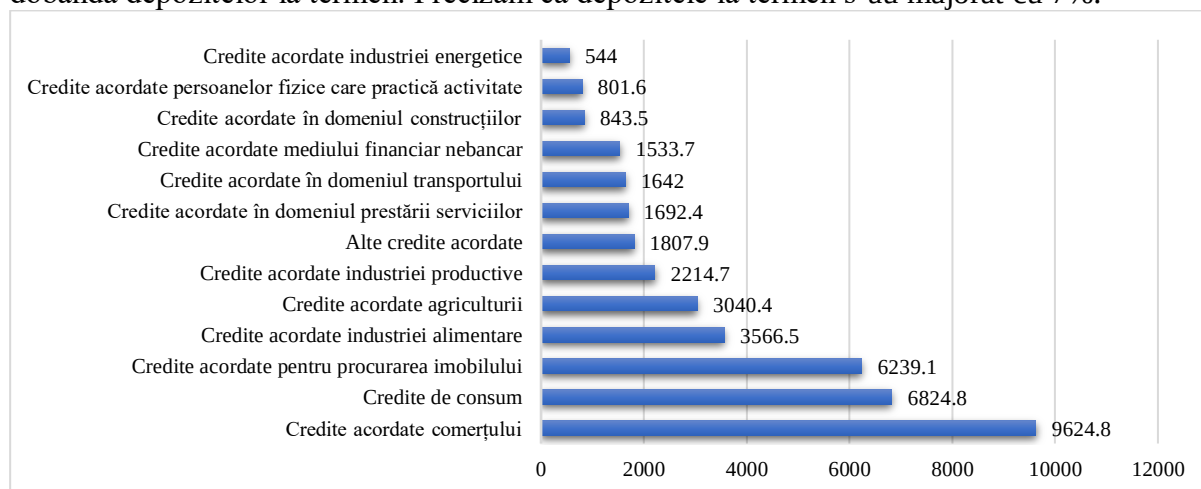


Fig. 8. Structura portofoliului de credite pe sectorul bancar al Republicii Moldova, mil. lei

Sursa: elaborată de autori în baza datelor Băncii Naționale a Moldovei

De asemenea, au fost deschise depozite noi în monedă națională cu 25,2% mai mult față de perioada respectivă a anului 2018, iar la începutul anului s-a înregistrat majorări cu 8,8%. Grație nivelului redus al ratelor dobânzii la credite, precum și lansării programului „Prima casă” procesul de creditare a populației ia amploare.

Analizând soldul creditelor în economia R. Moldova, putem menționa că a înregistrat o creștere de 11,5% față de rezultatele înregistrate la sfârșitul decembrie 2018, astfel constituind 44,2 mld. lei. De remarcat că soldul creditelor în monedă națională a crescut cu 19,9%, iar al celor în valută străină cu 0,2%. În ciuda faptului, mai există reticența din partea băncilor comerciale de a oferi credite, cauzată de norma rezervelor obligatorii prea înaltă și rentabilitatea lor.

În portofoliul creditelor acordate pondere cea mai mare este de 23,8% – cărora le revine creditelor destinate comerțului, urmat creditului de consum 16,9%, apoi creditului pentru procurarea/construcția imobilului – 15,5% și în domeniului industriei alimentare – 8,8% etc.

Tabelul 2. Indicatorii principali privind componența Bugetului Public Național, mil.lei

Indicatorii	Bugetul Public Național	Inclusiv			
		Bugetul de Stat	Bugetele locale	Bugetul Asigurărilor Sociale de Stat	Fondurile Asigurărilor de Asistență Medicală
Venituri	62949,2	39968, 0	16724,3	21748,3	7636,3
din care: transferuri primite	-	-	12328,2	7957,0	2813,6
Cheltuieli	65971,9	43070,2	16937,5	21602,3	7489,6
din care: transferuri acordate	-	23098,8	-	-	-
Deficit (-)/Excedent(+)	-3022,7	-3102,2	-213,2	146,0	146,7

Sursa: elaborat de autori în baza datelor Ministerului Finanțelor

În urma analizei putem constata că anul 2019 s-a încheiat cu deficit bugetar de circa 3 mld. lei. În perioada anului 2019 la BPN au fost acumulate venituri în sumă de 62,9 mld. Lei, ceea ce reprezintă 8,5% mai mult față de anul 2018, la fel au fost înregistrate cheltuieli de circa 66 mld. Lei, adică cu 10,7% mai mult comparativ cu 2018. Ponderea cea mai mare de cheltuieli este direcționată spre protecția socială, iar opus acesteia spre protecția mediului. Bugetul Public Național s-a soldat în 2019 cu un deficit de -3022,7 mil. lei, în comparație cu anul 2018, când bugetul a înregistrat un deficit de -1581 mil. lei în 2018.

Concluzii. De menționat că, activitatea sectorului primar înregistrează constrângeri esențiale în dezvoltarea sectorului zootehnic, prin imposibilitatea certificării producției animaliere în domeniul calității și comercializarea acestora în spațiul Uniunii Europene, și duce spre diminuarea șeptelului de animale, care poate fi un eventual potențial de acoperire a bugetului deficitar.

De asemenea, activitatea investițională este în creștere. Volumul investițiilor în R. Moldova a crescut cu 18% înregistrând peste 17 mld. Lei, ceea ce reprezintă un factor pozitiv în dezvoltarea economiei, datorându-se majorării investițiilor private, investițiilor din contul creditelor externe, investițiilor bugetare, precum și celor din surse străine etc. Un aspect negativ și care afectează securitatea economică este indicatorul „volumul mărfurilor transportate” deoarece acesta înregistrează evoluții negative.

BIBLIOGRAFIE

1. BARI I. Probleme globale contemporane. București: Editura Economică, 2003.

2. BONCIU, F. Caracteristici ale globalizării în primele decenii ale secolului al XXI-lea. Revista de Economie Mondială, 9(1), (2017). pp. 1-11
3. COREȚCHI B., SÂRBU O., MOROI E. Competitiveness analysis of the republic of Moldova by means of efficiency indicators of foreign trade with agricultural food products În: Lucrări științifice, UȘAMV, București, 2014, p.89-99, 0,81 c.a., PRINT ISSN 2284-7995, E-ISSN 2285-3952
4. MOROI E. Dezvoltarea economică și competitivă a Republicii Moldova. În Revista de studii interdisciplinare „C.Stere”, Iași 2018, Nr. 1-2, 0,36 c.a., pag.105-112, ISBN 978-973-116-631-5

IMPLICAȚIILE PROGRESULUI TEHNICO-ȘTIINȚIFIC ASUPRA COMPORTAMENTULUI PRODUCĂTORILOR ȘI CONSUMATORILOR

Angela DOLGOPOL

Universitatea de Stat din Moldova

Résumé. *La mondialisation de l'économie a accéléré le progrès technique et scientifique, y compris les technologies de l'information. Dans l'article est analysé l'impact du progrès technique sur le comportement des producteurs et des consommateurs. En même temps sont décrites les conséquences positives et négatives du phénomène mentionné. L'auteur évalue le processus d'utilisation de l'intellect artificiel dans l'activité économique et tire certaines perspectives.*

Mots clés: *progrès technico-scientifique, comportement des consommateurs, décisions des producteurs, technologies de l'information, intellect artificiel.*

Evoluția spectaculoasă a științei și tehnicii, în special în ultimele decenii, a modificat caracterul relațiilor social-economice, care necesită studii mai aprofundate a cercetătorilor de toate nivelele.

În ultimele decenii noi toți suntem martorii unor consecințe majore ale progresului tehnico-științific, în special în ipostaza de consumatori. Practic fiecare dintre noi în prezent nu-și imaginează viața fără telefon sau/și calculator. Astfel dacă cândva un gigabit de memorie costa circa 10000 de dolari, având volumul unui frigider, astăzi el ni se oferă gratis și ocupă milimetri. În perspectivă putem să intuim că transformările, legate de RTS, vor fi și mai fulgerătoare, deoarece persoanele și bunurile se conectează la rețea. Deja la momentul actual mai mult de 3 milioane persoane de utilizatori au acces la Internet. Se estimează că în următorii ani circa 50 miliarde de bunuri (frigider, calculatoare, becuri, drumuri etc) de asemenea vor fi conectate la Internet.

Tehnologiile de rețea pot fi utilizate pentru colectarea a noi tipuri de date. În această ordine de idei Internetul poate servi ca temelie pentru efectuarea diverselor investigații ca sondaje și prospecțiuni, fiind mai ieftin și mai facil în utilizare, cel puțin în prima etapă a cercetărilor comparativ cu studiile anterioare. Totuși asemenea gen de cercetări necesită costuri inițiale ridicate, cunoscute antreprenorilor din start-upuri, devenind rentabile în cazul unui număr considerabil de participanți (de exemplu o mie).

Tehnologiile bazate pe Internet se utilizează în descoperirea și descrierea avantajelor pieței. Cumpărătorii pot compara prețurile diverselor produse (servicii), selectând cel mai optimal mix de preț și calitate dintr-o mulțime de variante alternative propuse. Tot odată producătorii și vânzătorii, care-i reprezintă, pot dispune de baze de date, ce reflectă decizia consumatorului. Prin această relație virtuală dintre consumator și producător sunt descrise și optimizate strategiile de marketing ale agenților economici contemporani.

Concomitent tehnologiile, bazate pe Internet, devin surse pentru noile forme de inovație. Circa odată într-o generație are loc convergența noilor tehnologii. De exemplu, maturizarea Internetului, accesibilitatea benzilor largi de legătură, tehnologiile de comprimare a fișierelor și apariția telefonului Apple iPhone au permis unor asemenea companii ca

Facebook, YouTube, Uber (care a apărut inițial în Franța) și Twitter să modifice complet standardele de deservire ale clienților.

În prezent sîntem martorii următoarei etape de convergență a tehnologiilor contemporane. Este vorba de Big data, adică posibilitățile Internetului de stocare și prelucrare a unor volume foarte mari de informație. Spre exemplu, în anul 2019 de către Ministerul Economiei a fost efectuată prezentarea investigației „Jucătorii pieței IT sînt pregătiți pentru ieșirea pe piața mondială.” (Moldovian IT Players Priming for Worldwide presence), care conținea analiza pieței serviciilor informaționale și de telecomunicații. Aceasta a fost efectuată de către compania International Data Corporation cu susținerea agenției americane USAID și a celei suedeze Sverige. În cercetare sînt descrise acțiunile companiilor private în sfera IT și cea de telecomunicații. Astfel s-a menționat că „...companiile IT moldovenești participă la crearea unui sortiment larg de produse în diferite ramuri, utilizând tehnologiile avansate Big data, Cloud, Internet of Things.”¹

Eu însămi am urmărit prezentarea tehnologiei Big data și am rămas impresionată de oportunitățile oferite de către aceste tehnologii și de nivelul de instruire a specialiștilor respectivi, care permit ca intelectul artificial să fie prezent pretutindeni. Acesta devine tehnologia predominantă a secolului XXI.

Totuși există și consecințe negative ale fenomenului menționat. Efectele produse de asemenea baze de date au fost temperate de posibilitățile de sustragere a consumatorului de a fi expus unei asemenea monitorizări. Un marketing online agresiv sau folosirea „cookie”, de exemplu, poate conduce cumpărătorul la utilizarea unor softuri speciale de protecție, iar dacă el nu poate evita publicitatea nedorită, compania respectivă poate pierde încrederea acestuia. Astfel contează și modalitățile de protejare ale participanților rețelei. În caz contrar noile tehnologii se pot transforma în sursă de amenințare la adresa clientului și i pot limita libertățile. O oportunitate în acest sens ar putea fi fragmentarea Internetului, care presupune administrarea mai simplificată.

Așa dar, accesul legal la bazele de date, precum și protejarea acestora fără a minimaliza sau a distruge sfera privată a oricărui individ, rămân problemele nesoluționate ale noii economii.

Consumatorul deja se familiarizează frecvent cu Intelectul artificial. Astfel compania Google practică studierea automată pentru sugestii automate în interogările de căutare. La rîndul său Facebook și Amazon utilizează algoritmiile recomandărilor automate, ce se sprijină pe datele în privința faptului ce a citit sau a procurat consumatorul. Intelectul artificial este componenta principală a automobilelor fără pilot, capabile să evite accidente, precum și în sistemele de joc.

Ținând cont de posibilitățile vaste ale intelectului artificial, în prezent pentru toate companiile ar trebui să devină o prioritate integrarea acestuia în propriile produse și servicii. În caz contrar ele nu vor putea concura cu competitorii, care utilizează sistemele de colectare a datelor pentru îmbunătățirea calității servirii clienților. Următoarea generație de consumatori crește odată cu extinderea tehnologiilor digitale. Reprezentanții acestora vor aștepta de la companie înteuirea dorințelor, precum și oferirea unui răspuns imediat și personalizat la solicitările lor.

La momentul de față utilizarea intelectului artificial este o opțiune prea costisitoare și complicată pentru o bună parte de întreprinderi. Pot interveni complicații în legătură cu integrarea acestuia în business și e nevoie de specialiști de înaltă calificare în domeniul datelor. În rezultat multe întreprinderi i-au decizii, sprijinindu-se pe instincte, dar nu pe informație. Această abordare este depășită deja de timp. În perioada apropiată situația se va schimba. Utilizarea Intelectului artificial se va extinde. Aceasta va permite fiecărui angajat să devină mai deștept, să acționeze mai prompt și mai productiv. Algoritmiile sînt capabili să analizeze miliarde de semnale și să redirecționeze solicitarea clientului către agentul economic cel mai potrivit.

Desigur, posibilitățile intelectului artificial sînt mult mai ample comparativ cu vînzările online. Progresul se manifestă și în așa numitul „studiu profund(deep leaning). Este un tip de intelect artificial ,ce se modelează, conducându se de exemplul rețelelor neurologice ale creierului.Aceasta tehnologie va permite ajutoarelor digitale să vă planifice concediul cu perspicacitatea unui om sau să identifice atitudinea consumatorului față de un anumit brand,bazându se pe milioanele de semnale din rețelele de socializare și pe alte surse de informare.În medicină algoritmurile deep leaning vor permite medicilor să depisteze celule de cancer sau zltă patologie în regim de timp real,aflându se în orice punct al Terrei.

Concluzii

Pentru o aplicare eficientă și inteligentă a intelectului artificial companiile vor trebui să fie preocupate de problemele confidențialității și securității.Intelectul artificial este viabil datorită detelor cu care operează:cu cât mai multă informație obține acesta despre persoană,cu atît mai precise vor fi sugestiile referitor la nevoile acesteia.Însă acest imens flux de date cu caracter personal poate fi utilizat și prin asemenea modalități,care pot distorsiona(distruge) încrederea.Astfel companiile trebuie să respecte transparența în sfera utilizării datelor cu caracter personal ale oamenilor.În plus,intelectul artificial poate depista cazuri de violare a securității digitale și să protejeze de acestea.El va juca un rol crucial în protejarea vieții personale a utilizatorilor și în problematica credibilității.

Ca și în etapeleprecedente de transformare ale proceselor economice Intelectul artificial va contribui la atingerea noilor nivele ale productivității,ne va extinde oportunitățile profesionale și personale în viață,impunându-ne să reflectăm asupra corelațiilor om-mașină.Acesta va contribui la transformări radicale în multiple ramuri.De exemplu,unele persoane pot fi disponibilizate,deoarece au loc procese de automatizare ale locurilor de muncă.Totodată locurile de muncă existente se vor moderniza,iar alte job-uri vor fi create.Societatea în întregime și persoanele fizice/juridice urmează să se pregătească pentru noile realități tehnice și economice. Aceastase poate realiza pregătindu ne din punct de vedere profesional pentru locurile de muncă ale viitorului sau dezvoltând sisteme de protecție socială pentru persoanele ce rămân în urma trendului.

Intelectul artificial încă e departe de a depăși posibilitățile creative ale creieruli uman,deși au trecut deja 60ani din timpurile când Jhon Mac Carty,savant,specialist în IT a utilizat pentru prima oară termenul respectiv la colegiul din Dartsmut.Este cert însă că tehnologiile informaționale se vor dezvoltă în perspectivă cu tempouri și mai accelerate,astfel că peste 30ani nu ne vom putea imagina cum era posibil anterior să nu recurgem la ajutorul intelectului artificial.

BIBLIOGRAFIE

1. Dolgopol A.Economia inovațiilor și implicațiile ei în Republica Moldova..Conferința Științifică Intrernațională „Paradigmele moderne în dezvoltarea economiei naționale și mondiale.Chișinău,CEP USM,2020,0,3c.a.ISBN 978-9975-152-70-4
- 2.Moldovanu D.Economia imaginației creative.Chișinău,Editura „Știința&Arc”, 2014 .
- 3.Ștefanachi B. .Filosofia noii economii.Iași,Tipografia Moldova, 2004.
- 4.Джейнвей У. Два пути развития,основанных на инновациях экономик. „Экономическое обозрение” №14 от 19.04.2013.
- 5.Кальдеран Ф.Формирование образованного поколения.,„ Экономическое обозрение” №35 от 30.09.2016.
6. Моисеев С. Эволюционная роль ИКТ. „Экономическое обозрение”,№17 от 10.05.2019.

POTENȚIALUL DE DEZVOLTARE A REPUBLICII MOLDOVA PRIN PRISMA ANALIZEI VENITURILOR ȘI CHELTUIELILOR

Elena MOROI

Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Abstract. This article represents the development potential of the Republic of Moldova in terms of income and expenditure analysis. It also analyzes the structure of BPN revenues, the evolution of revenues, expenditures and budget deficit, as well as government debt. The analysis of the evolution of the industrial sector as well as of the agricultural production in the Republic of Moldova on the phytotechnical and zootechnical sectors has a major importance, highlighting the average incomes of the population and the consequences of the incomes obtained from the activity of these sectors.

Keywords: industrial sector, zootechnical and phytotechnical sector, revenue, expenditure of the budget deficit.

Științele economice sunt implicate ca un sistem de cunoștințe ale omenirii, preocupate de studiul structurii economice a societății. Bazele teoretice și metodologice ale dezvoltării economice sunt orientate pentru a oferi unii indicatori pentru activitatea eficientă și utilizarea resurselor limitate în condiții optimale. Economia Republicii Moldova este parte componentă a sistemului economic global integrat cu implicări de dezvoltare, încât politicile și practicile economice de ascensiune economică durabilă să devină un obiect de cercetare. Cu toate acestea, din cauza progresului ei economic lent, în raport cu particularitățile poziției sale geostrategice, stabilitatea economică a Republicii Moldova este amenințată de crizele economice, financiare, monetare și sociale. Lipsa politicilor și a practicilor economice coerente duc la creșterea nivelului de vulnerabilitate și la apariția constrângerilor de ordin social.

Veniturile din impozite și tarife din bunuri și servicii, în principal veniturile din conturile de taxa pe valoarea adăugată, au cel mai mare impact asupra creșterii veniturilor. Veniturile din taxa pe valoarea adăugată au crescut cu 8,4%, reprezentând 32% din veniturile totale și creșterea impozitului pe consum - o creștere de 9,6%, contribuind la o creștere de 11%. Menținerea unei tendințe de creștere a veniturilor din impozite și tarife pentru bunuri și servicii a crescut dependența economiei naționale de consum (comerțul cu amănuntul a crescut cu circa 13,7% în termeni reali din ianuarie până în noiembrie 2019, iar comerțul cu ridicata a crescut în termeni nominali cu 16,1% față de aceeași perioadă a anului trecut).

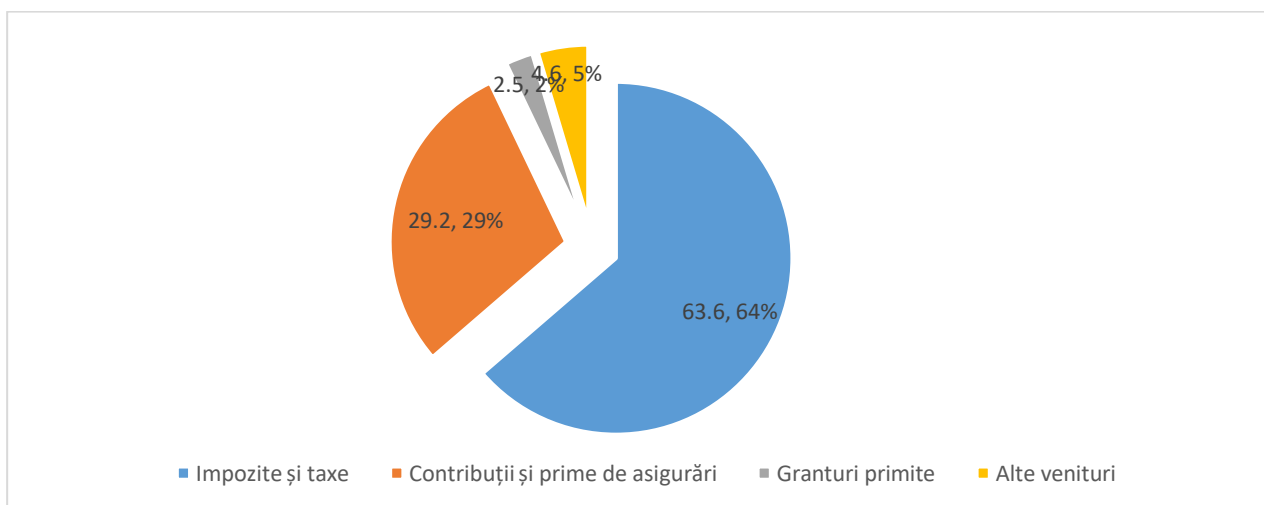


Fig. 1. Ponderea veniturilor BPN în anul 2019 (%)

Sursa: elaborat de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor

Cu o pondere majoritară de circa 64% în total venituri, impozitele și taxele au contribuit cel mai semnificativ la creșterea veniturilor BPN, înregistrând o creștere de 6,4%. Acumulările din impozitele pe venit au rămas la același nivel ca în anul 2018. În pofida creșterilor salariale înregistrate în anul curent (conform datelor pentru ianuarie-septembrie 2019, salariul mediu lunar în economie s-a majorat cu 15%: în sectorul bugetar – cu 20,4% și în sectorul real – cu 13,1%), încasările din impozitele pe venitul persoanelor fizice (salariu) sunt în diminuare – cu 0,3%. Totodată, încasările din impozitele pe venitul persoanelor juridice au înregistrat o creștere de numai 0,2%.

Veniturile din impozite pe proprietate dețin o pondere de numai 1,0% și impactul creșterii acestora cu 3% asupra evoluției veniturilor totale nu este simțitor.

Din contul contribuțiilor și primelor de asigurări obligatorii s-au acumulat venituri în sumă de 18,4 mld. lei.

Impozitele și taxele au reprezentat ponderea majoritară de aproximativ 64% din veniturile totale și au contribuit cel mai mult la creșterea veniturilor BPN, în creștere cu 6,4%. Impozitul pe venit cumulat este același ca și în anul 2018. Deși în acest an s-a înregistrat o creștere a salariilor, conform datelor din ianuarie până în septembrie 2019, salariul mediu lunar pe economie a crescut cu 15%, de exemplu: în sectorul bugetar cu 20,4% și în sectorul real cu 13,1%. Veniturile din impozitele din salariu sunt în diminuare cu 0,3%. În același timp, veniturile din impozitul pe venitul corporativ au crescut doar cu 0,2%. Veniturile din impozitul pe proprietate reprezintă doar 1,0%, iar creșterea acestuia cu 3% nu are un impact semnificativ asupra evoluției veniturilor totale.

În ceea ce privește plata și primele de asigurare obligatorie, venitul acumulat a fost de 18,4 mld. lei.

Încasările din impozite reprezintă aproximativ 29% din totalul veniturilor bugetare, se înregistrează o creștere de 7,3%, ceea ce garantează aproximativ 25% din creșterea veniturilor totale. Veniturile din contribuțiile de asigurări sociale au crescut cu 4,6%, dar veniturile din primele de asigurări medicale obligatorii au crescut cu 15,8%. Numărul de granturi primite a depășit de aproximativ 4 ori numărul primit în aceeași perioadă a anului trecut. Ajutoarele financiare primite de la organizații internaționale în anul 2019 au fost de 5 ori mai mult decât în anul 2018. Deși ponderea acestora este destul de mică (2,5%), această creștere a asigurat o majorare cu 25% a veniturilor totale.

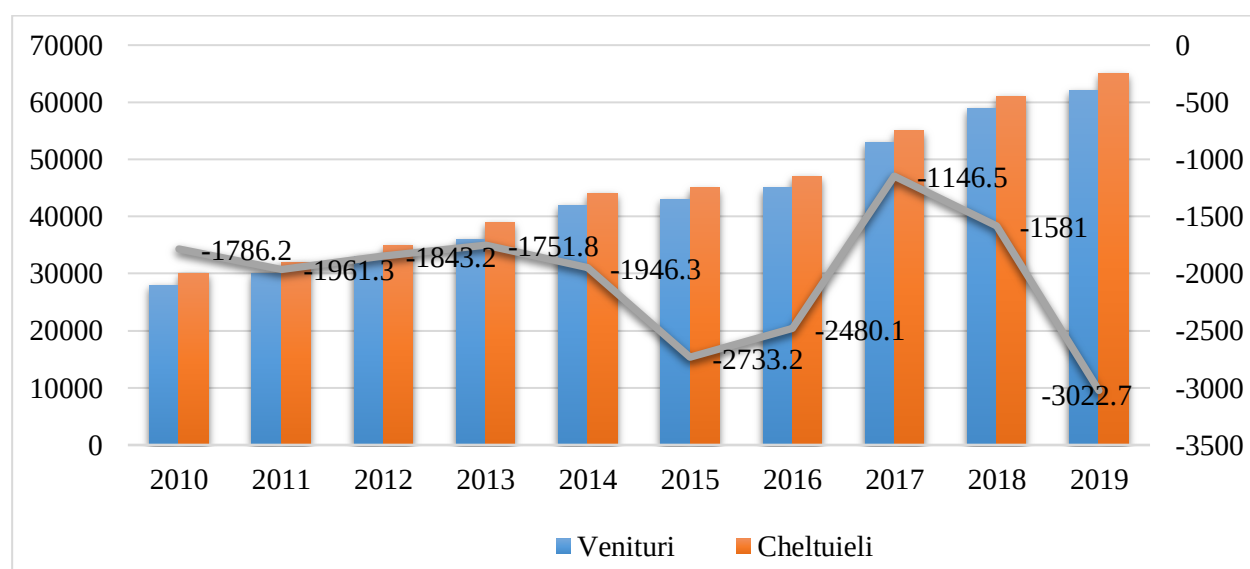


Fig. 2. Veniturile, cheltuielile și a deficitului bugetar în anii 2010-2019, mil.lei

Sursa: elaborat de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor

Rata de creștere a cheltuielilor este mai mare decât ritmul de creștere a veniturilor, ca urmare a măsurilor luate de sectorul bugetar rezultând un deficit cumulat de -3.022,7 mil. lei. În perioada de respectivă a anului trecut a fost creat un deficit de -1581,0 mil. lei.

Deficitul bugetar a fost finanțat de sursele interne și externe sub formă de active financiare (conturi de creanță, împrumuturi interne către instituții nefinanciare și financiare, împrumuturi interne către instituții nefinanciare și financiare) și datorii interne, cât și împrumuturi interne de la instituții nefinanciare și financiare.

Din ianuarie până în decembrie 2019, cheltuielile au fost de 65 971,9 mil. lei, ceea ce a fost cu 10,7% mai mare decât nivelul înregistrat în 2018. După clasificarea de funcție, cea mai mare pondere a cheltuielilor totale este ponderea asistenței sociale 35,4%, urmat de cheltuielile pentru educație cu 18,4%, ocrotirea sănătății – 13,1%, servicii de stat cu destinație generală – 9,3%, ordine publică și securitate națională – 6,6% etc.

La 31 decembrie 2019, valoarea totală a datoriei de stat a constituit circa 52,5 mld.. lei, în creștere cu 0,9% față de perioada analizată în anul 2018.

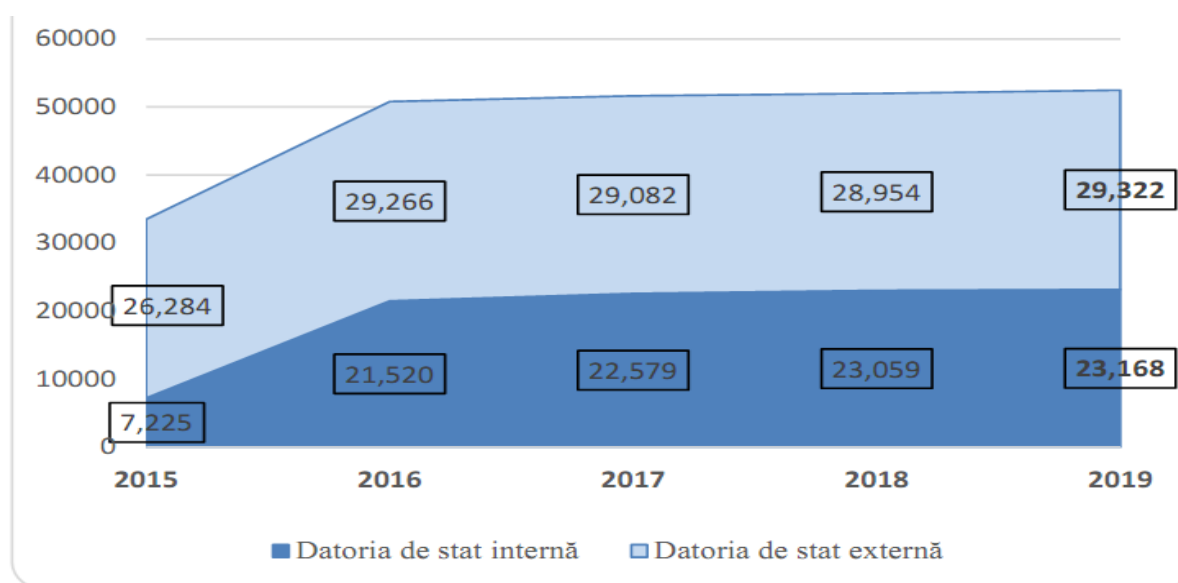


Fig 3. Evoluția datoriei de stat la data de 31 decembrie 2015-2019, mil.lei

Sursa: elaborat de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor

Datoria națională (internă și externă) la sfârșitul lunii decembrie 2019, gestionată de guvern este de aproximativ 52,5 mld. lei, care înregistrează o creștere de 0,9% față de aceeași perioadă din anul 2018. În structura totală a datoriei naționale, datoria internă reprezintă 44,1%, și respectiv datoria externă constituie 55,9%. Nivelul datoriei naționale se încadrează în parametrii de risc specificați în planul guvernamental de gestiune a datoriei pe termen mediu (2019-2021).

Amploarea obligațiunilor de trezorerie interne a atins cotația de 23,2 mld. de lei. Și a înregistrat o creștere de 0,5%. Această situația s-a produs în urma majorării creșterii valorilor mobiliare de stat (VMS) pe piața primară. Această creștere mică permite constatarea unei stabilități a nivelului datoriei interne.

Stocul datoriei publice interne este format în întregime din VMS și numărul constituenților săi aproximativ 23,2 mld. lei și se calculează pe baza prețului de cumpărare, de exemplu: VMS emise pe piața primară cu valoarea de 8,3 mld. lei, care este în creștere cu 4,3%, VMS convertite, ce reprezintă datoria guvernamentală internă semnată anterior de la BNM convertită în VMS – cu o valoare 2063,4 mld. lei, (nivelul similar în 2018) și emitere de VMS pentru implementarea garanțiilor de stat de 12,9 mld. lei, făcând o comparație cu perioada de analiză a anului trecut se denotă o scădere cu 230 mln. Lei. Aceasta s-a datorat

executării obligațiilor de plată ce decurg din garanție stat. În ceea ce privește VMS-ul eliberat pentru implementarea asigurării de stat, devine o parte a acesteia în soldul datoriei publice interne, care a crescut brusc cu 13,3 mln. lei în octombrie 2016.

Datoria externă a țării este de aproximativ 1,7 mld. dolari SUA (29,3 mld. lei), și se află în creștere cu 0,9% (sau în creștere cu 1,3% exprimată în lei).

Nivelul datoriei țării se încadrează în parametrii de risc specificați în planul de „Programul Managementul datoriei de stat pe termen mediu (2019-2021)”.

Dependența economiei naționale de către țările străine rămâne la un nivel înalt. Conform datelor preliminare ale balanței de plăți pentru 9 luni ale anului 2019, deficitul de cont curent este de 10,6% din PIB, transferuri personale, adică compensarea muncii și transferuri personale constituie 15,9%, acumularea netă a pasivelor pentru investiții străine directe este de 5,9%, balanța negativă a bunurilor și serviciilor constituie 24,6%.

Rata de creștere a comerțului exterior continuă să scadă. Din ianuarie până în noiembrie 2019, exporturile au crescut cu 3%, iar importurile au crescut cu 1,2%. Deficitul comercial a fost de 2740,9 mln. dolari SUA, iar în perioada ianuarie-noiembrie 2018 a constituit cifra de 2753,4 mln dolari SUA, rata de acoperire a importurilor și exporturilor a fost de 48,3%, în creștere cu 0,8 puncte procentuale față de aceeași perioadă a anului trecut.

Remitențele din străinătate au o tendință constantă de scădere. În 2019, suma totală a remitențelor bancare de către persoanele fizice din Republica Moldova a scăzut cu 3,5% față de aceeași perioadă din 2018, ce constituie 1222,9 mil. dolari SUA. Principalele motive pentru scăderea remitențelor au fost stagnarea economică a Federației Ruse, scăderea cererii interne în Italia și recesiunea economică din Turcia.

Sectorul industrial înregistrează o creștere lentă, care din ianuarie până în noiembrie 2019, producția industrială a crescut doar cu 2,5%. Această creștere se datorează majorării industriei prelucrătoare cu 3,4%.

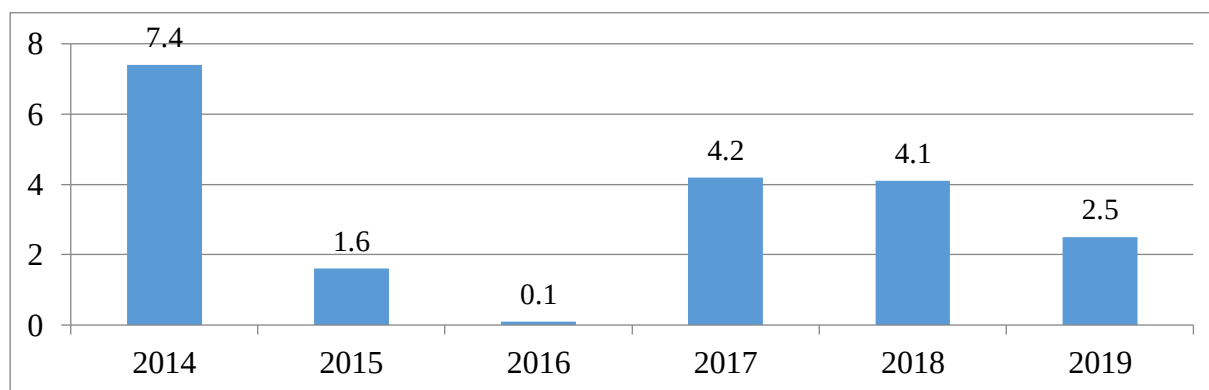


Fig. 4. Dinamica sectorului industrial al R. Moldova în % față de perioada de analiză a anului precedent

Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al R. Moldova

Afectată de regimul termic înalt, producția și furnizarea de energie sunt în scădere cu (-2,4%), în plus, industria extractivă a înregistrat rezultate negative (-1,8%). Principalii factori care determină creșterea sectorului industrial sunt: dezvoltarea sectorului auto, dezvoltarea activă a sectorului construcțiilor și a industriei alimentare. În același timp, încetinirea cererii externe este factorul de bază care a provocat încetinirii ritmului de creștere a sectorului industrial.

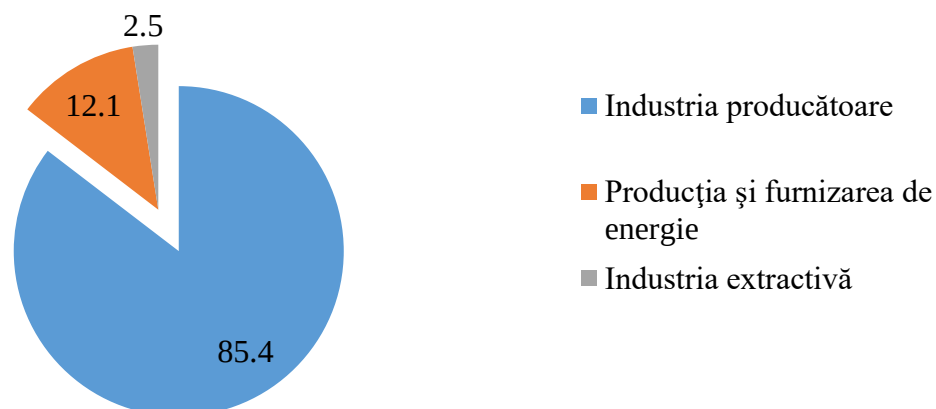


Fig. 5. Structura sectorului industrial al R. Moldova în anul 2019, %

Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al R. Moldova.

Producerea de piese de automobile și motoare este principala ramură care promovează creșterea sectorului industrial. Această ramură are o cotă de 3,5% din întreaga industrie, care a crescut cu 31,5% din ianuarie până în noiembrie 2019, asigurând aproximativ 75% sau cu (-1,9 puncte procentuale) din creșterea ramurei. Datorită dezvoltării proiectelor de investitori străini inițiate în Zona economică liberă în perioada 2017-2019, filialele corespunzătoare continuă să se extindă.

Totuși, trebuie de menționat că în ultimele luni creșterea sectorului a încetinit, ceea ce se datorează cel mai probabil scăderii cererii de pe piețele externe.

Sectorul industrial legat de industria construcțiilor este, de asemenea, în creștere: fabricarea de produselor din plastic, inclusiv uși și ferestre cu o majorare de 18,6%, de menționat că contribuția la creșterea industriei este de 0,6 p.p., fabricarea de structuri metalice și a produselor metalice, înregistrează o creștere cu 18,6%; adaos la industrie cu 0,4 p.p., producția de mobilă înregistrează o creștere cu 12,1%; adaos la ramura industriei cu 0,3 p.p., producția de ciment, var și ipsosului, de asemenea, înregistrează o creștere la ramura industriei cu 0,3 p.p. etc.

Industria alimentară continuă să crească, contribuind cu aproximativ 1,3 puncte procentuale la creșterea sectorului industrial, cu o creștere de 52%. În perioada ianuarie-noiembrie 2019, principalele ramuri care au asigurat creșterea industriei alimentare au fost prelucrarea fructelor și legumelor înregistrând o creștere cu 12,9%; de asemenea, contribuția la creșterea industriei a fost de 0,5 p.p. producția de băuturi înregistrează o creștere de 4%, contribuind cu o creștere de 0,4 p.p. la ramura industrială, categoria alte produse alimentare – cu 10,2%; contribuția la creșterea industriei de 0,3 p.p., producție de produse de panificație și făină are o creștere cu 7,4% – contribuție fiind de 0,2 p.p., fabricarea și prelucrarea cărnii are o creștere cu 3,3% și contribuția la creșterea industriei cu 0,2 pp., producție de uleiuri animale și vegetale cu o creștere cu 9,4%, cu o contribuție la creșterea industriei cu 0,2 p.p.

Pe lângă sectoarele industriale menționate mai sus, o contribuție pozitivă semnificativă la dezvoltarea sectorului industrial este creșterea producției de preparate farmaceutice, care înregistrează 16,6% mai mare și cu o contribuție la creșterea industriei cu 0,2 p.p.

După trei ani consecutivi de creștere, sectorul agricol a cunoscut un rezultat negativ (-1,9%) în 2019. Această evoluție este determinată în special de scăderea producției animale cu (-6%), producția de bovine și păsări înregistrează o creștere; producția de lapte și producția de ouă – la aceste categorii au scăzut.

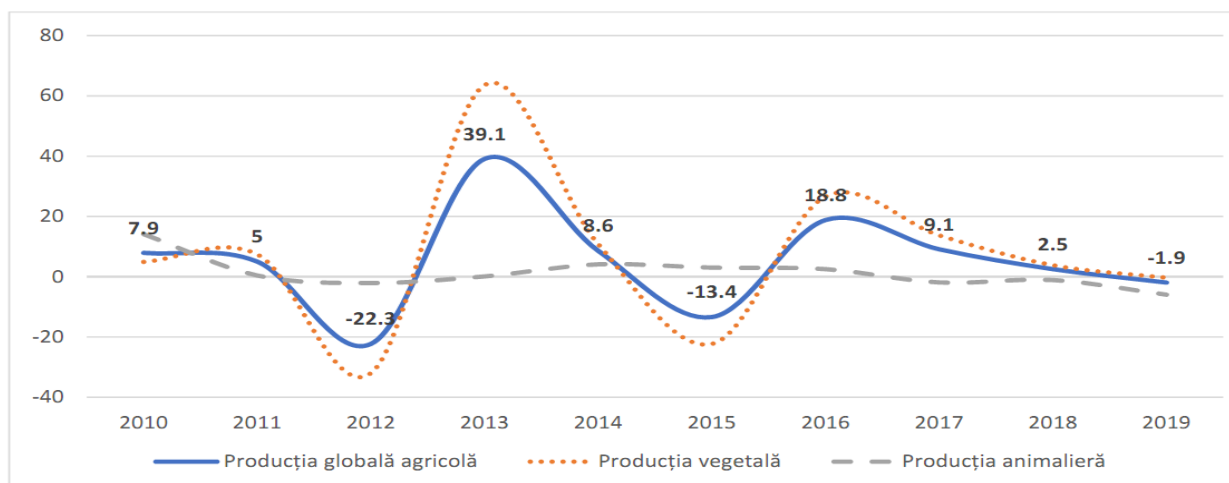


Fig. 6. Dinamica producției agricole în R. Moldova, % față de anul precedent

Sursa: elaborată de autor în baza datelor BNS al R. Moldova.

Volumul producției fitotehnice este aproape la același nivel ca în anul 2018 cu o minimizare de -0,3%. Producția de floarea soarelui, legume de câmp și cartofi este în creștere și în scădere - grâu, sfeclă de zahăr, struguri, fructe, fructe de pădure (pomușoarele).

Producția fitotehnică în 2019 a înregistrat nesemnificativ o diminuare cu -0,3 decât anul precedent. Comparativ cu 2018, 2019 este un an mai favorabil, în special pentru următoarele categorii de produse: castraveți (+93,5%), floarea soarelui (+2,1%), sorg (de 11 ori), morcovi (+73,6%), fructe de pădure (+18,7%), caise (+75,8%), fasole (+17,5%), ardei (+51,2%), porumb (+0,8%), sfeclă (+45,7%), ceapă (+12,4%) etc. Cu toate acestea, în 2019, condițiile climatice au fost precare, iar suprafața însămânțată a unor culturi a fost redusă, nereușind să atingă nivelul de producție din anul precedent. În acest an s-a înregistrat diminuări la următoarele culturi: strugurii (-10,1%), mere (-9%), roșii (-27,3%), sfecla pentru zahăr (-16,8%), usturoiul (-25%), grâul (-1,5%) etc.

Industria zootehnică a scăzut pentru al treilea an consecutiv, iar tendința descendentă s-a intensificat de la an la an. În 2019, producția din proveniență animalieră s-a diminuat cu 6%, reprezentând 87% din scăderea producției agricole totale. Rezultatele negative sunt determinate de scăderea/creșterea producției de bovine și păsări cu (-5%), a producției de lapte cu (-10,9%) și a producției de ouă cu (-2,2%).

Motivul scăderii producției de bovine și a producției de lapte este rezultatul scăderii numărului de capete de bovine la nivel de țară, care în 2019, a scăzut până la 110 mii sau cu 14,1% față de anul precedent. Situația nefavorabilă a industriei sectorului zootehnic se datorează concentrării bovinelor producătoare de lapte în gospodăriile individuale care desfășoară activități independente cu aproximație de 94,4% și activităților antreprenoriale subdezvoltate din acest sector.

Producția în greutate vie a porcilor cu o reducere de (-6,1%), oilor, caprinelor (-5,8%) și păsărilor (-2,4%). De asemenea, înregistrează o scadență și producția de ouă în toate gospodăriile aproximativ -2,2%.

În urma celor analizate putem concluziona că, un impact deosebit îl joacă rolul transportului și transportarea mărfurilor pe calea aeriană ce a crescut cu 22%, iar volumul mărfurilor transportate pe apă a crescut de asemenea cu 1,1%. Volumul mărfurilor transportate rutier estimează aceiași valoare ca în anul precedent.

În cele nouă luni ale anului 2019, venitul mediu lunar total al salariaților din economia națională a fost de 7203,9 lei, și s-a aflat în creștere nominală de 15% față de cele nouă luni ale anului 2018, iar salariile reale au crescut cu 10,5%. Pentru o comparare sunt exprimate în valute străine constituind 364 de euro sau 409 de dolari SUA. În domeniul bugetar, salariul

mediu lunar a fost de 6660,40 lei, înregistrând o creștere cu 20,4%, iar în sectorul real salariul mediu fiind de 7408 lei, în creștere cu 13,1%. De menționat că, creșterea salariilor stimulează creșterea cererii interne, promovând astfel creșterea economică pe termen scurt, dar creează și presiuni inflaționiste.

Valoarea medie lunară a pensiei la 1 ianuarie 2020 este de 1901,14 lei, înregistrând o creștere nominală de 11,2% față de aceeași zi din anul 2019.

Nivelul minim de trai pentru primul semestru al anului 2019 este de 2028,3 lei pe cap de locuitor pe lună. În trimestrul trei al anului 2019, rata șomajului la nivel național/proporția șomerilor în forța de muncă a BIM a fost de 4%. În 2019, numărul șomerilor înregistrați de oficiile forței de muncă a fost de aproximativ 31500, adică cu 11,4% mai puțini decât s-au înregistrat din luna ianuarie până în noiembrie 2018.

BIBLIOGRAFIE

1. BARI I. Globalizare și probleme globale. București, Ed. Economica, 2001
2. BONCIU, F. Caracteristici ale globalizării în primele decenii ale secolului al XXI-lea. Revista de Economie Mondială, 9(1), (2017). pp. 1-11
3. COREȚCHI B., SÂRBU O., MOROI E. Competitiveness analysis of the republic of Moldova by means of efficiency indicators of foreign trade with agricultural food products În: Lucrări științifice, UȘAMV, București, 2014, p.89-99, 0,81 c.a., PRINT ISSN 2284-7995, E-ISSN 2285-3952.
4. MOROI E. Dezvoltarea economică și competitivă a Republicii Moldova. În Revista de studii interdisciplinare „C. Stere”, Iași 2018, Nr. 1-2, 0,36 c. a., pag.105-112, ISBN 978-973-116-631-5

TENDINȚE INOVATIVE ALE INDUSTRIEI OSPITALITĂȚII ÎN CONTEXTUL GLOBALIZĂRII

Mariana STOICA

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The impact of the globalization on the introduction of innovative technologies in the hospitality industry are difficult to overestimate, because only those hotels that are able to change demographically, technologically and economically and adapt to the changes, will succeed. The purpose of this article is to identify the innovative trends of the hospitality industry due to the globalization processes. This study showed that the globalization has a strong impact on the management of the hotel business by improving the long-term growth potential of the hotel business, including tangible and intangible assets, which has a strategic importance for the sustainable development of hotels.*

Keywords: *innovation, globalization, hospitality industry, hotel, technology.*

Procesele globalizării au un impact major asupra industriei hoteliere prin introducerea tehnologiilor avansate de management, capabile să mobilizeze și să contribuie la generarea schimbărilor din acest sector.

Hotelurile dispun de resurse și echipamente similare, prestează aceeași gamă de servicii, iar personalul cu cunoștințele și experiența lor, ideile și inovațiile, capacitatea de a comunica cu oaspeții, devine o resursă de importanță crucială. O afacere care se bazează pe capitalul uman include cunoștințe, experiență și tehnologii care trebuie să evolueze pentru a rămâne relevante, să fie în pas cu vremea, să creeze un produs superior și să poată susține strategia de creștere. Globalizarea economiei mondiale promovează dezvoltarea accelerată cu ajutorul implementării de noi tehnologii, inovație și creșterea gradului de profesionalizare a capitalului uman. Mediul extrem de competitiv din industria hotelieră stimulează căutarea de noi modalități de creștere a performanțelor economice. Una dintre tendințele de bază din această sferă este dezvoltarea și aplicarea unei varietăți de inovații și noi elemente care pot servi drept un impuls puternic pentru dezvoltarea industria ospitalității. Inovațiile de toate

tipurile sunt esențiale în susținerea viabilității și competitivității întreprinderilor hoteliere. Utilizarea sistematică și omniprezentă a inovațiilor pentru a asigura creșterea performanței întreprinderii sunt acum recunoscute a fi de importanță vitală de un șir de cercetători și manageri practicanți.

Cercetând mai multe surse au fost identificate următoarele tendințe la nivel global, care au potențialul de a avea un impact major asupra dezvoltării industriei hoteliere:

- ✓ schimbări în fluxurile demografice: numărul turiștilor sosiți din economiile emergente este în creștere accentuată. Hotelurile trebuie să-și adapteze serviciile orientate spre deservirea clienților care provin din culturi total diferite;
- ✓ îmbătrânirea populației occidentale și schimbările sociale influențează în mod diferit statutul sectorului hotelier și stimulează hotelierii să caute noi strategii eficiente pentru dezvoltarea serviciilor sale.
- ✓ realizările în domeniul tehnologiei vor deveni factori majori ai competitivității hotelurilor. Este dificil să te opui globalizării informației. Viteza de procesare și diseminare a informațiilor este din ce în ce mai rapidă.
- ✓ creșterea rolului informațiilor în crearea „reputației” hotelului. Tururile virtuale, ratingul deschis, chatul, rețelele de socializare pot fi folosite cu succes în strategiilor de dezvoltare a afacerii hoteliere.

Tendința inovatoare în industria ospitalității se manifestă prin abilitatea de a genera diverse inovații, care pot asigura succesul dezvoltarea unui hotel. Aplicarea pe scară largă a noilor cunoștințe generează noi servicii, produse și tehnologii. Dacă un hotel nu aplică nici un fel de inovație, acesta va pierde din performanță și competitivitate.

Prin urmare, procesele globalizării au impact asupra gestiunii potențialului de creștere pe termen lung al afacerii hoteliere, inclusiv asupra activelor corporale tangibile și intangibile care au o importanță strategică pentru dezvoltarea durabilă a întreprinderilor hoteliere.

În viața reală, implementarea inovațiilor în industria hotelieră este limitată de un șir de factori precum sunt: finanțarea limitată și riscuri investiționale sporite.

Activitatea inovațională în sine este multidimensională și poate lua diverse forme. În tabelul nr. 1 se reflectă clasificarea inovațiilor pe tipuri și metodele de implementare ale acestora în industria ospitalității.

Tabelul 1. Tipuri de inovații în industria ospitalității

No.	Tipul inovației	Descriere	Metode specifice de implementare în industria ospitalității
1.	Inovații tehnice	Crearea de noi materiale, produse, servicii și tehnologii, noi modalități furnizare a servicii, îmbunătățirea celor învechite	Extinderea gamei serviciilor de cazare în funcție de nevoile turiștilor
2.	Inovații economice	Apariția de noi piețe cauzată de introducerea de noi produse sau tehnologii, crearea de noi căi de vânzare/cumpărare a serviciilor industriei ospitalității	Extinderea instituțiilor din domeniul industriei hoteliere din centru către periferie, ștergând golurile din spațiul geografic al industriei ospitalității
3.	Organizarea și managementul inovațiilor	Abordări și soluții noi în procesul organizării și managementului operațiunilor	Implementarea modelelor ospitaliere îmbunătățite folosite de organizații (europene, asiatice, americane, est-europene)

4.	Inovații legislative	Introducerea noilor legi sau reglementări precum și schimbări semnificative în cele existente	Implementarea simultană a convențiilor internaționale și a legislației naționale în domeniul ospitalității, integrând legislația națională în sistemul de drept internațional
5.	Inovații sociale	Idei și soluții noi pentru a face față provocărilor sociale și culturale cu care se confruntă societatea	Implementarea noilor concepte bazate pe tipurile de turism aflate în expansiune (turism de afaceri, turism educațional, eco-turism, pelerinaj, etc.)
6.	Inovații în domeniul marketingului	Metode noi sau îmbunătățite de marketing, modificări ale designului și ambalarea produselor, aplicarea de noi tehnici de vânzare și prezentare a produsului, noi strategii de stabilire a prețurilor	Implementarea rezultatelor cercetării pieței, experiențe împărtășite de experți, cercetarea concurenților etc., de exemplu, dezvoltarea și introducerea conceptului de marketing senzorial.

Sursa: [1]

Aplicarea inovațiilor este decisă de managementul hotelului, iar în funcție de gradul de inovare, se pot distinge mai multe tipuri de hoteluri [C.V. Zverev] (tabelul 2):

Tabelul 2. Clasificarea hotelurilor după gradul de inovativitate

Categoria	Principalele caracteristici ale clasificării hotelurilor	Bază de comparație
1-a - "exclusivistă"	Servicii suplimentare exclusive, caracteristică dominantă a obiectului turistic	Fără bază de comparație
a 2-a – "de lux"	Serviciile suplimentare ne reglementate de standardele naționale; de cea mai înaltă categorie în conformitate cu standardele naționale	Hotel de 5 stele
a 3-a "în creștere"	Îndeplinește toate cerințele standardelor naționale pentru categoria sa, are intenția pentru a trece la categoria superioară	Standard național de categorisire
a 4-a "moderat"	Îndeplinește toate cerințele naționale de standardizare pentru categoria sa și nu intenționează să mărească categoria	Standard național de categorisire
a 5-a "zero"	Fără categorie	Standard național de categorisire

Sursa: [6]

Cu toate acestea, ritmul inovației din ultimii ani a crescut semnificativ datorită tehnologiilor avansate însă acestea depind, în mare măsură, de aspectele financiare, stabilitatea și competitivitatea hotelului.

În legătură cu tendințele actuale în domeniul inovației din industria ospitalității s-au făcut mai multe studii (Hotel FAQ; WIPO; Hotelier.pro), iar concluziile au fost următoarele :

1. Gradul de integrare a realității virtuale în organizarea activității întreprinderii hoteliere va influența în mare măsură succesul sau insuccesul întreprinderilor hoteliere, deoarece clienții sunt tot mai mult ancurați în rețelele de socializare.

2. O prioritate pentru industria hotelieră va fi dezvoltarea în continuare a tehnologiilor digitale, datorită faptului că marketingul online și marketingul offline atualmente merg mână în mână.

3. Strămutarea comunicației reale în cea virtuală va genera necesitatea de actualizare permanentă a informației pe site-urile proprii, dar și dezvoltarea aplicațiilor mobile și altor metode de comunicare virtuală cu clienții.

4. Dezvoltarea de servicii pentru clienți precum AirBnB, Booking, Inspirato și American Express permite satisfacerea unei game largi de nevoi ale clienților.

5. Datorită dezvoltării active a roboticii deja se pune în discuție înlocuirea muncii umane din industria ospitalității pe cea robotizată. Anul curent Japonia a deschis primul hotel din lume, administrat în întregime de roboți. Desigur, este puțin probabil ca această tendință să se aplice pe scară largă, dar nu există nicio îndoială că un șir de întreprinderi din industria ospitalității continuă să introducă un șir de inovații pentru a oferi ceva noi și inedit clienților săi.

6. Cerințele ecologice ale standardelor hoteliere vor continua să crească. Un exemplu în acest sens este semnarea a unui acord de către șaisprezece hoteluri din New York cu obligația de a reduce emisiile de gaze cu efect de seră cu 30% în următorul deceniu.

Concluzii. În general, în conformitate cu rezultatele cercetării efectuate, se poate remarca faptul că crearea infrastructurii de inovare în industria hotelieră depinde de nivelul dezvoltării tehnologice și economice a economiei naționale. Țările cu o infrastructură de producție dezvoltată se caracterizează prin creșterea rolului factorilor de producție imateriali, intangibili, a sistemului informațional. Astfel, se creează premise pentru crearea unei rețele de servicii de consultanță, inginerie, servicii și informații care susțin procesele de inovare. Dezvoltarea inovației tehnologiilor au o influență pe termen lung, devenind o forță motrice al sectorului informației și comunicațiilor, al liberalizării piețelor și intensificarea concurenței internaționale.

Tendențele și provocările globale schimbă afacerea hotelieră. Doar acele hoteluri care se pot schimba în funcție de schimbările demografice, tehnologice și economice și pot să se adapteze noilor tendințe, vor avea succes. Implementarea tendințelor inovative în domeniul ospitalității va permite adoptarea deciziilor manageriale corespunzătoare, ceea ce va genera sporirea eficienței întreprinderilor în particular dar și a sectorului ospitalier în întregime.

BIBLIOGRAFIE

1. Dzhandzhugazovaa, E.A., Blinova, E. A., Innovations in hospitality industry, International journal of environmental & science education, 2016, VOL. 11, NO. 17, p. 10390-10391
2. Fraj, E., Matute, J., Melero, I. (2015) Environmental strategies and organizational competitiveness in the hotel industry: The role of learning and innovation as determinants of environmental success. Tourism Management, 46, 30-42
3. Global Innovation Index In 2016. (2016). Direct access: <http://www.globalinnovationindex.org>
4. Hotel FAQ. Six conditions for luxury hotel marketing. Trends, technology, team (2016). Direct access: <http://www.hotelier.pro/sales/item/1498-marketing> Hotelier.pro/ Seven trends in the hotel industry in 2016. Environmental rooms and "mental healing" to hotels and palaces to Li-Fi. Direct access: <http://www.hotelier.pro/management/item/893-trends>
5. Hussain, K., Konar, R., Faizan, A. (2016) Measuring Service Innovation Performance through Team Culture and Knowledge Sharing Behaviour in Hotel Services: A PLS Approach. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 224, 15, 35-43
6. Zverev, C. V. (2004). Control innovative-by investment development of hotel companies: PhD Thesis. Volgograd, 165 p.

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ КАНАЛЫ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ УСЛУГ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

Александр ЧАЙКОВСКИЙ, Борис КОРЕЦКИЙ
Государственный университет Молдовы

Abstract. This article analyzes the attractive digital marketing channels for promoting higher education services, which are able to provide accurate and up-to-date information about the users of educational services, which are high school graduates and potential students. In this article are described the ways to promote educational services using social networks to attract more students. Is also carried out the statistical analysis of competitors and performance indicators of social networks. The article presents thematic selections, filling the page with various content and other ways to design and attract a new audience. It also talks about the principles of video hosting with a large audience at the national and regional level, what tools are used to achieve maximum efficiency and the maximum level of confidence in the brand, which allows to increase the number of people who want to purchase the services of higher educational institutions.

Keywords: marketing channels, social network, content, advertising, audience, brand.

Цифровой маркетинг, благодаря технологиям, способен предоставлять точную информацию о количестве посетителей сайта, или людей, которые отреагировали на рекламный пост и др. Многие компании инвестируют деньги в цифровой маркетинг, не понимая, куда уходит рекламный бюджет. Рассмотрим основные показатели, которые укажут на эффективность или не эффективность рекламных инструментов.

При анализе эффективности сайта, высчитывается конверсия сайта, которая представлена следующей формулой:

$$\text{Конверсия сайта} = \frac{\text{Количество посетителей, совершивших целевое действие}}{\text{Количество посетителей сайта}} \times 100\% \quad (1)$$

Многие считают, что конверсия учитывает только продажи, однако, на самом деле она может включать в себя множество целевых действий. При рассмотрении сайта ВУЗа – целевым действием будет считаться звонок, или запись на бесплатное консультирование посредством сообщения.

Можно предположить, что люди преднамеренно ищут этот сайт, руководствуясь отзывами других людей. В ходе анализа, было опрошено более сотни студентов и установлено, что о данном университете они узнали от знакомых и родственников, которые учились здесь до этого. Благодаря «сарафанному радио» и высокой репутации был достигнут высокий процент конверсии.

Стоит отметить, что процент конверсии показывает не количество людей, оставивших заявку, а совершивших целевое действие, что является в данном случае лайком, репостом, или открытием публикации и просмотр ее содержимого. Однако, если говорить о поставленной цели привлечь новых клиентов, данные показатели бесполезны, так как в данном случае нельзя отследить и рассчитать количество людей, оставивших заявку после просмотра той или иной публикации.

Также есть возможность рассчитать следующий важный показатель CPM (Cost Per Millenium) Он рассчитывает стоимость за тысячу показов рекламного объявления. Данный показатель рассчитывается по формуле:

$$\text{CPM} = \frac{\text{Стоимость размещения}}{\text{Число показов}} \times 1000 \quad (2)$$

Несмотря на большое количество просмотров, их стоимость слишком велика. К тому же, данный рекламный канал не позволяет вычислить стоимость лида, в силу недоступности информации о количестве людей, которые обратились в университет после прочтения информации.

Проанализировав конкурентов и показатели эффективности, был установлен ряд рекомендаций, которые могли бы улучшить маркетинг профильного университета в социальных сетях. Данные действия помогут повысить не только узнаваемость ВУЗа, но и повысить количество студентов, приходящих из социальных сетей.

Оптимизация SMM будет заключаться в двух компонентах – контент и таргетинг. Прежде всего, необходимо установить цели, которые преследует компания, создавая страницы на Facebook и Instagram. Маркетинг в социальных сетях подходит не только для создания общественного резонанса и повышения узнаваемости, но и для продаж. Потому, при разработке стратегии продвижения через социальные сети, предлагаю установить цель – повысить узнаваемость и начать получать заявки с социальных сетей.

Главная причина, почему человек подписывается на ту или иную страницу – это контент. Нужно разработать контент план на целевую аудиторию, который будет постепенно разогревать интерес к университету и его услугам, а после, предлагать записываться на курсы.

Важным фактором является позиционирование высшего учебного заведения. Нужно, чтобы, просматривая контент, целевая аудитория чувствовала идеологию университета. Которая заключается в обучении в радушной и приятной атмосфере. Высшее учебное заведение даёт студентам возможность не только обучаться профессии, но и найти друзей и будущих коллег. В университете нет понятия русских или румынских групп. Интерактивная методика обучения с ролевыми играми и коммуникативными упражнениями стимулирует студентов на общение. Это место, где тебя всегда выслушают и поддержат. Та атмосфера, которая царит в школе, должна чувствоваться и в социальных сетях. Идея качественного обучения в доброжелательной и веселой среде должна быть тем самым «крючком», который будет цеплять целевую аудиторию, и выделять университет от остальных. Чтобы достичь этого, прежде всего необходимо отказаться от стоковых фото из интернета, и публиковать больше реальных фотографий радостных студентов и преподавателей. Можно так же демонстрировать видео контент с моментами с занятий. Поэтому, при необходимости, нужно использовать фотографа, который мог бы периодически пополнять альбом.

Контента можно комбинировать с созданием публикаций, стимулирующих на обратную связь. Это могут быть опросы, по разным тематикам с целью улучшения деятельности в сфере образования, общения, коммуникаций.

Подобный формат публикаций «оживит» страницу, и подписчики будут более активно с ней взаимодействовать. Такой контент подойдет как для Facebook, так и Instagram.

Поскольку самой сильной стороной университета являются преподаватели и качество преподавания, можно разнообразить контент, публикуя информацию о преподавателе в формате мини интервью, или краткой информации об образовании, опыте, и квалификации. В последнее время, набирает популярность формат историй, где человек делится тем, как он стал тем, кем является и какими ценностями он живет.

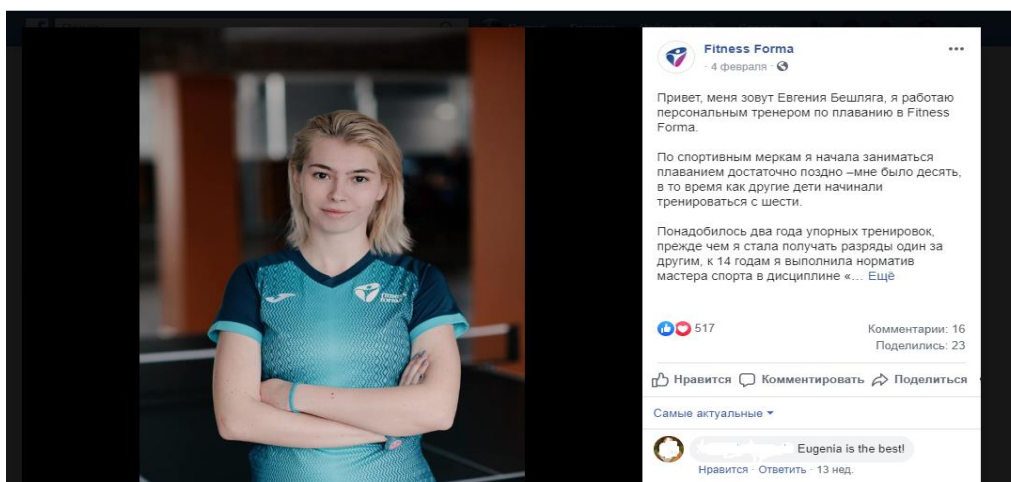


Рис. 1. Пример описания персонала в формате истории

Источник: страница фитнес центра Fitness Forma, [4]

Для еще большего отклика, подобные публикации можно публиковать в день рождения преподавателя. Каждый из преподавателей имеет многолетний стаж и обучил сотни, а в некоторых случаях и тысячи студентов. Поэтому, помимо хорошего первого впечатления у будущих студентов, подобные публикации дают возможность узнать что-то интересное о своем любимом преподавателе уже обучившимся или настоящим студентам. Публикация в день рождения поспособствует увеличению лайков и комментариев, где студенты воспользуются случаем поздравить своего преподавателя и написать пару приятных слов.

Еще один полезный вид контента, который предлагается ввести – тематические подборки. Статьи по типу «топ 5 советов для обучающихся той или иной специальности» смогут подогреть интерес к университету и его странице. Человек, который будет читать подобные статьи, подпишется на страницу и будет активно следить за ее обновлениями, в поиске полезного контента. В последствии, человек будет более предрасположен к продающим постам и с большой вероятностью, сделает свой выбор записаться на курсы именно в данном университете.

Одним из кредо высшего учебного заведения является создание и поддержка позитивной и радушной атмосферы. Поэтому, страницу можно разбавить развлекательным контентом в виде мемов и шуток на тему обучения в вузе. В социальных сетях многие люди проводят время с целью развлечения, поэтому данные публикации будут задавать настроение и создавать позитивную атмосферу на странице. Рекомендуются публиковать данный формат по понедельникам, т.е. в начале рабочей недели, чтобы подбодрить аудиторию в такой загруженный день.

После того, когда страница наполнена развлекательным и познавательным контентом, можно приступить к размещению продающих публикаций. Наибольший эффект принесут рекламные ролики с участием персонала. Однако, они затратные и требуют большого времени для подготовки. Поэтому, рекламных текстов в виде объявлений о наборе для начала будет достаточно, с учетом того, что будут проведены работы, описанные выше. Ощутимый результат сможет принести таргетированная реклама в Facebook, что является вторым компонентом, предлагаемым в качестве оптимизации SMM университета.

Одним из предпочтительных каналов продвижения является YouTube. Необходимо рассмотреть возможность открыть свой канал на данном ресурсе, с целью загрузки своего видео контента. Данный видео хостинг является самым популярным в мире, и помог бы увеличить интерес к бренду у целевой аудитории. Видео контент обладает наиболее сильным влиянием на целевого потребителя. Поэтому,

оригинальные рекламные ролики могли бы принести заметные результаты в привлечении новых студентов.

Безусловно, подобная рекламная компания требует больших финансовых средств. Но есть и другие, более бюджетные методы работы с данным видеохостингом для достижения подобных целей. Тема обучения очень популярна на YouTube и многие стараются самообразовываться, используя обучающие ролики. Видео длительностью в 5 минут, посвященные различным дисциплинам, где в роли ведущих будут выступать преподаватели, создадут дополнительную ценность канала, и повысят статус и узнаваемость бренда среди целевой аудитории.

Так же, на этот же канал можно будет загружать видео отзывы от студентов о вузе и курсах, брать интервью у преподавателей и т.д. В связи с пандемией коронавируса, университет стал более широко использовать на дистанционное обучение, а значит, можно загрузить пару демонстративных роликов с отрывками онлайн занятий учащихся, чтобы потенциальный студент видел, как проходят занятия в режиме онлайн.

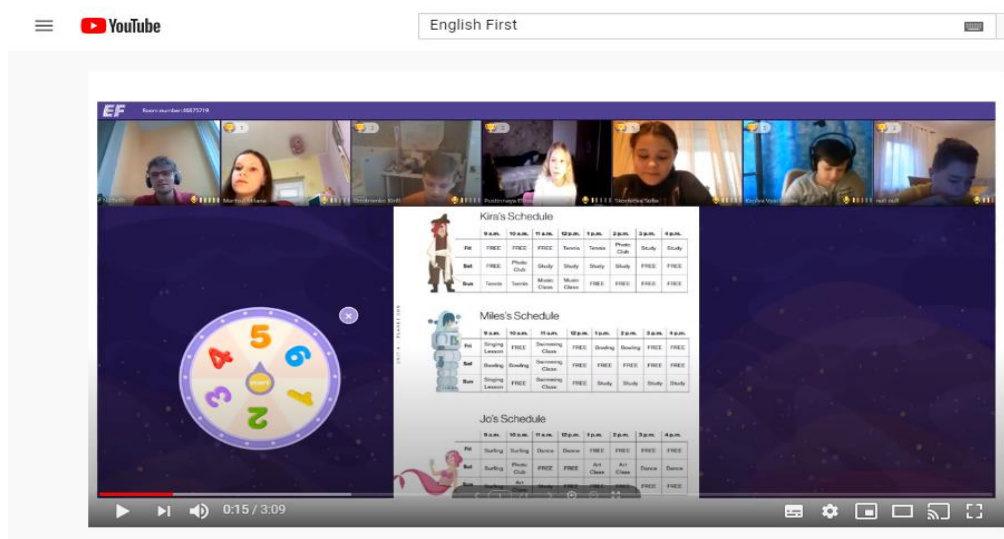


Рис. 2. Демонстрация онлайн занятия
Источник: [5]

Таким образом, исходя из выше сказанного можно прийти к выводу, что YouTube является привлекательной площадкой для привлечения новых студентов и увеличения узнаваемости бренда. Он может быть ориентирован как на подростков от 13 лет, так и взрослую аудиторию.

Еще один рекламный канал, который рекомендуется к внедрению является email маркетинг. За много лет работы, у любого вуза формируется большая база контактов, поэтому, необходимо разделять маркетинг для работы с существующей базой и для первичного привлечения контакта. Те, кто ранее не контактировал с вузом и не был записан в базу данных. Нужны систематизированные рассылки, которые бы содержали полезный контент, инфо поводы и др. Обязателен постоянный анализ и оптимизация. Рассылки должны стать дополнительным источником трафика на сайт.

Наконец, следующим, неочевидным каналом для продвижения услуг вуза, направленным прежде всего на подростковую аудиторию, является недавно появившееся приложение TikTok. Это сервис для просмотра и создания коротких видео, который был запущен летом 2018 года. На данный момент, эта социальная сеть является одной из наиболее растущих в мире. Согласно данным маркетинговых агентств Hootsuite и We Are Social, данное «глобальное видео сообщество» входит в топ 10 социальных платформ с аудиторией более 500 млн пользователей. Согласно

данным компании Learnbonds, в январе 2020 года ежедневная активная аудитория составила 41,27 млн. активных пользователей. На нашу страну активно влияют тренды как русскоязычного, так и англоязычного интернета, а потому, можно прийти к выводу, что и в Республике Молдова количество пользователей стремительно растет.

Данный ресурс является новинкой, чем и привлекает молодежь. Сначала, подростки перешли с Facebook на Instagram, потому что Facebook стали пользоваться их родители. Теперь, по тем же причинам, подростки переходят из Instagram в TikTok. Так, они чувствуют, что эта их территория. Одной из целевых аудиторий современного высшего учебного заведения являются именно подростки, а где есть целевая аудитория, там должна быть и развернута маркетинговая компания.

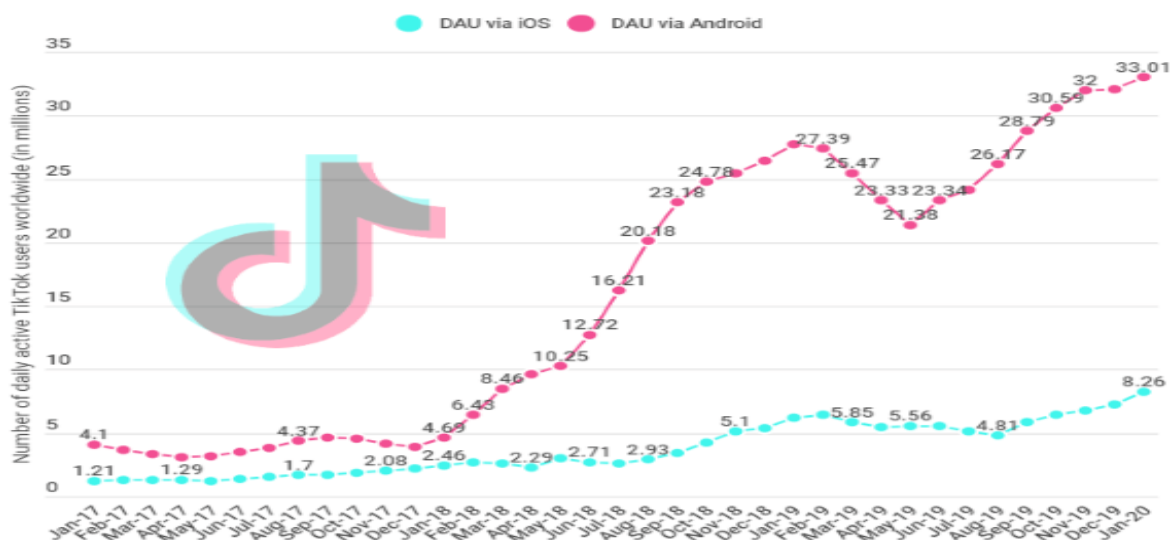


Рис. 3. Ежедневная активная аудитория TikTok

Источник: [6]

Одним из больших преимуществ TikTok является то, что это все еще место органического охвата. Создав страницу бренда, можно поучаствовать в популярных «челленджах» или хэштегах. Это покажет, что бренд «в теме», и поможет быстро набрать органический охват и подписчиков в аккаунт без дополнительных затрат на рекламу.

Другим преимуществом TikTok является легкость создания контента. Любой человек, даже не обладающий навыками монтажа, способен сделать интересный контент без установки дополнительных приложений и программ. На данной площадке аудитории не так важна картинка, в отличие от других социальных сетей, где привыкли к 4к формату видео. Это значит, что даже камеры смартфона хватит, для записи 15-ти секундного видео.

В TikTok уже появились страницы преподавателей по различным направлениям, которые записывают короткие видео. Ролики через призму юмора несут познавательный характер. Судя по количеству просмотров, видео и подписчиков, данная тематика интересна и на этой платформе.

Данное позиционирование соответствует формату видео данной платформы. Поколение Z очень открыто и любит привлекать внимание, и как правило, не стесняется камеры. Можно было бы снимать видео вместе со студентами, включая интерактивные игры, которые являются частью учебной программы. Безусловно, через этот канал вряд ли удастся достичь повышения потока студентов на прямую. Однако, связь с аудиторией через этот ресурс повысит узнаваемость и доверие к бренду, что косвенно увеличит количество желающих обучаться в высших учебных заведениях

среди подростков.

Выводы. Это смелый эксперимент и на данный момент не было обнаружено курсов преподавателей вузов в Молдове, которые бы использовали эту социальную сеть. Таким образом, это станет инновацией и, в случае успеха, конкурентным преимуществом как дополнительный источник продвижения.

Необходимо помнить о том, что в цифровом маркетинге следует фокусироваться лишь на нескольких рекламных инструментах. Для достижения максимальной эффективности их использования. Данные каналы рекомендуются как добавочные, в то время как основные ресурсы необходимо фокусировать на Facebook, Instagram и в особенности, сайте вуза. Поэтому, прежде чем приступать к внедрению перечисленных каналов, необходимо провести меры оптимизации.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. БЕРНЕТ, Д., МОРИАТИ, С. *Маркетинговые коммуникации. Интегрированный подход*. Санкт-Петербург: Питер, 2010. 322 с. ISBN 5-272-00232-6
2. ВАСИЛЬЕВА, Ю.В. *Теория управления: Учебник*. Москва: Финансы и статистика, 2010. 608 с. ISBN 5-279-02984-X
3. КОНОВАЛЕНКО, В.А. *Реклама и связи с общественностью*. Москва: Юрайт, 2017. 383 с. 978-599-163-077-1
4. <http://fitnessforma.md/?lang=ro>
5. https://www.youtube.com/watch?v=7o_jXU-1Dd8
6. <https://www.likeni.ru/events/ezhednevnyaya-aktivnaya-auditoriya-tiktok-v-mire-prevysila-40-mln-chelovek/>

DETURNAREA CLIENTELEI CONCURRENTULUI – LA CONFLUENȚA DINTRE PROTECȚIA CONSUMATORULUI, CONCURENȚA NELOIALĂ ȘI PUBLICITATEA NEAUTENTICĂ

Iulian MORARU

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The misleading of the competitor's customers constitutes an action of unfair competition regulated independently through the provisions of art. 18 of the Law on competition no. 183 of 11.07.2012. Thus, in accordance with those provisions, 'It is prohibited to undertakings to misappropriate a competitor's customer by misleading the consumer as to the nature, method and place of manufacture, the main characteristics, including use, quantity of products, price or method of calculation. of the price of the product'. It is clear from the wording of that rule that the unfair competition action in question is primarily directed against the interests of consumers, namely that the consumer is the subject directly affected in the context in which the unfair competition action is realised, while the competitor is affected. subsequently. In the same context, according to the provisions of art. 13 para. (6) of the Law on consumer protection no. 105 of 13.03.2003, "A commercial practice is considered to be a misleading act if it contains false information or in any other way, including by the general presentation, misleads or may mislead the average consumer and, in any case, determines or it is likely to cause the consumer to make a trading decision that he would not have made in another situation, even if the information is in fact correct ...". At the same time, in accordance with the provisions of art. 10 para. (1) of the law on advertising no. 1227 of 27.06.1997, "It is considered inauthentic advertising the advertising that contains information that does not correspond to reality ...". Therefore, from all the legal provisions cited above, it may be inferred that the misappropriation of the competitor's customers within the meaning of competition law, misleading commercial practices and inauthentic advertising imply the existence of the element of misleading the consumer about certain features of products/services offered for sale. Through this paper, there will be outlined the similarities and differences between the above-mentioned violations and there will be brought the relevant practical situations at national level.*

Key words: misappropriation, mislead, consumer, unfair competition, inauthentic advertising.

1. Originea acțiunii de concurență neloială de „deturnare a clientelei concurentului”

Acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului a fost pentru prima dată reglementată expres prin intermediul prevederilor art. 10 bis din Convenția de la Paris pentru Protecția Proprietății Industriale din 1883. Astfel, în corespundere cu prevederile pct. 3 subpct. 3 din actul multilateral specificat, „...*Va trebui să fie interzise mai ales... indicațiile sau afirmațiile a căror folosire, în exercitarea comerțului, este susceptibilă să inducă publicul în eroare cu privire la natura, modul de fabricație, caracteristicile, aptitudinea la întrebuințare sau cantitatea mărfurilor*”.

Consecutiv, Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (World Intellectual Property Organisation) a elaborat în anul 1996 un set de dispoziții-model de protecție împotriva concurenței neloiale (WIPO Model Provisions On Protection Against Unfair Competition). Potrivit prevederilor art. 4 alin. (1) din dispozițiile-model în cauză, „*orice act sau practică, în cursul activității industriale sau comerciale, care induce în eroare sau este susceptibilă să inducă în eroare publicul cu privire la o întreprindere sau activitățile acesteia, în special, produsele sau serviciile oferite de o astfel de întreprindere constituie un act de concurență neloială*.”

La nivel național, prin intermediul prevederilor Legii cu privire la protecția concurenței nr. 1103 din 30.06.2000 (în prezent abrogată), deturnarea clientelei concurentului a implicat o reglementare neintitulată. Astfel, potrivit prevederilor art. 8 alin. (1) din actul normativ nominalizat, „*Agentului economic i se interzice să efectueze acte de concurență neloială, inclusiv...b) să inducă în eroare cumpărătorul privitor la caracterul, modul și locul fabricării, la proprietățile de consum, la utilitatea consumului, la cantitatea și calitatea mărfurilor*”.

2. Actualitate

La etapa actuală, acțiunea de concurență neloială în cauză este reglementată în mod distinct prin intermediul prevederilor art. 18 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012.

Astfel, potrivit prevederilor menționate supra, „*Este interzisă deturnarea clientelei concurentului realizată de întreprinderi prin inducerea în eroare a consumatorului cu privire la natura, modul și locul de fabricare, la caracteristicile principale, inclusiv utilizarea, cantitatea produselor, prețul sau modul de calculare a prețului produsului*.” Din norma precitată, se desprind următoarele elemente normative ale acțiunii de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului:

- Se realizează prin inducerea în eroare a consumatorului;
- Inducerea în eroare trebuie să se refere limitativ la: natura, modul și locul de fabricare, la caracteristicile principale, inclusiv utilizarea, cantitatea produselor, prețul sau modul de calculare a prețului produsului

Un aspect esențial în contextul dat rezidă în diferența de abordare dintre titulatura acțiunii de concurență neloială respective și formularea elementelor normative ale acestei acțiuni de concurență neloială, or titlul indică asupra faptului că deturnarea clientelei concurentului este orientată împotriva „clientelei concurentului”, iar formularea normativă a acțiunii date de concurență neloială date implică existența elementului „inducerea în eroare a consumatorului”. Prin urmare, există o contradicție dintre denumirea acțiunii de concurență neloială în cauză și decrierea normativă a acesteia, în contextul în care elementul normativ este unul generic și nu sugerează că deturnarea clientelei concurentului ar trebui să afecteze interesele consumatorului real al întreprinderii concurente.

Luând în considerare apartenența ramurală a încălcării (dreptul concurenței), considerăm că la modul practic, urmează a fi reținută alternativa de orientare a acțiunii de concurență neloială împotriva consumatorului care procură produsele/serviciilor concurentului.

3. Aspecte calificative

La examinarea componentei de acțiune de concurență neloială reglementate la textul art. 18 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012, este sesizat faptul că inducerea în eroare a consumatorului poate fi realizată doar cu privire la parametri calificativi expres enumerați la textul normei în cauză.: natura, modul și locul de fabricare, la caracteristicile principale, inclusiv utilizarea, cantitatea produselor, prețul sau modul de calculare a prețului produsului. Formularea normei respective nu permite extinderea spectrului de parametri în privința cărora se poate realiza inducerea în eroare a consumatorului. [Gorincioi, p. 114]

Natura produsului. Potrivit Dicționarului Explicativ al Limbii Române, prin termenul „natură”, la caz, urmează a fi înțeles „caracter specific al unui lucru, însușire caracteristică; calitate”. Prin urmare, natura produsului, în speță, ar semnifica acel set de atribute caracteristice ale unui produs care îi determină calitatea.

Modul și locul de fabricare. În contextul calificării unei presupuse acțiuni de concurență neloială conform prevederilor art. 18 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012, parametrul multiplu în cauză ((i) modul de fabricare și (ii) locul de fabricare trebuie abordat în ansamblu, or presupusa faptă de concurență neloială nu va fi susceptibilă a fi astfel calificată în ipoteza în care inducerea în eroare este realizată alternativ cu privire la modul sau cu privire la locul de fabricare. Contextual, remarcăm faptul că sintagma „modul de fabricare”, în speță, ar semnifica tehnologiile aplicate la fabricarea produsului, materialele componente, condițiile tehnice de producție, iar locul fabricării poate semnifica atât țara, cât și orașul, regiunea pe teritoriul căreia s-a realizat fabricarea produsului.

Utilizarea produsului. Parametrul respectiv se referă în mod special la condițiile de utilizare a produsului dat prin raportare la destinația utilizării produsului în cauză.

Cantitatea produselor. Acest indicator desemnează gramajul produsului sau nr. de unități a produselor date. Prin urmare, în ipoteza în care cantitatea indicată pe ambalajul produsului este de 500 g, iar de facto produsul are masa de 300 g, există riscul inducerii în eroare a consumatorului cu privire la cantitatea produsului dat.

Prețul sau modul de calculare a prețului produsului. Parametrii aferenți prețului produsului sunt susceptibili a fi utilizați la calificarea presupuselor acțiuni de concurență neloială în situațiile în care o întreprinderea afișează, de exemplu, prețuri inferioare celor reale sau când indică o modalitate incorectă de calculare a prețului produsului în cauză.

4. Aspecte de probațiune

Nivelul primar de probațiune. Prin raportarea prevederilor art. 18 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012 la prevederile art. 10 bis din Convenția de la Paris, se poate ajunge la concluzia că acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului este una formal-materială, fapt care presupune că este suficientă existența riscului de inducere în eroare a consumatorului (susceptibilitatea inducerii în eroare a consumatorului) în sensul calificării presupuselor acțiuni de concurență neloială potrivit normei în cauză. Ilustrativ, în ipoteza în care întreprinderea X va realiza acțiuni de natură a induce în eroare clientela concurentului cu privire la prețul unui anumit produs, acestea (acțiunile) vor fi susceptibile a fi calificate conform prevederilor art. 18 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012. În atare condiții, se impune exemplificarea practicii autorității naționale de concurență. Prin intermediul Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr. CN-40/19-65 din 03.12.2020, autoritatea de concurență a reținut următoarele: „Prin urmare, se atestă o diferență evidentă de abordare a întreprinderii reclamate și a altor întreprinderi de pe aceeași piață în ceea ce privește modalitatea de expunere a informațiilor aferente identificării persoanei producătorului și comerciantului de vinuri, or întreprinderea reclamată omite să indice locul de fabricare a vinurilor îmbuteliate, indicând doar adresa juridică a producătorului, îmbuteliatorului și ambalatorului vinurilor comercializate cu semnul ”Timbrus Purcari Estate”, fapt care denotă un anumit grad de rea-credință din partea reclamatei și generează riscul de inducere în eroare a consumatorilor. Această constatare se

impune în condițiile în care ultima indică eronat adresa producătorului și îmbuteliatorului, aceasta fiind diferită de locul nemijlocit de producere și îmbuteliere, în măsura în care locul respectiv este unul diferit (s. Sălcuța, r. Căușeni) de cel de creștere a materiei prime (s. Purcari, r. Stefan Vodă)”.¹

Nivelul secundar de probațiune. În condițiile în care se produce în mod efectiv inducerea în eroare a consumatorilor cu privire la unul dintre parametrii calificativi ai acțiunii de concurență neloială în cauză, standardul de probațiune specific încălcării date este suprarealizat și, corespunzător, presupusele acțiuni de concurență neloială sunt susceptibile a fi calificate în conformitate cu prevederile art. 18 din Legea concurenței. În sensul respectiv, prezintă relevanță constatările Consiliului Concurenței în actul administrativ decizional nominalizat supra: „sondajul de opinie prezentat de către întreprinderea ”Vinăria Purcari” S.R.L., la momentul depunerii plângerii cu nr. de intrare 2618 din 02.08.2019, indică asupra faptului că circa 38 % din cei intervievați consideră că vinurile „Bravo Wine” sunt produse în s. Purcari”.

Nivelul terțiar de probațiune. În situația în care urmare a inducerii efective în eroare a consumatorilor, este generat efectul acțiunii de concurență neloială supuse analizei, suntem în prezent anivelului terțiar de probațiune a discreditării concurenților. Astfel, în ipoteza în care se atestă, de exemplu, o diminuare a vânzărilor întreprinderii-victimă și/sau o creștere a vânzărilor întreprinderii autor a acțiunilor de concurență neloială din considerentul inducerii în eroare a consumatorilor (clientelei primei), se conturează efectul (urmarea prejudiciabilă) a acțiunii de concurență neloială de deturnare a clientele concurentului. Un exemplu practic relevant în acest sens poate fi considerat cazul soluționat prin intermediul Deciziei Plenului Consiliului Concurenței nr. CN-40/19-65 din 03.12.2020. Astfel, prin intermediul actului administrativ decizional nominalizat, autoritatea de concurență a reținut următoarele: „Informația expusă denotă că la diminuarea cheltuielilor pentru promovarea produselor puse în discuție, vânzările reclamatei au evoluat pozitiv în mod constant, ceea ce ar indica asupra efectului acțiunilor reclamatei de inducere în eroare a consumatorilor cu privire la locul de fabricare a produselor acesteia, în percepția consumatorului mediu fiind generată o asociere eronată a vinurilor îmbuteliate respective cu produsele întreprinderii ”Vinăria Purcari” S.R.L., clientela considerând proveniența comercială identică a produselor date.”.

5. Deturnarea clientelei concurentului și protecția consumatorilor

Potrivit prevederilor art. 13 alin. (6) din Legea privind protecția consumatorilor nr. 105 din 13.03.2003, „O practică comercială este considerată ca fiind acțiune înșelătoare în cazul în care conține informații false sau, în orice alt fel, inclusiv prin prezentarea generală, induce sau poate induce în eroare consumatorul mediu și, în orice situație, determină sau este susceptibilă să determine consumatorul să ia o decizie de tranzacționare pe care nu ar fi luat-o în altă situație, chiar dacă informația este corectă de fapt cu privire la unul sau mai multe dintre următoarele elemente:

a) existența sau natura produsului; b) principalele caracteristici ale produsului, cum ar fi: ...modul și data fabricării sau prestării, ...originea geografică sau comercială...; ...d) prețul sau modalitatea de calcul al prețului... ”.

Prin contrapunerea normei care reglementează acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului și a normei citate supra care reglementează parametrii principali ai practicilor comerciale înșelătoare, se observă o coincidență parțială a normelor respective, or, norma din Legea privind protecția consumatorilor nr. 105 din 13.03.2003 cuprinde norma din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012.

Contextual, remarcăm următoarele asemănări dintre cele două tipuri distincte de încălcări reglementate în actele normative nominalizate:

- atât acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului, cât și practicile comerciale înșelătoare implică o inducere în eroare a consumatorului;

- deopotrivă acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului, cât și practicile comerciale neloiale pot implica în calitate de parametri calificativi, natura produsului/serviciului, modul și locul de fabricare a produsului, utilizarea acestuia, precum și prețul sau modul de calculare a prețului produsului în cauză.

Însă, dată fiind apartenența ramurală distinctă a normelor în cauză, devine necesară remarcarea deosebirilor dintre respectivele încălcări:

- scopul final al unei practici comerciale înșelătoare rezidă în afectarea intereselor consumatorilor, iar scopul final al acțiunii de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului constă în afectarea intereselor concurentului prin preluarea clientelei ultimului;

- sub aspect instituțional, acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului este examinată de către Consiliul Concurenței sau instanța de judecată, iar practicile comerciale înșelătoare sunt examinate de către Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței sau instanța judecătorească.

Aspecte conflictuale. În practică, este posibilă existența situațiilor conflictuale în ceea ce privește calificare acțiunilor săvârșite potrivit unor sau altor norme. Astfel, spre exemplu, în ipoteza în care întreprinderea comerciantă indică pe ambalajul produselor sale o adresă de fabricare care nu corespunde adresei reale de desfășurare a procesului de producere, în așa mod fiind indusă în eroare clientela concurentului, acțiunile în cauză sunt susceptibile a fi calificate concomitent în baza Legii concurenței nr. 183 din 11.07.2012 și în baza Legii privind protecția consumatorilor nr. 105 din 13.03.2003. În asemenea situații urmează a fi luate în considerare o serie de criterii delimitative, precum: scopul acțiunilor comerciantului, care pot, alternativ, consta în provocarea unei daune concurentului sau înșelarea consumatorului; categoria consumatorilor interesele cărora sunt sau ar putea fi afectate prin intermediul acțiunilor comerciantului – interesele clientelei concurentului sau interesele consumatorilor în ansamblu.

Concurs de fapte ilicite. În același context, există posibilitatea ca acțiunile întreprinderii comerciante să întrunească în mod concomitent semnele ambelor tipuri de încălcări. În asemenea situații, urmează a fi determinat gradul de afectare al intereselor consumatorului în general și al intereselor clientelei concurentului. Astfel, în funcție de măsura în care au fost afectate interesele unei sau altei categorii de consumatori, se va determina și modalitatea calificării corespunzătoare a faptelor săvârșite. Totodată, va fi necesară o abordare a situației prin prisma principiului „non bis in idem”, or, potrivit principiului nominalizat, întreprinderea nu poate fi trasă la răspundere de două ori pentru aceeași faptă. De asemenea, sugerăm că în cazul în care în mod eventual întreprinderii comerciante i se va aplica răspunderea administrativă în baza prevederilor Legii concurenței nr. 183 din 11.07.2012, consumatorii afectați ar putea solicita repararea prejudiciului cauzat prin acțiunile de concurență neloială în ordinea prevederilor art. 2019 alin. (2) din Codul civil al Republicii Moldova, prevederi potrivit cărora „Consumatorul are dreptul la repararea prejudiciului cauzat ca urmare a concurenței neloiale în cazurile prevăzute de legislația din domeniul concurenței”.

6. Deturnarea clientelei concurentului și publicitatea neautentică

În conformitate cu prevederile art. 10 alin. (1) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997, „Se consideră neautentică publicitatea care conține date ce nu corespund realității în ce privește:

a) unele caracteristici ale mărfii necesare consumatorului, indicate în mod obligatoriu pe eticheta comercială: ...condițiile de utilizare. ...,originea și locul de producere a mărfii; b)...prețul...condițiile suplimentare de plată...”.

Din textul normei citate supra rezultă o suprapunere parțială a parametrilor calificativi ai acțiunii de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului și ai publicității neautentice. În acest context, specificăm că delimitarea dintre deturnarea clientelei

concurentului și publicitatea neautentică este mai facil realizabilă, luând în considerare natura distinctă a încălcărilor respective.

Astfel, în primul rând, considerăm oportună enunțarea definițiilor conceptelor de „publicitate” și „concurență neloială”. Conform prevederilor art. 1 din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997, publicitatea constituie *„informație publică despre persoane, mărfuri (lucrări, servicii), idei sau inițiative (informație publicitară, material publicitar) menită să suscite și să susțină interesul public față de acestea, să contribuie la comercializarea lor și să ridice prestigiul producătorului”*, iar potrivit prevederilor art. 4 din Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012, concurența neloială reprezintă *„orice acțiune, realizată de întreprinderi în procesul concurenței, care este contrară uzanțelor oneste în activitatea economică”*. Prin urmare, există o diferență conceptuală dintre termenii supuși analizei, or publicitatea reprezintă, în esență, o modalitate de promovare a produselor/serviciilor întreprinderii comerciante, iar concurența neloială implică de fiecare dată o atitudine necorespunzătoare a întreprinderii care recurge la săvârșirea acțiunilor de concurență neloială în raport cu concurenții acesteia. Deci, publicitatea este orientată spre atragerea consumatorilor per general, iar acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului este orientată spre atragerea clienților concurentului. În acest context, poate fi invocat faptul că publicitatea reprezintă un concept cu o aplicabilitate extinsă în plan comparativ cu concurența neloială. Cu toate acestea, unii autori consideră că publicitatea constituie o formă de manifestare a concurenței neloiale. [WIPO Model Provisions on Protection against Unfair Competition, p. 30]

Concluzii generale

În calitate de concluzii generale, specificăm următoarele:

- Acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului implică reglementare distinctă prin intermediul prevederilor Legii concurenței nr. 183 din 11.07.2012;
- Deturnarea clientelei concurentului prezintă interferențe cu alte tipuri de încălcări a legislației (în speță, dreptul protecției consumatorilor, prin prisma normelor care reglementează practicile comerciale înșelătoare din Legea cu privire la protecția consumatorilor nr. 105 din 13.03.2003 și publicitatea neautentică, reglementată prin intermediul prevederilor art. 10 alin. (1) din Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997);
- Delimitarea dintre acțiunea de concurență neloială de deturnare a clientelei concurentului și celelalte încălcări abordate în cadrul lucrării de față poate fi realizată prin utilizarea unor criterii strict determinate, în funcție de circumstanțele cazuistice relevante.

BIBLIOGRAFIE

1. Codul civil al Republicii Moldova nr. 1107 din 06.06.2002
2. Convenția de la Paris pentru Protecția Proprietății Industriale din 1883
3. Decizia Plenului Consiliului Concurenței nr. CN – 40/19-65 din 03.12.2020.
4. Gorincioi, C.: *Cercetarea instrumentelor juridice de contracarare a actelor de concurență neloială*. Teză de doctor în drept. Chișinău, 2019. 208 p.
5. Legea concurenței nr. 183 din 11.07.2012.
6. Legea nr. 1103 din 30.06.2000 cu privire la protecția concurenței (abrogată)
7. Legea privind protecția consumatorilor nr. 105 din 13.03.2003
8. Legea cu privire la publicitate nr. 1227 din 27.06.1997
9. WIPO: *Model Provision on Protection against Unfair Competition*, 1996

СПЕЦИФИКА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КОМПАНИИ «VIABASTET»

Нелли ДИЛАН

Государственный университет Молдовы

Abstract. Tourism business is all about demand and supply in broader sense. However, business ethics in tourism demand and supply are important. Demand and supply of tourism products has been enhanced to a larger extent since few years. Both demand and supply are interlinked and affect each other directly. Development at a tourism destination is shaped by the demand for tourism in that country. Thus, the demand for tourism in any country is shaped by tourism opportunities. The majority of studies, carried out in the field of accommodation service evaluation, provide approaches based on the analysis of the demand. As only few studies are based on the tourist service supply, the present research is original and important.

Keywords: tourism, demand, supply, tourism opportunities, marketing research, «Viabastet».

Общество стремительно развивается, что влечет за собой постоянное изменение потребностей и, как следствие, спроса. Потребности расширяются становятся разнообразнее и видоизменяются. На туристическую деятельность, в силу специфики, влияют множество факторов внешней среды. Не только экономические кризисы, но и политическая ситуация в стране и в мире. Из-за пандемии туристы по всему миру отменяли поездки. Природные катаклизмы также повлияли на колебания посещаемости определенных территорий. Однако даже неблагоприятные внешние обстоятельства не сводят на нет желание туристов путешествовать. [1]

Грамотное, профессиональное проведение исследовательских работ способствует туристскому предприятию вполне объективно дать оценку своим возможностям в сфере конкуренции, своих потребителей и определить те направления деятельности, в которых поставленные цели становятся достижимыми с минимальным риском и большой определенностью. Использование научно обоснованных методов и инструментария проведения исследований дает возможность предприятию быстрее адаптироваться к динамичным изменениям рыночной ситуации, а также разрабатывать четкие стратегические перспективы деятельности.

Спрос в туристической деятельности определяется как механизмами рынка (спросом и предложением на услуги в туристической деятельности и их распределением), так и переменными макросреды, т.е. факторами, не воздействующими непосредственно на туризм, но оказывающими косвенное влияние на туристическую деятельность [2].

Спрос и предложение – две величины, напрямую зависящие друг от друга (рис.1). Общеизвестный факт, что на рынке особое значение имеет цена равновесия, цена, сформированная как результат столкновения спроса и предложения.



Рис. 1. Спрос и предложение на туристическом рынке

Источник: Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства. М., 2015

Туристический спрос имеет ряд отличительных черт, таких как:

- динамика;
- полнота и неоднородность;
- эластичность;
- сосредоточение в пространстве и времени и т. д.

Чрезвычайная чувствительность молдавских туристов к ценам связана с высокой эластичностью спроса. Из-за специфики спроса на туристические услуги цены на туристические продукты снижаясь могут увеличить доходы поставщиков услуг. Если спрос на какие-то туристические услуги неэластичен, доход может увеличиться только в случае увеличения цены.

Все туристические фирмы Молдовы предоставляют примерно одинаковый набор услуг:

- выбор вида туризма и места отдыха (маршрута),
- определение продолжительности поездки,
- выбор категории отеля,
- организация культурной программы,
- установление цены

В качестве вспомогательных услуг предлагаются: визовая поддержка, оформление авиабилетов и багажа, страхование, трансфер.

Туристическое агентство «Viabastet» направлено на предоставление услуг для семейного, парного, группового или одиночного отдыха. Желающим предлагается несколько видов отдыха: горный туризм, морской туризм, отдых в санатории, туры по Европе, местный туризм. Основной аудиторией агентства представлена потребителями в районе 30-40 лет, с семьями. Такой вывод можно сделать по контенту, опубликованному агентством [4].

Целевая аудитория данной туристической фирмы — это люди со средним достатком и выше среднего возраста. Упор ставится на семейные пары, пары в отношениях. Типичный портрет — пара средних лет от 27 до 39 лет с или без ребенка. Офисные работники, малые и средние бизнесмены.

По отношению к своим конкурентам турагентство «Viabastet» обладает следующими преимуществами: опыт работы на рынке 14 лет; скидки на туры для постоянных клиентов; быстрый и качественный сервис; профессионализм сотрудников.

Спрос потребителей туристического агентства «Viabastet» на туристический продукт очень субъективен и является результатом воздействия многих факторов: экономических, социально-демографических, культурных, социально-психологических, личностных и поведенческих. Высокие требования к качеству услуг, осведомленность, восприятие, мобильность и многое другое также оказывают значительное влияние на туристический спрос.

Спрос на индивидуальные, экзотические, медицинские или паломнические туры не эластичен. Спрос на качественные и модные услуги отличается умеренной эластичностью. Спрос на стандартные туристические направления очень эластичен. Также можно выделить изменение эластичности спроса под влиянием временных показателей (длительность, сезонность и т.д.).

Чаще всего время, а не ограничение дохода является основным сдерживающим фактором туристского спроса клиентов туристического агентства «Viabastet». Наличие дополнительного времени даёт возможность увеличить срок пребывания туриста на выбранном курорте. Если турист планирует совершить одну отпускную поездку и ему предлагаются туры разной продолжительности, чаще всего он решает отправиться в семидневное путешествие. Эта характерная черта заключается в основном в сезонности спроса на туристический продукт и в пиковом

спросе в определенное время года, а также во временном ограничении отпуска.

Для исследования фактического положения и стратегических перспектив фирмы на основе изучения ее сильных и слабых сторон, рыночных возможностей и факторов риска был проведен SWOT анализ.

Таблица 1. SWOT анализ туристического агентства «Viabastet»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Положительный имидж кампании среди клиентов 2. Широкий спектр оказываемых услуг 3. Квалифицированный персонал 4. Сотрудничество с крупными туроператорами 5. Большой выбор туристических направлений 6. Собственный интернет-сайт	1. Нет чёткого стратегического направления развития 2. Недостаточный имидж на рынке 3. Зависимость от сезона 4. Часто на сайте размещаются не актуальные данные. 5. Недостаточное применение новейших технологий в области продвижения услуг 6. Неотлаженная и недостаточно продуманная система скидок 7. Неэффективная рекламная деятельность
Возможности	Угрозы
• Расширение клиентской базы при помощи Интернет рекламы • Повышение квалификации менеджеров (семинары, инфотуры т.д.) • Политика государства, направленная на расширение и развитие туристического бизнеса • Уход конкурентов в связи с кризисной ситуацией	1. Потеря постоянных клиентов, в связи с высоким курсом валют 2. Падение спроса на услуги в сфере туризма. 3. Недостаток правительственных действий в сфере модернизации туризма. 4. Снижение объемов продажи услуг в виду изменения предпочтений и вкусов клиентов. 5. Неблагоприятные демографические изменения, миграция

Источник: составлено автором

Из SWOT-анализа очевидно, что агентству необходимо скорректировать позиционирование компании на рынке, изучить ожидания клиентов и наработать новые туристические продукты, привлекать новых покупателей, и, следовательно, разработать рекламную кампанию по продвижению имиджа, большое внимание уделять изучению конкурентов и повышению конкурентоспособности. На данный момент можем отметить, что требуются доработки в продвижении компании в интернет-пространстве. В данной компании нет специалиста по маркетингу, который бы занимался исследованием конъюнктуры рынка, анализом ожиданий и специфики потенциального потребителя и т.д.

Необходимо учитывать, что в сфере туризма до 80 % дохода может приходиться на постоянных клиентов [3]. Что подтверждается клиентской базой компании «Viabastet» и важно сохранять их удовлетворенность фирмой и ее продуктами. Следовательно, если основной целью маркетинга является усиление вовлеченности туриста в конкретное туристическое предприятие, необходимо определить соответствующие потребительские требования, выполнение которых влияет на степень удовлетворения спроса на соответствующие туристические услуги. Различия в требованиях могут быть результатом индивидуальных предпочтений

потребителей, например, жизненного стремления к поиску новых впечатлений, формирования как опыта в целом, так и повторения опыта в данном туристическом месте.

Сезонность создает значительные трудности в туристическом секторе, снижая прибыльность туристического бизнеса, эффективность использования основных средств, снижая качество предоставления туристической услуги.

В то же время в Молдове в сфере туризма практически не проводятся маркетинговые исследования реального опыта, приобретенного туристом, реакции на качество предоставляемых услуг. Одна из причин - тесный контакт представителей турагенств с потребителями и, как следствие, уверенность в том, что они прекрасно осведомлены о потребностях своих клиентов и поэтому исследования в этой области излишни, это относится и к туристическому агентству «Viabastet». Но успех компании, в том числе в сфере туризма, заключается в том, что стабильная прибыль возможна только тогда, когда известны чаяния клиента и есть возможность удовлетворить его потребности.

Приобретая туристскую путёвку, клиенты подписывают с фирмой договор, в котором указан тщательно отработанный набор условий, что позволяет предупредить возможные недочёты и конфликты в обслуживании. Туристического агентства «Viabastet» проявляет значительный интерес к туристской общественной жизни, участвует во всех важных туристских мероприятиях национального уровня.

Потребителя туристических услуг туристического агентства «Viabastet» выделяют следующие поведенческие особенности:

- высокий уровень образования, эрудированность;
- требовательность к качеству услуг;
- любознательность;
- непосредственность;
- активность;
- независимость;
- желание получить разнообразные впечатления.

Определение мотивации поведения потребителей туристических услуг «Viabastet» затрудняется тем, что в современном обществе одновременно формируются диаметрально противоположные потребности. Назовем некоторые:

- обособленность и взаимодействие в команде;
- оседлость и мобильность;
- деловая активность и отдых;
- самостоятельность и зависимость;
- пассивное усвоение и креативный подход к проведению отпуска;
- проведение отпуска по предложенному протоколу и экспромтом.

На потребителей туристического агентства «Viabastet» экономическое положение (уровень дохода, стабильность, наличие сбережений) является одним из основополагающих факторов, влияющих на выбор. Потребитель, обладающий крупными материальными средствами, имеет больше возможностей выбирать предлагаемые товары. В случае с приобретением многих видов туристских услуг экономическое положение определяет сумму, которую отдельный потребитель может выделить для этой цели.

Анализ потребительского поведения туристического агентства «Viabastet» позволяет выявить особенности покупательского поведения постоянного потребителя на всех пяти этапах процесса принятия решения о покупке (по Ф. Котлеру):

1. *Осведомленность о проблеме.* Процесс оформления поездки начинается с того, что потребитель понимает проблему или потребность. Для того,

чтобы купить поездку, такими потребностями обычно являются наличие праздников, желание получить новые впечатления, появление финансовых возможностей для поездки. В туристическом агентстве «Viabastet» типичными потребителями являются семейные люди среднего возраста со средним достатком.

Понимание потребности происходит под давлением многих факторов: рост доходов, получение новой информации, в том числе рекламы, в частности, влияние семьи. В современном маркетинге большое значение придается тому, чтобы человек быстро понимал свою потребность в товарах и услугах, предлагаемых компанией. Самый эффективный способ для туристического агентства рекламировать тур - это реклама в Интернете и в печати. В туристическое агентство обращаются туристы, которым не хватает времени и возможности самостоятельно организовать свой отпуск, и многие предпочитают комфортный отдых.

2. *Поиск информации.* Большую часть информации находят в интернете, чаще в социальных сетях и только потом на сайте компании. Потребители часто обращаются за советом к друзьям, знакомым. Кроме того, обычно просматриваются предложения более 4-7 туристических компаний, даже если они уже являются пользователями услуг одной компании. Компания должна знать, как люди ищут информацию, чтобы объявления попадали к целевой аудитории. Турагентству «Viabastet» необходимо усилить активность в интернет-пространстве, учитывая специфику восприятия информации публикой той или иной социальной сети.

3. *Оценка вариантов.* Оценка вариантов турпакетов обычно производится по следующим важнейшим критериям: цена, страна пребывания, возможность поездки с семьей, маленькими детьми. Наибольшей популярностью у туристов «Viabastet» пользуются пляжный отдых и экскурсионные программы по Европе. Важно обратить внимание на правильное позиционирование услуги, чтобы оно было наиболее предпочтительным для как можно большего числа целевых потребителей компании.

4. *Решение о покупке.* Оценив варианты, турист принимает решение в пользу тура и турагентства, в котором он хочет оформить заказ, определяющим является соотношение цены и предполагаемого качества предоставляемых услуг (если нет опыта в приобретении услуги у данной компании). В турагентстве «Viabastet», при покупке тура подписывается договор, что является основным гарантом предоставления качественных услуг. Сразу оплачивается полная или частичная стоимость тура, выдаётся чек и другие сопутствующие документы.

5. *Реакция на покупку.* После покупки тура заказчик может испытать удовлетворение или недовольство. Основными критериями оценки тура постоянных клиентов являются привлекательность экскурсионной программы и комфортные условия проживания. Если остальное полностью соответствовало ожиданиям клиента, велика вероятность, что он сохранит лояльность к данной турфирме.

Также при выборе туристических услуг постоянными потребителями турагентства «Viabastet» важными факторами являются возможность организации индивидуальных туров, возможность оформления загранпаспорта, различных виз, ассортимент туров. Да, особенности распределения туруслуг связаны с такими показателями как количество и репутация гостиниц, количество и репутация авиакомпаний. При продвижении туруслуг для молдавских потребителей важны положительные отзывы о турфирме, наличие сайта, благоприятный имидж и бренд. И среди дополнительных услуг для молдавских респондентов важны предоставление дополнительных услуг по медицинскому страхованию и страхованию багажа. Но для потребителей не менее важными факторами являются: вежливое и доброжелательное обращение персонала, уровень компетентности персонала, что характерно для сотрудников туристического агентства «Viabastet».

Подводя итог, можем отметить, что основным принципом маркетингового подхода в туризме является ориентация на потребителя, т.е. максимальное удовлетворение потребностей туристов за счет оптимального использования туристических ресурсов. Спрос потребителей туристического агентства «Viabastet» на туристический продукт очень субъективен и подвержен влиянию многими факторами. Для фирмы, важно определить не только то, как факторы, влияют на спрос и предложение, но и кто является пользователем услуги.

Система *маркетинга* туристического агентства «Viabastet» характеризуется зачастую полным отсутствием последовательности и стратегического планирования, фрагментарностью рекламных усилий, недостаточным использованием современных информационных технологий в реализации. Для эффективного построения маркетинговой стратегии турфирме «Viabastet» необходимо учитывать организационно-экономический потенциал компании, а также специфику спроса и предложения туристических услуг.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА от 21 мая 2020 года №72 О некоторых мерах поддержки туристов и хозяйствующих субъектов индустрии туризма для смягчения негативных последствий эпидемиологической ситуации (COVID-19)
2. АНДРЕЕВА А.Ю. Новые технологии интенсивного развития туристической индустрии. -М.: ЮРГУ, 2019. -С. 15.
3. ВАРЛАМОВА А.В. Туризм как социоэкономическое явления / Вестник Кемеровского государственного университета. 2020. № 2-7. С. 134-137.
4. Сухов Р.И. Организация работы туристического агентства. М., 2015
5. <http://viabastetmd.com/>

ЗНАЧИМОСТЬ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ

Александр ЧАЙКОВСКИЙ

Государственный университет Молдовы

Abstract. *The field of digital marketing is underestimated, as evidenced by the lack of specialists in this sector of the economy and quality educational programs. For the same reason, there are very few studies on this topic, where there are many aspects worthy of separate attention. In connection with the events taking place around the world, starting from the beginning of 2020 related to the coronavirus pandemic, the topic of promoting goods and services using digital marketing tools is becoming more relevant than ever and must be studied. Today, there is a forced revolution in the field of business, IT and education. Digital marketing is becoming a lifesaver for many businesses around the world.*

Keywords: *digital marketing, tools, internet, promotion, services.*

Цифровой маркетинг (Digital маркетинг) – это общий термин для маркетинга товаров и услуг, который использует цифровые каналы для привлечения и удержания клиентов. Причем любые — от рекламы на онлайн-радио до объявления контекстной рекламы в интернете. Цифровой маркетинг — это любое продвижение, в котором участвует «цифра» [1].

Можно прийти к выводу, что цифровой маркетинг и онлайн маркетинг – это не одно и то же. Если онлайн маркетинг ограничивается интернетом, то цифровой включает в себя как онлайн, так и офлайн цифровую коммуникацию. Он в корне отличается от традиционных каналов маркетинга в виде газет, журналов и билбордов. С другой стороны, если на билборде указан QR код, с последующей возможностью перехода на сайт, то такой вид рекламы будет относиться к цифровому маркетингу.

Не лишним будет отметить явные преимущества цифрового маркетинга. К ним относятся:

Измеримость. Благодаря технологиям, цифровые каналы продвижения предоставляют подробную информацию по их использованию, что позволяет оценить их эффективность. Например, рекламный пост в Facebook предоставляет информацию об охваченной аудитории, переходу по ссылке, взаимодействии с постом и даже время просмотра и глубину просмотра. Настолько подробную информацию нельзя получить путем традиционной печатной рекламы. Тираж журнала не дает точной информации, сколько человек прочло и среагировало на рекламу. Поэтому, многие компании могут самостоятельно проводить маркетинговые исследования, не прибегая к помощи специальных агентств.

Скорость. От момента публикации рекламного баннера, видео или поста в интернете до момента того, как оно появится на мониторе пользователя проходит пару минут. После того, как в течении часа несколько тысяч человек увидели рекламу, можно получить подробную информацию о реакции и взаимодействии целевой аудитории и при необходимости, в рекламную кампанию оперативно вносятся изменения. Весь процесс осуществляется в течении 1-2 часов, на что у традиционного маркетинга уходят недели. Таким образом, использование цифровых технологий выводит маркетинг на новый уровень.

Стоимость. Множество инструментов цифрового маркетинга являются молодым направлением и не многие ими пользуются. Цены на контекстную рекламу остаются сравнительно низкими по сравнению, с традиционными рекламными каналами.

Универсальность. Цифровой маркетинг характеризуется высокой точностью и возможностью гибкой настройки. С помощью таргетинга, при публикации объявлений в интернете, можно достичь показа рекламы максимального релевантной аудитории, кому это будет интересно. Таким образом, избегая лишние затраты.

Большой охват. Миллиарды людей используют те или иные цифровые устройства. А значит, все они потенциальная аудитория, которую можно охватить самыми различными методами цифрового маркетинга. Для данного вида маркетинга не существует территориальных границ и можно достичь своего целевого потребителя в любой части света.

Цифровой маркетинг является сравнительно молодым направлением и характеризуется сложными инструментами, применяемыми как комплекс для эффективного создания глубоких и актуальных отношений с потребителем. С развитием цифровых медиа пришли новые возможности для маркетинга и рекламы. На сегодняшний день цифровой маркетинг характеризуется непрерывным развитием и частым внедрением инноваций в данный вид маркетинга. Те инструменты и методы, что используются сегодня, будут уже не актуальны или мало эффективны через пару недель или месяцев. Это объясняется трендами и постоянным развитием технологий [2].

Цифровой маркетинг включает в себя множество инструментов. Среди которых наибольшей популярностью пользуются следующие.

SMM – маркетинг в социальных сетях, представляет собой комплекс мер, направленных на продвижение страницы в социальных сетях. Является молодым, но очень действенным инструментом цифрового маркетинга. Согласно данным, представленным одним из самых крупных маркетинговых агентств We are Social. За последние годы значительно выросло количество пользователей социальных сетей. Динамика пользователей социальных сетей во всем мире представлена на рисунке 1.

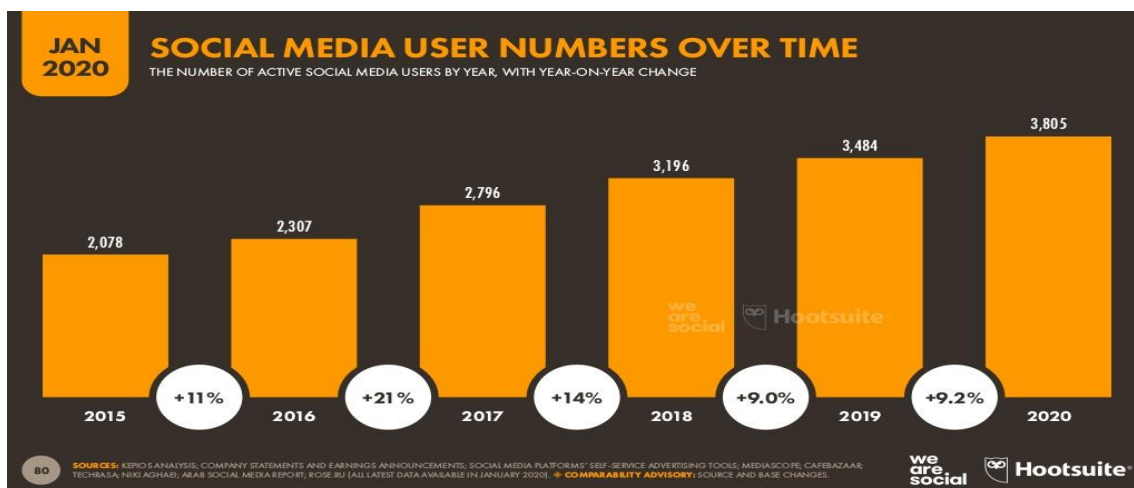


Рис. 1. Динамика роста пользователей социальных сетей во всем мире

Источник: [3]

В январе 2020 года количество пользователей социальных сетей достигло почти 4 млрд. пользователей. Рост аудитории социальных сетей означает и рост возможностей для бизнеса. Поэтому все больше компаний создают страницы своей компании в социальных сетях, при этом устанавливая разные задачи:

- 1) Стимулирование продаж
- 2) Формирование пула лояльных пользователей
- 3) Противодействие негативу
- 4) Получение трафика
- 5) Персональный брендинг

До сих пор бытует мнение, что маркетинг в социальных сетях не подходит для продаж и больше подходит для создания общественного резонанса и повышения узнаваемости. Однако, при должной настройке и оптимизации, как показывает практика, SMM справляется и с этой задачей.

Ключевым элементом, предопределяющим успех продвижения в SMM является наполнения страницы релевантным контентом, который интересен целевой аудитории. Создается дополнительная ценность для потребителя, и мотивация следить за новостями страницы компании. Контент-маркетинг в социальных сетях может состоять из разных текстовых, аудио, и видео публикаций. Контент можно разделить на 5 основных видов

1) Информационный – главной целью данного контента является завоевания доверия. Такой контент обычно представляет собой историю компании, знакомство аудитории с персоналом, информация о квалификации сотрудников, новости о трендах отрасли и др.

2) Продающий – его целью является подтолкнуть покупателя к решению о приобретении именно продукта данной компании. Для того, чтобы такие посты были результативны, они должны привлекать внимание креативным заголовком, иметь подробное описание продукта и его достоинства, должны быть данные о способе приобретения продукта и контактные данные. Можно воспользоваться классическими методами искусственного ограничения времени и созданием акций.

3) Образовательный контент– данный вид контента представляет дополнительную ценность для подписчиков страницы компании. Здесь, могут даваться советы в сфере деятельности компании. Например, компания занимается продажей кухонной посуды, то уместными будут статьи о том, как точить ножи, кулинарные рецепты и т.д. Этот вид контента обязателен, чтобы продемонстрировать целевой

аудитории, что компания не просто желает им что-то продать, но и учит чему-то новому, а значит есть смысл периодически посещать страницу.

4) Коммуникационный (вовлекающий) контент – призывает к действию. Помогает увеличить доверие и лояльность со стороны потребителя. Создаются опросы и тесты. Люди любят, когда интересуются их мнением. Популярным форматом является интересная тема в чате, просьба оставить отзыв о компании, или о совете по улучшению продукта. Однако, подобные посты используются только тогда, когда страница уже набрала свою активную аудиторию. Иначе, пустые комментарии под постом-обсуждением будут выглядеть нелепо и создавать плохое впечатление у новой аудитории.

5) Развлекательный контент – всегда был одним из самых популярных форматов в социальных сетях, потому что прежде всего социальные сети для людей – это источник развлечений. Пусть этот контент и не решит поставленных бизнес-задач, тем не менее рекомендуется посвящать данному контенту не менее 30% постов. Это поможет увеличить активность и создать дружелюбную атмосферу. Посты могут быть в виде музыки, веселых видео, смешных историй, и забавных картинок.

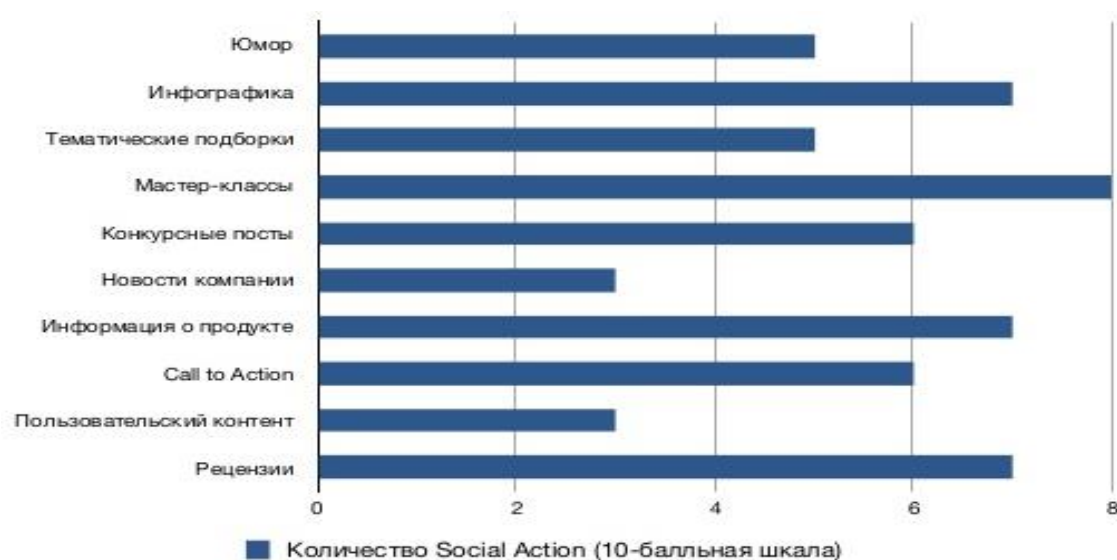


Рис. 2. Популярность категорий контента на Facebook

Источник: [4]

Недавно, агентство Greenprg провело исследование о самых популярных категориях контента на Facebook и пришли к выводу, что самым популярным контентом на данный момент является мастер-классы. Они несут познавательную функцию и относятся к образовательной категории. Это говорит о том, что аудитория Facebook стала больше ценить свое время и уделять больше времени самообразованию, чем развлечениям. Тем не менее, развлекательный контент все еще занимает высокие позиции.

Email маркетинг – инструмент цифрового маркетинга, который продвигает и продает продукты компании с помощью электронных писем. Главной целью внедрения данного инструмента является достижение повторной продажи. Тем не менее, следует отметить, что email маркетинг – это не просто рассылки, а комплекс мероприятий по продвижению.

Данный метод продвижения, согласно некоторым данным, предоставленным Gigaom Research считается наиболее эффективным для удержания клиентов. Это является очень важным фактором ведь как известно, привлечь новых клиентов всегда дороже, чем удерживать старых. [5]

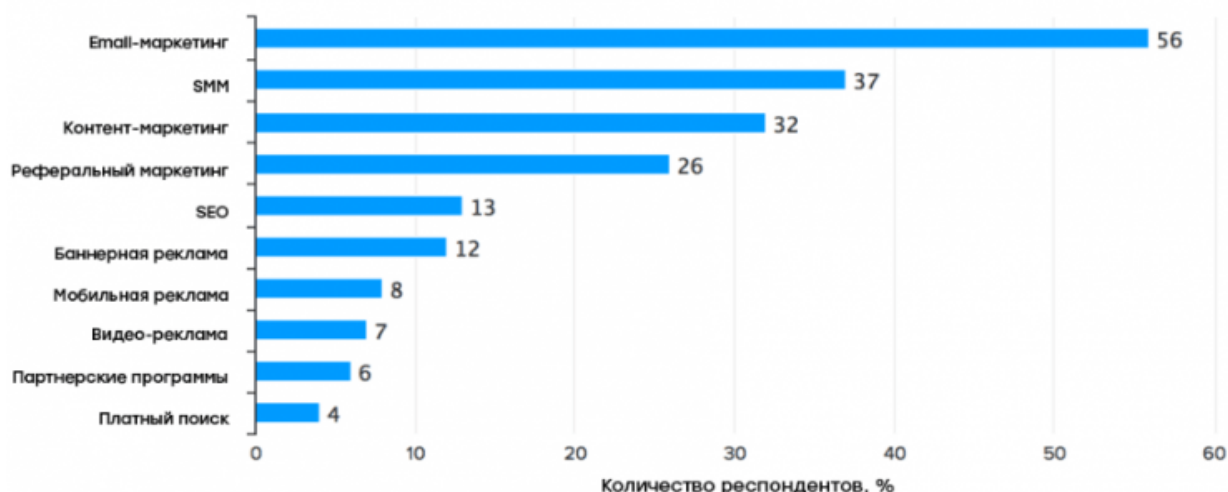


Рис. 3. Рейтинг маркетинговых каналов для удержания клиентов.

Источник: [5]

Почти у каждого пользователя интернета есть почтовый адрес, что связано с необходимостью не только переписываться, но и регистрацией учетных записей. Это говорит о том, что у email маркетинга самая большая потенциальная база клиентов. Так же, он характеризуется высокой конверсией и усиливает имидж компании.

Несмотря на все преимущества, данный инструмент подходит не всем компаниям. Email маркетинг помогает автоматизировать продажи, облегчая задачу менеджеру. Однако, если менеджер компании самостоятельно справляется с объемом работы, рекомендуется не внедрять данный инструмент, так как самые лучшие продажи выполняют люди через персональное живое общение.

За последние 10 лет, развитие социальных сетей и других цифровых медиа получили огромный скачок в развитии, количество пользователей интернета неуклонно растет. По данным Международного союза электросвязи (ITU) к концу 2019 года количество пользователей интернета достигло 4,1 млрд человек, что составляет 53,6 % процентов от всего населения Земли и 3,48 млрд. из них зарегистрированы в социальных сетях [6].

Более того, согласно данным отчета от «We are social» и «Hootsuite», в среднем, в 2019 году человек проводил 6 часов 42 минуты в интернете в день. Таким образом, благодаря инструментам цифрового маркетинга компании могут активно продвигать свои товары и услуги.

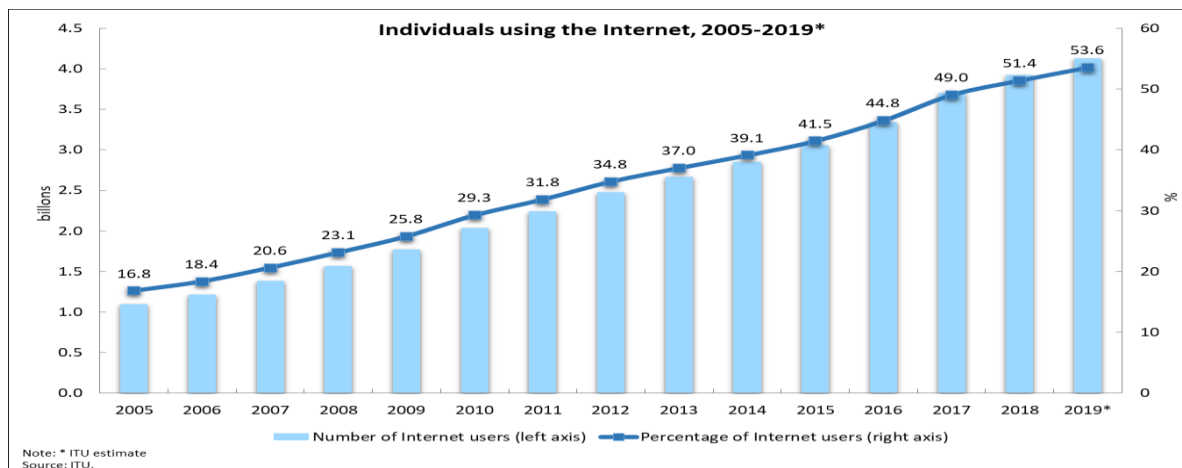


Рис. 4. Динамика роста интернет пользователей, млрд. чел.

Источник: [7]

Инструменты цифрового маркетинга позволяют связать офлайн и онлайн миры, активно продвигая товары и услуги компании. В связи с сложившейся ситуацией на начало 2020 года связанной с пандемией коронавируса, использование каналов цифрового маркетинга становится решающим фактором, предопределяющим дальнейшее возможное существование компании. Абсолютно все процессы, которые были возможны, стали происходить виртуально, на дистанционной основе. Цифровой маркетинг становится спасательным кругом для компаний, который позволяет связываться с клиентами с помощью цифровых устройств. Поэтому, на сегодняшний день данная тема как никогда актуальна и обязательна к изучению.

Немногие компании на рынке республики Молдова на момент начала пандемии, были готовы перейти на использование цифровых технологий в своей деятельности. Если раньше использование цифрового маркетинга воспринималась как альтернатива для многих компаний, то сейчас это вынужденная необходимость. Согласно данным информационного портала point.md в апреле 2020г. компания Simpals и проект shop.price.md за 2 недели бесплатно открыл 40 интернет-магазинов для поддержки молдавских предпринимателей. [9]

Особо проблема карантина коснулась функционирования центрального рынка города Кишинева, и предпринимателей в сельскохозяйственном секторе. Однако, даже они уже начали пользоваться цифровым маркетингом. Так, всеми привычные прилавки центрального рынка Кишинева перебрались в Facebook, вступая в тематические группы и предлагая свою продукцию с доставкой на дом.

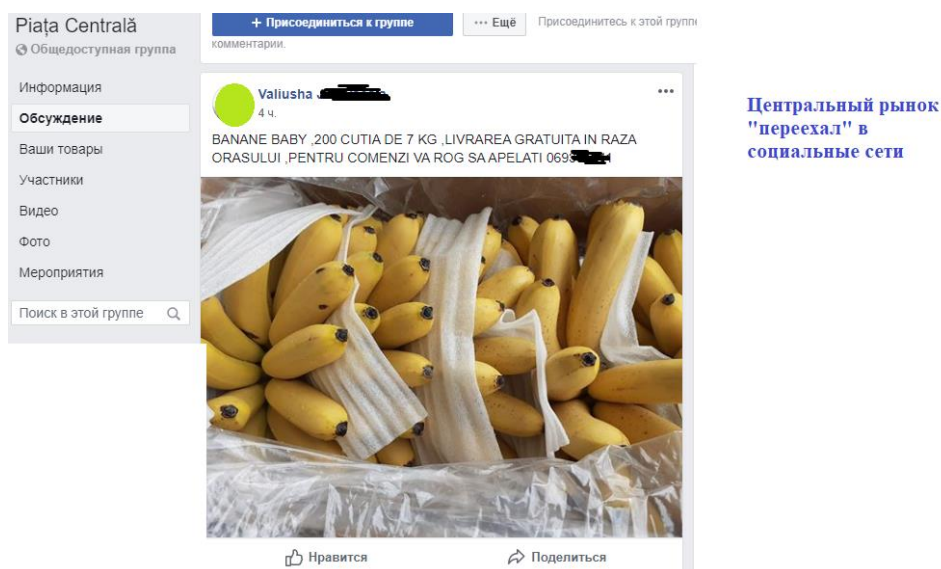


Рис. 5. Адаптация молдавских предпринимателей центрального рынка г. Кишинева

Источник: [8].

Пусть это самый примитивный вид продвижения в цифровом маркетинге, но факт остается фактом. Абсолютно все экономические агенты Молдовы быстро адаптируются под новые требования и условия рынка.

Выводы. То, что происходит сейчас во всем мире – это цифровая революция в экономике, образовании, и в социуме в целом. Инвестиции в цифровой маркетинг сегодня, обеспечат стратегическое преимущество бизнесу после окончания пандемии. Многие люди сейчас рвут шаблоны и разрушают предвзятое отношении к интернет покупкам. Это значит, что цифровой маркетинг ждет еще большее потрясение и

конкуренция на нем станет еще более жесткой. Так, там, где закрываются одни двери, открываются новые. Можно прийти к выводу, что тема цифрового маркетинга сейчас как никогда актуальна и требует ее тщательного изучения каждой компанией не зависимо от сферы деятельности.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. <https://blog.ringostat.com/ru/digital-marketing-chto-eto/> - блог маркетологов
2. Савельев Денис, Евгения Крюкова «100+ хаков для интернет-маркетологов. Как получить трафик и конвертировать его в продажи», ООО «Альпина Паблишер», 2018.
3. <https://wearesocial.com/digital-2020> - Интернет портал маркетингового агентства.
4. <https://pt.slideshare.net/polyanskiy/content-smm/7> - Образовательный портал
5. <https://gigaom.com/topic/data/> - Онлайн платформа стратегических технологических исследований.
6. Манн Игорь «Маркетинг на 100%: ремикс» Изд: «Манн, Иванов и Фербер», 2007г.
7. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx> - Институт электросвязи
8. <https://www.facebook.com/> - Социальная сеть.
9. <https://point.md/ru/novosti/business/shop-price-md-za-2-nedeli-besplatno-otkryl-eshche-40-novykh-internet-magazinov/?fbclid=IwAR05TTCj1POAuHrYg6xvCLmQdQfh9rRnz7GRNsI0a0slcyfxYg2-i0WeX7U> – Новостной портал

ПРОБЛЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КОСМЕТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ РЕШЕНИЯ

Алёна КОВАЛЬЧУК, магистрант,
Государственный университет Молдовы

Abstract. *Today the perfumery and cosmetic industry is one of the largest branches of the chemical industry. With an increased number of manufactured cosmetic products, the negative impact on the environment has also increased, in the form of an increase in the amount of plastic produced, the release of harmful substances into the atmosphere during production, as well as exhaust gases when transporting products by shipping or land transport, etc. Today, an adult uses about 9 cosmetic products a day, which means that, on average, he is exposed to more than 126 unique chemicals from personal care products, and striving to ensure that most of them are safe and sustainable is no doubt good idea. In recognition of the need to develop products and processes that minimize their environmental impact, cosmetics companies have implemented a wide range of strategies to help make the sector more sustainable. Moldovan cosmetic factory “Viorica-Cosmetic. S.A” is moving in the right direction, but there are certainly many issues that need to be addressed. Moving away from packaging and developing alternative ingredients for cosmetics is a major challenge for the cosmetics industry. How quickly and how well companies will cope with this challenge is still a big question.*

Keywords: *sustainability, cosmetic industry, natural product, trend, cosmetics.*

На сегодняшний день парфюмерно-косметическая промышленность является одной из самых крупных отраслей химической промышленности, которая в составе тонкой химии уступает по объемам выпуска продукции только фармацевтической индустрии. Такая востребованность косметических продуктов сильно возросла за последние десятилетия и по сей день появляются новые и новые бренды, со своей концепцией и идеологией. Но с ростом количества выпускаемых косметических продуктов, увеличилось и негативное влияние на окружающую среду, в виде увеличения количества производимого пластика, выброса вредных веществ в атмосферу при производстве, а также выхлопных газов при перевозке продукции на судоходном или наземном транспорте и т.д. По данным Zero Waste Week, каждый год бьюти-индустрия производит более 120 миллиардов единиц упаковки, большую часть которой переработать невозможно. Судоходная отрасль, являющаяся неотъемлемой частью этого процесса, производит более 1 миллиарда тонн CO₂ в год - и это всего лишь мировой торговый флот, а не учет грузовых или авиаперевозок. Эти факторы

делают косметическую промышленность вместе с модной самой вредной по воздействию после нефтяной промышленности [1].

Сегодня взрослый человек использует около 9 косметических продуктов в день, и это означает, что, в среднем, он подвержен действию более чем 126 уникальных химических веществ из средств личной гигиены, и стремиться к тому, чтобы большинство из них стало безопасными и устойчивыми – это несомненно хорошая идея. Различные компании-производители косметического сырья подтверждают, что устойчивость становится незаменимым вектором в развитии промышленности, и двигатель этого – потребители на Западных рынках [2].

Над перерабатываемой упаковкой работают многие крупные производители косметики. «Флаконы некоторых линий, например, „Аромакология“, „Цедрат“ и „О де Бо“, выполнены из 100% перерабатываемого ПЭТ. Наша цель — использовать стопроцентно перерабатываемый пластик для изготовления всех флаконов уже к 2025 году. Для этого мы сотрудничаем с компанией Loop Industries, использующей метод переработки пластиковых отходов в чистый пищевой ПЭТ-пластик», — отмечает эксперт бренда L'Occitane Ирина Галушко. Амбициозны планы по экологизации продукции до 2030 года и у компании L'Oréal. «К 2030 году вода, использованная в ходе производственных процессов, будет на 100 % перерабатываться и использоваться повторно. Также 100% ингредиентов наших средств и упаковочных материалов на основе биологического сырья будут получены из устойчивых источников и будут пригодны для переработки. 95% ингредиентов в составах наших средств будут иметь биологическое происхождение либо будут получены из распространенных минералов или в результате рециркуляции. Пластик, используемый в упаковках наших средств, будет на 100% изготовленным из переработанного или добытым из био-источников. 100 % отходов, генерируемых на площадках компании, будут подвергаться переработке и использоваться повторно», — отметил генеральный директор L'Oréal в России и СНГ Клаудио Кавикьоли.

Unilever пошел еще дальше и решил поэкспериментировать со сбором использованной тары из-под косметики. «Совместно с группой „Экотехнологии“ мы установили 14 фандоматов в торговых сетях „Перекресток“ и „Карусель“ (розничная компания X5 Retail Group) в Москве, а также в торговых сетях „Магнит“ в Краснодаре и Туле — для приема использованной пластиковой тары у населения и ее последующей переработки. С августа 2019-го по июль 2020 года фандоматы собрали более 24 тыс. единиц пластиковой упаковки, и сбор продолжался даже во время режима самоизоляции», — рассказала управляющий по программам устойчивого развития, благотворительности и фондов Unilever в России, Украине и Беларуси Ирина Антюшина. По ее словам, флаконы всех косметических средств бренда Unilever, выпускаемых в России, производятся из 100% переработанного пластика, а 89% полимерной упаковки пригодно к переработке [3].

С ростом числа потребителей и розничных торговцев, требующих косметики с натуральными или экологически чистыми ингредиентами, рынок зеленой косметики демонстрирует 15-процентный ежегодный рост. Эти темпы роста намного опережают мировую индустрию личной гигиены и косметики, которая в настоящее время поддерживает общий ежегодный рост в 5 процентов [4].

За исключением средств декоративной косметики, eco-friendly средства можно найти практически в любой категории и в любом ценовом сегменте. Однако по объему используемого пластика они занимают не более 10% косметического рынка [5].

Также стала очень популярна веганская косметика, которая сразу наводит нас на мысль о полной безопасности к животным и планете, но это вовсе не означает, что продукт обязательно натуральный или органический, и этот сертификат также не несет информации о том, насколько устойчивыми являются процесс производства и

ингредиенты. Например, в веганской косметике не используется пчелиный воск, чтобы защитить пчел, но допускается пальмовое масло, производство которого вредит животным. Или парафин и другие химические вещества, производство которых, в конечном итоге, также наносит вред природе и животным [2].

Рынок натуральных продуктов растет в геометрической прогрессии, и выбор сырья из натуральных материалов укрепит любой бренд как безопасный выбор - как с экологической, так и с экономической точки зрения [4].

В настоящее время в Европе существует более 20 логотипов, представляющих природные и органические косметические средства! Среди них есть довольно популярные и известные значки для сертифицированной натуральной и органической продукции (NaTrue и Cosmos, например), но по-прежнему появляются новые, которые отражают экологически чистые процессы (например, Nordic Swan и EU Ecolabel), биоразнообразие, справедливую торговлю и этические нормы (Vegan society, Cruelty Free, Halal). Нанесение всех ярлыков на упаковку становится реальной проблемой для отдела маркетинга. Но предложено и простое решение: нанесение QR-кода на упаковку, который будет выводить на информацию о ярлыках продукта [2].

Все потребительские товары оказывают воздействие на окружающую среду на протяжении всего своего жизненного цикла. Признавая необходимость разрабатывать продукты и процессы, минимизирующие их воздействие на окружающую среду, компании косметической промышленности реализовали широкий спектр стратегий, способствующих повышению устойчивости сектора. Очевидно, что в будущем программы экологической устойчивости будут развиваться и дальше. Например, использование биоразлагаемой, перерабатываемой и многоразовой упаковки будет продолжать расти, и упаковка все больше и больше будет разрабатываться с учетом жизненного цикла. Эко - дизайн формул и упаковки поощряется и все чаще сопровождается обучением и обменом передовым опытом.

При выборе ингредиентов и упаковочных материалов все чаще принимаются во внимание экологические и социальные критерии. Вырубка лесов сводится к минимуму, и принимаются меры для сохранения биоразнообразия.

В производстве все чаще используются эффективные процессы и технологии для снижения потребления энергии и воды, а также для минимизации выбросов, загрязнения и отходов. По возможности энергия поступает из возобновляемых источников.

Чтобы сократить выбросы от транспорта, косметические компании адаптируют свои методы распределения [6].

Потребители все чаще делают выбор в пользу «зеленых» товаров и задумываются об экологии. Исследование McKinsey и Business of Fashion, проведенное в 2018 году, показало, что 66% «миллениалов» (люди, родившиеся с 1981 по 1996 годы) готовы тратить больше денег на устойчивые модные бренды. По прогнозам аналитической компании Nielsen, в 2021 году покупатели только в США потратят \$150 млрд (11,3 триллиона руб.) на устойчивые продукты. 73% участников этого онлайн-исследования признались, что готовы изменить свои потребительские привычки, чтобы снизить негативное воздействие на окружающую среду.

Компании одна за другой отказываются от тестирования косметики на животных. Это уже сделали Avon Products Inc., Estée Lauder и другие. Они стали частью глобальной кампании #BeCrueltyFree, запущенной организацией Humane Society International (HSI) [3].

В нашей стране косметическая промышленность представлена фабрикой “Viorica-Cosmetic. S.A”. Следуя трендам, компания Viorica стремится сделать максимально натуральные продукты, и эффективные за счёт растительных ингредиентов. В своих формулах компания Viorica использует самое чистое

растительное сырьё, представленное экологически чистыми растительными маслами и экстрактами, растительными и растительно идентичными витаминами, и только абсолютно безопасные и нетоксичные ингредиенты, полностью исключив парабены, синтетические красители, триклозан и триклокарбан, фталат, гидрохинон, каменноугольная смола, оксибензон, соединения алюминия, хлорид стеаралкония, фумараты, кополимеры PVP/VA, полиэтиленовые гранулы. Данные продукты содержат в себе менее 1% синтетических отдушек, и косметика не тестируется на животных, что делает Viorica – cruelty-free предприятием. Также не отставая от «бьюти-трендов» компания открывает всё больше точек в своих магазинах по сбору продукции для повторной переработки.

К сожалению, на сегодняшний день, компания лишь рекламирует систему recycling, не используя её как следует. Упаковка продуктов хоть и является перерабатываемой, этикетка имеет сложный состав, который не перерабатывается на данный момент. Помимо этого, в стране не существует необходимых точек для переработки данной упаковки, и данное действие возможно только за границей, в связи с чем прибыль с перерабатываемого сырья будет значительно ниже убытка, и как следствие, пустая упаковка хранится на складе.

На данный момент на фабрике существуют закрытые цеха, которые в прошлом занимались собственным производством упаковки для продукции, которая в дальнейшем измельчалась и перерабатывалась прямо на фабрике, соответствуя современной системе recycling, но, по неизвестным причинам, эти цеха закрыты, и единственная составляющая компании в системе recycling это сбор и прессование картона, который сдается на мукулатуру.

Переход на новый уровень или разработка новых стратегий — это всегда сложный и длительный процесс, и тот факт, что компания Viorica стремится к экологически чистому производству обеспечивает ей многообещающее будущее. Даже небольшие шаги к устойчивости могут значительно улучшить экологическую ситуацию, общественное мнение и увеличить продажи. Экологически чистые продукты — это сигнал для потребителей, что компания ценит принципы качества, безопасности и устойчивости и заслуживает доверие каждого покупателя.

Отказ от упаковки и разработка альтернативных ингредиентов для косметических средств — серьезный вызов для косметической отрасли: во-первых, частично из-за отсутствия необходимых производств, а во-вторых, из-за нестабильности и повышенной стоимости экологических альтернатив. Как быстро и насколько хорошо компании справятся с этим вызовом, пока большой вопрос [3].

БИБЛИОГРАФИЯ

1. *A Deep Dive Into the Confusing World of Sustainable Beauty*. Teenvogue, ©2020 [citat 02.10.21]. Disponibil: <https://www.teenvogue.com/story/a-deep-dive-sustainable-beauty>
2. *Beauty-индустрия движется в сторону устойчивого развития*. Бизнес-портал косметической промышленности и индустрии чистоты, ©2015 [citat 02.10.21]. Disponibil: <https://cosmetic-industry.com/beauty-industriya-dvizhetsya-v-storonu-ustojchivogo-razvitiya.html>
3. *Цена красоты. Как косметика влияет на здоровье человека и экологию*. Plus-one.ru. ©2020 [citat 02.10.21]. Disponibil: <https://plus-one.forbes.ru/opasno-kosmetika>
4. *Green Cosmetics: The Push for Sustainable Beauty*. ACME-HARDESTY, ©2020 [citat 02.10.21]. Disponibil: <https://www.acme-hardesty.com/green-cosmetics-sustainable-beauty/>
5. *Как косметические марки поддерживают тренд на экологичность*. РБК Тренды, © 2019 [citat 02.10.21]. Disponibil: <https://trends.rbc.ru/trends/green/5da5b5019a7947b734ea4c86>
6. *DRIVING SUSTAINABLE DEVELOPMENT*. Cosmetics Europe, ©2020 [citat 02.10.21]. Disponibil: <https://cosmeticseurope.eu/how-we-take-action/driving-sustainable-development/>

SECTION 4

MODERN WAYS OF ACHIEVING MANAGERIAL PERFORMANCE

SECȚIUNEA 4

MODALITĂȚI MODERNE DE ATINGERE A PERFORMANȚEI MANAGERIALE

EVALUAREA IMPLEMENTĂRII POLITICILOR ACTIVE AFERENTE PIEȚEI MUNCII DIN REPUBLICA MOLDOVA

Alic BÎRCĂ, dr. hab., prof. univ.,
Academia de Studii Economice din Moldova
Adriana PRODAN, dr., prof. univ.,
Universitatea „Al. I. Cuza”, Iași, România

Abstract. *This scientific endeavour, the issue of implementing active labour market policies in the Republic of Moldova is addressed. The implementation of active labour market policies aims to reduce unemployment and increase employment. Active labour market policies also target disadvantaged groups in the labour market who have great difficulty finding employment. Taking into account the fact that the Republic of Moldova is at the beginning of the implementation of active measures on the labour market, following the adoption of the new legislation, we aimed to evaluate how to implement them. As research methods, statistical and analytical methods were used. In order to obtain the necessary information for the evaluation of active labour market policies, the annual reports of the National Employment Agency were analysed.*

Keywords: *labour market, active labour market policies, employment services, active employment measures, training.*

Politicile publice cu referire la piața muncii sunt adresate forței de muncă care cuprinde atât șomerii, cât și populația ocupată. De asemenea, politicile pe piața muncii trebuie să fie orientate spre reintegrarea și atragerea populației inactive în categoria forței de muncă, inclusiv persoanele ce formează grupul NEET. În Republica Moldova, grupul NEET cu vârsta cuprinsă între 15-24 ani constituie mai bine de un sfert din totalul populației din aceeași categorie de vârstă. Politicile elaborate și implementate pe piața muncii trebuie să urmărească atât efecte pe termen scurt, în special în perioade de criză, cât și efecte pe termen mediu și lung. Scopul elaborării și implementării politicilor pe piața muncii constă în asigurarea unei funcționări eficiente a acesteia, precum și corectarea dezechilibrelor, prin diferite intervenții, urmare a schimbărilor structurale ale economiei, sau a proceselor inovative introduse în procesele de producție, sau a crizelor economice care apar la anumite intervale de timp..

Conform clasificării oferită de EUROSTAT, „politicile pieței muncii (LMP) pot fi descrise ca intervenții publice care vizează funcționarea eficientă a pieței forței de muncă și corectarea dezechilibrelor” [2]. În cazul dat, intervențiile publice pe piața muncii acționează selectiv pentru a favoriza anumite categorii de forță de muncă, considerate defavorizate sau marginalizate, în vederea evitării riscului de a face parte din „armata” șomerilor pe termen lung.

Așa cum prevede metodologia statistică a Uniunii Europene, intervențiile publice se referă la acțiunile întreprinse de administrația publică pe piața muncii care implică cheltuieli, fie sub formă de plăți efective direcționate spre forța de muncă sau angajatori, fie sub formă de venituri renunțate (reduceri de impozite, contribuții sociale sau alte taxe de plătit în mod normal) [2]. Intervențiile pe piața muncii pot fi clasificate în trei categorii: serviciile, măsurile și ajutoarele financiare, cunoscute drept politici active pe piața muncii (ALMP).

ALMP-urile au ca obiectiv sporirea nivelului de ocupare a forței de muncă și diminuarea șomajului atât la nivel național, cât și la cel local sau regional. De asemenea, ALMP-urile pot viza anumite categorii de forță de muncă, considerate vulnerabile sau marginalizate pe piața muncii, care au nevoie de suport suplimentar pentru a putea fi reintegrate în mediul profesional sau ocupațional. De-a lungul anilor, guvernele naționale din întreaga lume au fost preocupate de elaborarea și implementarea diferitor politici care au vizat forța de muncă, pe de o parte, și angajatorii, pe de altă parte.

OCDE definește ALMP-urile drept „programe active în domeniul pieței muncii care

inclusiv toate cheltuielile cu caracter social (cu excepția cheltuielilor pentru educație), având ca obiectiv sporirea oportunităților beneficiarilor în vederea găsirii unui loc de muncă remunerat sau creșterea capacității acestora pentru câștigarea existenței într-un alt mod” [4]. Potrivit OCDE, în această categorie se cuprind cheltuielile pentru:

- serviciile și instituțiile guvernamentale de ocupare a forței de muncă;
- formarea profesională în funcție de cerințele pieței muncii;
- programele speciale pentru tineri care au ca obiectiv facilitarea procesului de tranziție de la instituția de învățământ la locul de muncă;
- programele care vizează oferirea sau promovarea locurilor de muncă pentru șomeri și alte categorii de persoane (cu excepția tinerilor și a persoanelor cu nevoi speciale);
- programele speciale destinate persoanelor cu nevoi speciale” [4].

Conceptul de ALMP a fost dezvoltat în Suedia ca o componentă crucială a strategiei social-democratice, care avea ca scop îmbinarea competitivității unei economii deschise cu securitatea ocupării depline și a justiției sociale [6]. Cu toate că, a început ca o politică cu adevărat social-democratică, conceptul de ALMP a fost acceptat și de politicienii liberali și cei conservatori, precum și de economiștii liberali [1].

ALMP-le au o istorie care include măsuri ce se referă atât la șomeri, cât și la persoanele ocupate. De fapt, înainte de prima criză petrolieră, politicile active ale pieței muncii erau îndreptate în principal spre persoanele ocupate pentru a face față dezechilibrelor regionale, asistenței migrației și mobilității ascendente a locurilor de muncă [5]. Preocuparea ALMP-urilor s-a schimbat foarte mult și a devenit aproape exclusiv orientată spre șomeri. Prima conceptualizare sistematică a distincției în politici active și pasive a pieței muncii, într-o manieră comparabilă la nivel internațional, a fost stabilită în anii 80 ai secolului XX.

Așa cum s-a menționat deja, ALMP-urile sunt cuprinse în servicii și măsuri promovate la nivel național pe piața muncii. **Serviciile** cuprind acele intervenții pe piața muncii în care activitatea principală a participanților este legată de căutarea locurilor de muncă vacante și nu are ca rezultat final schimbarea statutului acestora pe piața muncii. Mai mult de atât, serviciile acoperă și funcțiile Serviciului Public de Ocupare (SPO) care nu este legat direct de participanți, cum ar fi: servicii de plasare în câmpul muncii, servicii pentru angajatori, funcții administrative etc. [2].

Cea de-a doua intervenție pe piața muncii cuprinde **măsurile**. În cazul dat, activitatea principală a participanților este alta decât căutarea unui loc de muncă, iar participarea are ca rezultat schimbarea statutului acestora pe piața muncii. Potrivit Comisiei Europene, o activitate care nu are ca rezultat schimbarea statutului pe piața muncii poate fi considerată în continuare ca o măsură dacă intervenția îndeplinește următoarele criterii:

- activitățile întreprinse nu sunt legate de căutarea unui loc de muncă, sunt supravegheate și constituie o activitate cu normă întreagă sau parțială a participanților pentru o perioadă semnificativă de timp;
- urmărește îmbunătățirea calificărilor profesionale ale participanților;
- intervenția oferă stimulente pentru angajare sau pentru oferirea unui loc de muncă (inclusiv ocuparea pe cont propriu) [2].

Ajutoarele financiare sunt acele intervenții care oferă asistență financiară, directă sau indirectă, persoanelor fizice din motive legate de piața muncii sau care compensează indivizii pentru dezavantajul cauzat de circumstanțele acestora.

Dacă primele două categorii de intervenții (serviciile și măsurile) se referă la politicile active pe piața muncii, atunci ajutoarele financiare fac parte din politicile pasive. În cazul fiecărei intervenții pot fi identificate mai multe activități. Comisia Europeană grupează intervențiile pe piața muncii în mai multe categorii (Tabelul 1).

Tabelul 1. Clasificarea intervențiilor pe piața muncii

Intervenții	Activități
Servicii privind politicile pieței muncii.	1. Servicii pe piața muncii.
Măsurile privind politicile pieței muncii.	Formarea profesională. Rotația pe posturi și împărțirea posturilor. Stimularea ocupării forței de muncă. Subvenționarea ocupării forței de muncă și reabilitarea. Crearea de noi locuri de muncă. Stimularea inițierii afacerii.
Ajutoare financiare privind politicile pieței muncii	Menținerea și susținerea venitului persoanelor fără ocupație. Pensionarea anticipată.

Sursa: Adaptat de autori în baza [2].

Spre deosebire de clasificarea oferită de Comisia Europeană, intervențiile pe piața muncii din Republica Moldova sunt grupate diferit. În Republica Moldova, se operează cu noțiunea de „măsură” și nu cu cea de „intervenție”, așa cum este stipulat în statistica Uniunii Europene. Aceasta face să apară unele confuzii în înțelegerea noțiunii de „măsură”, deoarece aceasta cuprinde atât măsurile propriu zise cât și serviciile. Astfel, Legea cu privire la promovarea ocupării forței de muncă și asigurarea de șomaj prevede următoarele tipuri de măsuri:

- măsuri de promovare a ocupării forței de muncă: servicii de ocupare a forței de muncă și măsuri active de ocupare a forței de muncă;
- programe de facilitare a ocupării forței de muncă;
- asigurarea de șomaj [3].

Măsurile de ocupare reprezintă un alt tip de intervenții pe piața muncii, responsabilă de implementarea acestora fiind o instituție guvernamentală (ANOFM în cazul Republicii Moldova). Măsurile de ocupare a forței de muncă se adresează atât persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă în vederea sprijinirii lor pentru dobândirea statutului de persoană ocupată, cât și angajatorilor. În figura 1 este prezentată clasificarea măsurilor privind politicile active pe piața muncii, conform Comisiei Europene.

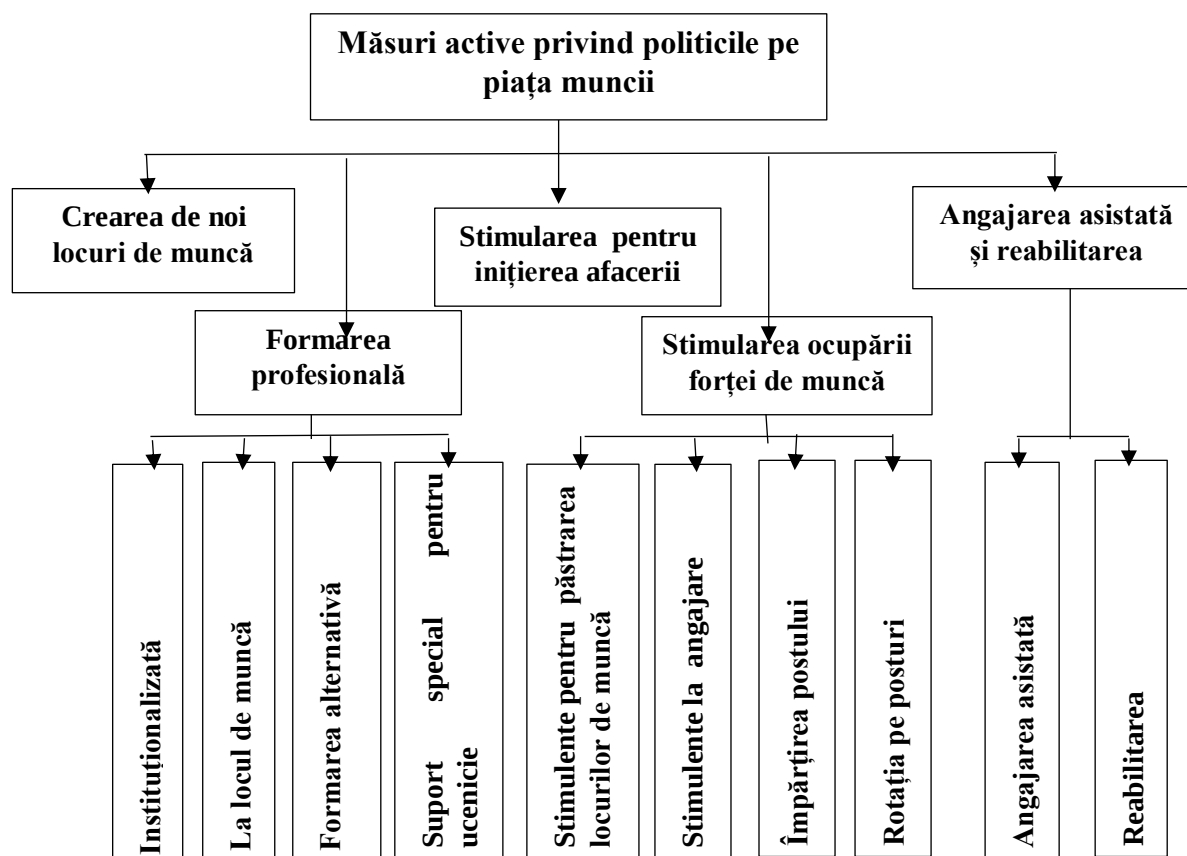


Figura 1. Clasificarea măsurilor privind politicile active pe piața muncii, conform Comisiei Europene

Sursa: Elaborată de autori în baza [2].

După cum rezultă din Figura 1, există o multitudine de măsuri active care acoperă politicile pe piața muncii, grupate în cinci categorii: formarea profesională, stimularea ocupării forței de muncă, crearea de noi locuri de muncă, stimularea inițierii afacerii, rotația pe posturi și împărțirea postului. Din clasificarea oferită de Comisia Europeană, în Republica Moldova sunt în proces de implementare toate cele cinci categorii mari de măsuri privind politicile active pe piața muncii. Trebuie menționat faptul că în legislația națională nu sunt prevăzute „Împărțirea postului” și „Rotația pe posturi” ca măsuri de stimulare a ocupării forței de muncă.

În ceea ce privește Republica Moldova, responsabilă de implementarea intervențiilor privind politicile active pe piața muncii este Agenția Națională pentru Ocuparea Forței de Muncă (ANOFM). Aceasta, la rândul său, oferă mai multe servicii care vizează creșterea nivelului de ocupare și anume: servicii de informare și consiliere profesională, servicii de mediere a muncii, servicii de ghidare în carieră, servicii de pre-concediere etc. (Tabelul 2).

Tabelul 2. Beneficiarii serviciilor oferite de ANOFM din Republica Moldova

Indicatorii	Anii					
	2015	2015	2017	2018	2019	2020
Beneficiari ai serviciilor de informare și consiliere profesională, persoane	96324	100852	88603	77679	65433	78902
Șomeri beneficiari ai serviciilor de informare și consiliere profesională, persoane	65392	70647	63022	52782	45827	63399

Ponderea șomerilor în totalul beneficiarilor serviciilor de informare și consiliere profesională, %	67,9	70,1	71,1	67,9	70,0	80,3
Beneficiari ai serviciilor de mediere a muncii, persoane	30264	32381	29492	26489	22999	25118
Șomeri beneficiari ai serviciilor de mediere a muncii, persoane	25935	28052	26178	23245	19454	22563
Ponderea șomerilor în totalul beneficiarilor serviciilor de mediere a muncii, %	85,7	86,6	88,8	87,7	84,6	89,8
Beneficiari ai serviciilor de ghidare în carieră, persoane	4686	4500	2600	8200	10100	13402
Șomeri beneficiari ai serviciilor de ghidare în carieră, persoane	1906	2087	900	3900	4600	12354
Ponderea șomerilor în totalul beneficiarilor serviciilor de ghidare în carieră, %	40,7	46,4	34,6	47,6	45,5	92,2
Beneficiari ai serviciilor de preconcediere, persoane	2100	1300	900	479	350	410

Sursa: Elaborat de autori în baza informațiilor din rapoartele anuale ale ANOFM.

Informarea și consilierea profesională reprezintă serviciul cel mai frecvent utilizat de subdiviziunile teritoriale ale ANOFM, acordat persoanelor aflate în căutarea unui loc de muncă sau șomerilor. În ultimii 6 ani, beneficiari ai serviciilor de informare și consiliere profesională au fost atât șomeri, cât și alte categorii de persoane. Analizând informația din Tabelul 2, observăm că până în anul 2019 a existat o reducere continuă a numărului de beneficiari ai serviciilor de informare și consiliere profesională. De asemenea, constatăm o creștere a numărului beneficiarilor serviciilor de informare și consiliere profesională în anul 2020. Comparativ cu anul 2019, numărul acestora a crescut cu peste 13 mii persoane. Aceasta se datorează, în mare parte crizei pandemice în care mai multe persoane și-au pierdut locul de muncă sau a existat riscul de a-și pierde locul de muncă. În același timp, în anul 2020 a crescut ponderea șomerilor înregistrați la ANOFM în totalul beneficiarilor acestui serviciu. Dacă în perioada 2015-2019, ponderea șomerilor în totalul beneficiarilor a fost de aproximativ 70%, atunci în anul 2020, ponderea acestora a crescut până la 80%.

După serviciul de informare și consiliere profesională, medierea muncii este următorul serviciu, în funcție de numărul de beneficiari, acordat de subdiviziunile teritoriale ale ANOFM. În același timp, constatăm că numărul beneficiarilor, ca și în cazul serviciilor de informare și consiliere profesională, este în descreștere în perioada analizată (Tabelul 2). Aceasta se poate datora și faptului că, în perioada analizată, numărul șomerilor a fost într-o descreștere continuă, până în anul 2019. Ponderea șomerilor în totalul beneficiarilor serviciului de mediere a muncii a fost de aproximativ 85%, în perioada analizată. Numărul beneficiarilor serviciilor de mediere a muncii s-a redus până în anul 2019. Spre deosebire de anul 2019, numărul persoanelor care au beneficiat de servicii de mediere a crescut cu peste 2 mii persoane, în anul 2020. În același timp, ponderea șomerilor înregistrați la ANOFM în totalul beneficiarilor serviciilor de mediere a muncii a fost de 90%, în anul 2020.

Deși, numărul beneficiarilor serviciilor de ghidare în carieră este cu mult mai mic decât cel al serviciilor de informare și consiliere profesională, se înregistrează o tendință ascendentă a acestui serviciu. (Tabelul 2). Creșterea numărului beneficiarilor serviciilor de ghidare în carieră este determinată și de extinderea acordării acestui serviciu în toate subdiviziunile teritoriale ale ANOFM. Totodată, constatăm că dacă în anii 2015-2019, ponderea șomerilor în

totalul beneficiarilor serviciului de ghidare în carieră era mai mică de 50%, apoi în anul 2020, aceasta a constituit peste 90%. Comparativ cu anul 2015, numărul beneficiarilor serviciului de ghidare în carieră a crescut mai bine de 2,0 ori, în anul 2019, iar în cazul șomerilor, această creștere este chiar mai mare - de aproximativ 2,4 ori.

În ceea ce privește serviciile de pre-concediere, numărul beneficiarilor a scăzut considerabil în ultimii 6 ani (Tabelul 2). Prin servicii de preconcediere se subînțelege acele acțiuni pe care le realizează subdiviziunile teritoriale ale ANOFM în rândul persoanelor care, în timpul apropiat, urmează să-și piardă locul de muncă. În cazul dat, angajatorul este obligat să anunțe subdiviziunea teritorială a ANOFM despre eventualele disponibilizări care urmează să aibă loc în organizație. La rândul său, ANOFM, prin subdiviziunea teritorială urmează să acorde sprijinul necesar persoanelor respective, în vederea menținerii parcursului profesional al acestora.

Comparativ cu anul 2015, când s-a înregistrat cel mai mare număr de beneficiari ai serviciilor de pre-concediere, numărul acestora a scăzut de aproximativ 5 ori, în perioada analizată. Abia în anul 2020 se observă o creștere a numărului de persoane care au beneficiat de servicii de pre-concediere, comparativ cu anul 2019.

Măsurile ce vizează politicile active pe piața muncii se adresează atât șomerilor, cât și angajatorilor, fiind realizate, așa cum este prezentat în Figura 1, prin: instruire profesională, subvenționarea locurilor de muncă, sprijin financiar pentru crearea sau adaptarea locurilor de muncă, stimularea mobilității forței de muncă, consiliere și sprijin financiar pentru inițierea afacerii și susținerea proiectelor de inițiativă locală. Unele măsuri active au devenit tradiționale, fiind implementate de mai mulți ani, în timp ce altele sunt abia la început, fapt ce necesită o atenție mai mare procesului și mecanismului de implementare. Programele de instruire profesională și-au dovedit deja eficacitatea, deoarece peste 85% dintre absolvenții lor au fost angajați, cu excepția anului 2020 (Tabelul 3)

Tabelul 3. Beneficiari ai programelor de instruire profesională

Indicatori	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Numărul șomerilor, beneficiari ai programelor de instruire profesională	2979	2992	2600	2200	868	692
Rata de angajare a absolvenților programelor de instruire profesională, %	76,6	89,5	85,0	91,0	99,1	57,1

Sursa: Elaborat de autori în baza informațiilor din rapoartele anuale ale ANOFM.

Deși, programele de instruire profesională s-au dovedit a fi eficiente, urmare a numărului mare de absolvenți angajați în câmpul muncii, numărul beneficiarilor a fost în continuă scădere. Comparativ cu anul 2015, numărul beneficiarilor programelor de instruire profesională s-a redus de 4,3 ori, în anul 2020. Criza pandemică COVID-19 a influențat și ponderea absolvenților programelor de instruire profesională care au fost angajați. În anul 2020, ponderea lor era de aproximativ 57%. Faptul că multe companii și-au sistat sau întrerupt activitatea a fost cauza angajării unui număr mai mic de absolvenți ai programelor de instruire profesională.

În procesul de formare profesională a șomerilor, **instruirea la locul de muncă** este aplicată de puțin timp în Republica Moldova. Programul de instruire la locul de muncă este elaborat de furnizorul de servicii educaționale în comun cu angajatorul. Angajatorul care participă în astfel de programe beneficiază pe toată durata instruirii de o subvenție egală cu 30% din salariul mediu lunar pe economie pentru anul precedent. Având în vedere faptul că este o măsură activă aplicată de puțin timp în Republica Moldova, instruirea la locul de muncă ar trebui promovată mai mult de ANOFM pentru a informa angajatorii despre această oportunitate: ocuparea posturilor vacante și suportul financiar de care pot beneficia. De asemenea, este important identificarea acelor angajatori care au infrastructura necesară pentru

instruirea profesională și care sunt amplasați la distanțe mici de locul de trai al potențialilor beneficiari. În anul 2020, pentru instruirea la locul de muncă, au fost contractate 6 instituții de învățământ, furnizori de servicii de formare profesională, care au propus programe de formare profesională pentru 3 profesii. Pe parcursul anului 2020, au fost încheiate 48 de contracte cu 14 organizații în vederea instruirii la locul de muncă și au fost acordate 32 de subvenții [7].

Stagiul profesional reprezintă o altă modalitate de sporire a șanselor de angajare a șomerilor. Este organizat pentru șomerii fără vechime în muncă, cu o durată de până la 4 luni, în vederea dobândirii abilităților profesionale. Ca și instruirea la locul de muncă, stagiul profesional este o măsură activă practică de puțin timp în Republica Moldova. De aceea, se impune o campanie de informare din partea ANOFM pentru a ajunge la potențialii beneficiari. În anul 2020, au fost încheiate 80 de contracte pentru stagiul profesional, părțile acestor contracte fiind 80 de șomeri și 36 de întreprinderi. Din totalul beneficiarilor stagiului profesional, 46,9% au fost persoane cu studii gimnaziale, iar 34,3% - cu studii secundar profesionale [7].

Subvenționarea locurilor de muncă se organizează pentru șomerii care necesită suport suplimentar pe piața muncii: persoanele cu dizabilități, șomerii de lungă durată, persoanele cu vârsta de 50 ani și mai mult, persoanele eliberate din detenție, victimele traficului de ființe umane, victimele violenței în familie etc. Angajatorii care angajează șomeri din categoriile menționate, pe o perioadă nedeterminată, primesc subvenții lunare în sumă egală cu 30% din salariul mediu lunar pe economie pentru anul precedent, pe un termen de 6 luni, pentru fiecare șomer angajat. În anul 2020, 116 angajatori au beneficiat de subvenții, majoritatea făcând parte din sectorul IMM-urilor. În cadrul celor 116 companii, au fost angajate 250 persoane, inclusiv 114 femei (45,6%). Majoritatea persoanelor angajate se încadrează în grupa de vârstă de 50 ani și mai mult. De asemenea, 47 șomeri (18,8%) care au fost angajați sunt persoane cu dizabilități. Dintre care 18 persoane (38,3%) au avut un nivel sever de dizabilitate, iar 29 persoane (61,7%) – un nivel mediu al dizabilității [7].

Subvenții pentru crearea sau adaptarea locurilor de muncă pentru persoanele cu dizabilități se acordă angajatorilor care creează locuri de muncă sau adaptează locurile de muncă existente și care angajează șomeri cu dizabilități. ANOFM compensează 50% din costurile suportate de angajator, necesare pentru crearea sau adaptarea locului de muncă, iar mărimea subvenției nu poate depăși 10 salarii medii lunare pe economie pentru anul precedent pentru fiecare loc de muncă creat sau adaptat. Potrivit legislației în vigoare, angajatorul trebuie să păstreze locul de muncă creat sau adaptat cel puțin 36 de luni. Spre deosebire de subvenția anterioară, aceasta necesită cheltuieli suplimentare din partea angajatorului pentru a crea sau adapta locul de muncă în funcție de dizabilitatea șomerilor. În anul 2020, 2 angajatori au beneficiat de această subvenție, în urma căreia au fost angajate 4 persoane cu dizabilități [7].

Stimularea mobilității forței de muncă. Beneficiarii acestei măsuri sunt șomerii care, în bază de contract individual de muncă, se angajează într-o altă localitate selectată de ANOFM, la o distanță mai mare de 20 de km de localitatea în care își are domiciliul. În anul 2020, 101 șomeri au fost angajați și au beneficiat de alocații pentru mobilitatea forței de muncă. Dintre toți beneficiarii, 48 șomeri au primit o indemnizație de angajare egală cu salariul mediu pe economie pentru anul precedent, iar 53 de persoane - o indemnizație de instalare egală cu 5 salarii medii pe economie pentru anul precedent [7].

Susținerea financiară pentru inițierea unei afaceri este o măsură activă care poate aduce beneficii șomerilor ce doresc să inițieze o afacere. Beneficiarii subvenției sunt persoanele care au împlinit vârsta de 18 ani și sunt înregistrați ca șomeri la ANOFM. Persoanele în cauză beneficiază de suport logistic și financiar exprimat prin consultanță și asistență pentru inițierea afacerii, pe de o parte, și subvenție pentru acoperirea cheltuielilor necesare începerii activității antreprenoriale, pe de altă parte.

În vederea sporirii încrederii șomerilor privind inițierea propriei afaceri, se impune o

colaborare mai intensă a ANOFM-ului cu Organizația pentru Dezvoltarea sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii (ODIMM) de pe lângă Ministerul Economiei și Infrastructurii. În prezent, ODIMM administrează mai multe programe de finanțare și/sau cofinanțare a afacerilor, inițiate sau dezvoltate de tineri, femei și migranți. Dezvoltarea și extinderea unor parteneriate între ANOFM și partenerii externi de dezvoltare care susțin financiar diferite proiecte de inițiere a afacerilor, în special în rândul tinerilor, ar fi o altă oportunitate pentru forța de muncă vizată.

Susținerea proiectelor de inițiative locale reprezintă o măsură activă, dezvoltată pe piața muncii, scopul căreia constă în stimularea creării locurilor de muncă și reducerea șomajului în localitățile rurale. Subvențiile sunt acordate întreprinderilor din localitățile rurale care creează locuri de muncă și angajează șomeri. Subvențiile se acordă în condițiile acoperirii de către compania beneficiară a 35% din costul proiectului, iar cuantumul subvenției acordate nu poate depăși 65% din valoarea acestuia, dar nu mai mult de 10 salarii medii lunare pe economie pentru anul precedent. Proiectele de inițiative locale se implementează în localitățile rurale cu un nivel înalt al șomajului. O colaborare mai eficientă între ANOFM și ODIMM prin informarea clienților privind oportunitățile de finanțare a afacerilor în mediul rural, i-ar determina pe aceștia la extinderea activității și, prin urmare, la crearea de noi locuri de muncă. Aceasta ar permite și schimbarea categoriei întreprinderii: din microîntreprindere în întreprindere mică sau din întreprindere mică în întreprindere mijlocie. Din totalul proiectelor investiționale, aplicate în diferite programe naționale și susținute financiar de ODIMM, 70% sunt din mediul rural. De asemenea, ODIMM poate oferi garanții financiare pentru creditele solicitate de întreprinderile mici și mijlocii. Autoritățile publice locale, la rândul său, ar putea susține persoanele sau companiile care doresc inițierea sau extinderea afacerii, prin oferirea unor facilități la închirierea spațiilor pentru desfășurarea activității.

Politicile active pe piața muncii din Republica Moldova sunt realizate în conformitate cu Legea privind promovarea ocupării forței de muncă și asigurarea de șomaj, adoptată în anul 2018, la elaborarea căreia și-au adus contribuția atât experți din străinătate, cât și partenerii de dezvoltare. De asemenea, există mai multe hotărâri de guvern care contribuie la buna implementare a politicilor active pe piața muncii. Măsurile pe piața muncii sunt realizate prin intermediul agențiilor teritoriale de ocupare a forței de muncă care acoperă întregul teritoriu al Republicii Moldova. Elaborarea și implementarea politicilor de ocupare a forței de muncă se efectuează prin consiliile tripartite constituite atât la nivel național, cât și la cel local. La nivel național, consiliul tripartit este alcătuit din reprezentanți ai guvernului și ai organizațiilor patronale și sindicale, în timp ce la nivel local, comisiile tripartite cuprind reprezentanți ai agenției teritoriale pentru ocuparea forței de muncă, reprezentanți ai autorităților publice locale, precum și cei ai organizațiilor sindicale și patronale. Dacă la nivel național există o maturitate și eficacitate a dialogului social între părțile interesate, la nivel local acesta ar trebui îmbunătățit. De asemenea, este necesară instruirea profesională a membrilor comisiilor tripartite la nivel local pentru a spori gradul de promovare și implementare a măsurilor active de ocupare.

Concluzii

Politicile active pe piața muncii și-au dovedit eficacitatea în procesul de reducere a șomajului și de sporire a nivelului de ocupare a forței de muncă. Fiecare stat, prin măsurile promovate pe piața muncii a încercat să îmbunătățească indicatorii în cauză, acordând, totodată, asistență grupurilor de persoane care se consideră mai vulnerabile pe piața muncii, în vederea găsirii unui loc de muncă. Republica Moldova, prin adoptarea și punerea în aplicare a noii legi privind promovarea ocupării forței de muncă și asigurarea de șomaj, a diversificat intervențiile pe piața muncii, prin orientarea mai mult spre politicile active care au drept scop atragerea în mediul profesional a persoanelor care se află în căutarea unui loc de muncă. Unele măsuri active au fost aplicate mai rapid, altele au fost puse în aplicare cu întârziere,

timp necesar pentru crearea cadrului metodologic și logistic necesar în acest scop. Prin politicile active promovate pe piața muncii, ANOFM este antrenată într-un spectru larg de activități pe care trebuie să le administreze, dar și unui șir de provocări, în special celor legate de criza pandemică Covid-19 care impune noi abordări și probleme pe viitor în ceea ce privește relațiile de muncă.

Confirmare

Prezenta lucrare a fost elaborată în cadrul proiectului „Dezvoltarea politicilor pe piața muncii în vederea sporirii ocupării forței de muncă”, prevăzut în Programul de Stat pentru anii 2020-2023 și finanțat de Guvernul Republicii Moldova.

BIBLIOGRAFIE

1. Armingeon, K. (2007). Active labour market policy, international organizations and domestic politics. *Journal of European Public Policy*, 14(6), pp. 905–932. 4
2. European Commission (2018), *Labour market policy statistics. Methodology 2018*, Directorate-General for Employment Social Affairs and Inclusion, Luxembourg: Publications Office of the European Union. Disponibil la: file:///C:/Users/user/Downloads/KE041868_7ENN.en.pdf. Accesat la: 15. 04. 2021. 35
3. Legea nr. 105 din 14. 06. 2018 cu privire la promovarea ocupării forței de muncă și asigurarea de șomaj. Disponibil la: https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=105474&lang=ro Accesat la 04. 05. 2021.
4. OECD, 1996, "Growing into work: youth and the labour market over the 1980s and the 1990s", OECD Employment Outlook 1996. Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris. Disponibil la: <https://www.oecd.org/employment/emp/2080559.pdf>. Accesat la: 11. 04. 2021. 67
5. Schömann, K. (1995). Active Labour Market Policy. Discussion Paper FS I 95-201 Berlin: Wissenschaftszentrum, Berlin. Disponibil la: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/43928/1/043517897.pdf> Accesat la 25. 04. 2021. 73
6. Toft, C. (2003) Evidence-based social science and the Rehnist interpretation of the development of active labour market policy in Sweden during the golden age: a critical examination. *Politics & Society* 31(4), pp. 567–608. 77
7. https://anofm.md/view_document?nid=19608
8. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=112063&lang=ro

PROIECTUL ERASMUS+ RESTART: REZULTATE ȘI IMPACT

Elena FLEACĂ, dr. habil., prof. univ.,
Universitatea Politehnica, București, România

Marian JALENCU, dr., conf. univ.,
Universitatea de Stat din Moldova

Tatiana BULIMAGA, asist. univ.,
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The ERASMUS + ReSTART project – “Reinforce entrepreneurial and digital skills of students and teachers to enhance the modernization of higher education in MOLDOVA” was carried out between 2017 and 2021 (<http://www.restart-eu.upb.ro/>). The general objective of the project is to modernize entrepreneurship education in five universities in the Republic of Moldova (including USM) in accordance with the best practices of the European Union, by capturing local market expectations and capitalizing on ICT, mixed teaching and learning activities based on internationalization, strategic partnerships and innovative cooperation. Nine partner institutions were involved in the project – four organizations from the European Union (University Politehnica, Bucharest - project coordinator; Technical University of Košice (Slovakia); University of Ruse “Angel Kanchev” (Bulgaria); The Agence Universitaire de la Francophonie – Central and Eastern Europe Office (Romania)) and five beneficiary institutions from the Republic of Moldova – Moldova State University – national coordinator of the project; “Alecu Russo” State University of Bălți; Academy of Economic Studies Moldova; State Agrarian University of Moldova; “Bogdan Petriceicu Hasdeu” State University of Cahul. The main results obtained within the ReSTART project and the generated impact consist in: modernization of 30 university courses for master's programs in Business Administration at the five universities in the Republic of*

Moldova, including 6 university courses at USM; elaboration of the syllabuses of the modernized courses and their placement on the Moodle educational platform; participation of 60 teachers from the Republic of Moldova in two training sessions for teachers, organized in the European Union in Bucharest and Košice; realization of 6 Teaching Sessions of European teachers for master students from Moldova; elaboration and presentation by Moldovan masters of 50 innovative business plans within 4 editions of the International Competition of Innovative Business Plans; organizing and carrying out the multitude of project support and promotion events, such as - "Multiplier Event", Information Sessions, Follow-up and Focus-group, etc. A significant contribution in the carrier orientation activities for master students had different stakeholders involved in the ReSTART project activities.

Keywords: entrepreneurial training, entrepreneurial skills, digital skills, internationalization, strategic partnerships.

În perioada 15/10/2017 - 14/10/2021 a fost derulat proiectul ERASMUS+ Nr.585353-EPP-1-2017-1-RO-EPPKA2-CBHE-JP "Consolidarea competențelor antreprenoriale și digitale ale studenților și cadrelor academice pentru a spori modernizarea învățământului superior în Moldova (ReSTART)".

Partenerii proiectului:

- Coordonator: Universitatea POLITEHNICA, București, România.
- Parteneri din Uniunea Europeană: Universitatea Tehnică din Košice (Slovakia); Universitatea "Angel Kanchev" din Ruse (Bulgaria); Agenția Universitară Francofonă (România).

- Parteneri din Republica Moldova: Universitatea de Stat din Moldova; Universitatea de Stat "Alec Russo" din Bălți; Academia de Studii Economice din Moldova; Universitatea Agrară de Stat din Moldova; Universitatea de Stat "Bogdan Petriceicu Hașdeu" din Cahul.

Obiectivul general al proiectului ReSTART este de a extinde beneficiile și a spori impactul curriculumului antreprenorial asupra studenților și cadrelor științifico-didactice prin valorificarea experienței avansate în domeniul administrării afacerilor, bazate pe internaționalizare, parteneriate strategice și cooperare inovatoare.

Obiectivele specifice ale proiectului: - evaluarea antreprenoriatului și a nevoilor de învățare digitală ale studenților, profesorilor și întreprinderilor locale; - modernizarea educației antreprenoriale în cinci universități din Republica Moldova (inclusiv USM) în conformitate cu cele mai bune practici ale Uniunii Europene, prin captarea așteptărilor pieței locale și valorificarea metodei TIC, activități mixte de predare și învățare; - extinderea potențialului educației inovatoare și actualizate bazate pe instituționalizarea curriculumului antreprenorial în universitățile partenerilor din Republica Moldova; - valorificarea schimburilor transnaționale de cunoștințe și promovarea co-creației de cunoștințe antreprenoriale pentru a stimula inovația în cadrul mediului antreprenorial din Republica Moldova [1].

Proiectul ReSTART prevede modernizarea a 30 de cursuri universitare în diverse discipline din domeniul „Business & Administration” la toate cele cinci universități partenere a proiectului din Republica Moldova (6 cursuri universitare pentru USM, pentru programul de master "Administrarea afacerilor"); organizarea a două sesiuni de instruire pentru profesori la București și Košice. În cadrul realizării activităților preconizate în cadrul proiectului, și anume: - sesiuni de predare a profesorilor europeni la universitățile partenere din Republica Moldova; - concursul planurilor de afaceri inovative elaborate de studenții masteranzi; - evenimente de tipul "Multiplier Event"; - sesiuni de "Orientare în carieră"; - sesiuni de informare etc.

În cadrul acestor activități se prevede implicarea diverselor categorii de beneficiari – studenți masteranzi, cadre didactice și personal administrativ a proiectului, reprezentanți ai diverselor tipuri de organizații a mediului de afaceri autohton, în vederea dezvoltării capacităților universităților partenere din Republica Moldova de a dezvolta programe moderne de învățare antreprenorială, racordate la bunele practici de la nivel european.

Modernizarea Curriculum-ului antreprenorial pentru cursurile universitare modernizate a fost efectuată în rezultatul realizării analizei și identificării nevoilor generale pentru 3 categorii de beneficiari: profesori, studenți, stakeholderi. Analiza a fost efectuată în baza a trei instrumente:

- pentru profesori a fost utilizată platforma [HEInnovate](#);
- pentru stakeholderi a fost aplicat un Chestionar, elaborat în cadrul proiectului [3];
- pentru identificarea nevoilor de învățare a studenților a fost aplicat următorul chestionar [4].

Au fost identificate nevoile pentru fiecare categorie implicate în instruirea antreprenorială și a competențelor antreprenoriale cerute pentru fiecare fază de dezvoltare a afacerii – faza de pre-start-up; faza de start-up și faza de creștere. În baza rezultatelor obținute, utilizând datele colectate prin chestionare (nevoi generale identificate – competențe antreprenoriale cerute) au fost determinate / actualizate unitățile de conținut pentru fiecare curs universitar modernizat. În felul acesta, în procesul de modernizare curriculară au fost implicați profesorii, studenții și stakeholderii locali în baza determinării relevanței factorilor critici pentru satisfacție (CTS) pentru categoriile de profesori, studenți și părți interesate (stakeholderi). Cursurile universitare modernizate pentru programul de master “Administrarea afacerilor” sunt plasate pe platforma educațională Moodle USM[5], acestea fiind digitalizate complet în cadrul activităților proiectului.

Profesorii din cadrul universităților din Republica Moldova, inclusiv profesorii USM, au beneficiat în cadrul proiectului ReSTART de oportunitatea de a participa la două Sesiuni de instruire pentru profesori, organizate în universitățile partenere din Uniunea Europeană, la București (Universitatea Politehnică, București) și Košice (Universitatea Tehnică din Košice (Slovacia)). În cadrul acestor Sesiuni de instruire au participat 60 cadre didactice de la cele cinci universități partenere din Republica Moldova, dintre care 12 cadre didactice de la USM. Considerăm că respectivele Sesiuni de instruire derulate în cadrul mediului academic a universităților europene la care au participat profesorii USM, titulari ai cursurilor modernizate a programului de master “Administrarea afacerilor” reprezintă o reală investiție în cadrele didactice USM, realizată din contul proiectului ReSTART, și atât de dificilă și necesară pentru profesorii USM. Participarea la respectivele training-uri, comunicarea cu colegii din instituțiile partenere, familiarizarea cu infrastructura de predare, cercetare și inovare a universităților europene-gazdă etc., a reprezentat un real stimulent pentru noi idei de dezvoltare a cursurilor, modului și metodelor de predare, precum și identificarea perspectivelor moderne de instruire antreprenorială.

În cadrul proiectului au fost realizate șase Sesiuni de predare la USM a profesorilor europeni pentru masteranzii programelor de master “Administrarea afacerilor” și “Managementul resurselor umane”, cu scopul transferului de bune practici în domeniul predării cursurilor de administrare a afacerilor de la partenerii universităților europene la cele din Republica Moldova. În cadrul acestor 6 Sesiuni de predare, masteranzii USM de la programele de master “Administrarea afacerilor” și “Managementul resurselor umane” au beneficiat de prelegeri / lecții practice de specialitate, predate de profesori europeni de la universitățile partenere – Universitatea Politehnică, București; Universitatea Tehnică din Košice (Slovacia); Universitatea “Angel Kanchev” din Ruse (Bulgaria) și Agenția Universitară Francofonă (România) [6]. În cadrul acestor Sesiuni de predare au fost realizate la USM – în total 80 ore de prelegeri / lecții practice (contact direct), predate de către profesorii de la universitățile partenere UE pentru studenții masteranzi USM, programele de master – “Administrarea afacerilor” și “Managementul resurselor umane”. În cadrul acestora au fost abordate 22 de subiecte / unități de conținut din cadrul diverselor cursuri universitare din domeniul administrării afacerilor. De asemenea, de respectivele Sesiuni de predare a profesorilor de la universitățile partenere din UE au beneficiat, în dependență de subiectele predate / unitățile de conținut, și studenții masteranzi ai programelor de master a facultății

Științe Economice, USM – “Management și marketing hotelier și turism”, “Studii de marketing” și “Finanțe publice și fiscalitate”.

Pe parcursul derulării proiectului ReSTART au fost organizate și realizate 4 iterații a Concursului planurilor de afaceri inovative. Scopul organizării acestor concursuri constă în dezvoltarea gândirii și abilităților inovativ-antreprenoriale la masteranzii programului de master “Administrarea afacerilor”, prin implicarea în procesul de generare a ideilor de afaceri inovative și elaborare a planurilor de afaceri inovative [7]. Planurile de afaceri inovative, elaborate de către studenții masteranzi USM, au fost evaluate în cadrul respectivelor Concursuri de către un Comitet de evaluare constituit din experți ai universităților partenere din UE. Menționăm, că Metodologia de elaborare a planurilor de afaceri inovative (“Business Plan Template”) pentru respectivul Concurs a fost elaborată și propusă de către membrii echipei de proiect ReSTART USM, în baza experienței acumulate în cadrul Incubatorului de Inovare “Inventica-USM” și a organizării mai multor ediții de concurs a “Târgului ideilor de afaceri inovative” realizate la USM [2, p. 179]. În cadrul acestor 4 Ediții a Concursului planurilor de afaceri inovative, au participat 16 masteranzi ai programului de master “Administrarea afacerilor” USM (din cadrul a trei promoții), care au elaborat și prezentat 10 planuri de afaceri inovative, toate fiind înalt evaluate în cadrul concursului. Toți studenții masteranzi USM participanți la concurs au apreciat înalt respectiva oportunitate de a elabora și susține planurile lor de afaceri inovative într-un mediu internațional, fiind evaluați de experți europeni în domeniu.

Pe parcursul realizării proiectului au fost realizate o multitudine de activități de multiplicare a bunelor practici antreprenoriale în mediul academic și de afaceri autohton, precum și de promovare și diseminare a rezultatelor proiectului ReSTART.

Pentru multiplicarea bunelor practici antreprenoriale în cadrul proiectului au fost organizate două evenimente de tipul “Multiplier Event”. Scopul acestui tip de eveniment constă în multiplicarea fluxului de bune practici în educația antreprenorială adusă de proiectul ReSTART către un public mai larg. Aceste evenimente au reunit studenți USM atât de la ciclul I – Licență, ciclul II - Masterat, cât și ciclul III – Doctorat, cadre didactice și cercetători științifici USM, precum și parteneri europeni ai proiectului ReSTART (Universitatea Politehnica, București; Universitatea Tehnică din Košice (Slovacia); Universitatea “Angel Kanchev” din Ruse (Bulgaria); Agenția Universitară Francofonă (România)), reprezentanți de la Agenția Națională pentru Cercetare și Dezvoltare (ANCD), Rețeaua de Transfer Tehnologic din Moldova (RTTM), Banca Națională a Moldovei (BNM), ”Topaz” SRL - Clusterul ”Elchim-Moldova”, Centrul de ghidare în carieră și Relații cu piața muncii – USM, întreprinzători autohtoni și de peste hotare. Agenda evenimentelor “Multiplier Event” a inclus subiecte privind: oportunități de dezvoltare a afacerilor inovative pentru tineri, inclusiv în raionul Dubăsari, cu sprijinul entităților publice. Un alt subiect abordat în cadrul evenimentului s-a referit la experiența antreprenorială europeană - diversificarea afacerilor inovative în Marea Britanie; precum și experiența în inițierea și dezvoltarea unei afaceri inovative de succes în Republica Moldova. În linia subiectului proiectului ReSTART privind digitalizarea, un subiect relevant a fost - Platformele “Business intelligence”.

De asemenea, la USM în cadrul proiectului ReSTART au fost realizate șase sesiuni de activități de “Orientare în carieră”, destinate beneficiarilor direcți ai proiectului ReSTART – masteranzii programelor de master “Administrarea afacerilor” și “Managementul resurselor umane”. În baza sesiunilor de orientare în carieră, studenții masteranzi au elaborat propriul plan de dezvoltare a carierei profesionale. Au fost elaborate 66 de planuri de dezvoltare a carierei de către studenții masteranzi USM.

Pentru promovarea și diseminarea oportunităților oferite de instruirea antreprenorială în cadrul proiectului ReSTART au fost organizate șase ediții de sesiuni de informare organizate la USM. De asemenea, în vederea promovării și diseminării activităților realizate în cadrul

proiectului, precum și a rezultatelor obținute, echipa de proiect USM a elaborat trei ediții Newsletter ReSTART-USM.

Annual, pe parcursul derulării, proiectul Erasmus+ ReSTART a fost supus procedurii de monitorizare din partea reprezentanților Oficiului Național Erasmus+ Moldova. Ca urmare a monitorizării proiectului, au fost trase următoarele concluzii de către Oficiul Național Erasmus+: „Proiectul ReSTART este extrem de relevant pentru contextul național al Republicii Moldova. Echipa de proiect a actualizat Curriculumul antreprenorial la nivel de master, în colaborare cu reprezentanții întreprinderilor locale. Curriculumul antreprenorial modernizat, precum și diversele sesiuni de informare și concursuri de afaceri, organizate pentru studenții masteranzi în cadrul proiectului ReSTART, vor contribui la creșterea nivelului lor de competență, vor spori abilitățile de inovare ale absolvenților și îi vor face să satisfacă mai bine nevoile pieței naționale a muncii. Proiectul a contribuit la trecerea rapidă a tuturor instituțiilor de învățământ superior partenere din cadrul proiectului la învățarea online și mixtă în circumstanțele excepționale Covid-19” [8].

CONCLUZII

În mod integrat, evidențiem impactul proiectului ReSTART asupra USM / comunității:

- A fost supus modernizării programul de master “Administrarea afacerilor” (MP, 120 credite de studiu) - 6 cursuri universitare din cadrul programului de master USM. Au fost elaborate catalogurile și syllabusurile cursurilor modernizate, plasarea cursurilor universitare modernizate pentru programul de master “Administrarea afacerilor” pe platforma educațională Moodle USM.

- A fost modernizat și programul de master “Managementul resurselor umane”, prin predarea concomitentă la ambele programe de master a cursurilor universitare “Managementul schimbărilor” și “Managementul proiectelor” predate în cadrul proiectului ReSTART.

- Participarea cadrelor didactice USM la două Sesiuni de instruire pentru profesori, organizate în Uniunea Europeană, în cadrul universităților europene partenere, la București (Universitatea Politehnica, București) și Košice (Universitatea Tehnică din Košice (Slovacia)).

- Realizarea a 6 Sesiuni de predare la USM a profesorilor europeni pentru masteranzii programelor de master “Administrarea afacerilor” și “Managementul resurselor umane”. În total, profesorii europeni au realizat la USM 80 ore de prelegeri / lecții practice (contact direct), fiind abordate 22 de subiecte / unități de conținut. Au beneficiat de respectivele sesiuni de predare și studenții masteranzi ai programelor de master a facultății Științe Economice, USM – “Management și marketing hotelier și turism”, “Studii de marketing” și “Finanțe publice și fiscalitate”.

- Activitățile derulate și rezultatele obținute în cadrul proiectului ReSTART au facilitat acreditarea de către Comisia de evaluare externă aprobată de ANACEC a programelor de master “Administrarea afacerilor” și “Managementul resurselor umane”, în special la indicatorul de performanță – internaționalizarea programului de studii. În Raportul de evaluare externă atât pentru programul de master “Administrarea afacerilor”, cât și pentru programul de master “Managementul resurselor umane” sunt evidențiate drept puncte tari “colaborarea cu instituțiile internaționale în cadrul proiectului ReSTART cu scopul îmbunătățirii programului de studii”.

- Participarea studenților masteranzi USM în cadrul Concursului internațional al planurilor de afaceri inovative (4 ediții) – 16 masteranzi USM, care au elaborat și susținut 10 planuri de afaceri inovative. Planurile de afaceri inovative elaborate de către studenții masteranzi USM au fost evaluate în cadrul respectivelor Concursuri de către un Comitet de evaluare constituit din experți ai universităților partenere din UE. Studenții masteranzi USM participanți la concurs au apreciat înalt respectiva oportunitate de a elabora și susține planurile

lor de afaceri inovative într-un mediu internațional, fiind evaluați de experți europeni în domeniu.

- Multiplicarea fluxului de bune practici în educația antreprenorială adusă de proiectul ReSTART către un public mai larg în cadrul evenimentelor de tipul “Multiplier Event”. La evenimentele “Multiplier event” participă atât studenți USM de la ciclul I – Licență, ciclul II - Masterat, cât și ciclul III – Doctorat, dar și cadre didactice și cercetători științifici USM, parteneri europeni ai proiectului ReSTART, reprezentanți ai mediului de afaceri, ai Asociațiilor profesionale și a instituțiilor guvernamentale.

- Realizarea unui set de activități de promovare și diseminare a rezultatelor proiectului ReSTART – Sesiuni de informare (șase ediții) la USM au participat 156 profesori și studenți, dintre care 43 cadre didactice și 113 studenți, precum și elaborarea și difuzarea a trei Newsletter ReSTART-USM.

- Totodată, cu suportul proiectului ReSTART a fost creat Centrul metodico-didactic și științific de Business și Administrare. Centrul a fost dotat cu echipament în conformitate cu lista planificată în cadrul proiectului. Centrul nou creat este utilizat de profesori și studenți.

BIBLIOGRAFIE

1. *Best practices guide RESTART Handbook*, Erasmus+ ReSTART Project, 2021. - 114 pag.
2. Jalencu M., Niculiță A., Paladi F., (coord)., Bulimaga T., Balmuș-Andone M., Rugină-Matran V. *Sistemul inovativ al universității: intraprenoriatul mediului universitar (pe exemplul Universității de Stat din Moldova)*, Compendiu metodologico-practic, Chișinău: CEP USM, 2015. - 288 pag.
3. https://docs.google.com/forms/d/1PmX4rkqWlpAGsVbKUoP76s7b97_kMsAM3Qhd_CuJu8/edit
4. https://docs.google.com/forms/d/1Hl4_Y0pDzbePq5BoUctbsSvWSK_2uxFRnqGqnYPRQAc/edit
5. <https://moodle.usm.md/course/index.php?categoryid=201>
6. <http://www.restart-eu.upb.ro/best-practices/>
7. <http://www.restart-eu.upb.ro/business-competition-for-students/>
8. http://international.usm.md/?page_id=831

IMPACTUL COMPORTAMENTULUI ORGANIZAȚIONAL ÎN DEZVOLTAREA AFACERILOR ÎN CONTEXTUL PANDEMIC

Alexandru SCUTARU, dr., conf. univ.

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The study of organizational behavior makes possible the extension of the personal potential in order to achieve a successful career, while the jobs become more dynamic, more complex and more interesting. Current jobs are different from those in the past: they have new features, have new approaches to the work processes and serve different customers and different markets. Management system coordinated with business strategies and objectives increases transparency in terms of aspirations and organizational progress. It is seen as a whole, from the budget to the legal aspects, from investment planning to the development of the key competencies.*

Keywords: *organizational behavior, standards, business development, opportunities, performance, management system.*

Comportamentul organizațional este reprezentat de studiul comportamentului persoanelor în instituții, care presupune înțelegerea, previziunea și controlul comportamentului uman, al modelelor și structurilor, în vederea îmbunătățirii mediului, performanța și eficiența organizației. Această înseamnă, că, pentru a examina comportamentul organizațional, este necesar de efectuat analiza și dimensiunile comportamentului organizațional. Astfel, e nevoie să fie identificat rolul individului în instituție, puterea de

influență a comportamentului de grup asupra celui organizațional, influența structurii și culturii organizaționale asupra comportamentului și mediului organizațional.

Aspectul central în formularea strategiei se referă la identificarea forțelor de mediu care va avea un impact asupra organizației și pregătirii unor măsuri pentru a face față stuației. Scanarea mediului contribuie la identificarea acestor forțe. În această ordine de idei, nu numai că se cere adunarea de informații dar, de asemenea, deciderea elementelor care vor fi căutate, locul unde se vor efectua căutările, și ce selecții se efectuează dintr-o multitudine de informații disponibile. Procesul nu este o activitate obiectivă și mecanică ce nu este influențată de prejudecățile umane. Scanarea și adunarea de informații sunt procese culturale bazate pe percepție. Aspectul extern al evaluării mediului în vederea formării strategiei a fost descris de către Susan Schne, care prevede un process urmat în cinci pași de scanare a comportamentului, selecție a informației, interpretare, validare, și prioritizare. Deoarece acești pași sunt bazați pe procesul de percepție programat cultural, diferențele dintre țări sunt așteptate la fiecare pas.

Noile Standarde Internationale ale sistemelor de management au întruchipat o structura al sistemului de management care oferă noi posibilități organizațiilor de a utiliza schimbările propuse pentru a obține o mai bună performanță a afacerilor.

Pentru instituțiile în care persoanele importate ai acesteia exercită un rol activ în cadrul sistemelor manageriale, schimbările propuse constituie o formalizare a activităților curente. Nacătând la aceasta, pentru instituțiile și organizațiile în care managementul de vârf a repartizat majoritatea sarcinilor pentru sistemele de management către reprezentantul managementului, schimbările vor fi mult mai mari.

Renunțarea la toate trimiterile la rolul de "reprezentant al managementului", întărește dorința de a avea sisteme de management integrate în operațiunile de afaceri de rutină, mai degrabă decât de operare ca un sistem independent de sinestătător, cu propria structura de management.

Managementul de vârf trebuie să demonstreze angajarea în activități cheie ale sistemelor de management spre deosebire de asigurarea pur și simplu, că aceste activități se efectuează. Aceasta înseamnă că este nevoie ca top managementul să se implice în mod mai frecvent în asigurarea și funcționarea sistemelor de management.

Cerințele referitoare la rolul pe care managementul de vârf, îl are în crearea și sprijinirea unui sistem de management eficient, au fost accentuate în noile sisteme de standardizare. În cadrul standardelor, există acum mai multe zone în care managerii trebuie să își demonstreze implicarea și angajamentul față de sistemul de management, cum ar fi:

- să se asigure de faptul că cerințele sistemului sunt integrate în procesele de afaceri ale organizației;
- să promoveze conștientizarea abordării bazate pe proces;
- să se asigure că sistemul de management își îndeplinește rezultatele intenționate;
- să sprijine alte roluri de management relevante pentru a-ași demonstra propriul leadership-ul;
- să se asigure că politica este comunicată, înțeleasă și aplicată de către întreaga organizație.

Acest accent puternic presupune, că Leadership-ul va necesita o mai mare responsabilitate din partea managementului de vârf care poate fi definit ca factorii decizionali la cel mai înalt nivel.

Acestora li se va solicita să demonstreze o înțelegere clară a contextului afacerii, abordând riscuri și oportunități și o mai mare responsabilitate privind legăturile apropiate între sistemul de management și calitatea produsului / serviciului coordonat cu performanța de mediu.

În trecut, supravegherea și îmbunătățirea sistemelor de management era, în multe cazuri, delegată unui manager al calității sau manager al mediului. În prezent, acest lucru nu

mai este suficient. Standardele revizuite cer managementului de vârf să păstreze răspunderea pentru implementarea și eficacitatea noilor standarde.

Aceasta înseamnă că managementul de vârf va trebui să fie mai implicat și să înțeleagă mai bine cerințele sistemelor de management. Demonstrarea compatibilității sistemelor de management cu strategia principală de afaceri este acum o parte a procesului de evaluare. Aceasta este o oportunitate de a utiliza sistemele de management pentru creșterea performanței generale a afacerii. Cu un accent sporit pe alinierea sistemelor de management la obiectivele afacerii, managementul de vârf este cel care poate avea o viziune de ansamblu pentru a stabili, implementa și îmbunătăți continuu sistemele de management care promovează Leadership-ul la toate nivelele companiei.

Putem spune, că doar atunci când cuvântul "asigură" este utilizat în standarde, managementul de vârf poate atribui (delega) sarcina respectivă altora pentru îndeplinire. În cazurile în care cuvintele "promovează", "ia", "angrenează" sau "sprijină" apar, activitățile menționate nu pot fi delegate și pot fi executate de către managementul de vârf. Pentru a demonstra leadership și angajament, există responsabilități specifice coordonate de acțiuni din cadrul sistemului de management în care top managementul trebuie să fie implicat personal în mod direct.

Top managementul va conștientiza noile cerințe, precum și faptul că audierea managementului de vârf în perspectivă va deveni o activitate de rutină și nu o situație excepțională. Intenția clauzelor este de a identifica acțiuni prin care managementul de la cel mai înalt nivel este personal implicat în cadrul organizației.

Pe de altă parte, managementul de la cel mai înalt nivel nu reușește să execute acțiunile respective în mod direct (de exemplu, ei pot delega responsabilitatea pentru alții), dar păstrează răspunderea pentru a se asigura că măsurile au fost realizate.

Managementul de vârf stabilește tonul și așteptările, motivează personalul să fie angajat în inițiativele sistemului de management. Măsurile respective pot oferi o siguranță sporită pieților externe referitoare la prezența unui sistem eficient organizațional. Importanța activității de "asigurare a cerințelor sistemului de management în promovarea afacerilor organizației" este accentuată și este asumată ca unul dintre funcțiile principale ale managementului la cel mai înalt nivel.

Leadership-ul constituie cheia succesului. Dat fiind faptul, că sistemul de management este coordonat cu procesul de ansamblu al afacerii, acest aspect este oportun pentru întreaga instituție. Leadership-ul în diferite structuri organizaționale exploatează întreg sistemul de management pentru a corela diferite funcții cu aspectele strategice ale instituției.

Sistemul de management

Standarde noi solicită instituției stabilirea unui proces managerial bazat pe procese. Odată implementat, acesta necesită dezvoltarea, menținerea și îmbunătățirea lui permanentă. Clauzele din noile standarde stabilesc cerințe clare pentru proiectarea unui sistem de management bazat pe procese. În special, instituțiile își propun să prevadă indicatori de performanță pentru a evalua și monitoriza procesele care să permită aplicarea efectivă, operarea și controlul proceselor, stabilirea responsabilităților și autorități aferente proceselor, precum și identifice riscurilor și oportunităților, și planificarea acestora. Accentul major acordat abordării procesuale apare frecvent în noile standarde. Cerința pentru a determina oportunitățile de îmbunătățire continuă a proceselor a fost extinsă pentru a include "îmbunătățirea continuă a proceselor și a sistemelor manageriale". Organizațiilor le este solicitat atât să obțină informații documentate necesare pentru a sprijini funcționarea proceselor proprii, cât și păstrarea informațiilor documentate ca dovadă că procesele se desfășoară conform planificării.

Pentru organizațiile care aplică deja vechile standarde, factorul cheie în îndeplinirea acestor cerințe va măsura în care abordarea procesuală a fost executată și deja adoptată. Este necesar de avut în vedere cerințele suplimentare noi în vederea utilizării indicatorilor de

performanță pentru a măsura și monitoriza procesele, precum și condițiile de evaluare a proceselor din perspectiva riscurilor și oportunităților, așa cum au fost determinate.

Leadership-ul și schimbările.

Schimbarea organizațională nu este niciodată ușoară. Aceasta necesită un Leadership puternic care să direcționeze grupurile și echipele de lucru către aceleași ținte, motivate și inspirate. Acest tip de implicare necesită o îmbinare între păstrarea motivării indivizilor pentru noi ținte și recunoașterea realizărilor acestora pentru țintele atinse. Un sistem de management care este aliniat cu strategiile și obiectivele afacerii încurajează o mai mare transparență în ceea ce privește aspirațiile și progresul companiei. Acesta este privit ca un tot întreg, de la buget până la aspectele legale, de la planificarea investițiilor la dezvoltarea competențelor cheie. Nu există diferențe între indicatorii cheie de performanță ai afacerii și cei al sistemului de management. Acest aspect este crucial pentru Leadership, având în vedere că oferă angajaților și părților interesate mai multă claritate. Leadership-ul stimulează performanța prin aceea că permite fiecărui individ să își înțeleagă rolul și impactul sau asupra companiei. Cheia pentru o cultură a performanței o reprezintă conectarea acțiunilor și contribuțiilor angajaților la viziunea generală.

Oportunități pentru afaceri generate de accentuarea rolului Leadership-ului

Leadership se referă la viziune, valori și relații împărtășite. Accentuarea Leadership-ului în contextul beneficiilor pentru afaceri crează o direcție clară și instrumente pentru guvernarea întregii afaceri.

Leadership-ul în cadrul sistemelor de management va recunoaște riscurile și va avea puterea de a influența acțiuni și rezultate care pot contribui mai bine la sănătatea și succesul general al companiei. Alinierea corectă a sistemelor de management cu obiectivele de afaceri permit Leadership-ului să ia deciziile corecte în cadrul unor probleme complexe.

Câteva soluții imediate vor putea să se producă:

- concentrare pe procesele mai importante (“cu risc ridicat”) și pe ieșirile acestora;
- îmbunătățirea înțelegerii, definirii și integrării proceselor interdependente;
- managementul sistematic al planificării, implementării, verificării și îmbunătățirii proceselor și a sistemelor de management ca un tot întreg;
- mai bună utilizare a resurselor și creșterea răspunderii;
- îndeplinirea mai coerentă a politicilor și obiectivelor, precum și obținerea mai coerentă a rezultatelor intenționate și performanței generale;
- abordarea pe bază de proces având în centrul atenției gândirea bazată pe risc;
- creșterea satisfacției clientului prin îndeplinirea cerințelor acestuia;
- creșterea încrederii în organizație.

Concluzii

Este o oportunitate de a moderniza sistemele de management și de a le integra în sistemele de afaceri ale firmelor pentru a obține o mai bună performanță a afacerii. Această oportunitate nu trebuie irosită, pentru ca astfel de oportunități apar foarte rar (la aprox 15-20 de ani).

Nu există îmbunătățire fără schimbare. Vor fi necesare schimbări, pentru ca aceste noi, diferite și vaste abordări să fie aplicate. Dar în același timp va exista și frica de schimbare și o opoziție însemnată.

BIBLIOGRAFIE:

1. Roncea, C., Audit Management Systems in the Context of Economic Development in the Early Decades of the XXI Century, CCF 2014, Proceeding of the 14th International Conference on Quality and Dependability, September 17th–19th, 2014, Sinaia, Romania

2. Roncea, C., Audit of The Management Systems in the Context of New Approach Imposed by Annex SI High Level Structure, IWC Conference Total Quality Management 2015, Proceeding of the The 8th International Working Conference 2nd – 5th June, 2015, Belgrade, Serbia
3. Changing the Rules – SRAC Vision for Transition to ISO 9001:2015 and ISO 14001:2015, in Quality Assurance, vol XXI, no 83, september 2015, Bucharest, Romania
4. Culianu, I.P. (1996). Religie și putere, Editura Nemira, București
5. Dinga, E. (2009). Studii de Economie. Contribuții de analiză logică, epistemologică și metodologică, Editura Economică, București
6. Dinu, M., „Homo oeconomicus”, Revista Teorie Economică și Aplicată, 2007, [online], disponibil la: < http://www.dinumarin.ro/pdf/articole/20/homo_oeconomicus_ro.pdf>, [Accesat: 3. 08. 2011] Deloitte, „Business Sentiment Index”, 2011, [online], disponibil la: , [Accesat: 12. 11. 2011]
7. Dobrescu, E., Ioan – Franc, V. (1997). Afacerile – Mică enciclopedie, Editura Expert, București
8. Dobrotă, N. (1999). Dicționar de economie, Editura Economică, București Doing Business, „Making a difference for entrepreneurs”, 2011, [online], disponibil la: , [Accesat: 06. 11. 2011]

ANALIZA MODELELOR DE PARTENERIAT PUBLIC-PRIVAT ȘI A PROIECTELOR DE INFRASTRUCTURĂ

Irina CĂLUGĂREANU, dr., conf. univ.
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *Limited funding and growing constraints have forced central public administrations to look at different models of public-private partnerships as a means of building and maintaining infrastructure without making large investments. The relevance of implementing public-private partnership models in infrastructure projects is justified by the fact that they create opportunities for the simultaneous involvement of private and public forces, which allows the use of new sources and investment tools. This article is dedicated to the analysis of the main models of public-private partnership implemented at international and national level and of the particularities of the associated infrastructure projects.*

Keywords: *infrastructure, management, model, public-private partnership, project, public partner, private partner.*

Parteneriatul public-privat al obiectelor de infrastructură prevede multiple modele și metode de realizare, la care pot fi raportate: contractele pe bază de concesiune; contractele de stat (executarea lucrărilor conform comenzii de stat); raporturile de arendă, arenda bunurilor statului (arendă pe termen lung, arendă ce prevede obligațiuni, contracte de gestiune); arendă financiară (leasing); întreprinderi cu capital de stat și privat (întreprinderi mixte); fonduri mixte de investiții directe în infrastructură; privatizarea etc.

O diversitate de opinii ale autorilor [2, 5, 6, 12] sunt remarcate și în privința interacțiunii sectorului privat și cel public, care este divizat în două grupe principale de:

- interacțiune corporativă (o persoană juridică sau o întreprindere mixtă), care presupune organizarea unei societăți în comun de către un partener public și partener privat și se realizează fie prin crearea unei întreprinderi mixte, fie prin aderarea unui partener public și partener privat la o companie existentă.

- interacțiune în bază de contract (concesiuni, contracte de arendă, contracte de furnizare a serviciilor, contracte de exploatare etc.).

Pe plan internațional, cele mai dezvoltate modele contractuale ale PPP sunt prezentate în tabelul 1.

Tabelul 0. Principalele modele de PPP implementate la nivel internațional printr-o singură formă contractuală

Principalele modele de PPP în plan mondial	„ Proiectare/Construcție ” (Design Build – DB) este un contract bilateral cu o sumă fixă de remunerare pentru lucrările de proiectare și construcții.
	„ Proiectare/Construcție/Gestionare ” (cel mai comun tip de parteneriat în lume – așa-numitul model de operare sau Design Build Operate – DBO) este un contract din două părți, care prevede responsabilitatea sectorului privat nu numai pentru proiectare și construcția obiectelor, ci și pentru funcționarea instalației create, organele de stat sunt responsabile doar pentru finanțarea lucrărilor.
	„ Proiectare/Construcție/Finanțare/Gestionare ” (Design Build Finance Operate – DBFO) implică faptul că întregul complex de lucrări de proiectare, construcție, exploatare și finanțare este transferat complet sectorului privat (concesionarului), în timp ce statul rămâne proprietar.
	„ Proiectare-Construcție-Operare-Transfer ” (Design Build Operate-Transfer – DBOT) în care un singur contractor (privat) este numit să proiecteze, să construiască și să opereze un proiect în numele unui partener (public) înainte de a transfera operațiunile și mentenanța înapoi către partenerul public după o perioadă de timp prestabilită.
	„ Proiectare/Construcție/Finanțare/Mentenanță/Gestionare ” (Design Build Finance Maintain Operate – DBFMO), partenerul privat este implicat în toate etapele proiectului, de la proiectare până la construirea, funcționarea și întreținerea infrastructurii, inclusiv strângerea de fonduri.
	„Design/Construcție/Finanțare” (DesignBuildFinance – DBF), adică funcțiile de operare sunt asumate de stat.
	„Construcție/Gestionare/Transfer” (Build-Operate-Transfer – BOT), acest tip de contract presupune că partenerul privat realizează construcția instalației în conformitate cu planul aprobat de partenerul public, gestionează instalația pentru o anumită perioadă de timp și apoi transferă obiectul către organul de stat cu care a încheiat contractul.
	„ Construcție/Gestionare/Transfer ” (Build-Operate-Transfer – BOT), atunci când, după finalizarea construcției și finisarea termenului de exploatare convenit în acord, obiectul este transferat în proprietatea și gestiunea părții care a finanțat proiectul.
	„ Construcție/Proprietate/Gestionare ” (Build-Own-Operate – BOO), diferența fundamentală a acestui model de cele de mai sus este că proprietarul obiectului după construcție devine partener privat.
	„ Gestionare și Mentenanță ” (Operations–Maintenance-Concession – O&M Concession), autoritățile publice utilizează contracte de concesiune pentru exploatare și întreținere, iar responsabilitatea pentru această activitate revine sectorului privat.
	„ Reabilitare-Operare-Transfer ” (Renovate-Operate-Transfer – ROT), ceea ce separă un ROT de alte metode de achiziție este faptul că infrastructura în cauză există deja. Spre deosebire de DBOT, proiectele ROT nu impun contractorului să își asume noi responsabilități de proiectare sau construcție. Cu toate acestea, aspectul reabilitării poate fi extins, în funcție de dimensiunea proiectului.

Sursa: elaborat de autor în baza [14, p. 67]

Cel mai comun model de PPP pentru țările UE este contractul „Design-Build-Finance-Maintain-Operate” (DBFMO). Această perspectivă pe termen lung este cunoscută sub numele de „abordare bazată pe toată durata de viață”.

În baza cercetărilor efectuate [7, 8, 9, 10 etc.], constatăm că domeniile de aplicare a parteneriatului public-privat, la nivel internațional, sunt destul de diverse și pot fi implementate într-o gamă largă de industrii:

- transport: construirea, exploatarea, întreținerea, implementarea sistemelor de control al traficului și multe alte proiecte în diverse sectoare de transport, inclusiv în transportul urban;
- servicii de locuințe și comunale: servicii publice, exploatarea rețelelor de utilități (alimentare cu apă, canalizare), curățarea străzilor, îndepărtarea și eliminarea gunoierului;
- ecologie: crearea, întreținerea și dezvoltarea parcurilor urbane și suburbane cu dreptul de a exploata resurse naturale și de a genera venituri din organizarea turismului ecologic;
- imobiliare: construcția și funcționarea clădirilor publice și a locuințelor municipale în schimbul dreptului de a construi și de a participa la proiecte comerciale;
- ordinea și securitatea publică: asigurarea ordinii în transport și în locuri publice deservite de companiile private; gestiunea parcarilor;
- telecomunicații: crearea infrastructurii de telecomunicații și furnizarea de servicii consumatorilor;
- sectorul financiar: atragerea firmelor de asigurări private și de administrare în sfera asigurărilor sociale obligatorii și a pensiilor de stat;
- educație: construcția și echiparea școlilor și a altor instituții de către firmele private care primesc dreptul de a construi și dezvolta teritoriul adiacent;
- medicină: prestarea unor servicii de sănătate.

Deoarece, parteneriatul public-privat se bazează pe cooperarea între partenerul public și partenerul privat, având ca scop sporirea eficienței patrimoniului public, fiecare partener asumându-și riscuri și responsabilități concrete, iar ca obiect al parteneriatului public-privat poate fi orice bun, lucrare, serviciu public sau funcție exercitată de partenerul public, cu excepția celor interzise de legislația statului în care se desfășoară acesta, principala sarcină a autorităților publice la implementarea proiectelor de parteneriat public-privat este de a crea o valoare adăugată mai mare pentru prestarea serviciilor publice. Pentru atingerea acestui obiectiv, se prestează servicii publice mai ieftine, furnizate de întreprinderi private, care vizează obținerea de rezultate prin metode de planificare moderne și prin capacitatea de a implementa mai rapid inovații și a majora eficiența. Un alt obiectiv al statului în cadrul parteneriatului public-privat îl reprezintă transferul riscurilor investitorului privat, referitoare la construcția, proiectarea, finanțarea și planificarea obiectului, precum și exploatarea sa ulterioară. Totuși, scopul principal al sectorului privat este obținerea unui profit maxim de la proiectele implementate în cooperare cu autoritățile statale și municipale. Obiectivele statului și ale mediului de afaceri în utilizarea mecanismului PPP sunt prezentate în Tabelul 1.

Tabelul 2. Obiectivele statului și mediului de afaceri la utilizarea mecanismului de PPP

Nr.	Obiectivele statului	Obiectivele mediului de afaceri
1	Creșterea nivelului de trai al populației, promovarea dezvoltării „capitalului uman”.	Extinderea spațiului pentru libera circulație a capitalului, pătrunderea în acele zone care anterior nu erau accesibile.
2	Eliminarea constrângerilor structurale asupra creșterii economice.	Atragerea fondurilor bugetare pentru implementarea proiectelor.
3	Promovarea competitivității companiilor naționale, consolidarea pozițiilor pe piețele interne și externe.	Extinderea posibilităților de dobândire a creditelor pentru proiect de la instituții financiare prin obținerea de garanții de stat.
4	Dezvoltarea social-economică a regiunilor.	Facilitarea lucrului cu autoritățile guvernamentale prin participarea statului la proiect, inclusiv obținerea de licențe, permise, avize de supraveghere.
5	Integrarea rațională a țării în economia mondială.	Majorarea statutului proiectului prin participarea statului. Crearea unei imagini pozitive a companiei.

Sursa: [6, p.85]

În conceptul parteneriatului public-privat există o contradicție: pe de o parte, statul are obligații față de societate și costuri aferente acestora, iar pe de altă parte, sectorul privat are interesul de a face profit. Cu toate acestea, dezvoltarea insuficientă a infrastructurilor sociale și industriale reprezintă un obstacol atât pentru realizarea planurilor pe termen lung ale mediului de afaceri, cât și pentru executarea de către stat a atribuțiilor sale. Mecanismele parteneriatului public-privat implică posibilitatea participării autorităților de orice nivel – central, local, municipal. Principalul aspect al dezvoltării parteneriatului public-privat constă în faptul că autoritățile de stat determină categoria de servicii, locuri de muncă și infrastructură necesare țării, iar întreprinderile private înaintează propuneri care trebuie să corespundă cerințelor statului.

În opinia autorului, parteneriatului public-privat trebuie să îmbine cele mai bune părți din sectorul public și privat în beneficiul reciproc, iar diversitatea formelor contractelor și modelelor utilizate în parteneriatul public-privat îl transformă într-un mecanism universal pentru soluționarea obiectivelor pe termen lung, de la crearea și dezvoltarea infrastructurii până la elaborarea și adaptarea noilor tehnologii de perspectivă.

Numărul țărilor, în care parteneriatul dintre stat și sectorul privat se dezvoltă prin diverse forme contractuale, este în continuă creștere. În multe țări din Europa, Asia, America Latină și altele au fost implementate o serie de activități pentru a sprijini mecanismele unui astfel de parteneriat. Acest lucru s-a datorat creșterii cererii de servicii publice și infrastructură, pe de o parte, și micșorării bugetelor de stat, pe de altă parte. Proiectele de parteneriat între stat și sectorul privat au fost implementate cu succes în țările Uniunii Europene, Asiatice, în America de Nord și Sud etc. Astfel, considerăm că parteneriatul public-privat reprezintă o modalitate prin care know-how-ul sectorului privat este preluat de către sectorul public cu scopul de a executa proiecte de interes general.

Sistemul PPP permite, de fapt, obținerea unei clarități în descrierea cerințelor privind rezultatul proiectului, elaborarea contractelor care au protecție juridică, cu stimulări concrete și o procedură de licitație transparentă pentru contractare.

În literatura de specialitate [13, 16, 18, 19 etc.], autorul a remarcat numeroase clasificări ale formelor contractelor și modelelor de parteneriate între stat și sectorul privat. La stabilirea acestora, sunt determinate drepturile și responsabilitățile transmise de către stat sectorului privat, în timp ce beneficiile părților depind de distribuția riscurilor și de alegerea mecanismului de plată de către autoritățile publice și sectorul privat.

O parte importantă a tranzacțiilor în cadrul parteneriatului public-privat este distribuită între participanții proiectului, care constau din obligații, oportunități și riscuri, astfel, îndeplinindu-se următoarea condiție: soluționarea unei anumite obligații este atribuită celui partener care o poate realiza cu cea mai mare eficiență. Distribuția obligațiilor și responsabilităților între stat și sectorul privat depinde de domeniul de implementare al proiectului. Cu cât este mai important serviciul public, cu atât riscurile pieței aferente procesului de prestare al acestuia sunt mai mici și cu atât este mai mare nevoia reglementării de stat [3]. În funcție de obiectivele soluționate în cadrul parteneriatului public-privat, acestea pot fi divizate în modele separate:

- 1) concesiune;
- 2) zone economice speciale;
- 3) fond de investiții;
- 4) leasing (arendă);
- 5) acord de partajare a producției;
- 6) contracte de stat sau contracte guvernamentale;
- 7) asociere în participațiune sau societăți comerciale/civile cu capital integral de stat;
- 8) obligațiuni de infrastructură;
- 9) alte forme contractuale.

Caracterizând pe scurt unele modele de interacțiune, distingem următoarele aspecte, pe care le includem în Tabelul 3.

Tabelul 3. Particularitățile PPP și distribuirea responsabilităților

Distribuirea responsabilităților	Particularitățile PPP			
	Contract de administrare	Leasing	Concesiune	Cesiune
Proprietatea activelor	Public	Public	Public	Privat
Exploatare și întreținere	Privat	Privat	Privat	Privat
Investiții de capital	Public	Public/Privat	Privat	Privat
Risc comercial	Public	Privat	Privat	Privat
Durață	3-5 ani	8-15 ani	25-30 ani	Nelimitată

Sursa: [3]

Totodată, intenționăm să menționăm că concesiunea este cea mai comună formă contractuală de parteneriat public-privat, particularitatea căreia este că în cadrul contractului de concesiune încheiat, statul, în calitate de proprietar integral al proprietății, împuternicește partenerul său privat să îndeplinească, într-o anumită perioadă, funcțiile stipulate în contract și îi conferă competențele corespunzătoare, fără de care este imposibilă funcționarea normală a obiectului de concesiune. Partenerul privat, la rândul său, achită o taxă pentru utilizarea proprietății de stat. O concesiune durează, de obicei, de la 25 până la 30 de ani (adică timp suficient pentru a amortiza pe deplin investițiile majore inițiale). Concesiile sunt un parteneriat pe termen lung care permite părților să realizeze planificarea strategică a activităților. De exemplu, în domeniul serviciilor comunale și al infrastructurii de transport, în principal, se folosesc următoarele tipuri de concesiuni:

- 1) concesionarea construcțiilor majore (pentru construirea unui nou obiect);
- 2) concesionarea serviciilor publice (pentru instalațiile existente).

Întreprinderile private investesc și administrează proprietatea transferată și primește plata în special din plățile efectuate de utilizatori, apoi obiectele contractelor sunt returnate autorităților de stat sau municipale la încetarea contractului de concesiune. La încheierea unui contract de concesiune, întreprinderea privată obține mai multă libertate la luarea deciziilor administrative, economice și manageriale și poate reglementa, în mod independent, multe probleme care anterior au fost în prerogativa statului. Statul, la rândul său, păstrează o serie de pârghii de influență asupra partenerului său [18, p.89].

Suplimentar la varietatea de modele de parteneriate public-private, Comisia Europeană distinge:

- concesi de natură contractuală, unde parteneriatele public-privat se bazează exclusiv pe relații contractuale. În consecință, o întreprindere privată este recompensată pentru activitatea realizată sau serviciile prestate de către organizația publică și/sau de consumatorii finali. Astfel de concesi sunt reglementate de directivele UE pentru licitații publice;
- concesi instituționale, unde cooperarea dintre sectorul public și cel privat se realizează în cadrul unei structuri anumite. Aceste concesi cuprind toate formele de societăți comerciale cu capital comun public și privat.

Fondul de investiții de stat este destinat pentru cofinanțarea proiectelor de investiții. Obiectivul principal al Fondului de investiții este de a susține proiectele de investiții specifice care sunt prioritare pentru stat și regiuni pentru crearea infrastructurii de transport, inginerie sau energetică de importanță statală sau municipală, fără de care aceste proiecte nu pot fi realizate [17, p.285].

Contractele de stat (guvernamentale) reprezintă acorduri care conturează tranzacțiile de afaceri între companii și entitățile guvernamentale. O propunere de contract guvernamental, numită adesea o propunere guvernamentală în afaceri, este un răspuns la cerințele scrise emise

de o entitate guvernamentală care dorește să cumpere ceva. Toate domeniile de guvernare (centrale, locale) utilizează cerințe scrise pentru a cumpăra produse sau servicii cu scopul de a realiza o achiziție echitabilă și pentru a reduce costurile.

Așadar, caracteristicile specifice ale unor sectoare și dezvoltarea lor tehnologică, regimurile juridice și de reglementare, precum și percepția publică și politică cu privire la serviciile dintr-un sector, de asemenea, pot constitui factori care determină caracterul adecvat al unei anumite forme de participare privată.

După cum am menționat anterior, parteneriatele public-private au o varietate de forme contractuale în funcție de gradul de implicare a sectoarelor privat și public și în funcție de nivelul riscului asumat de părți. În primul rând, acestea sunt contractele pe care statul le acordă întreprinderilor private: să execute lucrări și să furnizeze servicii publice, să furnizeze produse pentru nevoile statului etc.

Alte modele de parteneriat între sectorul public și cel privat sunt relațiile de arendă/leasing, care apar odată cu darea în posesiune și folosință, pe baza de contract de arendă sau leasing, a proprietăților de stat sectorului privat, și anume: clădiri, echipamente de producție etc. Plata pentru utilizarea proprietății de stat este recompensa ce se achită statului pentru folosirea acesteia.

Un model răspândit de parteneriate public-private sunt societățile comerciale/societăți civile cu capital integral sau majoritar de stat. Acest model poate fi realizat și prin asocierea partenerului public și cel privat fie în baza unui contract de societate civilă, fără crearea vreunei persoane juridice, fie prin crearea unei societăți comerciale (societate cu răspundere limitată ori societate pe acțiuni), având la bază capital mixt (public-privat). Parteneriatul public-privat sub formă de societate comercială poate fi inițiat inclusiv prin vindere prin concurs de către partenerul public a unei cote-părți din capitalul social al societății comerciale. Participarea sectorului privat la capitalul unei societăți comerciale poate include corporatizare și crearea de asocieri în participațiune. Gradul de libertate a sectorului privat în luarea deciziilor administrative și economice este determinat, în acest caz, de cota sa în capitalul social. Cu cât cota investitorilor privați este mai mică, cu atât mai restrâns este spectrul de decizii independente pe care aceștia le pot lua fără intervenția statului [11, p. 103].

Consiliul Național al Parteneriatului Public-Privat al SUA (2019) propune următoarea clasificare a modelelor de PPP:

- parteneriat format în scopul implementării rapide a proiectelor prioritare de infrastructură, creându-se conform procedurii de licitație în serie;
- parteneriat format pentru efectuarea de antrepriză/prestări servicii de către partenerul privat pentru implementarea programelor mari și complexe;
- parteneriat, al cărui obiectiv prioritar este atragerea noilor tehnologii elaborate de întreprinderile private;
- parteneriat care vizează atragerea resurselor financiare din sectorul privat;
- parteneriat care permite crearea condițiilor favorabile pentru dezvoltarea infrastructurii, create de partenerul privat.

Alegerea modelului de PPP depinde de numeroase caracteristici ale proiectului și de obiectivele administrației publice și, adesea, chiar și la deținerea informațiilor comprehensive, deoarece procesul decizional este unul complex.

Trebuie remarcat faptul că mecanismul PPP nu poate fi aplicat fiecărui proiect. PPP este convenabil de utilizat atunci când calitatea serviciilor prestate în baza infrastructurii create poate fi definită cu precizie în contract sau, cu alte cuvinte, sunt setate criterii de calitate clare pentru prestarea serviciilor care servesc bază pentru recompensă sau penalizare a întreprinderii private [1, p.72].

Din punct de vedere al generalizării clasificării directe a diferitelor modele de PPP și definirea acestora în diferite țări, autorul consideră că este important de a seta elementele-cheie de interacțiunea economică a parteneriatului public-privat (Tabelul 4).

Tabelul 4. Elemente-cheie ale diferitelor sisteme de management al PPP

Elemente de interacțiune	Forme contractuale					
	Acțiuni	Out-sourcing	PFI	Concesiune	Arendă	Construcție, exploatare, transmitere
Operațiuni	Mentenanță	X	X	X	X	X
Finanțare	Investiții capitale ale sectorului privat		X	X		X
	Se rambursează din contul beneficiarilor finali			X	X	
	Se rambursează în baza contractului cu organele de stat	X	X			X
Construcție	Construcția activelor de către o întreprindere privată		X	X		X
Proprietate	De stat până și după redactarea contractului	X	X	X	X	
	Privată în timpul executării contractului, publică - după expirarea contractului			X		X

Sursa: [4]

Fiecare dintre formele contractuale și modelele de PPP are avantaje și dezavantaje. Așadar, structura proiectului de parteneriat public-privat trebuie coordonată cu necesitățile prioritare ale sectorului și cu obiectivele proiectului.

În concluzie putem constata că deoarece, scopul PPP constă în dezvoltarea infrastructurii în interesul societății prin combinarea resurselor și a experienței fiecărei părți, realizarea proiectelor semnificative din punct de vedere social cu cele mai mici costuri și riscuri, cu condiția furnizării unor servicii de înaltă calitate entităților economice, PPP este o modalitate nouă, calitativă și eficientă, de atragere a investițiilor, deoarece parteneriatele de acest tip pot atât să promoveze creșterea economică, cât și să dezvolte o infrastructură importantă din punct de vedere social.

BIBLIOGRAFIE

1. AL JABER, A. O., HAIFAA, E. O.. Toward Quality Assurance and Excellence in Higher Education. Denmark: River Publishers. 2018
2. BECKER, F., PATTERSON, V. Public- private partnerships: Balancing financial returns, risks, and roles of the partners. În: Public Performance & Management Review, 2005. Vol. 29, No 2
3. BESANT-JONES, J. E. Reforming Power Markets in Developing Countries: What Have We Learned? [online]. 2006. Disponibil: <http://documents1.worldbank.org/curated/en/483161468313819882/pdf/380170REPLACEMENT0Energy19.pdf>
4. CĂLUGĂREANU, I. Particularities of public-private partnership in the social field of the Republic of Moldova. În: The 13th International Conference on Business Excellence, Sciendo. Vol.13(1), 2019, Bucharest, Romania
5. CHUNG, D., HENSHER, D. A. Risk Management in public-private partnerships. În: Australian Accounting Review, 2015. Vol.25, No 1
6. DELMON, J. Public-Private Partnership Projects in Infrastructure: An Essential Guide for Policy Makers. Glasgow: Cambridge university press, 2011
7. DOMBKINS, D. A. Complex Project Management. USA: Createspace Independent Pub, 2007
8. EHLERS, T. Understanding the challenges for infrastructure finance. În: BIS. Working Papers, 2014, nr. 454. Disponibil: <https://www.bis.org/publ/work454.pdf>
9. GERRARD, M.B. Public-Private Partnerships: What are public-private partnerships and how do they differ from privatizations? În: Finance and Development, 2001, Vol. 38. No. 3
10. Guide Methodologique. Les contrats de partenariat. În: Economie, des Finances et de l'Industrie, 2011. Disponibil: <https://docplayer.fr/4687027-Les-contrats-de-partenariat-guide-methodologique.html>

11. GRIMSEY, D., LEWIS, M. Public Private Partnerships: The Worldwide Revolution in Infrastructure Provision and Project Finance. Cheltenham: Edward Elgar, 2007.
12. HODGE, G., GREVE, C. Introduction. Public-private Partnership in Turbulent Times. Abingdon: Routledge. In: Rethinking Public-Private Partnerships: Strategies for Turbulent Times, 2013.
13. MIHALACHE, I. Aspecte teoretico-practice privind parteneriatul public-privat în Uniunea Europeană. În: Revista națională de drept, 2012, nr.8
14. MINA-RAIU, L. Parteneriatul public-privat și dezvoltarea economică locală. București: ASE, 2015
15. OSBORNE, S. Public-Private Partnerships Theory and Practice in International Perspective. UK: Cambridge University Press, 2000
16. PRADHAN, R. International Finance for Infrastructure Development. India: Bloomsbury, 2012
17. SPACKMAN, M. Public-private partnerships: lessons from the British approach. În: *Economic Systems*, 2002, nr. 26
18. YESCOMBE, E. R. Public-Private Partnerships: Principle of Policy and Finance. Boston: Elsevier/Butterworth-Heinemann, 2011
19. VAN HAM, H., KOPPENJAN, J. Building public-private partnerships: Assessing and managing risks in port development. În: *Public Management Review*, 2001, nr. 3(4)

MODELUL DE EXCELENȚĂ EFQM VIZAVI DE PREOCUPĂRILE PENTRU CALITATE ÎN ÎNVĂȚĂMÂNTUL SUPERIOR

Veronica PRISĂCARU, dr., conf. univ.,

Universitatea de Stat din Moldova

Denisa ABRUDAN

Universitatea de Vest din Timișoara

Abstract. *The basic objective of the research was to elucidate the essence, significance and roles of the EFQM model of excellence in ensuring the quality of vocational education. The research methodology consisted of: synthesis of conceptual approaches and good practices for applying the EFQM model, deduction, generalization, formulation of conclusions and reasoning. The research contains an insight into the history of the emergence and evolution of the EFQM model of excellence. There were also set out the benefits of the model for higher education institutions. The content of the self-assessment process, as an indispensable component of the EFQM model was elucidated. Consequently, the reasoning regarding the appropriateness of applying the EFQM model in higher education institutions in the Republic of Moldova was formulated.*

Keywords: *quality, excellence, higher education, EFQM model, performance.*

În condițiile actuale de activitate a instituțiilor de învățământ superior, marcate de competiția în creștere pe piața serviciilor educaționale, preocuparea pentru menținerea unor standarde adecvate de calitate este una firească. În acest context vom menționa modelul de excelență EFQM ca un mijloc relevant de monitorizare a calității care, chiar dacă necesită eforturi consistente pentru a fi aplicat, se impune prin rezultate remarcabile în atingerea indicatorilor scontati de performanță. Pentru început, vom face o mică incursiune în istoria apariției modelului respectiv. Astfel, la 15 septembrie 1988 14 lideri de afaceri europeni s-au întâlnit cu Jacques Delors (economist și politician francez, al 8-ea președinte al Comisiei Europene) și au semnat o scrisoare de intenție în vederea creării unei fundații dedicate sporirii competitivității afacerilor europene. Fundația Europeană pentru Managementul Calității (EFQM) a fost creată în octombrie 1989, când directorii executivi/președinții ai 67 companii europene și-au declarat angajamentul de a urma misiunea și viziunea acesteia. Fundația a stabilit o echipă de experți din industrie și mediul academic în vederea elaborării Modelului de Excelență EFQM - un cadru holistic ce poate fi aplicat pentru orice organizație, indiferent de mărime sau sector [17]. Crearea modelului a fost precedată de investigarea experienței

mondiale în domeniul sistemelor și al premiilor de calitate, în special Premiul Baldrige (SUA) și Deming (Japonia). La baza modelului se află criteriile utilizate în cadrul Premiului Baldrige, fiind incluse și o serie de particularități aferente rezultatelor business-ului și impactului asupra societății [9].

Modelul, în prima sa versiune, a fost utilizat pentru aprecierea organizațiilor în vederea decernării Premiului European pentru Calitate în anul 1992. Ulterior modelul a evoluat, fiind adaptat la schimbările ce aveau loc în mediul marketingului global. În rezultatul revederii acestuia, în anul 1999 a fost lansată o versiune adaptată pentru organizațiile sectorului public - „Public and Voluntary Sector Model” [4].

Decernarea Premiilor de Excelență EFQM are loc anual, procedura fiind orientată spre recunoașterea celor mai performante organizații din Europa, indiferent de sector. Competiția în sine presupune oferirea Marelui Premiu de Excelență (EFQM Excellence Award) pentru rezultate remarcabile în toate sferile de activitate, premiilor pentru implementarea concepțiilor fundamentale ale modelului EFQM și obținerea unor rezultate deosebite pe o direcție sau alta, precum și nominalizarea finaliștilor - organizații ce au demonstrat un nivel sporit de maturitate în realizarea strategiilor sale și au obținut rezultate bune pe toate criteriile modelului. Astfel, prin conferirea premiilor și menționarea finaliștilor, se remarcă liderii cu un palmares incontestabil al succesului în transformarea strategiei în acțiune și îmbunătățirea continuă a performanței organizației. Conferirea premiilor este precedată de un control extrem de riguros efectuat de o echipă de manageri internaționali ce provin din diverse medii. Activitatea acestora implică studierea detaliată a paginii web a solicitantului, precum și interviuarea personalului și analiza performanței organizației. Între timp, sute de organizații din sectoarele public și privat au participat în concursul pentru premiile de excelență EFQM, printre care astfel de companii renumite, ca Robert Bosch, BMW, VW, Xerox, Ricoh, Grundfos, Philips, EDF ș.a. [18].

Cu toate că modelul EFQM a fost conceput inițial pentru sfera afacerilor, ulterior acesta a început să fie utilizat tot mai frecvent de diverse instituții de învățământ, atât în vederea participării la competiția pentru Premiul European pentru Excelență, cât și în calitate de instrument de autoevaluare a performanței managementului. Modelul de excelență EFQM pentru învățământul superior a fost conceput în baza versiunii modelului din 2003, fiind pe deplin aprobat de Fundația Europeană pentru Managementul Calității. Marea Britanie s-a impus ca pioner în aplicarea modelului respectiv în instituțiile de învățământ, ca urmare a adoptării în anul 1988 a legii cu privire la reforma învățământului, prin care se reducea finanțarea bugetară a sferei educației și se oferea școlilor, colegiilor și universităților o libertate și independență financiară mare la adoptarea deciziilor manageriale [4].

Printre primele universități care au efectuat studii practice asupra oportunităților de aplicare a modelului respectiv se enumeră universitatea Sheffield Hallam din Marea Britanie [9]. Ulterior mai multe universități, unite sub egida comunității educaționale „Education Community of Practice” au aderat la modelul respectiv. Este deosebit de remarcabil faptul că are loc și extinderea geografică a ariei de adepți ai modelului. Mai mult decât atât, o instituție de învățământ superior din Federația Rusă - Universitatea Agrară de Stat din Stavropol, a fost printre laureații premiului de excelență în anul 2013 pentru valorificarea creativității și inovației [19], și în anul 2016 pentru dezvoltarea capacității organizaționale [20]. Astfel, după cum se comunică pe pagina oficială a Fundației Europene pentru Managementul Calității, ca urmare a promovării unei culturi a excelenței, instituția respectivă a obținut o serie întreagă de beneficii, fiind făcute o serie de aprecieri cantitative și calitative cu referire la anul 2012: tendințe pozitive în relațiile cu clienții (97,5% din studenți au declarat că vor sugera prietenilor, cunoscuților, rudele să facă studii la universitatea dată); performanțe bune ale personalului (98% din angajați și-au exprimat satisfacția la locul de muncă); tendințe pozitive în percepția societății (95% din tineretul studios și adulți considerau prestigioase studiile la universitatea dată); un nivel mai înalt al veniturilor universității față de cele ce constituie

obligățiunea guvernamentală și, pentru prima dată, prima poziție în clasament în comparație cu concurenții [21].

Referindu-ne la importanța modelului EFQM ca instrument pentru aprecierea performanței învățământului superior, menționăm faptul că acesta poate fi utilizat pe trei căi: 1) ca cadru de referință pentru managementul calității organizației; 2) ca instrument de autoevaluare; 3) prin oferirea criteriilor de apreciere ca potențial participant în concursurile naționale sau competiția pentru Premiul European pentru Excelență [6]. În acest context menționăm că, în opinia lui Ghobadian & Woo, modelul recunoaște implicit că calitatea ofertelor finale se exprimă prin rezultatul unui complex de procese integrate și eforturi ale angajaților și că acesta oferă un cadru de audit util vizavi de care organizațiile pot să-și evalueze metodele sale de management al calității, implementarea acestor metode și rezultatele finale [2]. Gadd de asemenea declară că modelul permite măsurarea nu doar a performanței, dar permite de a aprecia cum operează organizația [1]. Avantajul de bază al modelului constă în faptul că acesta este axat pe abordarea performanței instituției prin prisma avantajelor pentru beneficiari. Printre ale utilități ale modelului sunt evidențiate următoarele: se impune printr-o abordare holistică, cuprinzând toate ariile organizației; informația necesară pentru autoevaluare se furnizează prin intermediul unui set de criterii detaliate și flexibile (acestea pot fi adaptate în vederea satisfacerii cerințelor utilizatorului, precum și altor exigențe); fiind bazată pe o evidență de facto, autoevaluarea poate fi efectuată în intervale de timp mai mici sau mai mari, la alegerea utilizatorului; prin esența sa aplicativă, modelul furnizează instrumente de autoevaluare ce ar putea fi obținute prin integrarea altor modele; oferă un set echilibrat de indicatori rezultativi, inclusiv centrați pe necesitățile clienților, angajaților, comunității locale etc.; oferă un cadru, prin intermediul căruia pot fi investigate în esență problemele organizației și pot fi făcute continuu îmbunătățiri etc. [9]. Cu alte cuvinte, modelul de excelență EFQM permite oamenilor să înțeleagă relațiile cauză-efect între ceea ce face organizația lor și rezultatele atinse de aceasta.

Trebuie să recunoaștem însă că aplicarea modelului EFQM reprezintă un proces destul de comprehensiv, realizarea căruia necesită implicarea mai multor persoane, cu atribuții responsabile. În acest context vom face referire la conținutul procesului de autoevaluare care presupune parcurgerea a mai multor etape consecutive. Opiniile autorilor cu referire la numărul etapelor procesului dat sunt variate: Gadd [1] evidențiază trei, Teo și Dale [12] – patru, Hillman [3], Zink și Schmidt [16], Zairi și Whymark [15] – opt, Nabitz et al. [6] – nouă. Prin esența sa, însă, etapele propuse de diferiți autori se axează pe aceleași activități, fiind redată în figura 1.

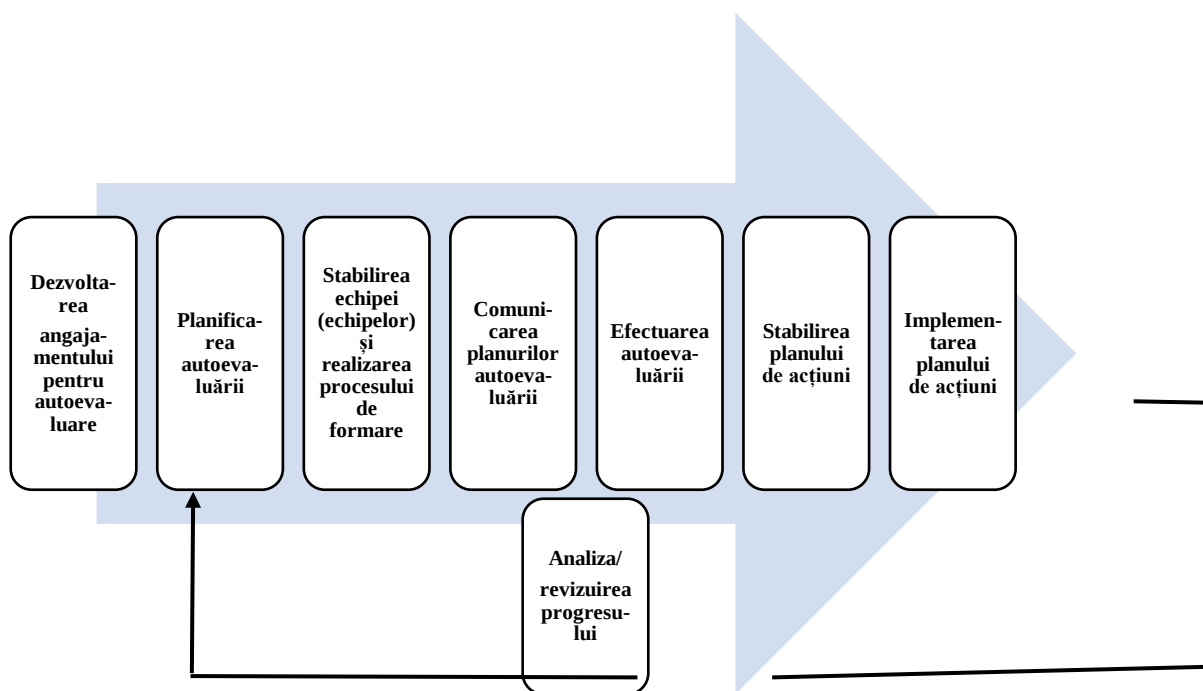


Figura 1. Procesul de autoevaluare desfășurat în opt pași

Sursă: adaptat de autor în baza [3], [6], [15], [16]

După cum relevă figura 1, procesul de autoevaluare începe cu *crearea angajamentului*. Samuelsson și Nilsson [8] au accentuat necesitatea unui angajament solid între managementul de top și de nivel mediu prin informarea asupra sarcinilor autoevaluării, executării acestora și consecințelor, presupuselor îmbunătăți și profitabilității. Totodată, studiile efectuate asupra desfășurării autoevaluării în cadrul organizațiilor deseori relevă, ca problemă majoră, insuficiența angajamentului [7]. Modalitățile de creare a angajamentului trebuie să fie determinate în funcție de cadrul concret în care va avea loc autoevaluarea. Spre exemplu, J.J. Tari [11] în baza unui studiu de caz comparativ al autoevaluării în întreprinderea spaniolă „Pikolinos” și Universitatea Alicante, precizează că la „Pikolinos” angajamentul de management a fost obținut prin aprobarea și comunicarea informației despre proces, frecventarea unui curs de formare, participarea într-o echipă (de lucru) și sprijinirea acțiunilor de îmbunătățire. La Universitatea Alicante angajamentul a fost obținut prin aprobarea planului de activități, comunicarea în scris fiecărui serviciu referitor la participarea acestora în proces și sprijinirea acțiunilor de îmbunătățire. În ambele cazuri angajamentul a provocat oamenii care conduc exercițiul să fie conștienți de utilitatea acestuia și a oferit sprijin pentru punerea în aplicare a acțiunilor de îmbunătățire.

Planificarea autoevaluării reprezintă un proces ce urmează să fie abordat în funcție de cultura organizațională și disponibilitatea resurselor existente. La elementele de bază ale planificării autoevaluării, în opinia lui Medhurst și Richards [5], se referă abordarea autoevaluării, limitele organizației, obiectivele și utilizarea rezultatelor de rând cu care, în baza unui studiu practic efectuat la 4 companii, Teo și Dale precizează stabilirea sistemului de raportare și a termenelor [12]. Realizarea etapei respective în baza principiului participativ incontestabil asigură o calitate mai înaltă planului de acțiuni elaborat, dar și o eficacitate sporită acțiunilor ulterioare de aplicare practică a planului. Întreprinderea „Pikolinos”, spre exemplu, a pledat pentru atelierul de lucru, în cadrul căruia s-a selectat metoda de autoevaluare și s-au determinat resursele necesare [10]. Alte studii relevă oferirea atribuțiilor de planificare structurilor responsabile de calitate din cadrul organizațiilor [12].

Stabilirea echipei/echipelor reprezintă o etapă de o semnificație deosebită în procesul de autoevaluare, astfel fiind identificate persoanele care vor desfășura activitățile de autoevaluare. Procesul de stabilire a echipelor se realizează de organizații diferite. La Universitatea Alicante, spre exemplu, fiecare serviciu a format o echipă având în componența sa de la cinci la șapte membri. Unele din echipele respective au inclus de asemenea și persoane din afara serviciului (studenți, profesori sau chiar angajați din afara universității) [11]. Formarea este considerată o componentă majoră a managementului calității și trebuie să constituie o prioritate la implementarea autoevaluării, fiind privită ca o cale de a motiva oamenii și o condiție prealabilă pentru obținerea înțelegerii [8].

Procesul de *comunicare* este unul deosebit de important în orice activitate, cu atât mai mult în procesele aferente managementului calității, acestea având o semnificație deosebită pentru performanța organizației. În cazul concret, printr-o comunicare eficientă, se asigură claritatea obiectivelor autoevaluării, conținutului activităților de realizat, criteriilor și standardelor de urmat etc. pentru toate persoanele implicate. Formele și mijloacele de comunicare trebuie combinate iscusit, urmând principiile: autenticitatea, utilitatea, suficiența și accesibilitatea informațiilor; caracter continuu al fluxului informațional; feedback operativ. Bunele practici denotă apelarea la diverse modalități de transmitere și analiză a informațiilor: comunicarea directă în cadrul unor ședințe, folosirea Intranetului, comunicarea individuală cu angajații etc. [11].

Realizarea autoevaluării reprezintă o etapă-cheie printre cele menționate. Desfășurarea acesteia trebuie pregătită cu multă rigurozitate și abordată în cel mai responsabil mod. În acest context, se impun prin eficacitate înaltă atelierele de lucru și reuniunile de sprijin, ultimele având funcția de apreciere a lucrărilor executate de fiecare grup din către un consilier extern, așa cum relevă experiența de aplicare a autoevaluării la firma spaniolă Pikolinos, spre exemplu [10].

Stabilirea planului de acțiune care, prin esența sa, este un plan de îmbunătățire, este menționat de mai mulți autori ca un element critic al autoevaluării [13, 14, 8]. În acest sens, sunt recomandate reuniuni de grup în cadrul cărora se examinează și se definitivează acțiunile concrete de întreprins, acestea în esență transpunându-se în obiective strategice ale organizației [10]. Pentru o eficacitate mai înaltă a acestei etape, se poate apela la metodele de stimulare a creativității personalului: Brainstorming, Brainwriting, Delphy ș.a. Asigurarea unui caracter participativ etapei respective este esențială pentru calitatea desfășurării etapei următoare.

Implementarea planului de acțiune reprezintă etapa la care se transpun în viață activitățile preconizate în etapa precedentă. Calitatea comunicării cu angajații este și aici un factor esențial al succesului, presupunându-se o interacțiune pozitivă, încurajatoare, feedback operativ, monitorizare permanentă a proceselor, intervenții și ajutor la necesitate, revizuirii periodice ale activităților întreprinse.

Calitatea implementării planului de acțiune este evaluată la etapa *analizei/revizuirii*, care presupune o apreciere permanentă a rezultatelor obținute în raport cu cele preconizate, identificarea operativă a problemelor și remedierea acestora în termeni utili.

Concluzii

Fiind conceput ca un instrument de asigurare și menținere a calității, modelul de excelență EFQM reprezintă astăzi un instrument deosebit de relevant și pentru instituțiile de învățământ superior. Chiar dacă eforturile necesare aplicării acestuia sunt considerabile, acestea se justifică prin tripla utilitate a modelului: ca cadru de referință pentru managementul calității organizației; ca instrument de autoevaluare; prin oferirea criteriilor de apreciere ca potențial participant în concursurile naționale sau competiția pentru Premiul European pentru Excelență.

În condițiile acutizării competiției pe piața serviciilor educaționale în Republica Moldova, modelul EFQM se prezintă ca un instrument adecvat de asigurare a unor standarde adecvate ale calității serviciilor educaționale și științifice, având impact asupra performanței și sustenabilității instituțiilor.

BIBLIOGRAFIE

1. Gadd, K. W. Business self-assessment: A strategic tool for building process robustness and achieving integrated management. *Business Process Re-Engineering & Management Journal*, Vol. 1 (3), 1995, pp. 66-85. ISSN: 1355-2503. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000003894>.
2. Ghobadian, A; Woo, H.S. Characteristics, benefits and shortcomings of four major quality awards. *International Journal of Quality and Reliability Management*, Vol. 13 (2), 1996, pp.10-44. ISSN 0265-671X.
3. Hillman, G. P. Making self-assessment successful. *The TQM Magazine*, Vol. 6 (3), 1994, pp. 29-31. ISSN: 0954-478X. <https://doi.org/10.1108/09544789410057863>.
4. Маслов, Д.В.; Мазалецкая, А.Л.; Стил, К. Применение моделей совершенствования для повышения качества управления в Российском университете. *Университетское Управление: Практика и анализ*, № 5 (45), 2006, с. 97-103. <http://ecsocman.hse.ru/data/944/017/1220/97-103.pdf>.
5. Medhurst, D.; Richards, D. Self-assessing for Excellence. A brief introduction to understanding your organisation with the EFQM Excellence Model. D & D Excellence Limited. <http://www.derekmedhurst.com/Excellence/Downloads/Intro%20to%20Model.pdf>.
6. Nabitz, U., Klazinga, N., Walburg, J. The EFQM excellence model: European and Dutch Experiences with the EFQM approach in health care. *International Journal for Quality in Health Care*, Vol. 12 (3), 2000, pp. 191-201. http://secure.tutorsglobe.com/Atten_files/1533_OTH_Question.pdf.
7. Ritche I.; Dale, B. G. Self-assessment using the business excellence model: A study of practice and process. *International Journal of Production Economics*, Vol. 66 (3), 2000, pp. 241-254. ISSN: 0925-5273. [https://doi.org/10.1016/S0925-5273\(99\)00130-9](https://doi.org/10.1016/S0925-5273(99)00130-9).
8. Samuelsson, P.; Nilsson, L-E. Self-assessment practices in large organizations. Experiences from using the EFQM excellence model. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 19 (1), 2002, pp.10-23. ISSN: 0265-671X. DOI:[10.1108/02656710210413426](https://doi.org/10.1108/02656710210413426).
9. Sheffield Hallam University. EFGM Excellence Model. Higher Education Version 2003. Produced with endorsement from the European Foundation for Quality Management. https://www.academia.edu/22737193/EFQM_Excellence_Model_Higher_Education_Version_2003.
10. Tari, J.H.; Heras-Saizarbitoria, I. The self-assessment process and impacts on performance: a case study. *International Journal for Quality Research*, UDK – 658.77. Short Scientific Paper (1.03), Vol.6 (4), 2012, pp.343-354. <http://www.ijqr.net/journal/v6-n4/5.pdf>.
11. Tari, J.J. Self-assessment exercises: A comparison between a private sector organisation and higher education institutions. *International Journal of Production Economics*, Vol.114 (1), 2008, pp. 105-118. DOI:[10.1016/J.IJPE.2008.01.005](https://doi.org/10.1016/J.IJPE.2008.01.005).
12. Teo, W.F.; Dale B.G. Self-Assessment: Methods, Management and Process. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, Vol. 211 (5), 1997, pp. 365-375. <https://doi.org/10.1243/0954405971516347>.
13. Van der Wiele, T.; Brown, A. Self-assessment practices in Europe and Australia. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 16 (3), 1999, pp. 238-252. ISSN: 0265-671X. <https://doi.org/10.1108/02656719910223737>.
14. Van der Wiele, T; Williams, A.R.T.; Dale, B.G.; Carter, G; Kolb, F; Luzon, D.M.; Schmidt, A; Wallace, M. Self-assessment: A study of progress in Europe's leading organizations in quality management practices. *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 13 (1), 1996, pp. 84-104.
15. Zairi M., Whymark J. *Best Practice Organization Excellence*. Dubai: e-TQM College Publishing House, 2003.
16. Zink K.J., Schmidt A. Practice and Implementation of Self-Assessment. *International Journal of Quality Science*, Vol. 3 (2), 1998, pp.147 - 170. ISSN: 1359-8538. <https://doi.org/10.1108/13598539810211969>.
17. <http://www.efqm.org>
18. https://1stdirectory.co.uk/assets/files_comp/094d2470-41ff-4716-aed2-9493865682e9.pdf
19. <https://blog.bpir.com/business-excellence/2013-business-excellence-awards-around-the-world/>
20. <https://blog.bpir.com/business-excellence/efqm-and-uk-excellence-awards-2016/>
21. <http://www.efqm.org/success-stories>

ANALIZA RESURSELOR CULTURILOR FURAJERE ÎN REPUBLICA MOLDOVA ȘI PERSPECTIVELE ACESTEIA

Grigore BALTAG, dr., conf.univ.,

Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Elena BARANOV, dr., lect.univ.

Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Abstract. Complex animal feeding is one of the basic requirements for increasing animal productivity and quality animal production. For the efficient and complex organization of animals, it is necessary to have a detailed knowledge of the chemical composition of the feed, but also the formation of a sustainable feed base. In the content of the feed, most of it is of vegetable origin and to a lesser extent animal feed. Climate change is affecting feed production and quality depending on droughts. In that research we aimed to analyze the resources of fodder crops in the Republic of Moldova, their vulnerability to climate change and in relation to the livestock industry.

Keywords: export, fodder crops, import, livestock dynamics, sown areas.

Prin culturi furajere se are în vedere culturile furajere sub formă de siloz, masă verde, fân, tuberculi etc. Aceste resurse constituie cea mai disponibilă sursă de asigurare a fermelor zootehnice cu furaje. Ne-am propus cercetarea acestui segment de furaje reieșind din singularitatea acestui tip de furaje care este de origine autohtonă. Furajele combinate, aditivii și alte produse alimentare animaliere se importă practic în totalitate. Segmentul respectiv este singura modalitate de influență asupra costurilor furajere în structura costului producției animaliere de către crescătorii de animale [5].

Disponibilitatea terenurilor agricole în suprafețe suficiente pentru animale este una din problemele cu care se confruntă crescătorii de animale. Majoritatea din ei înțeleg că, păscutul pe pășuni și iamașuri nu este o soluție rațională în dezvoltarea randamentului la producții și viitorul unei ferme cu animale sănătoase și productive este doar în metoda de stabulație [4].

Alături de problema reducerii suprafețelor însămânțate cu culturi furajere și cea a calității și structurii suprafețelor însămânțate. Ultimele două mai pot fi numite drept factori de influență asupra eficienței producției animaliere. În Tabelul 1 prezentăm sistematizat datele tipurile de culturi furajere însămânțate în dinamică în Republica Moldova.

Tabelul 1. Suprafețele însămânțate cu culturi furajere după tipuri de producții în dinamică, mii ha

Tip de producție	Anul					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Plante rădăcinoase	1,3	1,5	1,2	1,0	0,6	0,5
Sfeclă de zahăr pentru nutreț	0,7	0,5	0,4	0,5	0,6	0,3
Culturi pentru siloz	0,6	1,2	0,1	0,1	0,1	-
Porumb pentru siloz	7,5	6,5	5,1	4,8	4,4	2,0
Fân	33,0	38,0	33,6	30,9	23,9	20,5
Masă verde din ierburi	15,7	16,0	17,2	14,6	15,4	9,3
Plante de nutreț - total	58,8	63,7	57,6	51,9	45,0	32,6

Sursa: elaborat de autori în baza datelor Biroului Național de Statistică

Suprafețele însămânțate cu culturi furajere în Republica Moldova doar în perioada anilor 2015-2020 s-au micșorat de aproape 2 ori. Principalele producții recoltate în anul 2020 fânul de pe 20,5 de mii de ha, siloz din porumb de pe 2 mii de ha, masă verde de pe o

suprafață de 9,3 mii de ha. Acestea sunt principalele culturi furajere recoltate în perioada respectivă. Lista culturilor furajere cultivate se mai completează și cu culturi pentru siloz, sfeclă pentru nutreț și plante rădăcinoase, însă suprafețele lor sunt mici în suprafața totală. În anul de referință alte culturi pentru siloz nu au fost cultivate sau nu au fost recoltate din cauza secetei, iar sfecla pentru nutreț a ocupat doar 300 de ha. Micșorarea suprafețelor însămânțate cu culturi furajere a avut loc din contul tuturor culturilor. Nu putem afirma despre o reducere semnificativă doar a uneia culturi, toate și-au micșorat suprafețele în egală măsură. Aceasta ne-o confirmă și următoarea etapă a cercetărilor.

Dinamica suprafețelor însămânțate nu demonstrează o schimbare esențială a structurii suprafețelor însămânțate pe tipuri de producții, cu excepția reducerii suprafeței totale. Structura semănăturilor în dinamică se menține aceeași. Astfel, în totalul plantelor de nutreț ponderea cea mai mare o deține producția de fân cu 56% în 2015 și 62% în 2020. Pe poziția a doua este producția de masă verde din ierburi, care este recoltată de pe o suprafață cu ponderea de 27% în 2015 și de 29% în anul 2020.

În Figura 1 și Figura 2 vedem că structura suprafețelor însămânțate nu s-au modificat în dinamică cu excepția faptului că în anul 2020 a dispărut suprafețele însămânțate cu culturi pentru siloz.

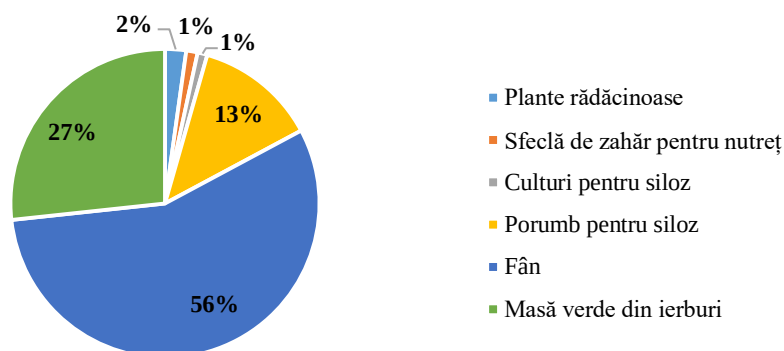


Figura 1. Structura suprafețelor însămânțate cu culturi furajere în anul 2015, %

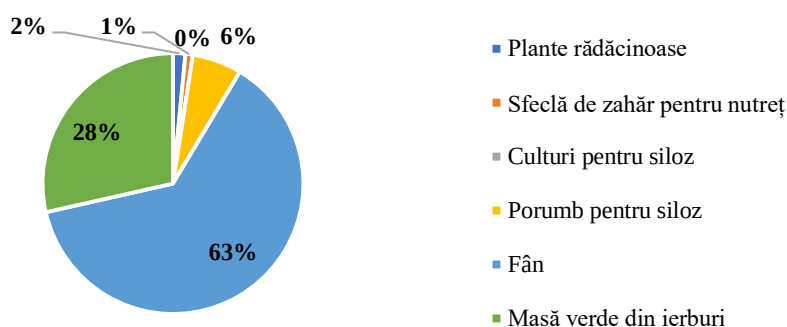


Figura 2. Structura suprafețelor însămânțate cu culturi furajere în anul 2020, %

Producția de porumb la siloz și-a micșorat ponderea în 2019 de două ori din contul producției de fân. Producția de siloz de porumb este, practic, în aceeași cantitate ca și cea de fân. În anul 2019 producția globală de siloz recoltată a fost de 893 mii de tone, cea de fân 920 mii de tone și cea de masă verde de 712 mii tone.

La noi în țară fânul se recoltează de pe cele mai mari suprafețe. În anul 2019 ponderea suprafețelor de fân cu aproximativ 7% în cea a suprafețelor însămânțate. Evident, producția de fân este specifică prin recolte mici și volum mare, însă situația respectivă demonstrează că, crescătorii de animale dau preferință acestui furaj, fapt care face înlocuirea altui furaj din rația alimentară. Aici mai există o explicație logică a acestei tendințe, și anume, terenurile

semănat cu ierburi pentru fân nu sunt ameliorate de mai mulți ani. Fânul fiind recoltat de pășuni, pajiști și alte tipuri de terenuri care nu sunt în circuitul agricol. Majoritatea acestora se află în gestiunea primăriilor și posibilități de a ameliora calitatea lor sunt reduse. În asemenea condiții suprafețele de pe care se pregătește fânul se majorează în scopul asigurării cantității necesare de resurse furajere, de pe tot mai multe terenuri se cosesc ierburi la fân. Această situație poate să se dezvolte în continuare dacă nu se vor ameliora suprafețele de pășuni.

Elementul important al producției agricole este productivitatea culturilor. Productivitatea sporită demonstrează calitatea procesului tehnologic, nivelul de dotare tehnică și materială a producătorilor și calitatea producției. Din totalul producțiilor prezentate în Tabelul 1 am selectat două producții care demonstrează tendințe diferite.

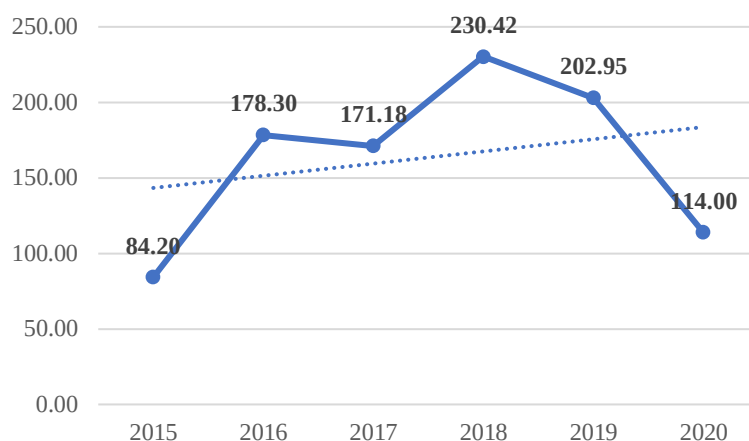


Figura 3. Recolta medie la ha a silozului de porumb în dinamică, q

După cum observăm în Figura 3, la producția de siloz productivitatea unitară este în creștere, cu excepția anului 2020 care a fost un an deosebit de secetos. Dacă în anul 2015 recolta medie a fost de 84,20 q/ha, atunci în 2019 productivitatea s-a majorat până la 202,95 q/ha. Aceasta demonstrează că fermierii interesați în utilizarea acestui produs la hrana animalelor își modernizează tehnologiile de producere, folosesc hibrizi de porumb mai productivi ș.a.m.d. La nivelul producției globale, în anul 2019 s-a înregistrat o producție mai mare decât în anul 2015 în condițiile în care suprafața cultivată a fost mai mică în anul 2019. Prin urmare, o asemenea tendință când micșorarea suprafețelor are loc concomitent cu sporirea productivității este justificată și demonstrează eficiența a producției.

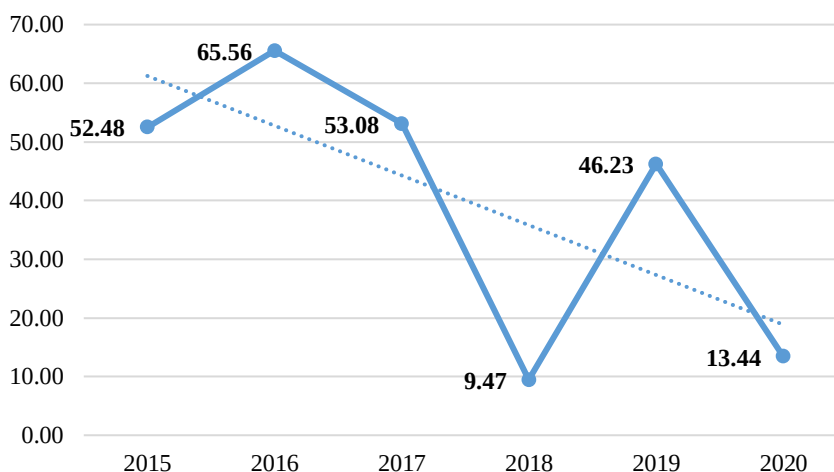


Figura 4. Recolta medie la ha a producției de masă verde în dinamică, q

La producția de masă verde observăm o situație inversă față de cea a porumbului la siloz. Recolta medie la ha are o tendință de reducere în perioadele analizate (linia punctată). Recolta medie a masei verzi variază de la an în mod semnificativ și, de fapt, reprezintă calitatea anului din punct de vedere al precipitațiilor. Din cei șase ani analizați doar în doi ani, 2018 și 2020, au fost înregistrate recolte mai mici. Cea mai înaltă productivitate a fost în anul 2016. Considerăm că anul 2021 va înregistra o productivitate care o va depăși pe cea din 2016.

Analizând aceste două culturi după nivelul productivității înțelegem că nu există o tendință unică. Unele culturi înregistrează recolte înalte în dinamică, altele chiar își micșorează productivitatea.

Productivitatea fiind cel apreciat factor al eficienței economice și intensificării producției, el în comparație reflectă gradul de intensitate al resurselor proprii. Analizând acest indicator al culturilor furajere din țară cu cel al altor țări constatăm o situația puțin plăcută. După cum vedem din datele furnizate de către portalul www.soyanews.info, portal de știri consacrat statisticilor și noutăților cu caracter agricol mondial, productivitatea culturilor furajere autohtone sunt cele mai reduse. Reducerea este semnificativă pe toate tipurile de culturi. Țările vecine înregistrează rezultate mai mari față de noi. Productivitatea producției de siloz în Republica Moldova este de 2,5 ori mai mică decât media pe UE. La producția de masă verde fermele din România depășesc de aproape 3 ori productivitatea față de cea din fermele autohtone.

Prin urmare există rezerve suficiente în dezvoltarea cultivării furajelor în Republica Moldova. Dacă am ajunge la o medie a României la producția de siloz, atunci producția globală autohtonă la aceste furaje în anul 2019 ar fi de 1,7 mil q de siloz sau cu 823 mii q mai mult. O asemenea productivitate ar dubla producția de porumb de siloz în raport cu aceeași suprafață. Cercetările efectuate că, productivitatea rămâne factorul important în sporirea eficienței cultivării culturilor furajere în Republica Moldova. Pentru a spori productivitatea culturilor agricole sunt necesare măsuri ameliorarea solurilor, hibrizilor, tehnicii de recoltare etc. întreprinse de către producătorii agricoli.

Ramura zootehnică, așa cum am menționat mai sus, este o ramură cu dezvoltare lentă, investiții reduse etc. În ultimii ani nivelul de subvenționare a ramurii a constituit doar 8% din suma totală de subvenționare. O parte din furajele ale multor ferme zootehnice este asigurată din procurări. Această situație direct afectează costurile producției și, ulterior, prețul de comercializare a producției animaliere. Producția acestor producători este cu o competitivitate mai redusă [1].

Conform datelor Biroului Național de Statistică, piața furajelor de origine autohtonă variază între 18 mil și 20 mil lei. În anul 2020, an secetos fără precedent, vânzările de furaje a scăzut până la 15 mil de lei. Mulți producători agricoli care nu au ferme animaliere cultivă culturi furajere pentru asigurarea asolamentului și cu scopul comercializării. S-a dezvoltat în ultimii ani comerțul cu siloz din porumb, lucernă în masă verde sau balote. Vanzătorii și-au ajustat mijloacele de transport pentru transportarea furajelor la distanțe lungi. În ultimii ani crescătorii de animale procură siloz, masă verde, balote de fân din diferite localități ale țării în funcție de preț. Uneori furajele sunt transportate la o distanță și mai mare de 100 de km [2].

Cantitatea furajelor comercializate în dinamică au tendință de creștere (**Figura 5**). Cantitatea totală de furaje comercializate în țară în anul 2019 a fost de 376 276 q. Între anii 2015 – 2019 comerțul ușor a avansat, de la 287 mii q până la 376 mii q, cu excepția anului 2020, an cu secetos fără de precedent.

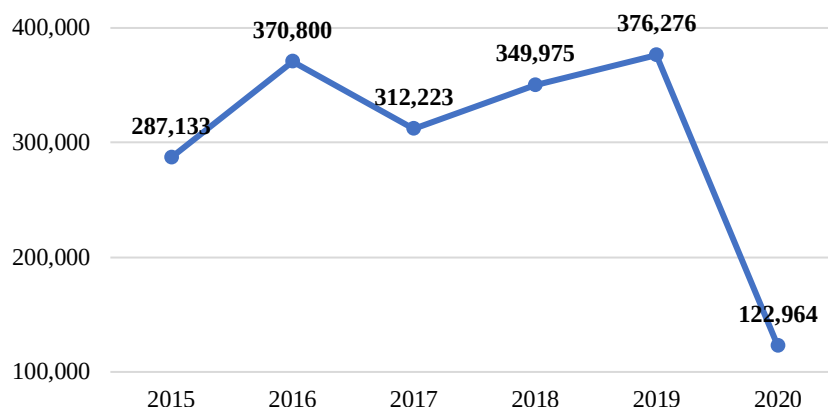


Figura 5. Dinamica comerțului cu culturi furajere, q

Analizând după tipurile de producții furajere am constatat că majorarea vânzărilor are loc din contul doar a producției de siloz. Cantitățile comercializate ale celorlalte tipuri de producții (masă verde, fân, paie, plante rădăcinoase) s-au micșorat. Modificările ce au loc la nivelul ramurii direct se reflectă și asupra bazei furajere. Către anul 2021 vânzările de furaje se majorează doar din contul porumbului de siloz. Micșorarea vânzărilor pe majoritatea tipurilor de furaje explică două tendințe: 1) reducerea șeptelului de animale; 2) obținerea furajelor cultivate pe terenurile proprii. Ambele sunt relevante și actuale. Cercetările în teren din ultimul timp ne demonstrează tendința crescătorilor de animale de a procura terenuri agricole în scopul asigurării bazei furajere proprii.

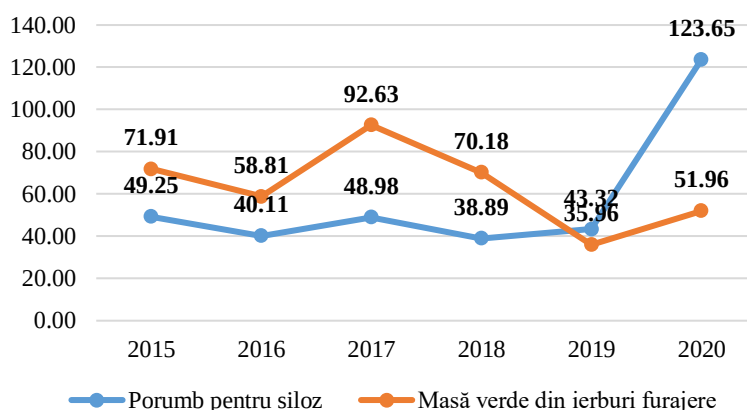


Figura 6. Dinamica prețului de comercializare a 1q la producțiile de furaje, lei

Analizând comerțul cu furaje din aspectul prețurilor putem afirma că ele în dinamică nu se modifică, iar la unele tipuri de furaje chiar se micșorează. Excepția acestei afirmări este anul 2020, când prețurile s-au majorat de câteva ori din cauza productivității reduse. Pentru analiza prețurilor de comercializare am selectat două tipuri de producții – silozul și masa verde.

În primul rând, menționăm că prețurile unitare ale ambelor producții au tendință identică. Cel mai interesant este faptul că în perioadele analizate prețurile unitare la furaje s-au micșorat (Figura 6). Dacă în anul 2015 prețul de comercializare a 1 q de masă verde a fost de 71,91 lei, atunci în anul 2019 (an de referință) a fost de 35,96 lei. Același lucru putem să-l menționăm și la producția de siloz. Această situație demonstrează că cheltuielile fermierilor raportată la furaje sunt reduse. Crescătorii de animale consumă resurse financiare proprii mult mai multe pentru alte tipuri de materiale și produse, cum ar fi furajele combinate, lubrifianți și produse petroliere, tehnică agricolă, investiții în fermele de animale etc. decât pentru resursele furajere. Cauza acestei concluzii este în majorarea prețurilor la carburanți, material semincer,

piese agricole etc. de la an la an [3].

Piața totală a furajelor vegetale autohtone comercializate în țară în anul 2020 a constituit 733 603 euro (Figura 7). Această reprezintă comercializarea plantelor furajere sub formă de fân, siloz, masă verde și plante rădăcinoase.

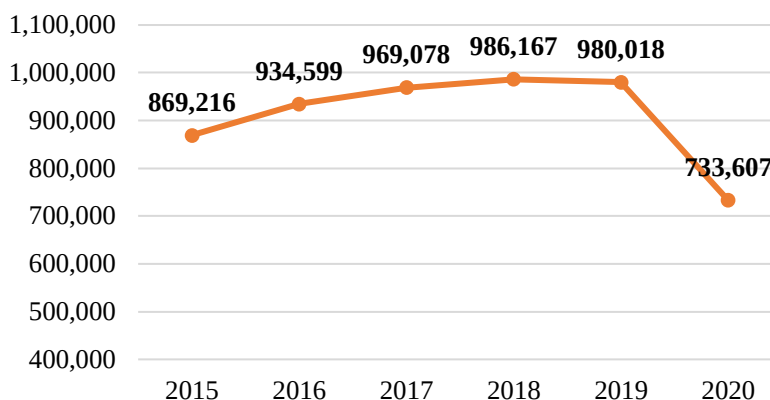


Figura 7. Valoarea vânzărilor de producții furajere în țară în dinamică, euro

Media acestui indicator pentru perioada anilor 2015-2020 este de 912 114 euro. Dinamica vânzărilor nu ne oferă motive de a afirma că această piață este în dezvoltare. Se caracterizează printr-un ritm redus de creștere. Rezultatul acesta se explică prin factorii analizați mai sus: cantitatea producției comercializate și prețul mediu de comercializare a unei unități de producție de furaje.

Concluzii:

- suprafața plantelor furajere în țară se micșorează în mod sincronizat cu cel al șeptelului de animale;
- productivitatea plantelor este redusă în comparație cu alte țări;
- parcul de mașini și tractoare specializate în recoltarea plantelor furajere este insuficient disponibil;
- la un ha de plante furajere revin circa 4,5 bovine și 19 ovine, ceea ce cu mult depășește norma tehnologică;
- piața furajelor în ultimii ani manifestă o tendință slabă de majorare raportate la prețuri stabile cu o slabă reducere în dinamică;
- structura suprafețelor însămânțate nu se modifică în dinamică.

Toate aceste concluzii ne permite să afirmăm că baza furajelor din plante este insuficient dezvoltată. Domeniul necesită investiții pentru a dezvolta culturile furajere cu ajutorul lucrărilor de ameliorare a solurilor, mașinilor de recoltat material semincer etc.. Pentru asigurarea tehnologică a șeptelului de bovine și ovine cu cantitatea necesară de furaje din plante este necesară majorarea suprafețelor furajere de 4 ori, astfel încât la un hectar de plante furajere să revină 1,5 vaci sau 10 oi.

MULȚUMIRI ȘI RECUNOȘȚINȚE

Prezentul material este elaborat cu suportul și ajutorul consultanților Federației Naționale de Fermieri din Moldova „AgroFARM”.

BIBLIOGRAFIE

1. Baltag, G. Economia ramurii zootehnice. Chișinău: Tipogr. „Prin-Caro”, 2020. ISBN 978-9976-56-788-6.
2. Baltag, G. Organizarea piețelor agricole locale în contextual schimbărilor climatice. A: Ghid autoritățile

publice locale în domeniul rural privind adaptarea și implementarea măsurilor de atenuare a schimbărilor climatice în sectorul agricol. Chișinău: Print-Caro, 2021, p. 56-60. ISBN 978-9975-56-858-6.

3. BCRC. Priority Area Review: Forage & Grassland Productivity. 2014. 2014.

4. Fondul Provocările Mileniului Moldova. Asociațiile Utilizatorilor de Apă pentru Irigare în cadrul PROGRAMULUI COMPACT Water Users' Associations with COMPACT support. A: . Chișinău: 2016.

5. Lange, D.H. i Arndt, C. Feasibility assessments of investments into lucerne for farms in Moldova with no livestock composting: green manuring and export. 1. Chișinău: 2020.

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К ОБОБЩЕНИЮ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ: ИННОВАЦИОННАЯ ПАРАДИГМА

**Алена Игоревна ПЛЯСКИНА, к.э.н., доцент,
Татьяна Викторовна ЯКИМЧУК, к.э.н., доцент.**

Херсонский Национальный Технический Университет, Украина

Abstract. *It is proved that companies that pay attention to topical issues of their own strategy are more competitive and stable in conditions of uncertainty of the external environment. Ambiguous interpretation of the essence of «development strategy» in the scientific environment provided an opportunity to group them into approaches: first, as a fixed system of goals; secondly, as a set of successive actions aimed at achieving the desired result in the form of a path. It is established that, despite the fact that the problem of enterprise development strategy is considered by many scientists, there is no single interpretation of this concept. This indicates the versatility and complexity of the essence of the «development strategy» of the enterprise, which is constantly changing and improving. One of the main factors that can improve position of enterprise at the market is a properly grounded development strategy. Such a strategy should be based on intensive development. Thus, we have every reason to distinguish such basic functions of business development strategy as economic, organizational, managerial, social.*

Keywords: *strategy, enterprise, enterprise development, transformation, qualitative changes, quantitative changes, globalization.*

В условиях конкуренции возрастает степень и интенсивность воздействия управленческих решений на конечный результат производственной деятельности, а именно: финансово-экономическое состояние предприятия, финансовая устойчивость, размер рыночного сегмента, степень интенсивности конкурентной борьбы, устойчивость к изменениям [1].

Стратегия развития представляет собой основу конкурентного поведения предприятия на рынке и предоставляет план действий относительно обеспечения преимуществ над конкурентами. Конкурентная стратегия концентрируется на действиях, которые связаны с управлением долгосрочной конкурентоспособной позиции предприятия на рынке. Главной целью стратегического управления является усиление основного набора конкурентных преимуществ предприятия, характеризующееся первичным и вторичным генезисом.

Несмотря на отсутствие скоординированных подходов к трактовке экономической сущности конкурентных отношений, исследователи отмечают, что именно они являются необходимым фактором динамичного развития общества, поскольку формируют экономическую свободу, требуют переоценки и совершенствования подходов к ведению бизнеса, усиливают и активизируют частную инициативу, стимулируют развитие и эффективное использование ограниченных

ресурсов, способствующих повышению конкурентоспособности национальной экономики и достижению высоких темпов экономического роста [2].

Современные глобализационные процессы приводят к трансформации конкурентных отношений в следующих направлениях: во-первых, в условиях глобализации конкуренция трансформируется в многоуровневую систему, которая предусматривает развитие специфических форм конкурентных отношений в зависимости от соотношения глобального и национального уровней; во-вторых, происходит изменение форм и методов конкуренции заключается в преобладании элементов сотрудничества и партнерства над соперничеством в результате качественных изменений целей хозяйствования субъектов глобализирующегося пространства.

Новая фаза развития конкурентных отношений определяется также ростом значения интеллектуального и информационного факторов производства, что обусловлено следующим: информация стала самостоятельным ресурсом, который имеет специфическую ценность и получила статус самого мощного источника роста результативности деятельности предприятия; интеллектуально-информационные факторы стали основой создания добавленной стоимости.

Австрийский экономист Ф. фон Хайек утверждает, что конкуренция, распространяя информацию, создает условия для согласования и единства, является способом сообщить субъектам хозяйствования, что их действия являются оптимальными. Следовательно, объективной задачей является создание условий для развития информационного пространства субъектов глобальных экономических отношений [3, 4].

Однако только наличие конкурентных преимуществ еще не обеспечивает предприятию долгосрочного успеха на рынке. В связи с этим, за уровнем устойчивости, конкурентные преимущества предприятия делятся на: конкурентные преимущества с низким уровнем устойчивости (преимущества низкого порядка) устойчивые конкурентные преимущества (преимущества высшего уровня).

Преимущества низкого уровня являются неустойчивыми и легкодоступными для копирования конкурентами. Они являются краткосрочными, не гарантирует предприятию стабильного, уверенного позиционирования на рынке и не является залогом его финансового успеха в течение длительного периода [5].

Устойчивые конкурентные преимущества являются уникальными и формируются на долгосрочную перспективу. Это так называемые преимущества стратегического уровня, который является базой конкурентоспособности хозяйствующих субъектов и обеспечивают им долгосрочное лидерство на рынке.

Инновационная модель экономического роста основывается на интенсификации выработки результатов интеллектуальной деятельности. За М. Портеру залогом высокой конкурентоспособности экономики является формирование и развитие инновационных конкурентных преимуществ [6].

Именно инновации являются источником экономического роста и движущей силой качественных преобразований, предпосылкой обеспечения и повышения конкурентоспособности на всех уровнях хозяйствования. Положительное влияние инноваций на уровень конкурентоспособности экономики страны в целом проявляется в росте производительности труда, структурном обновлении экономики, росте удельного веса высокотехнологичных, наукоемких отраслей в структуре производства и экспорта, повышении качества продукции, и, как следствие, расширении рынков сбыта.

Инновационные конкурентные преимущества в рыночной борьбе позволяют активно участвовать в формировании мировой экономической системы благодаря достижению инновационной конкурентоспособности на национальном уровне.

Важным направлением формирования конкурентных преимуществ становится разработка предприятием эффективной стратегии развития, которая будет основываться на результатах интеллектуальной деятельности и проявляться в выработке уникальных видов продукции и внедрении в производственный процесс уникальных видов техники и технологий, будет базироваться на уникальном позиционировании предприятия и ориентации на уникальные виды деятельности.

Сегодня эффективная адаптация предприятия является необходимым условием для поддержания его конкурентоспособности, способом выживания в меняющемся рыночной среде, формой достижения поставленной стратегической цели. Управленческая и организационные структуры предприятия находятся в прямой зависимости от факторов внешней среды [7].

Целью стратегии развития является достижение успеха в конкурентной борьбе. Только реализуя конкурентные стратегии развития, непрерывно осуществляя инновационные процессы во всех сферах своей деятельности, предприятия могут добиться успеха в конкурентной борьбе. От правильного выбора стратегии конкурентоспособности зависит эффективность деятельности предприятия, поэтому формирование и выбор стратегии для ее воплощения в жизнь является чрезвычайно важным вопросом, от которого может зависеть не только успешная деятельность, но и вообще существования предприятия [8].

Стратегию предприятий необходимо рассматривать как сложный процесс, который начинается с момент создания предприятия, поскольку создание конкурентоспособного продукта требует разработки стратегии развития с учетом конкурентных преимуществ, современных форм и методов конкурентной борьбы. Поэтому, очередной целью стратегии развития – это определение основных задач и направлений деятельности предприятия. При выборе стратегии важно, чтобы она соответствовала стратегическим целям, имела ресурсное обеспечение и возможности для ее реализации.

Стратегия развития означает систему (комплекс) практических приемов, которые обеспечивают предприятию преимущества на перспективу. Конкурентные преимущества предприятия - это характеристики или свойства, которые обеспечивают предприятию преимущество над конкурентами. Предприятия, которые внедряют стратегию развития, должны учитывать потенциальные возможности создания конкурентных преимуществ для своевременной реакции на изменения, происходящие в окружающей среде, опережать действия конкурентных предприятий для обеспечения постоянного развития на долгосрочный период [9].

Основные факторы, влияющие на выбор стратегии развития являются: цели предприятия, приоритеты руководства, размер предприятий, стадии жизненного цикла предприятия, финансовые ресурсы предприятия, конкурентные преимущества предприятия, перспективность рынка, стратегический потенциал предприятия, степень зависимости от внешней среды.

К стратегии развития выдвигается ряд требований: 1) объединить управленческие, экологические, экономические, технологические, технические и другие аспекты развития объекта управления; 2) добиться интеграции частей управляемого объекта; 3) достичь стратегических целей; 4) использовать при разработке стратегии научные достижения экономики и других наук.

Основными требованиями к стратегии развития предприятия является обеспечение своевременной его реакции к неблагоприятным условиям окружающей среды и способность предприятия производить конкурентный товар. Если эти правила не будут выполняться, то стратегия не действенная.

Основным в процессе обеспечения стратегии является определение целей конкурентной борьбы. Определение целей различных уровней гарантирует понимание и основательное объяснение смысла обеспечения стратегии предприятия.

М. Портер выделяет такие стратегии: стратегию лидерства по издержкам (производитель стремится уменьшить себестоимость продукции за счет уменьшения издержек производства); стратегию дифференциации (предполагается высокий уровень цен в связи с дифференциацией изделий и услуг для лучшего удовлетворения потребителей); стратегию рыночной ниши (внимание производителя сконцентрирована на удовлетворении потребностей конкретных потребителей, которые заинтересованы в данной продукции или услугах в связи с высоким качеством или низкой цене).

Стратегии развития можно классифицировать следующим образом:

1) стратегии за уровнем принятия решений - глобальная (международный уровень), национальная (государственный уровень), региональная (региональный уровень) и местные (местный уровень);

2) стратегии в зависимости от способов обеспечения развития - развитие под влиянием глобальной экспансии (оптимизация деятельности в пределах имеющегося позиционирование - интенсивный рост), развитие благодаря организационной гибкости (предвидение развития экономических процессов конкурентов) [10];

3) стратегии, позволяющие управлять спросом с помощью таких инструментов, как: дифференциация цен, стимулирования спроса в периоды низкой загрузки, применение системы предварительных заказов и резервирования времени обслуживания;

4) стратегии косвенного распределения услуг, предусматривающих осуществление франчайзинга, создание новых услуг [11].

Итак, конкурентным отношениям присущ динамический характер, обусловленный влиянием конкуренции, глобализации и интеграции, которые формируют их внешний контур и определяют специфику формирования их субъектно-объектного состава, в совокупности создает внутренний контур взаимоотношений. Глобализация оказывает существенное влияние на изменения конкурентных отношений, а предпосылками их развития является уровень удовлетворения общественных ценностей и рациональной деятельности субъектов, а также создание условий для развития их конкуренции, формирования стратегии развития предприятия.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Заярная Н.Н., Тимура М.В. Модификация конкурентных отношений под влиянием экономического кризиса в Украине // Сборник научно-технических работ Нац. лесотехнического универ-то Украина. - С. 307-310.
2. Porter M., Kramer M. Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility // Harvard Business Review. -December 2006. - p. 78-92.
3. Тараненко И.В. Формирование инновационной парадигмы теории конкуренции в современных глобализаций них условиях // Вестник ЧДИЕУ. - 2011. - № 1 (9). - С. 194-203.
4. Smith-Doerr L., Powell W. 2005. Networks and Economic Life. In: Smelser N., Swedberg R. (eds.). The Handbook of Economic Sociology. 2d ed. Princeton: Princeton University Press; 377-402
5. Причепя И.В., Стелюк К.А. Проблемы формирования конкурентных преимуществ предприятия // Экономическое пространство: Сборник научных трудов. - 2013. - №80. - С. 248-256.
6. Касьяненко В.А. Инновации как один из факторов формирования конкурентоспособности страны // Механизм регулирования экономики. - 2011. - № 4. - С. 82-87.
7. Богма А.С., Болдуев А.В. Роль инноваций в обеспечении конкурентоспособности национальной экономики // Вестник Запорожского национального университета. Экономические науки. - 2010. - № 3. - С. 166-170.
8. Шершньова З.Е. Стратегическое управление: учеб. пособие. - М.: Финансы, 2012. - 384 с.16.
9. Мескон М., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. - СПб.: Вильямс, 2008. - 672 с.17.
10. Азоев Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. - М.: ЦЭИМ, 2001. - 207 с.

11. Бельтюков Е.А., Некрасова Л.А. Конкурентная стратегия предприятия: сущность и формирование на основе оценки уровня конкурентоспособности // Экономика: реалии времени. - 2014. - № (12). - С. 6-13.
12. Plyaskina A. Components of business strategy of enterprise development in the conditions of globalization // Научный Вестник Херсонского государственного университета. - 2020. - Серия экономические науки. - Выпуск 39. - Часть 1. - С. 49-51.

CORELAȚIA DINTRE MANAGEMENTUL BAZAT PE INSTRUMENTE DIGITALE ȘI PERFORMANȚA ÎNTEPRINDERILOR DIN SECTORUL AGRICOL

Nelli AMARFII-RAILEAN, dr., conf.univ.

Universitatea de Stat „Alec Russo” din Bălți

Abstract. *The multidimensional comparative analysis model is applied in this paper to monitor the activity of enterprises in the agricultural sector. The model allows to determine the rating of the agricultural enterprises, correlate their economic and financial results, and classify them into four basic categories, depending on profitability indicators, and development prospects. Also, the method of aggregative indicators presented in this paper was applied to determine the usage efficiency of the production factors by agricultural enterprises, to identify the development model adopted by the enterprises, and to determine the correlation between the enterprise category according to the criterion: profitable and unprofitable, and model development adopted by its management.*

Keywords: *agricultural sector, economic performance, industry 4.0, multidimensional comparative analysis.*

Introducere. Complexitatea proceselor și a fenomenelor economice necesită determinarea unui număr mare de indicatori pentru a evalua performanța întreprinderilor agricole. Estimarea unui număr mare de indicatori complică considerabil aplicarea analizei multidimensionale și a altor metode matematice în luarea deciziilor de gestiune în acest sector. Implementarea instrumentelor digitale în managementul entităților economice simplifică utilizarea modelelor matematice pentru estimarea performanței lor economice, prin posibilitatea de creare, prelucrare și analiză automatizată a bazelor de date cu privire la rezultatele economico-financiare înregistrate în anumite condiții de activitate și anumite perioade de timp, în dinamică.

Monitorizarea proceselor și a fenomenelor în sectorul agricol constă în integrarea culegerii de informații, prelucrarea datelor, analiza și interpretarea rezultatelor obținute, iar instrumentele de prognozare permit evaluarea obiectivă și fiabilă a condițiilor de dezvoltare a producătorilor agricoli în viitor. Posibilitatea unei evaluări cuprinzătoare a rezultatelor activității economico-financiare, pe baza căreia se poate face o comparație între entitățile analizate și care permite evaluarea eficientă a ratingului întreprinderilor, reprezintă principalele avantaje ale metodologiei de analiză comparativă multidimensională, prezentată în articolul dat.

În acest scop, am aplicat un model matematic și algoritmic pentru procesarea și analiza informațiilor obținute despre întreprinderile agricole, bazate pe analiza bazelor de date, folosind analiza multidimensională.

Metodele matematice prezentate permit luarea în considerare nu doar a valorilor absolute a indicatorilor fiecărei întreprinderi analizate, ci și ratingul acestora în cadrul unui eșantion de analiză în funcție de rezultatele economico-financiare obținute pe parcursul mai multor ani de activitate.

Metode și rezultate. Eșantionul de analiză propus constă din 4220 de întreprinderi agricole care au înregistrat profit sau pierderi în anul de gestiune 2019.

Modelul de analiză comparativă multidimensională aplicat pentru monitorizarea

activității întreprinderilor din sectorul agricol, prin determinarea ratingului lor, corelarea rezultatelor economico-financiare și clasificarea acestora în patru categorii de bază, în funcție de indicatorii de profitabilitate și perspectivele de dezvoltare. De asemenea, a fost utilizată metoda indicatorilor agregativi pentru determinarea eficienței utilizării factorilor de producție de către întreprinderile agricole, în vederea identificării modelului de dezvoltare intensiv sau extensiv adoptat de întreprinderile analizate și determinarea corelației dintre categoria întreprinderii în funcție de criteriul: profitabilă/neprofabilă și modelul de dezvoltare adoptat de management.

În cercetare au fost utilizate datele din situațiile financiare, datele din evidența contabilă și statistică ale întreprinderilor agricole.

Principalele etape ale metodologiei de evaluare se bazează pe utilizarea metodelor multidimensionale de clasificare, evaluare durabilă și prognoză:

1. Pentru fiecare dintre m întreprinderi agricole comparate, se calculează n indicatori E_{ij} , unde $i = 1, 2, \dots, m; j = 1, 2, \dots, n$. Datele inițiale sunt prezentate atât sub formă de indicatori de moment care reflectă starea sectorului la o anumită dată, în special, la sfârșitul anului, cât și de indicatori care caracterizează dinamica activității, prezentați sub formă de coeficienți de creștere sau scădere.

2. Determinarea valorilor „cea mai bună” și „cea mai rea” – pentru fiecare indicator. Întreprinderii cu cele mai bune rezultate i se atribuie „ $(m + 1)$ ”, iar celei cu cele mai rele rezultate j „ $(m + 2)$ ”.

În cadrul acestei etape, indicatorii obținuți pentru fiecare întreprindere sunt comparați cu valorile înregistrate în perioadele precedente de activitate și cu valorile înregistrate de alte întreprinderi similare. Dacă comparația spațiu-timp nu este posibilă, indicatorii analitici pierd din reprezentativitate.

3. Standardizarea datelor obținute în raport cu diferența dintre valorile „cele mai bune” și „cele mai rele” ale indicatorilor corespunzători prin formula:

$$S_{i,j} = (E_{(m+1),j} - E_{i,j}) / (E_{(m+1),j} - E_{(m+2),j}), \quad (1)$$

unde: $S_{i,j}$ □ indicatori standardizați ai întreprinderii i , care determină ce parte se diferențiază de al doilea indicator de referință (cel mai bun), exprimat în fracțiuni ale diferenței dintre valorile „cele mai bune” și „cele mai rele” din grupul de întreprinderi comparate.

4. Pentru fiecare întreprindere i comparată, se va determina valoarea abaterii de la întreprinderea „cea mai bună” / „cea mai rea” din eșantion, care este egală cu rădăcina pătrată a numărului de indicatori de echilibru:

$$As_i = 10 \sqrt{S_{i1}^2 + S_{i2}^2 + \dots + S_{in}^2}, \quad (2)$$

unde: As_i □ abaterea întreprinderii comparate de la cea de-a doua întreprindere „cea mai bună” și „cea mai rea”.

5. Întreprinderile comparate sunt clasificate în funcție de valoarea As_i : întreprindere cu valoarea As_i mai mare va ocupa un nivel mai înalt în rating.

$$K_i = \frac{(K_{sr} - K_{si})}{(K_{sr} - K_{sb})} * 100, \quad (3)$$

unde: K_i este un scor de evaluare comparativ; K_{sb} și K_{sr} □ respectiv, „cele mai bune” și „cele mai rele” estimări ale abaterilor din grupul de întreprinderi comparate.

6. Autoratingul întreprinderii □ evaluarea performanței sale pentru mai mulți ani, se determină în baza formulei:

$$K_{ai} = 1 - \frac{K_{si}}{100}, \quad (4)$$

unde: K_{ai} este eliminarea rezultatelor din anul i din anul de referință (cel mai bun).

7. Prognoza rating-ului întreprinderii. În prezent, nu este suficient să evaluăm starea unei întreprinderi doar la data curentă. Este necesar să monitorizăm continuu activitățile întreprinderii și să previzionăm nivelul de dezvoltare a acesteia pentru perioadele următoare. Astfel, este posibilă nu numai fixarea nivelului de activitate al întreprinderilor, ci și evaluarea respectării unor obiective strategice prestabilite.

Cunoscând dinamica autoevaluării întreprinderii, o putem descrie prin ecuația de regresie:

$$K_a = C_r \cdot t + R, \quad (5)$$

unde: K_a este ratingul întreprinderii pentru fiecare an, atunci când se compară rezultatele unei singure întreprinderi pentru fiecare an; C_r este coeficientul de regresie care caracterizează rata medie de creștere anuală a stării întreprinderii; t este numărul de serie al perioadei de studiu; R este ordinea inițială a ecuației de regresie.

8. Determinarea stabilității ratelor de creștere, ținând cont de întreaga gamă de indicatori bazată pe variația reziduală a ratingului fiecărei întreprinderi. Dacă nu ținem cont de stabilitatea ratei medii anuale de creștere, atunci clasificarea întreprinderilor poate fi reprezentată prin două criterii (R și K) în patru categorii. Tabelul 1 prezintă valorile criteriilor R și K pentru cele patru categorii de întreprinderi.

Tabelul 1. Limitele valorilor criteriilor de clasificare pentru diferite categorii de întreprinderi agricole

Criterii	Categorii de întreprinderi agricole			
	I	II	III	IV
	Profitabile, cu ritmuri de dezvoltare pozitive	Profitabile, cu ritmuri de dezvoltare negative	Neprofitaile, cu ritmuri de dezvoltare pozitive	Neprofitaile, cu ritmuri de dezvoltare negative
K	$>K_z$	$>K_z$	$<K_z$	$<K_z$
C_r	>0	<0	>0	<0
Ponderele întreprinderi agricole pe categorii în funcție de rezultat				
12,04% 48,24% 24,46% 15,56 %				

Sursa: elaborat de autor în baza calculelor

unde: K_z este criteriul pentru o evaluare cuprinzătoare a situației financiare a unui grup de întreprinderi agricole comparate.

Dezvoltarea criteriului K_z face posibilă depistarea clară a diferențelor dintre întreprinderile profitabile (cu productivitate înaltă) și cele neprofitaile (cu productivitate scăzută). Pentru aceasta, eșantionului inițial i se adaugă o altă întreprindere ($m + 3$) cu valori normale de n indicatori.

Astfel, studiul autoratingului permite, pe de o parte, caracterizarea nivelului și a dinamicii activităților întreprinderilor, pe de altă parte, descrierea comparativă a activităților și conturarea priorităților pentru dezvoltarea ulterioară a unei întreprinderi concrete.

Pentru identificarea caracteristicilor sectorului, au fost utilizați: indicatorii capacității de plată și ai stabilității financiare, cum ar fi rata lichidității și rata utilizării capitalului de lucru (având în vedere că acești indicatori sunt corelați), coeficientul de autonomie financiară, luând în considerare specificul sectorului agricol și anume gradul înalt de îndatorare a întreprinderilor și indicatorii ce caracterizează rezultatele financiare și rentabilitatea întreprinderilor analizate

Astfel, fiecărei întreprinderi i se atribuie un rating - o evaluare a rezultatelor activităților sale din ultimii cinci ani de activitate.

În rezultatul aplicării modelului prezentat asupra întreprinderilor din sectorul agricol au fost constatate următoarele:

1. Întreprinderi agricole de categoria I: întreprinderi extrem de productive, cu ritmuri de dezvoltare pozitive □ 508 de întreprinderi (12,04% din totalul întreprinderilor agricole examinate) cu o rentabilitate economică de 13-15%, și indicatorii autonomiei financiare încadrați în intervalul optim recomandat de 0,7-1,0, cu un ritm constant de creștere anuală. Conform rezultatelor obținute, aceste întreprinderi practică modelul intensiv de dezvoltare, își îmbunătățesc rezultatele din activitate și dispun de rezerve și realizări în ultimii ani de activitate, investiții în TIC pentru agricultură (cum ar fi: aplicarea sistemelor GPS, irigarea automatizată, folosirea dronelor și combinelor fără pilot, procese robotizate de producere).

2. Întreprinderile agricole de categoria II: întreprinderi profitabile, dar cu rate de creștere negative ale indicatorilor financiari. Pot avea rezultate bune, dar ușor în scădere în ultimii ani, rămânând profitabile. În eșantionul examinat au fost identificate 2036 de întreprinderi ce constituie 48,24% din total, cu o rentabilitate economică de 6-8%. Întreprinderile din această categorie, nu dispun de rezerve interne pentru modernizarea proceselor de producție, apelează la surse de capital din exterior (credite și împrumuturi), iar produsele digitale aplicate sunt tehnologiile comunicaționale (telefonie mobilă, internetul).

3. În categoria III au fost incluse întreprinderile agricole neprofitabile, dar care în perioada examinată au înregistrat ritmuri de creștere anuală pozitive – 1032 de întreprinderi. Ele constituie 24,46%, având o rentabilitate economică de 0,06-2%. Aceste întreprinderi folosesc în mod extensiv terenurile agricole și forța de muncă sezonieră din regiune, dispun de tehnică agricolă având un grad înalt de amortizare fizică și morală și au o rată negativă de reînnoire a mijloacelor fixe.

4. Categoria IV: întreprinderi cu performanțe reduse și cu rate negative de activitate care au indicatori financiari relativ mici și cu o rată în scădere □ 657 de întreprinderi agricole cu o pondere de 15,56% în total, cu o recuperabilitate a costurilor de producție de 78,35%.

Ponderea mare a întreprinderilor în categoriile III și IV în eșantionul analizat (40,02%) indică existența problemelor de eficiență economică, rentabilitate, capacitate de plată și autonomie financiară, cu care se confruntă întreprinderile agricole.

Întreprinderile cu performanțe reduse, cu rate de creștere negative ale indicatorilor economico-financiari, sunt caracterizate de: pierderi din activitatea de bază cauzată de calitatea scăzută a terenurilor, organizarea inefficientă a procesului de producție, costuri de producție mari, situație financiară precară și incapacitate de onorare a obligațiilor asumate; un nivel scăzut al competitivității întreprinderii, cauzat de o cotă de piață mică; nivel ridicat de depreciere a imobilizărilor; lipsă de personal calificat.

Monitorizarea rating-ului întreprinderilor agricole cu ajutorul modelului de comparație multidimensional permite identificarea problemelor cu care se confruntă sectorul analizat pentru soluționarea problemelor existente, determinarea cauzelor și implementarea unor strategii eficiente de dezvoltare [2].

Rezultatele analizei au demonstrat că majoritatea întreprinderilor agricole, deși au obținut un rezultat financiar pozitiv din activitate, se confruntă cu probleme de eficiență a utilizării factorilor de producție. Evaluarea eficienței utilizării factorilor de producție poate fi realizată prin utilizarea unor indicatori de eficiență. În același timp, în agricultură, la fel ca în alte domenii de activitate, eficiența utilizării unui anumit factor de producție, de exemplu pământ, depinde direct de eficiența utilizării altui factor, de exemplu a tehnicii agricole sau manoperei. În acest context, considerăm mai oportună folosirea unor modele agregative de estimare a eficienței, care ar oferi posibilitatea determinării modului în care se utilizează toți factorii de producție și anume modelul extensiv sau intensiv.

În agricultura Republicii Moldova persistă modelul de dezvoltare extensivă, însă, pentru a obține rezultate mai avantajoase, calea intensivă trebuie să predomină în acest domeniu.

În practica analitică, pot fi propuși pentru diagnosticul modelului de dezvoltare intensiv

sau extensiv mai mulți indicatori agregativi, ținând cont de necesitățile analizei și condițiile de activitate.

Cercetările efectuate în baza datelor oferite de întreprinderile agricole analizate ne-au permis să facem unele precizări și propuneri.

În viziunea noastră, prezintă interes analiza eficienței utilizării factorilor de producție în baza determinării și estimării randamentului acestora. Acest indicator se poate exprima prin următoarea relație [1, p. 71]:

$$G_{UFP} = \frac{I_{WS}}{I_{NS}} \times \frac{I_{RMF}}{I_{MF}} \times \frac{I_{RM}}{I_{CM}}, \quad (6)$$

unde: G_{UFP} – indicatorul agregativ; I_{WS} – indicele productivității medii a muncii unui salariat (%); I_{NS} – indicele numărului mediu scriptic de salariați (%); I_{RMF} – indicele randamentului mijloacelor fixe productive (%); I_{MF} – indicele valorii medii a mijloacelor fixe (%); I_{RM} – indicele randamentului resurselor materiale consumate (%); I_{CM} – indicele costurilor materiale totale (%).

Acest indicator agregativ permite determinarea gradului de dezvoltare a activității operaționale a întreprinderii agricole prin prisma modelelor extensive și/sau intensive.

În acest context, dacă mărimea indicatorului agregativ nominalizat este supraunitară ($G_{UFP} > 1$), întreprinderea analizată urmează modelul intensiv de dezvoltare, adică printr-o folosire mai rațională și eficientă a potențialului său productiv prin sporirea randamentului factorilor de producție. Acest model de dezvoltare este caracteristic întreprinderilor agricole care deja implementează tehnologii informaționale și echipamente automatizate pentru optimizarea activității operaționale în condițiile unei concurențe flexibile pe piața de desfacere și a costului exagerat pentru factorii de producție [5, p. 179].

Dacă dimensiunea indicatorului agregativ este subunitară ($G_{UFP} < 1$), atunci întreprinderea analizată utilizează calea extensivă de dezvoltare, prin sporirea cantitativă a factorilor de producție, ceea ce cauzează creșterea costurilor de producție și reducerea eficienței utilizării acestora.

Aplicarea Indicatorului agregativ al eficienței utilizării factorilor de producție pe categorii de întreprinderi a generat următoarele rezultate:

Tabelul 2. Dimensiunea indicatorului agregativ privind eficiența utilizării factorilor de producție la întreprinderile agricole pe categorii de întreprinderi (aplicat pe un eșantion de 4220 de întreprinderi agricole)

Indicatorul	Categoria I	Categoria II	Categoria III	Categoria IV
G_{UFP}	> 1	> 1/	>1/	-
	-	< 1	<1	< 1
Numărul de întreprinderi	508	316/1720	85/947	657
Calea de dezvoltare	intensivă	intensivă/extensivă	extensivă/intensivă	extensivă

Sursa: elaborat de autor în baza calculelor

Concluzie. Rezultatele obținute ne demonstrează ipoteza că întreprinderile care adoptă modelul intensiv de dezvoltare sunt mai profitabile și înregistrează ritmuri pozitive de creștere, indicatorul agregativ al eficienței utilizării factorilor de producție pentru toate cele 508 de întreprinderi din categoria I a înregistrat valori supraunitare.

În cazul întreprinderilor din categoriile II și III au fost identificate întreprinderi care aplică atât modelul intensiv, cât și cel extensiv: categoria II – 15,5% din întreprinderi adoptă modelul intensiv, 84,5% □ extensiv; categoria III – 8,20% □ modelul intensiv și 72% □

modelul extensiv. Întreprinderile atribuite la categoria IV, în număr de 657, aplică exclusiv modelul extensiv de dezvoltare.

În baza indicatorului agregativ al eficienței utilizării factorilor de producție, pot fi depistate rezervele interne ale întreprinderii pentru optimizarea proceselor de producție, o recomandare, în acest sens, este înlocuirea treptată a manoperei cu utilaje automatizate și implementarea tehnologiilor digitale avansate în agricultură, prin atragerea investițiilor și inovațiilor în acest domeniu.

Astfel, digitizarea informațională a rezultatelor activității agricole pe întreprinderi și domenii de activitate, crearea platformelor de monitorizare și prognoză ar contribui la eficientizarea managementului în acest domeniu și ar crea condițiile necesare pentru dezvoltarea durabilă și inovațională a agriculturii în condițiile Industriei 4.0.

BIBLIOGRAFIA

1. AMARFII-RAILEAN, N. Diagnosticul potențialului economic al întreprinderii. Monografie Bălți: Presa universitară bălțeană, 2013.
 2. GUNKOVA, A.G., KHOLOPOV, YU.A. *Improving the environmental and economic indicators of the enterprise based on the implementation of the best available technologies*. Bulletin of Volgograd State University. Ser. 3, Economics. Ecology. 2017. No. 9. p. 23-32.
 3. HOOGENBOOM, G., PORTER, C.H., SHELIA, et al. *Decision Support System for Agrotechnology Transfer (DSSAT)*. Version 4.7 (<https://DSSAT.net>), DSSAT Foundation, Gainesville, Florida, USA. 2017.
 4. MARTLN-DEL-BRLO, B., SERRANO-CINCA, C., *Self-Organizing Neural Networks for the Analysis and Representation of Data: Some Financial Cases, Neural Computing and Applications* (Springer-Verlag, Berlin, 2003) 193-206, p.98.
 5. PERCIUN, R., AMARFII-RAILEAN, Industry 4.0 versus Agriculture. Development perspectives of agriculture in the Republic of Moldova by assimilating digital technologies. În: Revista „Cogito (București. English ed. Online)”, Multidisciplinary Research Journal, Vol. XII, no. 4/December, 2020, pp. 178-200, ISSN 2247-9384 ISSN -L 2068-6706.
- Disponibil: <http://www.amac.md/Biblioteca/data/22/8/VI/8.pdf>
6. ФОМИН, Я.А. Диагностика кризисного состояния предприятия. [online]. Москва: Юнити-Дана, 2003. 349 с.

RAPORTUL DE ACTIVITATE AL CONSILIULUI SOCIETĂȚII – ELEMENT DE DEZVOLTARE AL MANAGEMENTULUI CORPORATIV ÎN CADRUL COMPANIILOR DIN DOMENIUL SERVICIILOR PUBLICE DE ALIMENTARE CU APA

Ana TIMUȘ, dr.

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. The process of reporting of the company's board to the general meeting of shareholders, for the companies in the field of public water supply services, is important because it reflects the performance of the board and the company, which has an impact on a huge number of customers. The purpose of the article is to present a number of elements that this report should contain. Increased attention was paid to key performance indicators, both for the activity of the company and for the activity of the company board and the CEO. In conclusion, a series of proposals are made, which in the author's view, will lead to the development of corporate governance within companies in this field.

Keywords: general meeting of shareholders, company board, performance indicators, corporate management, public water supply services, joint stock company.

Guvernanța corporativă este un aspect în dezvoltare pentru sectorul serviciilor publice de alimentare cu apă și de canalizare. Implementarea principiilor de guvernare corporativă a fost una din condițiile de finanțare ale partenerilor din exterior. Cel mai remarcabil proiect în acest scop a fost „Programul de Dezvoltare a Companiilor de Aprovizionare cu Apă și Canalizare,, implementat în perioada 2010-2015 și finanțat de: Banca Europeană de Reconstrucție și Dezvoltare (BERD), Banca Europeană de Investiții (BEI) și Fondul de Investiții în Vecinătate (FIV).

În cadrul structurilor corporatiste efective, răspunderea consiliului societății în fața acționarilor este difuză. În cele mai dese cazuri consiliul societății nu deține un plan de activitate pentru perioada de mandat, nu raportează Adunării Generale a Acționarilor referitor la rezultatele activității sale, nu are indicatori de performanță prin care se poate evalua activitatea acestuia. Toate aceste aspecte împiedică eficiența structurilor corporative în managementul societăților pe acțiuni din domeniu.

Un aspect important în funcționarea structurilor corporatiste în cadrul companiilor din domeniul apei este Raportul consiliului societății către adunarea generală a acționarilor. Conform Legii privind societățile pe acțiuni nr. 1134 din 02.04.1997, articolul 64, aliniatul 6: ”Consiliul societății prezintă adunării generale a acționarilor **raportul anual cu privire la activitatea sa și la funcționarea societății**, întocmit în conformitate cu legislația privind piața de capital, cu statutul societății și cu regulamentul consiliului societății, precum și informația privind remunerarea persoanelor cu funcții de răspundere”[3]. În cele mai dese cazuri companiile din domeniul apei prezintă un raport de activitate a companiei, și nicidecum a activității consiliului societății.

Hotărârea nr. 67/10 din 24.12.2015 a Comisiei Naționale a Pieței Financiare cu privire la aprobarea Codului de guvernanță corporativă, prevede la secțiunea 2, aliniatele 39-40 că: „Darea de seamă a consiliului societății, prezentată adunării generale a acționarilor, trebuie să includă activitățile consiliului societății pe parcursul perioadei de gestiune și urmările cu caracter semnificativ pentru societate și acționari, strategia societății și riscurile afacerii, precum și date pe fiecare membru în parte privind frecventarea ședințelor consiliului societății. Darea de seamă anuală a consiliului societății va cuprinde un capitol separat în care va fi reflectat în ce măsură se aplică sau nu recomandările Codului de guvernare corporativă, care va fi prezentat adunării generale a acționarilor spre aprobare și afișat pe pagina web a societății, dacă există o asemenea pagină. La fel consiliul societății va pune în discuție cel puțin o dată pe an și se va pronunța cu privire la: 1) eficacitatea funcționării sale; 2) eficacitatea funcționării și performanțele organului executiv; 3) rezultatele respectării de către organul executiv a politicii de gestionare a riscurilor; 4) strategia societății și riscurile afacerii; și 5) schimbările semnificative pozitive și negative ce au avut loc.” [1,p.7]

Raportul cu privire la activitatea consiliului societății și la funcționarea societății în cadrul companiilor din domeniul serviciilor de alimentare cu apă trebuie să reprezinte un document ce sumarizează rezultatele activității consiliului societății pe perioada de mandat, respectiv 4 ani.



Figura 1. Procesul de raportare al consiliului societății acționarilor în cadrul companiilor din domeniul serviciilor publice de alimentare cu apă

Sursa: Elaborat de autor

Raportul de activitate al Consiliului Societății este bazat pe îndeplinirea Planului de administrare al consiliului societății pentru aceeași perioadă de mandat.

Conținutul propus de autor al Raportului de activitate al consiliului societății, pentru companiile din domeniul serviciilor publice de alimentare cu apă este: 1. Generalități; 2. Analiza economică; 3. Analiza operațională; 4. Programul de investiții; 5. Indicatorii de performanță; 6. Auditul activității companiei; și 7. Analiza activității directorului general:

Capitolul 1. Generalități sau Introducere trebuie să se refere la: descrierea perioadei de mandat cu specificarea documentelor de referință; numărul de întruniri, numărul de hotărâri ai consiliului societății și domeniile la care se referă acestea; indicatorii financiari de bază comparația dintre cei planificați și cei efectivi, cu descrierea contribuției consiliului societății la obținerea acestora; documentele analizate și aprobate din cadrul companiei cum ar fi: Analiza activității companiei pentru fiecare din cei 4 ani; Raportul de audit financiar pentru fiecare din cei 4 ani; Bilanțul companiei pentru fiecare din cei 4 ani; aria de prestare a serviciilor, numărul populației deservite și numărul de abonați; descrierea generală a infrastructurii de alimentare cu apă și de canalizare gestionată de companie[4].

Capitolul 2. Analiza economică trebuie să conțină cel puțin următoarele elemente: analiza comparativă a indicatorilor planificați și cei a celor efectivi pentru: venituri din vânzări, venituri financiare, venituri operaționale, costul vânzărilor, cheltuieli de distribuire, cheltuieli administrative și alte cheltuieli din activitatea operațională, indicatorii de profit și pierderi; Veniturile totale, cheltuielile totale și profitul/ pierderea perioadei de gestiune trebuie să fie prezentate pe fiecare arie de delegare a gestiunii (localitate), valoarea creanțelor cu risc de neîncasare pe grupe de clienți, valoarea Fondului de Dezvoltare (sursa de finanțare a acestuia este și redevența), valoarea și destinația mijloacelor financiare utilizate din Fondul de Dezvoltare; valoarea datoriilor și a creanțelor, precum și descrierea acțiunilor întreprinse pentru reducerea creanțelor;

Capitolul 3. Analiza operațională trebuie să se refere la: descrierea sistemului de alimentare cu apă, de canalizare și de epurare; volumul de apă dobândită și distribuită; volumul de apă uzată transportată și epurată; numărul de intervenții pentru fiecare sistem; descrierea activităților de reparație preventivă; descrierea activităților de operare și mentenanță; Analiza calitativă a procesului de tratare și distribuție a apei potabile și de epurare a apelor uzate; Analiza calitativă a proceselor tehnologice din cadrul companiei; Datele trebuie să fie prezentate pe localitățile din aria de gestiune;

Capitolul 4. Programul de investiții trebuie să se refere la: descrierea activității de proiectare: studiu de oportunitate, studiu de fezabilitate, analiza cost-beneficiu; descrierea

investițiilor efectuate în valori monetare, descrierea tehnică și după sursa de finanțare; Analiza programelor investiționale comparativ cu investițiile efective; Datele trebuie să fie prezentate pe localitățile din aria de gestiune;

Capitolul 5. **Indicatorii de performanță** trebuie să se refere la:

1. Indicatori de performanță ai serviciului furnizat consumatorilor minim prevăzuți în *Regulamentul-cadru privind indicatorii de performanță ai serviciului public de alimentare cu apă și de canalizare*, aprobați de Agenția Națională de Reglementare în Energetică[2]; 2. Indicatorii de performanță prevăzuți în *Caietul de sarcini-cadru al serviciului de alimentare cu apă și de canalizare* aprobați de Agenția Națională de Reglementare în Energetică[2]; 3. Indicatorii de performanță prevăzuți în ***anexă la Contractul de delegare*** a serviciului de alimentare cu apă și de canalizare; 4 Indicatorii de performanță ***ai activității consiliului societății*** ar putea să se refere la: numărul de întruniri, număr de propuneri de eficientizare a activității companiei, număr de probleme rezolvate etc; 5. Indicatorii de performanță ai ***activității directorului societății***

Indicatorii de performanță pot fi grupate după cum urmează: indicatori financiari; indicatori operaționali și indicatori de guvernare corporativă.

Indicatorii de performanță referitor la ***guvernarea corporativă*** ar putea să se refere la: Dezvăluirea informațiilor conform legislației privind piața de capital, statutului societății și cu regulamentul consiliului societății; Revizuirea planului de dezvoltare a infrastructurii și a ariei de prestare a serviciilor; Dezvoltarea/revizuirea planului de management al riscului; Promovarea unei politici de transparență și comunicare cu stakeholderii, Numărul de contracte de delegare a gestiunii semnate cu administrația publică locală din localitățile în care se gestionează serviciile. Contractul trebuie să dispună și de anexe referitoare la: indicatori de performanță și caiet de sarcini; Revizuirea, evaluarea și raportarea performanței directorilor și a politicilor de remunerare; Raportare referitor la măsura în care se aplică sau nu recomandările Codului de guvernare corporatistă; Aprobarea și raportarea referitor la măsura în care se aplică sau nu Codul de conduită în afaceri a societății

Capitolul 6. **Auditul activității companiei** trebuie să se refere la: Descrierea generală și concluziile generale referitor la Auditul situațiilor financiare anuale. Descrierea Planurilor de acțiuni pentru remedierea punctelor slabe identificate; Descrierea generală și concluziile generale ale auditului intern managerial. Descrierea Planurilor de acțiuni pentru remedierea punctelor slabe identificate

Capitolul 7. **Analiza activității directorului general** trebuie să se refere la: Evaluarea indicatorilor de performanță pentru directorul general, anexați la contractul de mandat/management al acestuia; Evaluarea îndeplinirii componentei de management ai Planului de administrare a societății; Evaluarea îndeplinirii obiectivelor companiei;

Concluzii și propuneri: Procesul de raportare al consiliului societății către adunarea generală a acționarilor, în cadrul companiilor din domeniul serviciilor publice de alimentare cu apă, este unul defectuos. În cele mai dese cazuri acest proces se referă la activitatea companiei, și nu a consiliului societății. Procesul de raportare necesită de a fi perfecționat. Pentru acest scop este necesar: De a face schimbări legislative cu scopul elaborării unui sistem de remunerare a membrilor consiliului societății companiilor cu capital municipal în dependență de rezultatele activității sale în perioada de mandat; Obligarea fiecărui consiliu societății să semneze un contract de mandat în care să fie incluse un plan de administrare a companiei și indicatori de performanță a consiliului societății; Obligatorietatea raportării consiliului societății către adunarea generală a Acționarilor referitor la îndeplinirea planului de administrare și a indicatorilor de performanță. Cerințele de raportare trebuie să fie clar stipulate în legislația secundară; Obligatorietatea aprobării și respectării Codurilor de Guvernare Corporativă și Aprobarea Codului de conduită în afaceri.

BIBLIOGRAFIA:

1. Hotărârea nr. 67/10 din 24.12.2015 a Comisiei Naționale a Pieței Financiare cu privire la aprobarea Codului de guvernanta corporativă
2. Legea privind serviciul public de alimentare cu apă și de canalizare nr.303 din 13-12-2013
3. Legea privind societățile pe acțiuni nr. 1134 din 02.04.1997
4. www.apaalba.ro, vizitat septembrie 2021

REPUBLICA MOLDOVA ÎNTRE TRIPODA PUTERII MONDIALE ȘI UNIUNEA VAMALĂ

Irina COSNICEAN, dr.

Irina RAEVSKAIA

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The economic dimension of security results from the fact that, without a modern and strong economy, security, prosperity and stability do not exist and cannot truly exist, neither at the level of the individual and the family, nor at the level of the state, nor at the level of humanity. Economic power always generates security, and poverty produces insecurity, unrest and insecurity. An economically strong state is a stable state that allows for political and strategic initiatives and will always be listened to and respected. The economic dimension of security is synergistic and essential, as it gathers around it and integrates in the same concept three major pillars of power in the world (tripod of power): economic power, financial power and military power.*

Keywords: *economic security, economic power, Tripod, threats to economic security.*

Cercetări în domeniul securității economice efectuate în Republica Moldova sunt puține, necătând la faptul că securitatea economică națională realmente este amenințată de factori interni și externi. Probabil importanța acestei probleme este pe deplin înțeleasă numai în condiții când amenințările la adresa securității economice devin realitate.

Amenințările la adresa securității economice a Moldovei imperativ impun necesitatea acută de a studia această problemă minuțios multidimensional, iar rezultatele acestor studii trebuie să constituie obiectivul unui sistem de monitorizare și gestionare permanentă de către organele statului.

Problema securității economice se complică atunci când merge vorba de un stat mic cu o economie în tranziție la o economie de piață fără să aibă un proces finisat în probleme cheie. Acumularea primitivă a capitalului nu s-a terminat. Incursiunile raider în sectorul financiar-bancar confirmă lupta pentru reîmpărțire, redistribuire a proprietăților. La fel e și cu exporturile ilegale de capital autohton în zonele offshore, cota excesiv de mare a economiei tenebre care are și un suport criminal, lipsa concurenței loiale. Pe lângă această se poate adăuga, conform unor estimări pe larg comentate în mass-media, lipsa încrederii populației în capacitatea statului de a implementa regulile economice de piață.

Complexitatea asigurării securității economice multidimensionale crește când statul este mic și este slab și sărac din puncte de vedere economic, politic, militar. Din punctul de vedere a monoeconomiei Republica Moldova are nevoie de mijloace considerabile pentru a promova proiecte anticriză. Pentru a împiedica apariția unor efecte negative posibile ale unor factori economici este nevoie ca: țările cu o economie dezvoltată să asigure ajutor (tehnic și financiar) substanțial pentru cele în curs de dezvoltare și ca rezultat se vor crea oportunități favorabile pentru dezvoltarea comerțului în aceste state; organizațiile interguvernamentale să ofere sprijin și consiliere autorităților din țările în curs de dezvoltare astfel ca aceste țări să-și amelioreze administrația și să adopte măsuri reale de sporire a securității economice.

Pierderea armoniei economice între regiunile lumii au fost provocate de procesul

globalizării tot mai accentuate a economiei și a dus la efecte negative - statele/uniunile de state bogate devin tot mai bogate (SUA, UE, Japonia), iar zonele în curs de dezvoltare sau subdezvoltate devin tot mai sărace (Africa, Asia de Est și de Sud-Est). Amenințările la adresa securității zonale și internaționale se extremă prin crizele financiare, energetice, sporirea presiunilor exercitate de statele dezvoltate și de marile organizații economice internaționale asupra zonelor mai puțin dezvoltate sau instabile economic.

Discuțiile problemei sărăciei în unele regiuni, inclusiv Republica Moldova, provin din creșterea dominației economice a unor state sau organizații/corporații multinaționale. Problemele demografice (creșterea populației/consumului în raport cu resursele planetei, condițiile insalubre de trai și răspândirea bolilor infecțioase precum COVID-19, urbanizarea irațională etc.), problemele legate de hrană (sărăcia, foamea, consumul în exces, degradarea terenurilor cultivabile și a resurselor de apă etc.), probleme economice (menținerea unor modele nesustenabile de producție, instabilitate socială legată de existența lipsurilor și a distribuției inegale a resurselor etc.) constituie un ansamblu de factori ce împietesc procesul de dezvoltare a zonelor mai puțin favorizate de creșterea și circuitele economiei globale.[6, p.24]

Puterea economică este cea care constituie suportul de rezistență pe termen lung pentru o putere armată, politică, socială, diplomatică. Ai bani și mijloace, ai și putere. Numai că, în lumea oamenilor, acest adevăr nu este nici simplu, nici linear. Jocurile sunt deja făcute, în lume există deja putere economică, putere financiară, putere militară și toate acestea nu se distribuie după voința fiecăruia, ci după niște linii-forță care guvernează totdeauna puterea.

Există trei mari piloni ai puterii în lume (tripodă a puterii): puterea economică, puterea financiară și puterea militară.

În calitate de putere economică, Tripoda constă într-un ansamblu de trei piloni: America de Nord (Statele Unite și Canada), Uniunea Europeană, și regiunea Asia-Pacific (Japonia, India și Coreea de Sud) care domină economia mondială.

Tripodă realizează aproximativ 70% din comerțul lumii, 60% din producția mondială, 90% din operațiunile financiare și 80% din domeniul cercetării științifice.

Factorii de putere ai acestei Triade se explică prin legături istorice și culturale, politici de mare putere, politici protecționiste. Tripoda este definită ca un ansamblu de state dominante care controlează esențialul puterii politice, economice și militare a lumii, întrucât posedă capitalurile necesare și tehnologia informației. Astfel, 20% din populația lumii – cât reprezintă populația țărilor Tripodei) dispun de 80% din produsul mondial brut, 70% din industrie, 85% din cercetare-dezvoltare și 80% din serviciile de transport.

Repartiția PIB-ului mondial, în 2019 conform datelor Fondului Monetar Internațional, se prezenta astfel: Tripoda: 59,31%; BRICS (Brazilia, Rusia, India, China și Africa de Sud): 23,59%; Restul lumii: 17,1%. După un clasament întocmit de Fortune Global 500, conform criteriului – venitul din vânzări, din primele 10 întreprinderi ale lumii, Tripoda deținea 57,03% (UE – 27,14%, SUA – 22,29%, Japonia – 7,6%), iar China 33,13%.

În calitate de putere financiară, Tripoda deține principalele trei monede mondiale (dolarul, euro, yenul), primele trei burse din lume (NZSE Euronext, Stock Exchange și Tokyo Stock Exchange) și cele mai mari bănci din lume.

Din punct de vedere al puterii militare, Tripoda dispune, în primul rând, de Forțele Armate Americane, la care se adaugă forțele armate, de o calitate deosebită, ale Marii Britanii și Franței, toate cele trei țări fiind puteri nucleare oficiale.

Acestea sunt cele trei dimensiuni ale tripodei puterii. La ele, se mai pot adăuga încă două: puterea diplomatică și puterea culturală.

Puterea diplomatică a Tripodei se află atât în forța diplomației acestor țări (susținută masiv, economic, financiar, militar și cultural), cât și în influența pe care o exercită acestea asupra diplomației la nivel planetar. Aproape toate organizațiile internaționale importante, din rațiuni istorice, economice, dar și din cele ce țin de putere, funcționează în spațiul țărilor

Tripodei. Dintre acestea, cele mai importante, cum foarte bine se știe, sunt: ONU (cu sediul la New York, din Consiliul de Securitate făcând parte SUA, Franța, Marea Britanie, China și Rusia, primele trei aparținând Tripodei); BM, FMI, cu sediul la Washington; OMC, cu sediul la Geneva.

Cu alte cuvinte, aproape toate organizațiile și organismele internaționale importante sunt dominate de țările Tripodei, inclusiv prin faptul că limba oficială a diplomației lumii este cea engleză.

Puterea culturală a acestei lumi aparține, de asemenea, Tripodei, Piața culturală este dominată de produsele culturale ale Tripodei. Limba oficială a lumii științifice și culturale este engleza. Cele mai importante universități din lume se află tot pe teritoriul acestor țări. Astfel, după un clasament anual al Universității din Shanghai, Tripoda ocupă primele o sută de locuri, cele americane fiind cele mai numeroase și cele mai prestigioase: Statele Unite: 54%; Uniunea Europeană: 33%; Japonia: 6%; Canada: 4%; Australia: 2%; Israel: 1%.

Cel mai înalt nivel de trai ai populației se află, desigur, în țările Tripodei. Mai mult de 97% din populație dispune de electricitate, de apă potabilă, de asistență medicală de înaltă calificare, de un sistem eficient de telefonie mobilă și de numeroase alte servicii.

Tripoda poartă nu numai beneficiul bogăției, ci și pe cel al responsabilității. La adresa țărilor care formează această Tripodă, sunt aduse numeroase acuzații, începând cu cele privind desfășurarea unor acțiuni care ar favoriza încălzirea planetei, poluarea mediului, distrugerea ionosferei, impunerea imperialismului economic, distrugerea culturilor non-occidentale etc. Inclusiv unele dintre actele teroriste care sunt îndreptate împotriva țărilor Tripodei aduc ca justificare necesitatea combaterii politicii de dominare și dictat a țărilor care, de când există ele, domină și exploatează lumea.

Intrarea țărilor BRICS pe arena competiției, chiar dacă nu va schimba natura lucrurilor, va duce la reconsiderarea monopolului puterii. China este deja o mare putere economică a lumii, deține primele rezerve mondiale de schimb și se prezintă, în ultimul deceniu, ca unul dintre principalii creatori de bogăție din lume. Totuși, pentru a conta, această nouă contraputere trebuie să respecte regulile create de Tripodă (OMC, proprietate industrială, economie de piață, protecția mediului etc.).

Pe de altă parte Federația Rusă ca parte componentă de bază a fostei URSS ca super putere, astăzi este o putere regională, care domină în regiune: politic, diplomatic, militar. Sectorul energetic și, în special, gazele naturale de asemenea este o armă în mâna Federației Ruse. Ca fosta republică URSS, Moldova este membru a CSI și a semnat acordul de liber schimb care astăzi se transpune în viața cu mari probleme pentru țara noastră. Fără a intra în detalii care demult sunt mediatizate pe larg numai enumerăm pericolele și amenințările la adresa securității economice al Moldovei: sistarea livrării gazului din Federația Rusă către Moldova, blocarea exporturilor de vinuri din Moldova în Federația Rusă și după tergiversări, târăgâneală și amânări s-a ajuns la reluarea parțială a exporturilor. În toamna lui 2013 exporturile de vinuri din nou au fost stopate, apoi au apărut probleme cu calitatea la mere, alte fructe, legume, carne.

Prețurile la gazele naturale sunt lipsite de logica economică. Recent agenția Argus Media a publicat prețul de livrare a gazelor naturale din Rusia către China în suma de peste 1470 de dolari SUA/ 1000 m³, iar pentru marea majoritate a țărilor Europene prețul este stabilit între 1600 – 1900 dolari SUA/ 1000 m³. Republica Moldova achita pentru luna octombrie 2021 - 790 de dolari SUA/ 1000 m³., se duc tratative de diminuare a prețurilor, vădit aceste prețuri sunt insuportabile pentru țara noastră, în caz contrar va fi agravată siguranța economică a Moldovei.

În UE câteva firme moldovenești care sunt cunoscute în unele țări europene exportă vinuri selective de calitate în cantități reduse. Probabil tot din motive de calitate Moldova nu exportă nici măcar la nivelul cotelor destul de modeste determinate de UE pentru Moldova. Ca rezultat ramura vitivinicolă s-a blocat financiar. Vinificatorii nu pot să-și onoreze

obligățiile financiare: a) să ramburseze creditele primite și sumele aferente; b) nu pot achita sumele producătorilor de la care au procurat struguri; c) refuză să mai achiziționeze struguri, din cauza lipsei pieței de desfacere, și acumulărilor cantităților semnificative de vinuri; d) din lipsa acută de finanțe, mulți vinificatori nu pot procura utilaj modern pentru procesarea și păstrarea vinurilor în conformitate cu cerințele UE. Utilajul vechi scumpește păstrarea vinului, care nu rareori devine mai scumpă ca însuși prețul de realizare a vinului; e) producătorii de struguri din lipsa pieței angro sunt nevoiți să vândă struguri populației la prețuri mici. **Toți acești factori au adus la blocajul financiar total al sectorului.**

La momentul actual datorită conjuncturii regionale favorabile pentru țara noastră Moldova a semnat în iunie 2014 acordul de asociere, care a intrat în vigoare în iunie 2016 și prevede crearea zonei de liber schimb cu UE. În acest context pentru Moldova apar alte probleme ce diferă de cele ce au apărut în relațiile cu Federația Rusă, și anume:

- agricultura în UE dispune de subsidii la nivel de 55-60 mld. EURO anual, de aceea produsele agricole din Moldova nu pot concura cu cele europene care pot să intre pe piața noastră internă din abundență, fără limite cantitative cu excepția câtorva produse perisabile;

- abolirea încasărilor vamale la intrarea mărfurilor europene în țară va micșora substanțial bugetul Moldovei;

- țările CSI și în primul rând Rusia cu care Moldova până în prezent întreține relații de liber schimb, vor stabili bariere la frontiere pentru mărfurile din Moldova cu scopul de a evita intrările mărfurilor europene fără taxe și deci mai ieftene pe piețele lor interne. În așa mod producătorii moldoveni pot pierde piața internă autohtonă (din cauza imparțialității concurențiale cu producătorii europeni), precum și pe piața din țările CSI. Rezultă că Moldova poate să piardă din piețele de desfacere în loc să le lărgească. Zona de liber schimb cu UE poate deveni din aceasta cauză zonă liberă trunchiată.

- Moldova este obligată să apere pe teritoriul său 158 denumiri geografice de vinuri, 11 denumiri de băuturi tari, 4 – de vinuri aromatizatoare pe când UE se obligă să apere două denumiri geografice de vinuri: Românești și Ciumai. „Cricova”, „Mileștii Mici”, „Purcari” nu au fost introduse în listă;

- Republica Moldova este obligată să implementeze peste 200 de directive ale UE din care 90 privesc procesele de producție, înmagazinare, transportare și realizare a producției agricole. 26 de directive reglementează tehnologiile de creștere și sănătatea plantelor de câmp, a legumelor, fructelor, a fondului semincier, 22 de standarde privesc creșterea, transportarea, sănătatea animalelor, precum și sacrificarea lor, 10 directive sunt atribuite sectorului energetic de tipul pachetului N3 pentru energetică. Pachetul N3 nu este menționat până la capăt nici în UE (Pachetul N3 în domeniul energiei prevede ca furnizorul de gaze și proprietarul de gazoducte să fie dispersați. În unele țări ale UE rușii sunt proprietarii a unor porțiuni de gazoducte. UE insistă ca proprietarul acestor gazoducte să fie țara pe teritoriul căreia, aceste gazoducte sunt construite. Rușii precută această cerere a UE ca una discriminatorie și pregătesc să atace problema la Organizația Mondială a Comerțului).

În concluzie: implementarea acestor cerințe este spre binele Moldovei însă până ce aceste și altele reglementări, directive, reguli, standarde nu vor fi implementate, producătorii moldoveni nu vor putea exporta producția lor în UE. Însă pentru implementare este nevoie de timp și de mulți bani, iar sursele de finanțare nu sunt indicate.

În anexele acordului sunt enumerate limitele cantitative care determină volumele de export fără a fi impuse impozitării la unele produse agricole moldovenești de-o importanță maximă. Cotele pot fi renegociate odată în trei ani. În linii mari aceasta modificare nu schimbă situația. Pentru a crește volumul la export trebuie făcute investiții care să le permită fermierilor moldoveni să se conformeze la normele europene de calitate.

De la intrarea în vigoare a Acordului de Asociere dintre RM și UE, implicit a DCFTA, urmare progreselor înregistrate și datelor statistice, putem confirma cu certitudine că UE și-a consolidat poziția de partener comercial principal al țării noastre, spre piața europeană fiind

direcționate circa 70% din exporturile RM, iar importurile originare din UE au atins o pondere de aproape 50% din total. În pofida impactului negativ cauzat de efectele pandemiei COVID-19 pe plan mondial, pentru perioada ianuarie-octombrie 2020, schimburile comerciale ale Republicii Moldova cu UE constituie 4,128 mild. dolari SUA (52,25% din totalul schimburilor comerciale ale Republicii Moldova). Exporturile de mărfuri destinate țărilor Uniunii Europene (UE-27) dețin o cotă de 66,73% în total exporturi, iar importurile de mărfuri din țările UE dețin o cotă de 45,61%. În aceeași perioadă, țările CSI au fost prezente în exporturile RM cu o pondere de 15,16% și cu o cotă de 24,32% în total importuri.

De asemenea, a fost constatată o creștere a numărului companiilor exportatoare în UE, reprezentând peste 70% din numărul total de companii exportatoare. Topul țărilor în care au fost realizate activități de export sunt România, Germania, Italia, Polonia și Cehia. [7, p.9]

Aceasta înseamnă ca producătorii autohtoni nu vor fi în concurență acerbă pe unele linii tarifare cu producătorii din UE. În mod obiectiv Moldova a nimerit prin intermediul UE între tripoda puterii mondiale și Uniunea vamală din CSI, între ciocan și nicovală.

Combaterea decalajului între țările sărace și cele bogate, intensificarea eforturilor internaționale în scopul combaterii acestui fenomen și a întăririi capacității țărilor sărace de a-și soluționa propriile probleme constituie o prioritate pe agenda ONU (prin Obiectivele de Dezvoltare ale Mileniului), Fondului Monetar Internațional și Băncii Mondiale (prin programele de asistență „Reducerea sărăciei și facilitarea dezvoltării”), Organizației Mondiale a Comerțului (prin politicile de liberalizare economică), Organizației Mondiale a Muncii, etc.

Desigur că au fost exprimate și alte puncte de vedere referitoare la factorii care afectează securitatea națională și internațională. Există specialiști care trec în categoria amenințărilor globale: creșterea vertiginoasă a populației; scăparea de sub control a progreselor științei și tehnologiei; globalizarea economică, culturală și politică, îndeosebi aspectele sale conflictuale (con competiția pentru piețe, resurse energetice și de materii prime): proasta guvernare; „ciocnirea civilizațiilor” etc. [6, p.25]

Astfel, accesul diferențiat la resurse afectează relațiile dintre state cu consecințe dintre cele mai distrugătoare asupra securității. Economia mondială depinde încă de petrol ca resursă centrală de energie, iar lupta pentru resurse domină geopolitica secolului XXI și a generat și generează numeroase conflicte. „Prăbușirea” unor state din cauza proastei guvernări, Crizei sanitare COVID-19, condițiilor economice precare, tulburărilor sociale etc., răspândirea conflictelor de tip etnico-religios, precum și inconstanța relațiilor transatlantice rămân o realitate a mediului de insecuritate actuală ce necesită dezvoltarea unor noi parteneriate, a unor noi forme de cooperare regională și locală.

Epuizarea resurselor naturale, la care se adaugă creșterea prețurilor materiilor prime și a resurselor energetice, accentuarea dezastrelor naturale sau produse de om, sporirea inflației și a șomajului, „supraîncălzirea economiei” etc. sunt fenomene ce continuă să influențeze stabilitatea și securitatea globală. Economia subterană, migrația „creierelor” și a forței de muncă, legislația ambiguă, corupția reprezintă alte aspecte ce impietează asupra procesului de realizare a securității. De asemenea, agresiunea și confruntarea economică, dusă prin intermediul unor firme, corporații multinaționale/transnaționale, trusturi, ce folosesc numeroase elemente specifice poate duce la slăbirea economică a statului agresat și, implicit, a securității naționale. [6, p.25]

Pe lângă factorii externi care pot afecta siguranța securității economice a Moldovei există și vulnerabilități interne în plan economic. Vulnerabilitatea este puternică întrucât se trece de la un tip de valori la altele. Încălcarea sistemului autoritar de decizii și control dar și de asigurări sociale practicat de decenii asupra individului și instituțiilor cu care trebuie să ne despărțim fără furie nu convine multora.

Cauza vulnerabilității menționate era simplă, întrucât reformele respectivei transformări, recunoscute ca necesare din punct de vedere al voinței politice și a noului azimut, atingeau și sensibilizau socialul în mod subiectiv și obiectiv, puneau în alertă

sentimentul încrederii, siguranței și liniștei individului colectiv altfel formatat prin prisma unor noi riscuri cu care nu s-a mai confruntat.

Pericolul putea fi definit prin insuccesul reformelor economice față de obiectivul declarat al acestora, în general, sau prin întârzierea mare a beneficiilor lor față de costuri și așteptări, în special.[8]

Este de constatat că transformările sistemice de natură economică, incumbând acceptarea și asimilarea valorilor democrației economice și alte planuri ale vieții sociale, respectiv obișnuirea din mers cu o nouă cultură economică nedisociabilă de riscuri, au ridicat **două provocări majore** din punct de vedere al abordărilor prin prisma politicilor de guvernare.

Prima provocare majoră a constat și încă mai constă în natura și obiectivele politicilor de reforme, în special cele structurale, foarte dureroase, dar departe de a fi încheiate, și mai ales măsura în care conducerea acestor politici pot da sentimentul individului **de a nu mai fi expus continuu** riscurilor unei economii de piață funcționale, liberalizate, aflată sub incidența integrării și globalizării.

A doua provocare majoră a constat în gradualizarea transformărilor sistemice de natură economică cu **două obiective importante: cel al asimilării** respectivelor transformări de către indivizi cu conștientizarea absenței unui stat sută la sută paternalist, și, cel al **implicării directe** a indivizilor în aceste transformări pentru a deveni parteneri strategici la soluții. [8]

Pentru Moldova de azi, având în vedere sistemul ei de relații internaționale economice și politice, parte a unor tratate multilaterale și mutuale complexe din punct de vedere al angajamentelor, **vulnerabilitățile la adresa securității economice trebuie analizate și adresate prin libertatea de a alege variante de politici de dezvoltare**, adecvate valorificării factorilor de producție proprii și atrași reprezentați de capitalul fizic, financiar și uman.

Actualul stadiu de dezvoltare al Moldovei cuprinzând și suportând implacabil efectele crizei financiare globale, prezintă vulnerabilități economice preocupante. Ele, în lipsa unor **politici economice armonizate social** și al unui **mix de politici, impus de teoria economică**, se pot transforma în riscuri la adresa unei securități economice încă în formare, ceea ce înseamnă că atât valori, cât și indivizi pot fi afectați major.

Conform evaluărilor unor experți, actualmente există trei amenințări care trebuie să ne preocupe, constând din:

(1) *gap-ului* negativ dintre PIB-ul potențial și PIB-ul actual obținut; (2) reducerea atractivității țării pentru investiții străine (în special investiții directe neproducătoare de datorie externă) și (3) dezintermedierea financiară de procesele economice profunde ce sunt inevitabile pe calea de transformări sistemice a economiei. [8]

Luat în sensul creșterii economice maxime ne-inflaționiste, **valorificarea PIB-ului potențial** a suferit o contractare semnificativă sub impactul **deficitului persistent de cerere agregată**, care se pare că este greu de compensat pe termen scurt și mediu. Ne confruntăm major cu insuficiența surselor de stimulare a cererii, și așa aflate sub incidența efectelor austerității. Acest *gap*, apreciat la câteva puncte procentuale, a determinat o micșorare a ratelor reale de creștere economică potențială. Atât timp cât acest *gap* rămâne deschis, ratele șomajului vor fi mari, cauzat de creștere lentă sau chiar descreșterea sectorului real al economiei naționale.

Scăderea dramatică a influxurilor de capital, concomitent cu ieșirile naturale a acestora (repatrierea profiturilor și a unei părți a capitalului) au avut ca efect reducerea resurselor atrase pentru investiții directe și pentru creditarea economiei, dar cu impact major negativ asupra macrostabilității și efect deconcertant asupra reluării creșterii economice. [8]

Modelul de dezvoltare economică pre-criză, bazat pe investiții și consum finanțate prioritar din resurse externe (deci un consum excesiv față de producția internă) nu mai poate continua fără respectiva ajustare, întrucât restrângerea de resurse importante la veniturile publice, ca urmare a deficitului persistent de cerere agregată, a făcut

imposibilă susținerea continuității unor cheltuieli bugetare.

Analiza studiilor teoretico-metodologice și aplicative ale securității naționale și economice ne permite să efectuăm următoarele generalizări și concluzii:

- ✓ Concluzionăm că securitatea economică națională reprezintă o astfel de stare a sistemului economic național și a instituțiilor puterii, în care este asigurată protecția și realizarea intereselor naționale, dezvoltarea social-economică orientată spre creșterea nivelului de trai și a calității vieții cetățenilor și utilizarea eficientă a potențialului economic existent în țară.
- ✓ Cele mai acute amenințări depistate în sectorul real la economiei naționale sunt nivelul scăzut al productivității factorilor de producție, al PIB-ului pe cap de locuitor și al investițiilor în PIB, concentrarea producției industriale doar în unele regiuni ale economiei naționale, insuficiența industriei de fabricație a mașinilor și echipamentelor în totalul producției industriale.
- ✓ În sectorul extern drept surse de amenințări este gradul înalt al specializării comerțului extern, în special, pentru produsele agroalimentare primare precum și orientarea slabă spre produsele manufacturate. Majoritatea indicatorilor caracteristici sectorului social al economiei naționale sunt sub pragul sărăciei, ceea ce atestă amenințări evidente pentru securitatea economică a Republicii Moldova și influențează negativ competitivitatea economiei naționale.

În baza cercetărilor efectuate și a **concluziilor** formulate considerăm că sunt importante următoarele recomandări:

- ✓ În condițiile noilor transformări regionale și extinderii structurilor europene și euroatlantice, devine un imperativ definirea clară a intereselor naționale ale Republicii Moldova și acceptarea lor de către toate segmentele societății civile.
- ✓ Pentru Republica Moldova, un stat mic și cu resurse limitate, soluția optimală de fortificare a securității naționale ar consta în adoptarea unor reforme și politici de securitate sprijinite de UE care ar reduce, în special, vulnerabilitățile interne și amenințările externe.
- ✓ Societatea civilă trebuie să se implice activ în procesul de realizare a reformelor, iar mediul științific să ofere expertiza disponibilă instituțiilor abilitate cu asigurarea securității naționale în vederea elaborării scenariilor de asigurare a securității naționale prin evaluarea și analiza amenințărilor, riscurilor și vulnerabilităților.
- ✓ Elaborarea Concepției și Strategiei de asigurare a securității economice a Republicii Moldova cu elucidarea adecvată a intereselor economice naționale și a sistemului de amenințări interne și externe.
- ✓ Monitorizarea permanentă, de către organele abilitate, a situațiilor create în cadrul economiei naționale a Republicii Moldova în baza indicatorilor de prag ai securității economice și ai competitivității economiei naționale.

BIBLIOGRAFIE

1. Hotărârea Nr. 153 din 15.07.2011 pentru aprobarea Strategiei securității naționale a Republicii Moldova (www.parlament.md/LeaslationDocumentf).
2. Legea cu privire la Consiliul Suprem de Securitate. www.cnp.md/ro/grupuri_de.../securitate/.../1230
3. Legea N112-XVI pentru aprobarea Concepției securității naționale a Republicii Moldova din 22.05.2008. Monitorul Oficial N 97-98
4. Aspectele cheie ale securității naționale www.moldovenii.md/md/section/592
5. Concept de Securitate – Institutul de Politici Publice. www.ipp.md/public/.../1_conceptul_securitate.p...
6. Cristian Băhnăreanu, articol IMPACTUL FACTORILOR ECONOMICI ASUPRA SECURITĂȚII, p. 24 http://www.codrm.eu/conferences/2006/03_Bahnareanu_Cristian.pdf
7. Raportul anual consolidat privind implementarea în anul 2020 a Planului de acțiuni al Guvernului pentru anii 2020-2023, p. 9 https://gov.md/sites/default/files/document/attachments/raport_consolidat_pag_2020.pdf
8. Securitatea economică, bun public, Dr. Napoleon Pop - prezentare susținută în cadrul proiectului educațional BNR "Academica", Sinaia, 12 februarie 2013 <https://www.bnr.ro/Securitatea-economica,-bun-public-8993.aspx>

STUDIU ASUPRA INDICILOR DE SUSTENABILITATE A ECOSISTEMULUI ANTREPRENORIAL

Galina LISA, dr.

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The level of perception of the environment in which entrepreneurs operate has an impact on the economic and social development of society. The multitude of quantitative and qualitative indices provides a complex picture of the entrepreneurial ecosystem, which implies the need for a detailed analysis of them. The authors of this study aim to synthesize and identify the correlation and interdependence of the variables of the indices that contribute to the sustainability of the business ecosystem.*

Keywords: *entrepreneurial ecosystem, sustainability, quantitative indices, qualitative indices.*

Introducere

Structurile și procedurile care susțin acțiunea antreprenorială sunt aduse la viață în ecosisteme. O mare parte din cunoștințele legate de antreprenoriat sunt încorporate în aceste ecosisteme, iar fără date corecte expuse în ele, decidenții politicilor întreprinderilor nu pot lua hotărâri în cunoștință de cauză. Astfel, ecosistemul antreprenorial, care implică un amestec de diverși factori și include diversele resurse și atitudini necesare pentru a susține afacerile înființate, vine în ajutorul persoanelor din afaceri pentru a sintetiza aceste date, care servesc și piloni ai axelor strategice ale companiilor. În acest studiu, autorii încearcă să investigheze relația dintre sustenabilitate, creștere economică și evoluția indicilor relativi mediului de afaceri pe câteva dimensiuni (micro (individuală), mezo (psihologică, de acțiune), macro (sisteme, procese, piețe, structuri, instituții)).

Globalizarea a făcut posibilă integrarea țărilor în anumiți parametri de performanță economică, socială și de mediu. Devine, astfel, importantă analiza acestor parametri, deoarece ei vor fundamenta deciziile de dezvoltare a regiunii, de investire în țară și de percepere a sustenabilității ecosistemului antreprenorial.

1. Indicele de competitivitate globală al Forumului Economic Mondial [8] își propune să măsoare nivelul de competitivitate al diferitelor țări și să evalueze măsura în care diverși factori precum productivitatea, instituțiile și abilitățile contribuie la dezvoltarea economiei.

2. Indicele de dezvoltare umană (*eng. Human Development Index*) este un produs al PNUD (a fost inventat de economistul pakistanez Mahbub ul Haq), care reprezintă o măsură sumară a modului în care oamenii se dezvoltă în diferite dimensiuni cheie: o viață lungă și sănătoasă, asigurarea cu necesarul pentru acumularea de cunoștințe și un nivel de trai decent [11].

3. Indicele ușurinței de a face afaceri (*eng. Business Ease Index*) își propune să măsoare ușurința de a face afaceri într-o anumită țară. A fost elaborat în comun de Simeon Djankov, Michael Klein și Caralee McLiesh, trei economiști de frunte în cadrul Grupului Băncii Mondiale [3].

4. Indicele de performanță de mediu (*eng. Environment Performance Index / EPI*) își propune să cunatifice și să marcheze numeric preocupările țărilor cu sustenabilitatea. A fost dezvoltat de Universitatea Yale (Centrul Yale pentru Drept și Politici de Mediu) și Universitatea Columbia (Centrul pentru Rețeaua Internațională de Informare a Științelor Pământului) în colaborare cu Forumul Economic Mondial și Centrul Comun de Cercetare al Comisiei Europene [5].

5. Prin Indicele Global al Antreprenoriatului (*eng. Global Entrepreneurship Index*), Institutul GEDI a compilat și analizat diferite statistici legate de sănătatea ecosistemului antreprenorial din 137 țări [9].

6. Indicele contextului de antreprenoriat național al Global Entrepreneurship Monitor (*eng. Global Entrepreneurship Monitor's National Entrepreneurship Context Index* (GEM NECI) [10]) oferă furnizorilor de decizii politice un set de instrumente care să contribuie la promovarea unui mediu antreprenorial. A fost elaborat de London Business School și Babson College în vara anului 1997.

7. Indicele psihometric pentru antreprenoriat (*eng. Entrepreneur Psychometric Index / PIKEN*) este o măsură a aspectelor psihologice ale începerii și conducerii unei afaceri [4].

Metodologie

Ipoteza instituită de autori se referă la faptul că acești *indici sunt relevanți conceptului de sustenabilitate prin metodologia lor de calcul*. În acest context, este necesară segregarea în variabile și distribuția lor în baza domeniului reprezentat.

Indicele de competitivitate globală se bazează pe media a 12 piloni, care sunt organizații în patru componente generale – mediu favorabil, capital uman, piețe și ecosistem de inovație, dar aceste componente nu intră în calculul indicele global al competitivității (*eng. Global Competitiveness Index / GCI*). Astfel, calculul indicelui global de competitivitate 4.0 (GCI) se bazează pe agregări succesive de scoruri, de la nivelul indicatorului (cel mai dezagregat nivel) până la scorul global GCI (cel mai înalt nivel). La fiecare nivel de agregare, fiecare măsură agregată este calculată luând media (adică media aritmetică) a scorurilor componentelor sale. Scorul global GCI este media celor doisprezece piloni [16].

Indicele dezvoltării umane (IDU) este o măsură sumară a realizărilor dezvoltării umane în trei dimensiuni cheie: speranța de viață, alfabetizare și învățământ și nivelul de trai. Dimensiunea sănătății se bazează pe speranța de viață la naștere, iar dimensiunea educației este calculată de anii de școlarizare pentru adulți și copii. IDU utilizează logaritmul veniturilor, pentru a reflecta importanța în scădere a veniturilor odată cu creșterea venitului național brut [11], în acest fel, fiind folosit pentru a compara mai bine nivelul de dezvoltare a unei țări decât PIB-ul pe cap de locuitor, care măsoară doar prosperitatea materială și nu alți indicatori socio-economici [12]. Studiile au evidențiat că țările cu un IDU scăzut conduce spre o nesustenabilitate a economiei [14], respectiv și ecosistemul antreprenorial nu va fi durabil.

Indicele ușurinței de a face afaceri al Băncii Mondiale privind îmbunătățirea reglementărilor a arătat că acestea au un impact economic puternic, inclusiv și o protecție mai puternică a drepturilor de proprietate pentru întreprinderi. Este menit să măsoare reglementările care afectează direct întreprinderile și nu măsoară în mod direct condiții mai generale, cum ar fi apropierea unei țări de piețele mari, calitatea infrastructurii, inflația sau criminalitate [17]. Acesta se bazează pe 10 subindici. Studiile atestă faptul că ușurința de a face practici comerciale în țări cu economii vulnerabile pare să provoace daune mediului. Astfel, se constată că dificultățile în desfășurarea afacerilor în țările în curs de dezvoltare (spre exemplu cele din regiunea de sud a Africii) includ cerințe de reglementare dure, structuri birocratice stricte, acces redus la canalele de finanțare, sisteme fiscale slabe, protecție redusă pentru părțile interesate din sectorul privat, expunere mai mică să desfășurare comerț internațional. În această privință, un atare tip de considerații afectează în cele din urmă angajamentul unei companii față de abordări care protejează mediul natural într-un mod negativ [7].

Indicele performanței de mediu (EPI [1]) este o metodă de cuantificare și de evaluare numerică a performanței de mediu a politicilor unui stat. Acest indice arată o tensiune între două dimensiuni fundamentale ale dezvoltării sustenabile: sănătatea mediului, care crește odată cu creșterea economică și a gradului de prosperitate și vitalitate a ecosistemului, care este supus industrializării și urbanizării [1]. Guvernarea este un factor critic și necesar care poate contribui la echilibrarea acestor dimensiuni distincte ale sustenabilității [13].

Indicele Global al Antreprenoriatului (GEDI) estimează calitatea antreprenoriatului în diverse domenii prin considerarea diferitor fațete ale ecosistemului (calitatea și dinamica economiei unei națiuni). Ajută la identificarea zonelor slabe și puncte forte și arată

îmbunătățirile aduse de o anumită țară, respectiv arată puterea relativă a țării în raport cu restul lumii. Indicele se concentrează pe cele trei dimensiuni ale acestor activități: atitudini antreprenoriale, spirit antreprenorial și antreprenoriat de înaltă calitate. Studiile cu referire la acest indicator au stabilit o relație pozitivă între antreprenoriat și creșterea economică [15]. În plus, s-a constatat că antreprenoriatul poate avea loc numai în timpul unei faze de redresare economică și că instituțiile publice ar trebui să devină mai active pentru a-l promova [6].

Conceptul GEM (indicele GEM NECI) este axat pe diferiți factori care influențează activitățile și aspirațiile tinerilor antreprenori. Printre acestea se numără domeniul geografic al activității lor antreprenoriale și așteptările de creștere a locurilor de muncă. Alți factori includ nivelul de inovație în cadrul noilor întreprinderi și rentabilitatea lor potențială. Toate aceste variabile sunt extrem de importante, deoarece influențează impactul probabil al noii afaceri asupra durabilității sale pe termen lung și a potențialului său de creștere, relație expusă de cercetătorii de la Babson College [2].

Indicele PIKEN este unul mult mai profund pentru estimarea ecosistemului antreprenorial, cuantificând valoarea potențială a unei persoane înainte de a deveni antreprenor. Atitudinile, gândirea și comportamentul sunt dimensiuni care sunt relevante acestui indicator. Autorii consideră ipoteza că indicele PIKEN are un impact direct asupra ecosistemului antreprenorial pe dimensiunea secundară (psihologică) și, respectiv va influența activitatea pe termen lung.

Concluzie

S-a constatat că ecosistemul antreprenorial ce înglobează trei nivele (dimensiuni) de manifestare (micro (individuală), mezo (psihologică, de acțiune), macro (sisteme, procese, piețe, structuri)) și care identifică variabile pentru fiecare din aceste dimensiuni, este fundamental pentru sustenabilitate și creșterea economică, fapt demonstrat prin indicatorii relevanți analizați în studiu.

BIBLIOGRAFIE

1. 2020 Environmental Performance Index. *Yale Center for Environmental Law & Policy*, ©2021 [citat 01.10.2021]. Disponibil: www.epi.yale.edu
2. BOSMA, N. et al. Global Entrepreneurship Monitor 2020/2021 Global Report [online]. *GEM*, 2021. [citat 03.10.2021]. Disponibil: <https://www.gemconsortium.org/file/open?fileId=50691>
3. DJANKOV, S., MCLIESH, C., KLEIN, M. Doing business in 2004: understanding regulation. *World Bank*, [online]. 2004. [citat 29 septembrie 2021]. ISBN 0-585-47855-4. OCLC 53443764. Disponibil: <https://www.doingbusiness.org/content/dam/doingBusiness/media/Annual-Reports/English/DB04-FullReport.pdf>
4. Do you have the characteristics of an entrepreneur? ©2001 [citat 29.09.2021]. Disponibil: <http://olpei.cs8-demo.com>
5. Environmental Performance Index [online]. *Wikipedia The Free Encyclopedia*. Last edited: 3 September 2021, 13:53. [citat 29.09.2021]. Disponibil: https://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_Performance_Index
6. GALINDO-MARTIN, M., CASTANÓ-MARTINEZ, M., PICAZO, M. The role of entrepreneurship in different economic phases. In: *Journal of Business Research*. 2021, vol. 122, p.171–179. ISSN 0148-2963
7. GANDA F. The influence of corruption on environmental sustainability in the developing economies of Southern Africa. In: *Heliyon*. 2020, Vol. 6, Issue. DOI: 10.1016/j.heliyon.2020.e04387
8. Global Competitiveness Report 2019: How to end a lost decade of productivity growth [online]. *World Economic Forum*, ©2019. [citat 29.09.2021]. Disponibil: <https://es.weforum.org/reports/how-to-end-a-decade-of-lost-productivity-growth>
9. Global Entrepreneurship Index [online]. *The Global Entrepreneurship and Development Institute*, ©2021. Disponibil: <https://thegedi.org/global-entrepreneurship-and-development-index/>
10. Global Entrepreneurship Monitor Releases Ranking of Countries for Conditions to Start a Business. *The GEM Staff*, ©2021. Disponibil: <https://www.gemconsortium.org/news/global-entrepreneurship-monitor-releases-ranking-of-countries-for-conditions-to-start-a-business>
11. Human Development Index (HDI) [online]. *UNDP*, ©2021. Disponibil: <http://hdr.undp.org/en/content/human-development-index-hdi>

12. Indicele dezvoltării umane [online]. *Wikipedia The Free Encyclopedia*. Ultima editare: 1 februarie 2020, ora 06:37. [cit. 29.09.2021]. Disponibil: https://ro.wikipedia.org/wiki/Indicele_dezvolt%C4%83rii_umane
13. *Material suport*. ECOTEX, ©2019 [cit. 02.10.2021]. Disponibil: http://www.ecotexasmus.eu/wp-content/uploads/Module_2_ro_IO4.pdf
14. NEUMAYER, E. The human development index and sustainability — a constructive proposal. In: *Ecological Economics*. 2001, Volume 39, Issue 1, p. 101-114. ISSN 0921-8009. [https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(01\)00201-4](https://doi.org/10.1016/S0921-8009(01)00201-4)
15. NOGUEIRA, M. C., MADALENO, M. Are International Indices Good Predictors of Economic Growth? Panel Data and Cluster Analysis for European Union Countries. In: *Sustainability* [online]. 2021, vol. 13(11), 6003 [cit. 29.09.2021]. ISSN 2068-7389. Disponibil: <https://doi.org/10.3390/su13116003>
16. The Global Competitiveness Index 4.0 Methodology and Technical Notes. *The World Economic Forum*, ©2018 [cit. 02.10.2021]. Disponibil: <https://www3.weforum.org/docs/GCR2018/04Backmatter/3.%20Appendix%20C.pdf>
17. Ușurința de a face un indice de afaceri. [online]. *Wiki The Free Encyclopedia* [cit. 29.09.2021]. Disponibil: https://gaz.wiki/wiki/ro/Ease_of_doing_business_index

INOVAȚII DIGITALE UTILIZATE ÎN ÎNTREPRINDERI VIRTUALE ÎN TIMPUL PANDEMIEI COVID-19

Nina PESTUȘCO, dr., conf. univ.
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The concept of enterprise digitalization comes as a new hope for companies to remain competitive in the COVID-19 era. Business digitalisation refers to an environment in which organizations develop “digital imperatives” based on the application of digital capabilities to products, processes and assets to improve efficiency, increase customer value, manage risk and discover new monetization opportunities. Digitization in virtual enterprises is not just about digitizing existing business processes, but about using digital capabilities or disruptive technologies to create and capture new value. The most used digital innovations currently used are: Internet of Things, Cloud computing, Big Data analytics, Machine learning, Smartphones/Mobile, Social Media Analytics, Artificial Intelligence, Blockchain, Robotics/Robotic Process Automation, Additive 3D Printers, Chatbots, Augmented Reality.*

Keywords: *digitization, technologies, virtual enterprise.*

Companiile caută modalități de supraviețuire în timpul pandemiei COVID-19, caută modalități de a crește productivitatea și de a reduce costurile [8, 11]. Aceasta este o provocare cu care se confruntă întreprinderile virtuale (ÎV) datorită pandemiei COVID-19. Conceptul de digitalizare întreprinderilor vine ca o nouă speranță pentru companii să rămână competitive în epoca COVID-19. Aceasta implică transformarea activităților cheie ale întreprinderii cu scopul de a exploata și integra tehnologiile digitale [3, 6]. Digitalizarea în ÎV se referă la un mediu în care organizațiile dezvoltă „imperative digitale” bazate pe aplicarea capacităților digitale produselor, proceselor și activelor pentru îmbunătățirea eficienței, creșterea valorii clienților, gestionarea riscurilor și descoperirea de noi oportunități de monetizare [9].

Rezultatele unui sondaj realizat de El Hilali și El Manouar [3] arată că beneficiile digitalizării ÎV, așa cum se vede din Figura 1, cuprind: îmbunătățirea eficienței operaționale (N = 88,23%), îmbunătățirea experienței clienților (N = 80,21 %), promovarea economiilor costurilor (N = 72,18%), îmbunătățirea diferențierii de marcă (N = 40,10%), promovarea avantajului competitiv (N = 32,8%), promovarea efortului de sustenabilitate și facilitarea și scurtarea timpului pentru comercializare (N = 32, 8%), promovarea gestionării riscurilor (N = 8, 2%) și, respectiv, facilitarea controlului afacerilor (N = 8, 2%). Prin urmare, digitalizarea nu se referă doar la transformarea digitală a proceselor existente, ci la utilizarea capacităților

digitale (cum ar fi aplicații native în cloud, date în timp real etc.) [7], pentru a descoperi noi oportunități de afaceri în transformarea ÎV dintr-o companie producătoare către o afacere digitală care a revoluționat mai multe industrii [3].

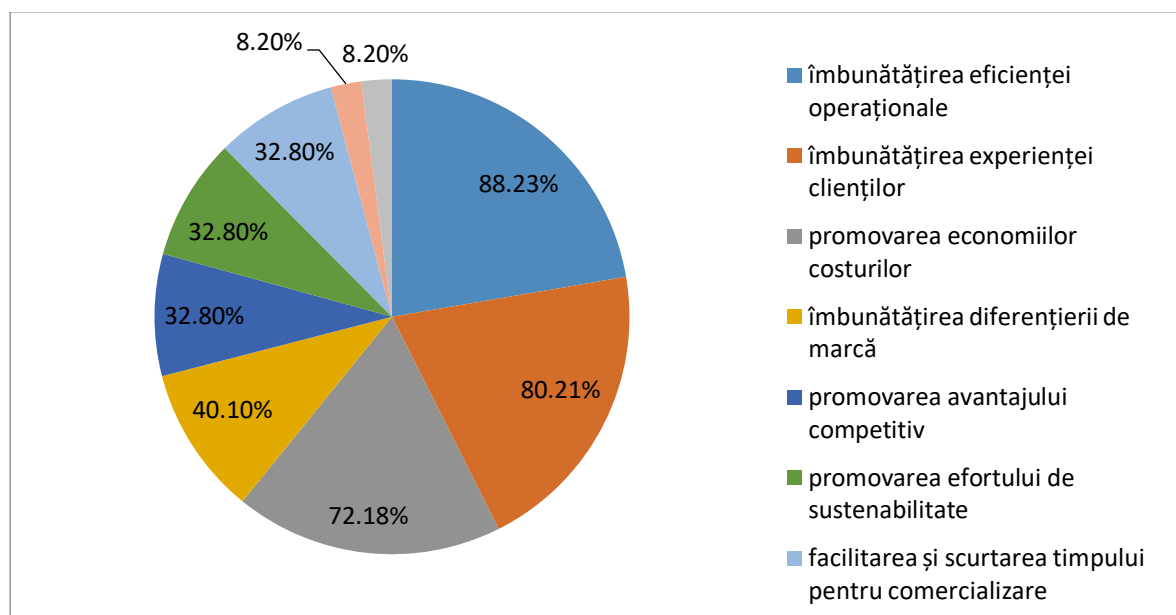


Figura 1. Beneficiile digitalizării ÎV în timpul pandemiei COVID-19 [3]

ÎV implementează digitalizarea pentru creșterea capacităților lor și realizarea unui proces de afaceri durabil pentru a reduce costurile și pentru a îmbunătăți eficiența operațională. ÎV pot, de asemenea, să digitalizeze serviciile pentru o mai bună utilizare a competențelor lor de bază printr-o comunicare eficientă în cadrul consorțiului pentru o partajare îmbunătățită a resurselor și, în cele din urmă, crearea de servicii cu valoare adăugată pentru clienți [4]. Astfel, digitalizarea este un factor de supraviețuire în timpul și după pandemia COVID-19. Digitalizarea a devenit un remediu pentru a ajuta companiile să obțină vânzări sporite și poziții competitive, un serviciu mai bun pentru clienți și dezvoltarea afacerilor [1, 11].

Digitalizarea în ÎV nu se referă doar la digitalizarea proceselor de afaceri existente, ci la utilizarea capacităților digitale sau a tehnologiilor perturbatoare pentru a crea și a capta o nouă valoare.

Fiecare dintre tehnologiile perturbatoare ale digitalizării ÎV sunt caracterizate în felul următor:

Internetul obiectelor (Internet of Things (IoT)) - IoT este o tehnologie bazată pe transferul de date pe obiect sau dispozitive prin internet. Acesta cuprinde dispozitive interconectate, cum ar fi senzori, smartphone-uri, dispozitive portabile, etc. Dispozitivele IoT utilizează o adresă de protocol Internet (IP) pentru conectarea la internet, permițând companiilor să primească și să trimită date, cu alte sisteme și dispozitive de rețea. Datele de pe dispozitivele IoT sunt utilizate în ÎV pentru monitorizarea activităților în timp real, luarea deciziilor și optimizarea proceselor de afaceri [6, 2, 10].

Cloud computing - implică servicii de informații bazate pe internet care furnizează surse de stocare în cloud care sunt utilizate sau partajate între parteneri. Permite implementarea rapidă a serviciilor bazate pe cloud, care oferă suficientă putere de calcul întreprinderilor. În prezent, cloud computing se asigură că aplicațiile software, cum ar fi Microsoft Office și programele de logistică, pot fi utilizate direct din browserele web în loc de descărcare și instalare pe un computer local. Cloud computing acceptă procesarea și stocarea fișierelor și documentelor de afaceri, care sunt stocate personal pe computerele partenerilor în loc de

centre de date. Acest lucru permite companiilor să acceseze fişierele computerului de la distanţă prin internet. Soluţiile cloud oferă flexibilitate, scalabilitate şi o oportunitate de a reduce costurile, cum ar fi cheltuielile cu activele pentru servere şi costurile de înlocuire şi întreţinere hardware, securitatea şi costurile de asistenţă IT [3, 6, 2].

Analize Big Data - Big Data (Datele mari) sunt date pe care un computer nu le poate prelucra. Big Data implică o cantitate mare de date nestructurate, structurate sau semi-structurate care au posibilitatea de a fi procesate şi analizate pentru informaţii. Analiza a Big Data poate ajuta companiile să obţină nevoile decisive ale clienţilor de a furniza servicii cu valoare adăugată. Analiza Big Data oferă oportunităţi pentru ÎV, permiţând o mai bună înţelegere a operaţiunilor de afaceri din cadrul consorţiului, a nevoilor clienţilor şi partenerilor şi a mediului de afaceri complet. În ÎV, Big Data poate fi generată de pe social media, dispozitive mobile şi IoT pentru a oferi informaţii necesare [3].

Învăţare automată (Machine learning) - implică combinarea datelor colectate din surse interne (senzori şi alte dispozitive), private şi publice (administraţie publică) pentru a fi utilizate de algoritmi de computer, cum ar fi învăţarea profundă, cuantificarea vectorilor de învăţare, regresia cu unghi minim, etc. pentru identificarea preventivă a problemelor, prognoze şi recomandări, cum ar fi în logistică, ciclul de viaţă al produsului şi transport şi alte posibilităţi [2].

Smartphone-uri/mobile - permite partenerului să comunice prin 3G, 4G, 5G alimentat de un smartphone care utilizează internetul în timpul operaţiunilor comerciale. Aproximativ 1 miliard de telefoane sunt vândute în toată lumea în fiecare an. Utilizarea smartphone-urilor în afaceri oferă flux de venituri pentru ÎV pentru a comercializa produse, pentru a descoperi noi oportunităţi din datele produse de pe telefoanele inteligente [6, 10].

Analiza Social Media - ÎV pot utiliza reţelele de socializare precum Facebook, Twitter, VK etc. pentru a dezvolta analize care pot fi utilizate pentru a înţelege nevoile şi aşteptările clienţilor. De asemenea, întreprinderile pot utiliza reţelele sociale pentru a oferi produse şi servicii gratuite în timp real şi pentru a partaja informaţii despre produse, activităţi ale întreprinderii, produse viitoare sau pentru publicitate. Datele generate de pe reţelele de socializare pot fi folosite de ÎV ca o oportunitate pentru profilarea comportamentului clientului şi a tiparelor de cumpărare ale acestora, modificând modelul de afaceri utilizat de companii [6, 3].

Inteligenţă artificială (IA) - implică inteligenţa demonstrată de maşini similare cunoaşterii naturale a fiinţelor umane şi poate oferi informaţii despre îmbunătăţirile proceselor de afaceri care nu sunt posibile prin intervenţia umană. IA examinează modul în care creierul uman motivează şi modul în care oamenii învaţă şi fac alegere, în timp ce încearcă să rezolve o problemă şi imită soluţia. IA nu acţionează după mintea dezvoltatorilor, ci învaţă, înţelege şi judecă. În majoritatea ÎV, fabricarea este realizată de roboţi care utilizează IA fără implicarea omului. Aceşti roboţi îndeplinesc sarcini de fabricaţie şi sunt în continuă învăţare şi îmbunătăţire [5, 6, 10].

Blockchain - este denumită o carte descriptivă de înregistrare a cifrării. Acesta acceptă Bitcoin, care este o monedă digitală acceptată în general şi nu a fost controlată de o singură entitate din 2012 până astăzi. Foloseşte tehnologie de baze de date distribuite, care asigură urmărirea procesului criptat. Blockchain implică un registru distribuit digital, descentralizat, cu tranzacţii comerciale înregistrate cronologic pentru a permite deschiderea, minimizând costul operaţiunilor de digitalizare. Blockchain formează o tehnologie fundamentală care oferă transparenţă în tranzacţiile comerciale [6, 10].

Robotică/Automatizarea proceselor robotizate (APR) - robotica presupune utilizarea roboţilor cu inteligenţă şi capacitate de automatizare a sarcinilor, reducând astfel costurile forţei de muncă. De asemenea, APR sunt programe software specializate care gestionează şi controlează în locul oamenilor procese de afaceri repetabile. APR oferă o abordare critică la nivelul întregii organizaţii pentru a reduce sarcinile plictisitoare recurente către creşterea

eficienței serviciilor și reducerea costurilor. Roboții au o flexibilitate mai mare și scurtează timpul de livrare pentru bunuri și produse pe piață. Robotica schimbă mixul capital / muncă în timp ce gestionează așteptările societății. Astfel, majoritatea ÎV implementează rapid roboți în scopuri de fabricație pentru a crește calitatea produselor și a reduce costurile de fabricație [6, 10].

Imprimante 3D aditive - dimensiunea 3 (3D) cunoscută și sub denumirea de fabricație aditivă se referă la diverse procese utilizate pentru sintetizarea obiectelor 3D. De asemenea, implică imprimarea 3D în cazul în care fabricarea se face utilizând un design asistat de computer pentru prototiparea pieselor componentelor sistemelor mai mari. Imprimantele 3D aditive implică dispozitive care produc rapid modele care sunt proiectate pe computer sau pregătite în 3D utilizând diverse materiale fără niciun dispozitiv sau matriță. 3D ajută la reducerea costurilor de proiectare a produselor și industriilor de fabricație. Fabricarea 3D este mai rapidă și poate fi utilizată în proiectarea produselor, minimizând costurile matriței, proteze, tencuieli din plastic, aplicații medicale, proiectarea robotului și confecționarea modelelor [6, 10].

Chatbots - chatbots se referă la aplicații software care sunt dezvoltate cu intenția de a face backup utilizatorilor din sectoare de servicii, cum ar fi serviciile pentru clienți sau publicitate, pentru a imita cuvintele / vorbirea umană scrisă sau verbală. ÎV folosesc IA, cum ar fi asistentul Google, Alexa sau Siri, ca exemple de chatbot avansat[10].

Realitate augmentată (RA) - RA este definită ca extensia realității fizice prin integrarea straturilor de informații produse de computer în mediul real. Informațiile din RA pot fi orice tip de conținut sau obiect virtual, inclusiv text, sunet, grafică, feedback haptic, video, sisteme de poziționare globală (GPS) și, eventual, miros. Utilizarea RA în întreprindere poate asigura creșterea productivității și o reducere a costurilor atunci când este utilizată în procesele de fabricație, oferind o experiență virtuală interactivă a mediului din lumea reală a afacerilor, care ajută întreprinderile în luarea deciziilor. Odată cu implementarea tehnologiilor avansate de RA (de exemplu, adăugarea recunoașterii obiectelor și a viziunii computerizate), informațiile despre lumea reală înconjurătoare a clienților devin interactive. Tehnologia RA poate fi aplicată pentru piețele de produse pentru a efectua vizite la produse complet digitale oferite de ÎV [6,10].

Concluzii

Modurile tradiționale de comunicare sunt depășite în lumea afacerilor moderne, ducând la pierderea timpului și la ineficiență. Digitalizarea a devenit din ce în ce mai vitală pentru întreprinderi virtuale care doresc să supraviețuiască și să obțină avantaje competitive în mijlocul pandemiei COVID-19. Digitalizarea este acel element care trece prin toate sectoarele ale economiei, pentru că instrumentele digitale reprezintă acele soluții moderne și eficiente menite să contribuie substanțial la creșterea performanțelor în toate domeniile de activitate. Digitalizarea afacerilor creează astfel o valoare unică pentru clienți care poate fi monetizată și aduce mai multe avantaje întreprinderilor: accelerează creșterea și eficiența operațională, îmbunătățește experiența clienților, minimizează riscurile și asigură conformitate în operațiuni.

BIBLIOGRAFIA

1. Agrawal P., Narain R., Ullah I. Analysis of Barriers in Implementation of Digital Transformation of Supply Chain Using Interpretive Structural Modelling Approach. In: Journal of Modelling in Management, 15 (1), 2019. p.297–317.
2. Barbosa A. C., Moraes T.M., Tesima D.T., Pontes R.C., Lima A. D. S. M., Azevedo B.Z. Smart Planning: Tools, Concepts, and Approaches for a Sustainable Digital Transformation. In: Smart and Digital Cities, Springer, 2019. p.221–236.

3. El Hilali W., Manouar A. El. SMART COMPANIES: How to Reach Sustainability during a Digital Transformation. Proceedings of the 3rd International Conference on Smart City Applications, Tetouan, Morocco, 2018. p. 2–6.
4. Javed A., Yasir M. Virtual Social Enterprise: Modeling Sustainability of an Enterprise by Digital Intervention. In: World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 15 (2), 2019. p.182–196.
5. Jnr B.A., Majid M.A., Romli A. Sustainable Adoption and Implementation in Collaborative Enterprise: A Systematic Literature Review. In: Journal of Theoretical & Applied Information Technology, 95 (9), 2017. p.1875–1915.
6. Kempgowda S. M., Chaczko Z. Industry 4.0 Complemented with EA Approach: A Proposal for Digital Transformation Success. In: 26th International Conference on Systems Engineering (ICSEng), NSW, Sydney, Australia, 2018. p. 1-6.
7. Kim T. Y., Lee S., Kim K., Kim C. H. A Modeling Framework for Agile and Interoperable Virtual Enterprises. In: Computers in Industry, 57 (3), 2006. p.204–217.
8. Liu D.Y., Chen S.W., Chou T.C. Resource Fit in Digital Transformation. In: Management Decision, 49 (10), 2011. p.1728–1742.
9. Sari B., Sen T., Kilic S.E. Formation of Dynamic Virtual Enterprises and Enterprise Networks. In: The International Journal of Advanced Manufacturing Technology, 34 (11–12), 2007. p.1246–1262.
10. Ulas D. Digital Transformation Process and SMEs. In: Procedia Computer Science, 158, 2019. p.662–671.
11. Verhoef P.C., Broekhuizen T., Bart Y., Bhattacharya A., Dong J. Q., Fabian N., Haenlein M. “Digital Transformation: A Multidisciplinary Reflection and Research Agenda. In: Journal of Business Research, 9, 2019. p.235-251.

IMPACTUL SUBVENȚIONĂRII ASUPRA PERFORMANȚELOR ÎNTEPRINDERILOR AGRICOLE

Natalia TCACI, Dr., conf.univ.,

Universitatea de Stat din Moldova

Alexandru TCACI, Dr., conf. univ.,

Universitatea de Stat din Moldova

Ina DOMBROVSKI, Dr.

Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Abstract. *In this paper has been shown the results of investigations concerning to impact of subvention on performances of agricultural enterprises. The dynamics of the fund of subvention increased from 700 mil. lei in 2016 up to 1200 mil. lei in 2020 or by 71,4% was ascertained. This allowed the increase of the level of subvention allocation from 261,2 lei/ha up to 1154,2 lei per hectare. The reduction of agricultural branch economic efficiency was attested once with the growth of subvention level. Thus, sales income and gross profit decreased in 2020 compared with 2018 respectively by 15,4% and 17,8%.*

Keywords: *agricultural enterprises, performance, profitability, subsidization.*

Obiectivul major al întreprinderilor agricole este determinat de cerințele mereu crescânde ale populației și industriei de procesare la produsele agricole, dar și de rezultatele economico-financiare. Realizarea obiectivului în cauză este condiționată de desfășurarea unei activități profitabile bazată pe un sistem argumentat al susținerii de către stat. Acest sistem de susținere se manifestă prin alocarea subvențiilor din bugetul statului pentru stimularea investițiilor în sectorul agrar. Subvenționarea este o formă de suport guvernamental acordat întreprinderilor agricole și gospodăriilor țărănești pentru a suplimenta veniturile lor, a stimula producerea produselor agricole și pentru a influența costul acestor produse [6].

Cel mai înalt nivel de subvenționare dintre țările europene s-a constatat în Norvegia, Elveția și Islanda, unde subvențiile alcătuiesc în proporție de 65-75% din valoarea producției

agricole. Rata medie a subvențiilor în Uniunea Europeană (UE) constituie 35% din valoarea producției agricole [3].

Subvenționarea sectorului agricol în Republica Moldova a devenit subiectul cel mai discutabil, dat fiind faptul că ritmul de creștere a economiei naționale în mod direct depinde de creșterea economică în agricultură, ramura care acoperă mai mult de 30% din locurile de muncă a republicii [4].

În aceste condiții pentru a trece agricultura și spațiul rural pe o cale mai dinamică de dezvoltare este necesar ca prin subvenții să fie promovate [5]:

- Măsurile ce vin să stabilizeze producția agricolă prin protecția activităților în agricultură de factorii climaterici nefavorabili cum ar fi seceta îndelungată care are un caracter frecvent;
- Măsurile pentru stimularea activităților agricole de substituere a unor importuri cu produse autohtone competitive care pot concura cu produsele de import;
- Măsurile de subvenție trebuie să fie focusate atât pe producția agricolă cu potențial de export, dar mai ales pe acele produse cu valoare adăugată înaltă ce nu acoperă necesitățile interne de consum cum ar fi cartofii, legumele, fructele, carnea și laptele;
- Măsuri ce vin să dezvolte și să susțină afacerile complexe cu implicarea mai multor activități ale lanțului valoric.

Implementarea măsurilor de subvenționare va influența la obținerea performanțelor și în primul rând la sporirea veniturilor producătorilor agricoli. Concomitent, aceste măsuri de subvenționare vor contribui la creșterea oportunităților vizând dezvoltarea afacerilor în turismul rural.

În ultimii 9 ani se atestă o creștere semnificativă a fondului de subvenționare a sectorului agricol din Republica Moldova. Astfel, în perioada 2012-2020 fondul de subvenționare cu contribuția partenerilor externi de dezvoltare a înregistrat o creștere înaltă de la 400 mil. lei în 2012 până la 1200 mil. lei în 2020 (figura 1).

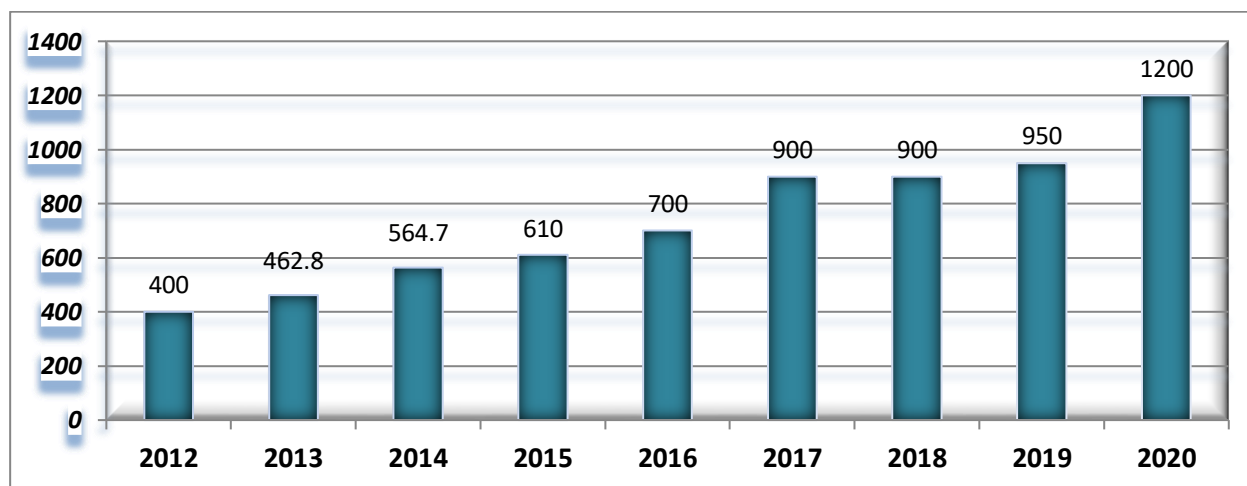


Figura 1. Evoluția fondului de subvenționare a producătorilor agricoli din Republica Moldova, mil. lei

Sursa: Elaborat de autori în baza informațiilor Agenției de Intervenție și Plăți pentru Agricultură (AIPA)

Din datele prezentate în figura 1 rezultă o creștere considerabilă a fondului de subvenționare. Astfel, în 2020 față de 2012 și 2016 acesta s-a majorat respectiv de 2 ori și cu 71,4%. Ritmul mediu anual de creștere în perioada 2016-2020 a alcătuit 10,7%. Ținem să menționăm, că cel mai înalt ritm de creștere a fondului de subvenționare se atestă în anul 2020 ceea ce în raport cu 2019 constituie 26,32%.

În acest context considerăm că una din cele mai mari provocări rămâne imposibilitatea

AIPA de a-și onora obligațiile financiare față de toți beneficiarii de subvenții, fiindcă agenția achită în medie aproape 70% din suma totală a subvențiilor autorizate pentru anul de gestiune, restul fiind transferate pentru anul bugetar următor.

Astfel, o problemă majoră este întârzierea plăților către beneficiari. Rezolvarea acestei probleme necesită ca fondul de subvenționare să aibă o sumă stabilă pe mai mulți ani ce ar permite finanțarea în proporții de 100% indiferent de încasările curente la buget.

Volumul și structura subvențiilor trebuie să corespundă obiectivelor de dezvoltare stipulate în Strategia națională de dezvoltare agricolă și rurală și să contribuie la eficientizarea utilizării mijloacelor de subvenționare [1]. Utilitatea și relevanța mecanismului de subvenționare poate fi apreciată dacă acesta asigură următoarele obiective:

1. Securitatea alimentară a țării;
2. Producerea produselor agricole cu valoare adăugată înaltă;
3. Utilizarea durabilă a resurselor funciare.

În contextul asigurării securității alimentare a țării, subvenționarea producătorilor agricoli poate să fie orientată spre susținerea a trei direcții principale:

1. Cercetările privind noile tehnologii de producție;
2. Promovarea și implementarea măsurilor de adaptare și atenuare a efectelor schimbărilor

climatice asupra producției agricole;

3. Sprijinirea eforturilor de diversificare a balanței alimentare (în cazul țării noastre, asigurarea din resursele interne a necesarului de legume, produse din carne și lapte).

Analizând repartizarea fondului de subvenționare în anul 2020 după categoria producătorilor agricoli am constatat că 521,3 mil. lei revine întreprinderilor mijlocii cu o pondere de 42,8% din valoarea totală a subvențiilor solicitate. Producătorii agricoli mici ocupă o cotă de 35,9%.

În regulamentul de subvenționare pentru anii 2017-2021 sunt stipulate criteriile de eligibilitate la subvenționarea producătorilor agricoli și plafonul (suma maximă) a subvențiilor în profilul măsurilor și submăsurilor.

Considerăm că stabilirea plafoanelor de subvenționare pentru fiecare măsură v-a asigura o utilizare eficientă a mijloacelor bănești. Sumele dedicate pentru subvenționarea măsurilor este cel mai important mijloc prin care se pot direcționa banii, astfel încât să fie atinse obiectivele de dezvoltare a agriculturii și a spațiului rural.

Studiul vizând repartizarea subvențiilor pe regiunile de dezvoltare în medie pe perioada 2018-2020 demonstrează (figura 2) că cota preponderentă a mijloacelor fondului de subvenționare îi revine regiunii Centru - 36,53%, ceea ce se explică că această regiune include 13 raioane administrative și cel mai mare număr de producători agricoli.

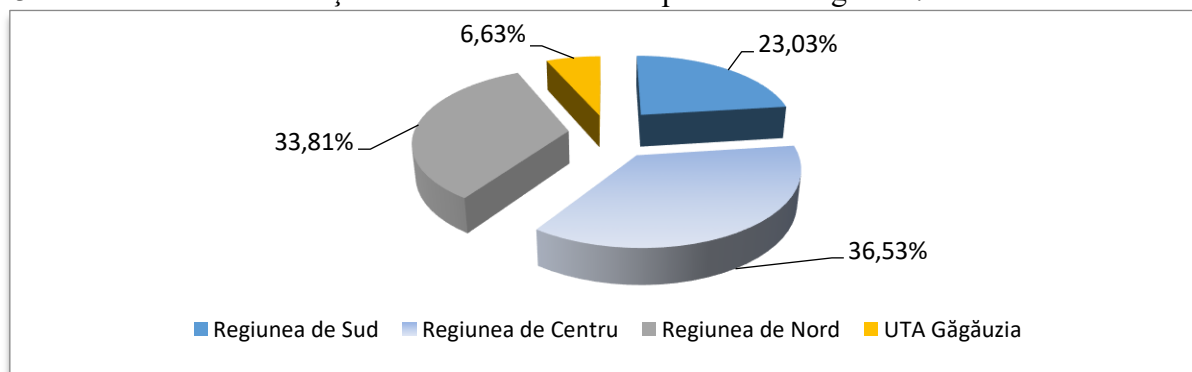


Figura 2 Repartizarea mijloacelor de subvenționare în profilul regiunilor de dezvoltare în perioada 2018-2020 (în procente)

Sursa: Elaborat de autori în baza informației Agenției de Intervenție și Plăți pentru Agricultură

Regiunea de Nord în perioada de referință a utilizat 33,81% din suma totală a

subvențiilor autorizate. Producătorii agricoli din regiunea Sud și UTA Găgăuzia au primit respectiv 23,03% și 6,63% din mijloacele fondului de subvenționare.

Din calculele efectuate rezultă că în perioada 2018-2020 suma subvențiilor la fiecare hectar de teren agricol în medie pe republică constituie 1154,2 lei, sau mai mult de 3,42 ori față de perioada 2015-2017 (figura 3).

Un nivel ce depășește media subvenționării pe republică și în celelalte regiuni de dezvoltare se atestă în regiunea Centru, unde subvențiile la hectar constituie 1952,9 lei, ceea ce semnifică o creștere de 5,31 ori față de perioada precedentă. Acest rezultat se datorează faptului că în regiunea Centru suma autorizată este mai mare față de alte regiuni, iar în al doilea rând suprafața terenului agricol este mai mică în comparație cu regiunea Nord mai mult de 2 ori. În regiunea Sud la fiecare hectar de teren agricol în 2018-2020 au fost alocate 1094,7 lei sau 3,32 ori mai mult decât în perioada 2015-2017. În regiunea Nord s-a constatat creșterea nivelului de subvenționare de la 213,2 lei/ha până la 888,5 lei/ha, sau de 3,2 ori în comparație cu media 2015-2017. Din prezentarea grafică (figura 3) rezultă că în UTA Găgăuzia se atestă o creștere relativ mai scăzută a nivelului de subvenționare în comparație cu celelalte regiuni.

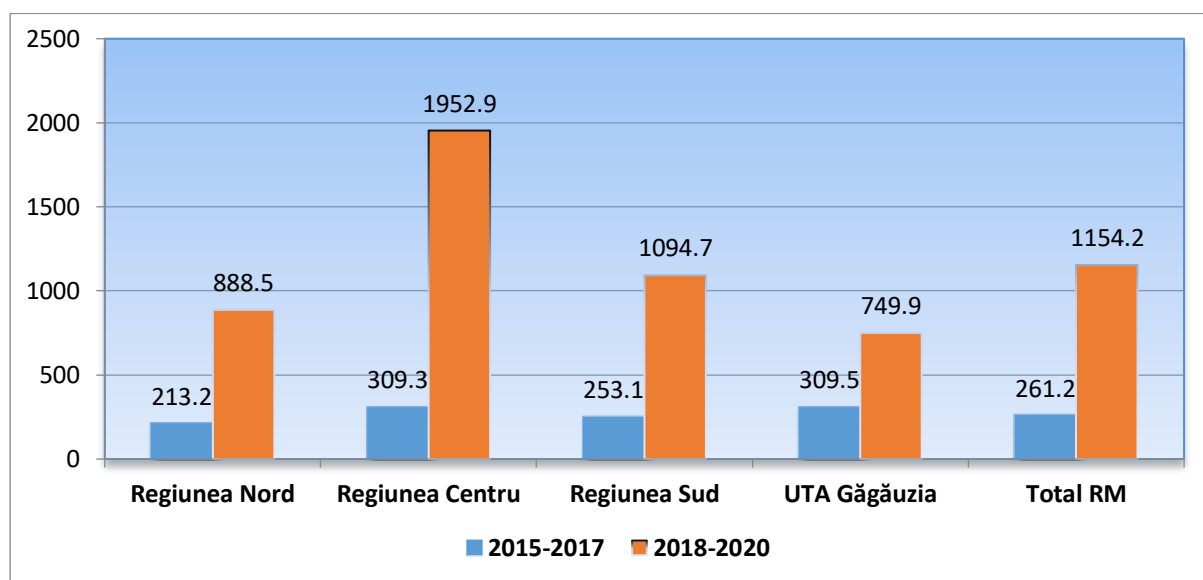


Figura 3. Dinamica subvențiilor în calcul la un hectar de teren agricol în profilul regiunilor de dezvoltare (lei/ha)

Sursa: Calculele autorilor în baza informației Agenției de Intervenție și Plăți pentru Agricultură și Agenției teritorial-cadastrale.

Datele prezentate în figura 3 ne permit să deducem că creșterea în dinamică a nivelului subvenționării este un rezultat al majorării considerabile a fondului de subvenționare în perioada 2018-2020 față de perioada 2015-2017.

Creșterea considerabilă a nivelului de subvenționare implică necesitatea aprecierii eficienței economice a mijloacelor de subvenționare.

Deoarece, în prezent nu există o metodologie în determinarea eficienței economice a mijloacelor subvenționării considerăm, că aprecierea eficienței economice a subvențiilor poate fi efectuată în baza ritmurilor de creștere după următoarele inegalități: $Rc\%VV > Rc\%Subv$, $Rc\%PB > Rc\%Subv$. În acest context suntem de părerea că principalii indicatori ce exprimă eficiența utilizării mijloacelor de subvenționare și a performanțelor întreprinderilor agricole sunt:

- veniturile din vânzări în calcul la un leu de subvenții;
- profilul brut la un leu de subvenții.

În tabelul 1 vom prezenta dinamica acestor indicatori și ritmurile de creștere.

Tabelul 1. Analiza eficienței utilizării subvențiilor în întreprinderile agricole din regiunea Centru în dinamică

Indicatorul	2018	2019	2020	Abateri în 2020 (±) față de:	
				2018	2019
1. Suma subvențiilor autorizate, mil lei	338,5	363,1	421,6	+83,1	+58,5
2. Ritmul de creștere a subvențiilor față de anul 2017, %	125,6	134,8	156,5	+30,9	+21,7
3. Venituri din vânzări, mil lei	4450,0	4305,0	3763,2	-686,8	-541,8
4. Ritmul de creștere a veniturilor din vânzări față de anul 2017, %	128,2	124,1	108,4	-19,8	-15,7
5. Profit brut, mil lei	961,7	908,7	790,9	-170,8	-117,8
6. Ritmul de creștere a profitului brut față de anul 2017, %	117,2	110,8	96,4	-20,8	-14,4
7. Revine la un leu de subvenții autorizate, lei:					
- Venituri din vânzări	13,15	11,86	8,93	-4,22	-2,93
- Profit brut	2,84	2,5	1,88	-0,96	-0,62

Sursa: Elaborată de autori în baza datelor AIPA și BNS.

Calculule efectuate în tabelul 1 denotă o creștere semnificativă în dinamică a sumei subvențiilor. Astfel, față de anul 2017 creșterea subvențiilor în întreprinderile agricole din regiunea Centru în 2020 a alcătuit 56,5%. Paralel se constată reducerea veniturilor din vânzări în ultimii trei ani, necâtând la faptul că acestea depășesc suma veniturilor din anul 2017. În dinamică se observă reducerea ritmurilor de creștere a veniturilor din vânzări de la 28,2% în 2018 până la 8,4% în 2020.

Analizând evoluția profitului brut (tab.1) constatăm o scădere de la 961,7 mil. lei în 2018 până la 790,9 mil. lei în 2020. În comparație cu anul 2017 se atestă creșterea profitului brut în 2018 cu 17,2% și în 2019 cu 10,8%. În anul 2020 față de 2017 se observă reducerea profitului brut cu 3,6%.

Comparând ritmul de creștere al subvențiilor cu cel al veniturilor din vânzări și al profitului brut observăm, că ritmul de creștere al subvențiilor depășește cu mult ritmul de creștere al veniturilor și al profitului brut, ceea ce atestă că în întreprinderile agricole din regiunea Centru are loc reducerea eficienței utilizării subvențiilor. Diminuarea eficienței subvențiilor se confirmă și de reducerea veniturilor la un leu de subvenții. Astfel, dacă în anul 2018 acestea alcătuiau 13,15 lei, apoi în 2020 la fiecare leu de subvenții s-a obținut doar 8,93 lei venituri din vânzări sau cu 32,1% mai puțin.

O situație similară se atestă și în cazul aprecierii eficienței economice a subvențiilor după profitul brut. În anul 2020 față de anul 2018 are loc reducerea profitului brut la un leu de subvenții cu 33,8%, iar în comparație cu anul 2019 acesta a scăzut cu 24,8%.

Deci, putem concluziona că odata cu creșterea nivelului de subvenționare în 2018-2020 are loc reducerea eficienței economice a mijloacelor de subvenționare. În situația creată considerăm că sunt necesare măsuri de monitorizare a structurii subvențiilor în profilul măsurilor de sprijin și folosirea lor concretă ținută pe obiectiv. Totodată menționăm că reducerea eficienței economice a subvențiilor este și consecința secetei îndelungate din anul 2020 care a cauzat diminuarea producției agricole mai mult de 3 ori față de perioadele

precedente.

În asemenea condiții pentru a studia influența subvenționării asupra performanțelor întreprinderilor agricole am selectat 72 entități din regiunea Centru în perioada 2016 – 2018. Rezultatele grupării întreprinderilor după suma subvențiilor alocate la un hectar de teren agricol (tab.2) constatăm următoarele:

Tabelul 2. Influența nivelului de subvenționare la modificarea performanțelor întreprinderilor agricole din regiunea Centru (în medie 2016-2018)

Indicatorul	Grupele de întreprinderi agricole după suma subvențiilor la un hectar de teren agricol, lei			Total, în medie
	mai puțin de 200,0	200,1-600,0	mai mult de 600,0	
1. Numărul de întreprinderi în grupă	31	21	20	72
2. Suma subvențiilor la un hectar de teren agricol în medie pe grupă, lei	112,5	459,2	1211,6	594,4
3. Suprafața terenului agricol în medie pe întreprindere, hectare	465,6	468,7	455,2	463,2
4. Costuri de producție la un hectar de teren agricol, lei	5567,4	6728,5	8967,7	7087,9
5. Revine la un hectar de teren agricol, lei:				
- venit din vânzarea produselor agricole	6766,1	8277,0	12407,8	9150,3
- profit din vânzarea produselor agricole	1198,7	1548,5	3440,1	2062,4
6. Rata rentabilității produselor agricole, %	21,53	23,01	38,36	29,1

Sursa: Calculele autorilor

1) În 31 întreprinderi agricole dețin o pondere de 43,5% (prima grupă) suma subvențiilor constituie doar 112,5 lei la un hectar de teren agricol ceea ce este o sumă insuficientă. La fiecare hectar de teren agricol în această grupă s-au investit aproape 5,6 mii lei și în rezultat s-a obținut profit în sumă de 1198,7 lei la hectar, rata rentabilității producției agricole fiind de 21,53%;

2) În întreprinderile grupei a doua unde suma subvențiilor la un hectar de teren agricol constituie 459,2 lei costurile de producție s-au mărit față de prima grupă cu 1161,1 lei la hectar și în rezultat s-a obținut profit în sumă de 1548,5 lei/ ha, sau mai mult decât în prima grupă cu 349,8 lei/ha. Rata rentabilității producției agricole în această grupă constituie 23,01%;

3) Din calculele efectuate în tabelul 2 rezultă că în perioada 2016-2018 din numărul total de întreprinderi 27,8% (grupa a treia) au alocat subvenții la fiecare hectar de teren agricol în sumă de 1211,6 lei sau aproape de 9,8 ori mai mult față de prima grupă. În grupa a treia se constată cel mai înalt nivel de investiții – aproape 9,0 mii lei la hectar și respectiv cele mai majorate sume de venituri și profit. Astfel, suma profitului constituie 3440,1 lei/ha sau mai mult de 1,9 ori decât în prima grupă. Rata rentabilității producției agricole este cea mai înaltă și constituie 38,36% ceea ce atestă că la fiecare leu de mijloace investite la producția agricolă întreprinderile grupei a treia au obținut 38,4 bani de profit, sau mai mult decât în medie pe totalitate cu 9,3 bani.

Rezultatele investigațiilor (tab.2) ne atestă că creșterea nivelului de subvenționare de

la 112,5 lei până la 1211,6 lei la hectar a contribuit la majorarea:

- investițiilor la un hectar de teren agricol cu 3,4 mii lei sau cu 61,1%;
- veniturilor din vânzări cu 5,64 mii lei/ha sau cu 83,4%;
- profitului din vânzarea produselor agricole cu 2,24 mii lei/ha sau aproape de 1,9 ori;
- ratei rentabilității producției agricole cu 16,83 puncte procentuale.

Pentru determinarea influenței cantitative a nivelului de subvenționare și a investițiilor alocate la hectar asupra performanțelor entităților agricole am aplicat modelul linear de corelație și regresie care exprimă legătura dintre profitul din vânzarea produselor agricole la un hectar de teren agricol (Y) cu următorii factori:

X1- suma subvențiilor la un hectar de teren agricol;

X2- costuri de producție la un hectar de teren agricol.

În rezultatul rezolvării modelului matematic am obținut următoarea ecuație de regresie [2]:

$$Y = -460,08 + 0,842 x_1 + 0,288 x_2$$

Testarea statistică a ecuației s-a efectuat în baza coeficientului corelației multiple - $R=0,716$, care ne atestă despre existența legăturii strânse dintre indicatorul rezultativ și factorii incluși în modelul matematic. Coeficientul de determinare multiplă $D=0,513$ demonstrează că 51,3% din variația profitului la hectar este determinată de factorii incluși în model.

Analizând coeficienții de regresie a ecuației constatăm următoarele:

- creșterea nivelului de subvenționare cu 1000 lei la hectar contribuie la majorarea profitului cu 842 lei/ha;
- creșterea costurilor de producție la hectar cu 1000 lei condiționează majorarea profitului cu 288 lei/ha.

Rezultatele investigațiilor noastre demonstrează că subvențiile alocate de către stat în susținerea producătorilor agricoli asigură creșterea considerabilă a veniturilor din vânzări, a profitului și a ratei rentabilității.

BIBLIOGRAFIE

1. CIMPOIEȘ, L. Eficiența alocării subvențiilor în sectorul agricol din Republica Moldova. In: Lucrări științifice, Universitatea Agrară de Stat din Moldova. 2013, vol. 37: Economie, p. 266-271
2. DOMBROVSCHI I. Estimarea rezultatelor activității operaționale în întreprinderile agricole din regiunea de Centru a Republicii Moldova. Rezumatul tezei de doctor în științe economice. Chișinău. UASM. 2019, 31 p.
3. LITVIN, A., DELIU, N. Rolul subvențiilor în susținerea producătorilor agricoli. In: Lucrări științifice, Universitatea Agrară de Stat din Moldova. 2013, vol. 37: Economie, p. 240-243
4. STRATAN, A. Eficientizarea funcționării sectorului agrar al RM: reflecții, probleme, sugestii. Chișinău, 2007. 272 p
5. TOMIȚA, P. Subvenționarea producției agricole în Republica Moldova și în unele țări ale UE. In: Lucrări științifice, Universitatea Agrară de Stat din Moldova. 2013, vol. 37: Economie, p. 72-77
6. ȚURCANU, P., NIREAN, E. Asigurarea subvenționată a riscurilor în agricultura Republicii Moldova. In: Știința agricolă. 2012, nr. 1, p. 87-91

VALORI COMPORTAMENTALE ȘI ORGANIZAȚIONALE: ASPECTE TEORETICE ȘI IMPLICAȚII PRACTICE ÎN CADRUL ORGANIZAȚILOR

Valentina POSTOLACHI, dr., conf. univ.
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *A strong organizational culture is diagnosed when its values are shared by all employees. In terms of values, the compatibility person-to-organization has become increasingly central to the debates of researchers and practitioners in the field, given the urgent need for organizations to attract and keep the most suitable employees. This paper presents the ways of defining and measuring compatibility, the relationships between compatibility and attitudinal and behavioral variables such as job satisfaction, commitment, job performance, but also a number of moderators who can interfere in these relationships.*

Keywords: *organizational culture, individual behavior, motivation, performance, human factor, behavioral values.*

Într-o economie de dezvoltare, factorul uman reprezintă cheia succesului unei organizații. Pe de o parte, organizațiile produc, prin structurile, mecanismele și finalitățile lor, un anumit tip de om, numit de către cercetătorul W. H. Whyte, Jr. - om organizațional, care manifestă un anumit tip de comportament, numit comportament organizațional. În altă ordine de idei, viața și eficiența organizațională sunt influențate mult de omul organizațional și de comportamentul acestuia în organizație. În rezultat, relația om-organizație, problemele distincte ale omului organizațional și ale comportamentului său au devenit obiectul cercetării specialiștilor în psihologia socială, în management, în economie etc., dar și un subiect de interes ale managerilor instituțiilor, care conștientizează, din ce în ce mai mult, că problemele oamenilor influențează decisiv succesul sau falimentul unei instituții. În această ordine de idei, un manager care își dorește să fie de succes, trebuie să conștientizeze faptul că problemele angajaților pot fi soluționate dacă se va acționa și asupra comportamentului acestora, respectând următorii pași:

- înțelegerea comportamentului;
- anticiparea și influențarea comportamentului;
- aplicarea unor serii de factori motivaționali;
- gestionarea corectă a situațiilor de stres și de conflict;
- luarea deciziilor adecvate cu scopul schimbării comportamentului.

Astfel, în baza celor relevate mai sus, ne-am propus scopul de a studia domeniul comportamentului organizațional pentru o ulterioară confirmare sau infirmare a rolului acestuia în activitatea de succes a instituțiilor, prin analiza variabilelor, a metodelor și tehnicilor de modelare a comportamentului angajaților și elaborarea unei programe de modelare a comportamentului organizațional pentru a o recomanda administrațiilor instituțiilor în vederea eficientizării activității organizațiilor.

Evoluția teoriei comportamentului organizațional și-a conturat unele aspect evidente, în special, în contextul abordării perspectivelor de dezvoltare a afacerilor contemporane. Tiparele vechi de management a organizațiilor au suferit metamorfoze importante sub impactul factorilor specifici. La nivel teoretic, comportamentul organizațional poate fi separat pe două părți de analiză sau prin prisma analizei modificării structurii organizaționale și, respectiv, pe baza analizei performanțelor factorului uman.

Un comportament este considerat drept organizațional dacă acesta reprezintă efectul unor procese organizaționale sau membrii organizației îi atribuie relevanță organizațională. Or, dacă drept finalitate a unei acțiuni a managerilor asupra comportamentului angajaților

apare un comportament nou, acesta este denumit comportament organizațional. În așa fel, comportamentul organizațional poate fi definit ca o putere activă de coordonare a resurselor umane ale întreprinderii, în scopul eficientizării activității respectivei organizații.

Comportamentul organizațional propune tehnici care facilitează controlul indivizilor. Cu toate că societatea modernă se bazează pe conceptul libertății individului, controlul comportamentului este urmărit de manageri ca un instrument valoros oferit de comportamentul organizațional în obținerea eficienței.

Comportamentul organizațional este un concept aplicat studiului sistematic al comportamentului oamenilor în cadrul grupurilor, inclusiv analiza naturii grupurilor, dezvoltării structurilor în cadrul grupului și între grupuri și procesul de producere a schimbării.

Scopul studierii comportamentului organizațional constă în: previzionarea și /sau controlul comportamentului individual și de grup pentru a ajunge la atingerea scopurilor manageriale care pot sau nu pot fi susținute în întreaga organizație.

Comportamentul organizațional capătă o importanță tot mai mare în societatea modernă. Astfel, se pot evidenția tendințe noi în modalitatea de a activa, cum ar fi dorința de a integra în organizație comportamente coordonate cu etica, dispariția formelor de centralizare masivă, influența asupra muncii în echipă, rolul noilor tehnologii și luarea în considerare a dorințelor mediului ocupațional.

În noile aspecte strategice ale întreprinderii, rolul managerului devine hotărâtor vizând comportamentul organizațional. Acesta trebuie să fie în stare să îndeplinească obiectivele stabilite, cu sprijinul echipei sale, păstrând motivarea și angajarea lor în organizație și gestionând cele patru funcții de bază în cadrul organizației: planificarea, organizarea, conducerea și controlul.

Formele de învățare a comportamentului organizațional sunt diferite, de exemplu, experiența personalului, lucrul în echipă, studiile de caz, etc.

Experimentul și atitudinea personală conduce deseori la apariția noilor constatări în studiul care vizează comportamentul organizațional efectuat de specialiștii din domeniu.

Un comportament organizațional devine obiect de studiu, dacă:

- instituția/firma are atitudini de natură să nu poată realiza obiectivele (întârzieri la plata salariilor care conduc la greve spontane, climat de muncă tensionat, care provoacă stres, stil de management inadecvat care generează confuzie și lipsă de responsabilitate ș.a.);
- este pricina sau rezultatul unor procese organizaționale pornite de managementul organizației sau de schimbări impuse organizației de mediul extern (reorganizări, retehnologizări, extinderea sau restrângerea activității sau domeniului etc.);
- angajații instituției acordă atenție unor aspecte ale comportamentului prin efectele asupra imaginii, funcționării sau performanțelor instituției (anumite date sau informații, atitudini publice ale membrilor echipei organizaționale care pot produce interes și motivație sporită, admirație și antrenare în atingerea scopurilor instituționale, sau, invers, retrairi, nesiguranță, orientarea spre alte activități).

Există multe definiții ale conceptului comportament organizațional, în continuare vom menționa, cea oferită de profesorul. Gheorghiu Căprărescu, care menționează, că, comportamentul organizațional este o ramură a psihologiei sociale menită să studieze și să modifice atitudinile și comportamentele oamenilor și grupurilor din cadrul organizațiilor pentru a asigura buna și funcționarea lor eficientă dar și să adapteze acestora la schimbările mediului în care activează.

În multe lucrărilor de specialitate, comportamentul organizațional reprezintă componentul essential al individului. Comportamentul organizațional este tratat ca o componentă mai puțin extinsă în literatura de profil, cu toate că are o importanță sporită pentru executarea corespunzătoare a atribuțiilor manageriale ale consumatorilor colectivi. Chiar și dacă există o serie de elemente comune, comportamentului economic al individului și

comportamentul organizației, acestea permit realizarea unor analogii, în același timp, elementele specifice a acestuia din urmă se conturează ca un domeniu distinct de cercetare.

Și în cazul în care se repetă unele teorii și concepte din domeniul psihologiei și sociologiei, cneptul ccomportamentul organizațional nu cuprnde și cauzele interne ale acestuia, respectiv atitudini sau personalitate, undamentele find axate pe identificarea căilor de influențare a comportamentului în direcția dorită de organizație.

Studierea și analiza comportamentului organizațional este importantă deoarece acesta se referă la oameni și natura umană. Și aici ne putem întrebar: cum au reușit atâtea persoane cu o practică bogată să greșească și să aducă la falimentul unor mari forganizații? Am putea să presupunem un răspuns la această întrebare bazat pe analizele comportamentale deoarece, trecând de interesul pentru anumite bunuri, evident, persoanele au acționat împotriva interesului lor personal.

Comportamentul organizațional include și analize interesante de succes, nu numai de eșec. Spațiul studierii comportamentului organizațional îl constituie înțelegerea oamenilor și managementul acestora pentru a active eficient.

Putem concluziona, că, comportamentul organizațional este considerată o disciplină aplicativă care dispune de metode științifice de cercetare și utilizează o abordare directă, specificând astfel că practicile manageriale trebuie să fie adaptate caracteristicilor contextuale. În condițiile în care comportamentul organizațional poate fi anticipat și explicat, el poate fi influențat și orientat în mod eficient.

Așa cum putem înțelege motivele prestării unui serviciu calitativ sau ale unui comportament etic, atunci putem acționa corect pentru a-l conduce eficient. Anticiparea și explicarea presupune analiza comportamentului organizațional, în timp ce administrarea acestuia reprezintă managementul. Este regretabil, să vedem mai multe exemple în care conducătorii acționează fără analiză, căutând o soluție rapidă a problemei. Adeseori, rezultatul este dezastruos. Nu înseamnă că nu avem nevoie să supraanalizezi o problemă. Putem spune, că e nevoie să acționăm și să tratăm problema cu o înțelegere sistematică a științei comportamentale. Comportamentul oamenilor în grup este diferit de cel individual și constituie mult mai mult decât suma comportamentelor individuale. Astfel, instituțiile nu constituie doar suma simplă a comportamentelor membrilor grupurilor din care fac parte.

Componente ale comportamentului organizațional

Comportamentul organizațional reprezintă un termen aplicat studiului sistematic al comportamentului indivizilor în cadrul grupurilor, inclusiv analiza naturii grupurilor, dezvoltării structurilor în cadrul grupului și între grupuri și procesul de implementare a schimbării.

Scopul studierii comportamentului organizațional constă în previzionarea și /sau controlul comportamentului individual și de grup pentru a contribui la obținerea scopurilor manageriale, care sunt sau nu fi împărtășite în întreaga instituție)

Cultura organizațională a companiei

În cele ce urmează ne vom referi la o teorie asupra culturii organizaționale susținută de Hall, Schein, Denison și Hofstede care este atribuită la faptul că orice cultură creată de o anumită organizație își conservă și își ascunde componentele esențiale și modalitățile de funcționare într-o măsură mai mare decât sunt prezentate chiar și dacă cultura organizațională este ascunsă de proprii ei membrii.

În acest fel, cultura organizațională a oricărei organizații reprezintă atât o cultură de suprafață (limbaj, reglementări legale, elemente materiale etc.), cât și o cultură ascunsă (norme și reguli unanim acceptate, credințe și prezumții, modele de comportament etc.).

În contextual acestei teorii, Kotter și Heskett descriu două nivele ale culturii unei organizații: unul invizibil și puțin probabil de schimbat ce cuprinde valorile împărtășite de toți membrii echipei, cu influență asupra comportamentului colectiv și un al doilea, vizibil și mai

ușor de schimbat, care se referă la normele de comportament care se referă noilor membri, norme concordante cu sistemul de valori acceptat de către toți membrii echipei.

Cercetătorul Schein propune trei nivele de manifestare a culturii organizației, printre care primele două, prezumțiile fundamentale și valorile, sunt considerate că fac parte din cultura organizațională ascunsă a firmei și ultimul nivel, cultura materială, constituie partea vizibilă, de suprafață a culturii.

În altă accepțiune, savantul Denison, propune patru nivele ale culturii unei firme. Ele sunt prezentate de la cele mai vizibile, până la cele mai ascunse elemente ale culturii. În așa mod, cultura materială, perspectivele (norme și reguli aplicabile și considerate drept comportamente soluții la problemele uzuale etc), valorile și prezumțiile/modele predictive (credințele membrilor organizației despre organizație, sistemele, procesele și activitățile ei, despre relațiile umane din firmă, etc) constituie cele patru nivele.

Există și alte teorii, spre exemplu cercetătorii Hall și Hofstede descriu cultura organizației pornind de la momentul în care aceasta apare și se manifestă. Hall a propus trei nivele la care se pot manifesta toate „sistemele de mesaje primite”: nivelul formal – conceptele sunt studiate pe principiile de percepție și persuasiune prin intermediul unor exemple conceptuale și/sau comportamentale; nivelul informal – folosește modele comportamentale noi, creative; nivelul ethnic - ce se transferă în termeni expliți.

Hall și Hofstede au propus două tipuri de contexte ale organizațiilor în care se implementează culturi cu trăsături specifice: context înalt (datele sunt mai mult implicate, doar o parte mai mică de informații fiind codificate de cele mai multe ori prin limbaj) și context mai scăzut (majoritatea informațiilor sunt transmise printr-un cod explicit).

Chiar și dacă nu a fost dezvoltată o metodă definitivă de evaluare a culturii organizației, putem spune, că o analiză pertinentă se poate efectua pe baza următoarelor caracteristici:

- inițiativa individuală (nivelul de responsabilitate și libertate al oamenilor);
- integrarea (acțiune în care subunitățile instituției sunt încurajate să procedeze coordonat);
- suportul propus angajaților de manageri;
- identitatea (măsura în care angajații se identifică cu organizația);
- managementul timpului;
- condiții de recompensare (pentru performanța angajaților sau favoritismul);
- manifestarea față de risc (gradul în care personalul este încurajat să fie inovativ și să-și asume anumite responsabilități și riscuri);
- manifestarea în situații de conflict (modul în care salariații sunt orientați spre critică deschisă și modul de soluționare a conflictelor);
- modalități de comunicare (restricționate la ierarhia formală sau nu); controlul (numărul de reguli, amploarea supravegherii directe a angajaților).

Pentru orice organizație, punctul de unde începe identificarea oportunităților și amenințărilor, ce-i pot determina dezvoltarea sau falimentul, îl reprezintă cunoașterea și analiza mediului organizațional. Deci, se impune cunoașterea conținutului și cerințelor mediului, a modificărilor cantitative și calitative care apar în sfera lui și chiar anticiparea evoluției mediului astfel, încât organizația în întregime, grupurile și indivizii ce activează în ea să aibă posibilitatea de a-și adapta comportamentul la eventualele schimbări ale acestuia. Impactul mediului organizațional asupra comportamentului reiese din definiția acestuia, conform căreia „Mediul organizațional constituie ansamblul de elemente din exteriorul (mediul exterior) și din interiorul (mediul interior) organizației care influențează funcționalitatea și performanțele economice, sociale, tehnice, etice etc. ale acesteia”. Funcționalitatea este fundamentul eficacității și eficienței unei organizației, fiind constituită din capacitatea produselor, obiectelor, sistemelor manageriale și a celor de organizare etc. de a-și realiza corespunzător funcțiile. La rândul său, sistemul managerial cuprinde ansamblul

elementelor care caracterizează managementul organizației din diferite puncte de vedere (decizional, organizatoric, informațional, motivațional etc.) și prin intermediul cărora sunt exercitate procesele și relațiile manageriale cu scopul realizării eficacității și eficienței unei organizații. Și în final, la realizarea unui sistem de management sunt luate în considerare diferite elemente specifice oricărei organizații, așa ca: profilul, dimensiunea și structura resurselor umane, materiale și financiare; potențialul și mentalitatea resurselor umane; poziția firmei în mediul economic național și internațional. În așa fel, vedem că mediul organizațional, influențând funcționalitatea organizației, acționează și asupra comportamentului organizațional al acesteia.

Așadar, în scopul realizării obiectivelor sale de a produce bunuri sau servicii, organizația trebuie să se structureze în funcție de gradul de stabilitate a mediului extern, să-și completeze personalul cu oameni care sunt de acord să-și adapteze comportamentul la exigențele postului, să întrunească angajații în grupuri coezive caracterizate de comportament de susținere și ajutor reciproc și să asigure un mediu intern optim de lucru.

După cum a fost menționat, comportamentul organizațional definește o arie interdisciplinară al cărei scop este de a înțelege și a gestiona mai bine resursele umane în organizație prin comportamentul lor. Din acest motiv, în procesul de realizare a respectivului obiectiv, comportamentul organizațional folosește cunoștințe, metode și tehnici din zonele de interes ale mai multor discipline. Cu toate că nu conferă celor care o studiază o specializare profesională în sine, comportamentul organizațional este o disciplină orizontală care prezintă interes pentru fiecare specializare profesională, meserie, funcție. Orice individ (grup de indivizi) care intenționează să fondeze o afacere – mică sau mare, publică sau privată – trebuie să studieze comportamentul organizațional, pentru a anticipa, explica și gestiona eficace comportamentul indivizilor care vor activa în organizația lui. Anticiparea, explicarea și gestionarea comportamentului indivizilor și al grupurilor sunt condiționate de existența unui sistem de cunoștințe care provin, deopotrivă, din teorie, cercetare și experiență practică în comportamentul organizațional

La temelia comportamentului organizațional se regăsește comportamentul individual al managerilor și al subordonaților, care apare ca urmare a interacțiunii între personalitate și mulți factori de mediu. Multitudinea de personalități care se intersectează cu diferite medii organizaționale rezultă într-o multitudine de comportamente. Reieșind din aceste motive, evaluarea comportamentului tinde spre estimarea dependenței modului de comportare a salariaților în instituții de diferențele lor individuale.

Printre cele mai relevante și frecvente probleme cu care se confruntă instituțiile la subiectul comportament organizațional țin de variabilele: managementul diversității comportamentale, leadershipul, comunicarea în calitate de factor de modelare al comportamentului, stresul, conflictul, formele de motivare pozitivă etc.

În opinia noastră, motivul neimplicării managerilor în rezolvarea conflictelor ar fi că aceștia, fiind convinși că cei implicați știu mai bine decât altcineva problemele apariției conflictului, părțile implicate sunt lăsate de sine stătător să se clarifice, iar situația de conflict să se rezolve de la sine. Este necesar de menționat, că managerii instituțiilor nu conștientizează consecințele distructive ale comportamentelor angajaților în timpul situațiilor de conflict. În altă ordine de idei, modalitățile de motivare oferă posibilitate oamenilor să presteze o muncă ce presupune optimizarea realizărilor profesionale și recunoașterii sociale, posibilități de avansare sau promovare. Analizând nivelul de folosire a factorilor motivaționali concluzionăm, că foarte puțini manageri țin cont de abilitățile comportamentale ale salariaților săi utilizând metode și tehnici moderne de motivare a personalului firmei. Aceste și alte cauze servesc drept temei la apariția comportamentelor contraproductive ale angajaților.

Mai mulți cercetători, care au analizat cultura organizațională, constată că orice schimbare organizațională merită să fie începută cu o schimbare culturală sau cel puțin să țină cont de aceasta.

Majoritatea transformărilor în cadrul instituțiilor necesită o schimbare de comportament, atitudini, iar altele din ele, trebuie să-și schimbe mentalitatea. Schimbarea mentalității necesită schimbarea valorilor, normelor, credințelor, principiilor, care, de fapt, este temelia culturii unei persoane, dar și a unei instituții. Tocmai din acest punct de vedere, cultura organizațională trebuie să fie pe agenda de lucru a managerilor organizațiilor, Spre regret, realitatea cotidiană ne demonstrează contrariul. Mai mulți specialiști din diverse domenii: economic, managerial, sociologic, psihologic constată că, într-o instituție, cultura acesteia constituie, nu doar un element de bază care se află în continuă schimbare, dar un imperativ al timpului în care angajații optează pentru funcționalitatea și performanțele obținute.

Concluzii.

Potrivit teoriilor manageriale moderne, obținerea performanței într-o organizație este de neconceput fără o cultură organizațională care reprezintă un instrument regulatoriu de creștere a eficienței managementului contemporan. Datorită existenței sale într-o instituție, acest factor are o importanță și sub alte aspecte, printre care, o influență majoră o au următoarele aspecte: cultura reprezintă o componentă esențială a managementului strategic, aceasta constituie o parte componentă a planului de dezvoltare strategică. Cu alte cuvinte, cultura constituie un factor cheie de gestionare managerială.

Existența și promovarea unei culturi organizaționale pozitive și puternice contribuie la evitarea unor probleme manageriale, de gestiune și control. Acest aspect servește drept punct de reper pentru fiecare membru al colectivului de muncă. Salariații care activează într-o instituție cu impact cultural puternic își cunosc aspirațiile și așteptările sale, iar prezența și respectarea normelor culturale constituie temelia identificării angajamentului personal. În același timp, o cultură organizațională într-o instituție de succes reprezintă mai mult decât o metodă modernă al managementului și reprezintă un mod de viață în cadrul organizațional susținut de elementele sale precum: încrederea, integritatea personală și o viață împărtășită cu toți membrii echipei într-o organizație.

BIBLIOGRAFIE:

1. Albu N., Albu C. Instrumente de management al performanței, control de gestiune, vol. II. București: Ed. Economică, 2003, 272 p.
2. Androniceanu A. Managementul Schimbărilor. București: ALL, 1998, p. 97.
3. Androniceanu A. Noutăți în managementul public. București: ASE, 2003, pag. 217.
4. Burduș E., Căprărescu Gh. Fundamentele managementului organizației. București: Ed. Economică, 1999, p. 182 – 206.
5. Cole G. A. Management: teorie și practică. Chișinău: Știința, 2004, p. 96
6. Comănesu M. Management European. București: Ed. Economică, 1999, p. 103
7. Deal T. E., Kennedy A. A. Corporate Cultures. The Rites and Rituals of Corporate Life. Addison-Wesley, Reading, 1982.
8. Dygert Ch. B., Jacobs R. A. Managementul culturii organizaționale: pași spre succes. Iași: POLIROM, 2006, 180 p.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ: ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ПУТИ АДАПТАЦИИ

Анна СОКОЛОВА

Государственный Университет Молдовы

Анастасия БУЗОВИЧ

*Российский университет дружбы народов, Москва, Российская
Федерация*

Abstract. According to various sources today, a part of small and medium-sized businesses, which are in a critical situation due to the influence of the pandemic amounts to about 20-25%. The most susceptible risks have the companies depending on the limited number of trading partners, and companies that have no integrated planning. The use of traditional recovery plans is not enough to solve problems associated with the spread of a pandemic. From the point of view of planning activities in a pandemic situation, companies should pay more attention to the geographical concentration of significant directions and functions, such as technology, equipment, business processes. The problem of survival can be flexibility and measures of anti-crisis and systemic support from the state. The leading adaptation tools to the existing crisis conditions are business diversification, floating schedule, rotation, remote work format, reducing budgets for current expenses, adjustment of prices and tariffs, etc. Certificate priority anti-crisis events during a pandemic should be: coverage of several business areas, fast adaptation of the business for the needs of the market, the creation of reserve funds of the company, the creation of flexible digital workplaces, remote personnel format, strict regulations for work with payables and receivables, creating Company information security and many others. Maintaining financial sustainability requires adaptation of existing business planning systems to more uncertain business conditions. The head becomes the introduction of anti-crisis management and a skillful operational response to new threats.

Keywords: financial stability, business destabilization, planning, pandemic, business adaptation, crisis management.

Уже около двух лет мировая экономика в целом и бизнес в Р.Молдова в частности испытывают негативное влияние от пандемии COVID-19. Многие предприятия сократили объемы производства и продаж или приостановили деятельность вообще в этот период, т.к. вступили в силу различные сдерживающие меры, среди которых ограничения в передвижении, обязательная социальная дистанция, работа на дому. Ранее эффективные предприятия внезапно подверглись острому экономическому и финансовому кризису. Многие компании столкнулись с такими проблемами и негативными тенденциями как снижение выручки, потеря массы клиентов, перебои в процессах логистики, общий кризис в деятельности, кадровый «голод», резкое снижение спроса на выпускаемую продукцию (услугу), невыполнение или ненадлежащее выполнение партнерами по бизнесу своих обязательств, снижение доступности необходимого для осуществления операционной деятельности сырья, отсутствие сотрудников на рабочих местах, ненадлежащий поток денежных средств, неопределенность в будущем развитии [5]. По различным источникам на сегодняшний день доля компаний малого и среднего бизнеса, которые находятся в критическом положении составляет около 20-25%. В первую очередь пострадали компании, зависящие от ограниченного числа торговых партнеров, и компании, у которых отсутствует интегрированное планирование. Больше всего пострадала сфера обслуживания.

При этом многие предприятия практически сразу стали разрабатывать различные планы устойчивого развития, внедряя антикризисное управление, обеспечивающие непрерывность и бесперебойность бизнеса. Однако эти планы, эффективные для целого

ряда случаев оздоровления бизнеса, в большей части не срабатывают в настоящее время. Применение традиционных планов оздоровления недостаточно для решения проблем, которые возникли в связи с распространением пандемии. Существенным отличием сегодняшней ситуации от других случаев дестабилизации бизнеса является ее продолжительность, серьезность и масштаб воздействия. Это должно заставить организации выйти за рамки традиционных стратегий планирования бизнеса.

Отличительными особенностями возникающих проблем при дестабилизации бизнеса в период пандемии являются [1]:

1. Системный характер потрясений, т.к. под влиянием оказывается каждый субъект бизнеса (персонал, поставщики, потребители, конкуренты и т.д.).
2. Тотальное стремительное распространение с серьезным эффектом.
3. Расширенное и более длительное действие (уже около двух лет).
4. Ограничение доступа к основной инфраструктуре (общественный транспорт, связь, интернет, электроэнергия).
5. Обязательное взаимодействие и координация работы с государственными и правоохранительными органами, медицинскими учреждениями.

В настоящее время можно наблюдать, как компании применяют различные подходы для смягчения финансовых и операционных рисков и выхода из кризисных ситуаций.

Так, в июне 2020 года Аналитическим центром НАФИ (РФ) был проведен опрос предприятий микро-, малого и среднего бизнеса Российской Федерации. Анкетировано 500 представителей бизнеса всех отраслей экономики в различных регионах России. В качестве участников опроса выступали как собственники бизнеса, так и первые лица компаний, и индивидуальные предприниматели. Согласно проведенным исследованиям по вопросу применяемых мероприятий в период пандемии были получены следующие результаты [4] (см. таблицу).

«Что предпринимало Ваше предприятие в период карантина?»

Возможные мероприятия	% предпринимателей
Сократили бюджеты (на маркетинг, информационные технологии, НИОКР, разработку продуктов и т. д.)	22
Перевели бизнес в онлайн	20
Внесли коррективы в ценовую политику (изменили цены, тарифы)	17
Сосредоточились на главных направлениях своего бизнеса	14
Скорректировали систему закупок (например, сменили поставщиков, сократили объемы закупок)	11
Переориентировали свой бизнес (стали предлагать новые продукты и услуги)	10
Оптимизировали логистику	9
Перестали работать / закрылись	5
Другое	6

Источник: Аналитический центр НАФИ [4]

Результаты исследования НАФИ показали, что, несмотря на сложности, многие предприниматели существенно не изменили свои стратегические планы на будущее. Так, 52% предпринимателей сообщили, что карантин не повлиял на их бизнес-планы, а 8% заметили, что благодаря пандемии нашли новые идеи, новые способы ведения бизнеса. Другие 40% предпринимателей указали, что планы пришлось поменять. Большая часть респондентов (70%) предприняли те или иные меры для адаптации к

кризисной ситуации. В ТОП-3 таких мер входят сокращение бюджетов на текущие расходы, переход в режим онлайн и корректировка ценовой политики. Из тех, кто перевел бизнес в онлайн режим (60%), считают, что это помогло компании стать даже эффективнее [4].

Приблизительно в тот же период, что и НАФИ (апрель 2020 года), Всемирный банк провел «Опрос предприятий в Молдове». Опросу подверглись те же самые организации, с которыми проводились интервью в 2019 году [9]. Таким образом, была получена возможность сравнить характер введения бизнеса молдавскими предпринимателями до и во время пандемии по таким параметрам, как продажи, занятость, платежеспособность, возможности и ожидания. Результаты исследования показали, что почти 20% предприятий в Молдове пострадала от экономического кризиса, вызванного необходимостью прекратить деятельность. Больше всего пострадала сфера обслуживания (ресторанный и гостиничный бизнес, туризм, предприятия социально-культурной сферы услуг), где коэффициент прекращения деятельности достигает 20%. По сравнению с 2019 годом годовой объем продаж снизился в среднем на 57%. При этом предприятия малого бизнеса в большей степени ощутили на себе эту негативную тенденцию. Существенный спад объемов продаж испытали предприятия с численностью от 5 до 19 сотрудников, а также малые предприятия, занятые в производстве. Приблизительно 13% компаний применили процедуру сокращения штата персонала. Более 45% компаний вынуждены были задерживать выплаты поставщикам и по налоговым обязательствам. Из положительных тенденций было выявлено, что около 30% компаний расширили свою деловую онлайн активность, а 25% из них отметили увеличение доставки товаров или услуг. Около 19% предприятий адаптировали свои продукты или услуги в связи с пандемией; при этом крупные компании реагируют быстрее, чем предприятия малого бизнеса. На момент проведения интервью 16% компаний, участвовавших в опросе 2019 года, были временно закрыты, а более половины закрылись в какой-то момент сразу после вспышки COVID-19 [9].

Планируя деятельность в условиях пандемии, организациям необходимо активировать всевозможные способы удаленной работы для своих сотрудников. Предприниматели должны инвестировать в инструменты, позволяющие персоналу работать удаленно в режиме онлайн, постоянно анализировать оперативную способность в целях организации удаленной работы и разрабатывать стратегию и процедуры, позволяющие решать критические задачи, которые не могут быть выполнены онлайн.

Эти процедуры достаточно хороши для предприятий сферы услуг. Однако такие меры практически не подходят для производственных организаций. Для них приоритетным в период пандемии должна стать грамотная организация цепочки поставок продукции. Акцентировать особое внимание следует географической концентрации значимых направлений и функций, таких как технологии, оборудование, бизнес-процессы. В данном контексте в качестве разумных мероприятий управления рискам приоритетными должны стать методы диссипации рисков, являющиеся более гибкими инструментами. Компании должны диверсифицировать своих поставщиков, клиентов и других своих значимых контрагентов по всем географическим направлениям, чтобы не допустить возникновения сбоев по отдельным бизнес-процессам и повышения риска из-за региональных сбоев; привлекать альтернативных поставщиков и грамотно планировать функции, предполагающие большой объем ручных операций. Компании должны сформировать четкое представление о своих критически значимых контрагентах (поставщиках, партнерах, клиентах, конкурентах), их программах устойчивого развития и наличных ресурсов [1].

Важное значение для сохранения своих клиентов должно иметь эффективное

информационное взаимодействие с ними. Последовательное и своевременное распространение информации является важнейшим инструментом в период ограничения доступа к основной инфраструктуре. Следовательно, для обеспечения эффективного обмена информацией с заинтересованными сторонами компаниям необходимо разрабатывать грамотную стратегию информационного взаимодействия, выявляя и внедряя альтернативные варианты действий в ситуации, когда корпоративные коммуникации сосредоточены в одном месте.

Безусловным приоритетом компаний во время пандемии должна быть безопасность и благополучие ее персонала. Для компаний крайне важно иметь возможность следить за ситуацией, обеспечивать безопасное рабочее место и предлагать своим сотрудникам необходимую поддержку, поскольку человеческие ресурсы – главный ресурс любой организации.

Компаниям также необходимо усовершенствовать внутренние организационные регламенты, с учетом делегирования полномочий как минимум на несколько уровней ниже основных ответственных лиц, для обеспечения своевременного принятия управленческих решений.

Важное значение приобретает анализ текущих дел и задач, установление их приоритетов и определение тех из них, которые имеют первостепенное значение для предприятия с целью обеспечения эффективного перераспределения ресурсов компании. Организациям необходимо иметь четкую и документально оформленную программу приоритета этих задач, в которой должны быть изложены экономически обоснованные мероприятия, направленные на снижения степени риска по ним, а также проработанный механизм управления в виде антирисковых мероприятий для принятия решений, обеспечивающих приемлемый уровень риска.

Не последнее место в реструктуризации бизнеса во время пандемии должна занимать переоценка и актуализация процессов бизнес-планирования с акцентом на анализ основных внутренних и внешних факторов, влияющим на финансовые показатели предприятия. Используя эти данные и нормативный подход к планированию, компании смогут значительно сократить сроки формирования прогнозов и планов, что позволит оперативно реагировать на изменяющуюся среду. В первую очередь необходимо внедрять краткосрочный и среднесрочный инструмент прогнозирования денежных потоков, в том числе с использованием скользящего прогноза, разрабатывать краткосрочные стратегии по обеспечению ликвидностью компании, исходя из складывающихся обстоятельств развития пандемии [2].

Ключом выживания компаний в период пандемии может стать гибкость и меры антикризисной и системной поддержки от государства.

Ведущими инструментами адаптации к существующим условиям кризиса становятся диверсификация бизнеса, плавающий график, ротация, дистанционный формат работы, сокращение бюджетов на текущие расходы, корректировка цен и тарифов и т.д.

Исследование Стэнфордского университета показало, что при грамотной организации удаленного рабочего процесса эффективность сотрудников вырастает в среднем на 14% [8]. При этом компании получают возможность сэкономить на арендных и коммунальных платежах за счет отказа от части офисных помещений, а сервисы для видеоконференций, электронный документооборот и другие современные технологии позволяют сделать дистанцию между людьми практически незаметной.

Для поддержания финансовой устойчивости в период пандемии компании в первую очередь должны тщательно прорабатывать будущие сценарии действия, ответные меры, в условиях готовности ведения бизнеса при длительных периодах простоя, полного прекращения работы основного вида деятельности, увеличении времени отсутствия на рабочем месте большей части сотрудников и т.п.

Анализ СМИ и интернет-источников позволил выделить наиболее значимые мероприятия по адаптации бизнеса к современным реалиям в период пандемии [3] [6] [7]:

- Охват бизнесом нескольких направлений деятельности.
- Быстрая адаптация бизнеса под потребности рынка.
- Создание резервных фондов компании (крайне необходима финансовая подушка безопасности).
- Удаленный формат работы персонала (перевод сотрудников на удаленную работу).
- Создание гибких цифровых рабочих мест (Elastic Digital Workplace).
- Создание информационной безопасности компании.
- Грамотное оформление договоров (через регламент правильного заключения сделок).
- Автоматизация повседневных задач с использованием различных моделей «человек + машина».
- Активное использование цифровых технологий в своей коммерческой деятельности.
- Повышение эффективности использования контакт-центров (возможные варианты цифровых каналов).
- Постоянное обновление знаний о клиентах (необходимо изучать исследования о рынке, проводить короткие опросы, задавать вопросы покупателям).
- Завоевание и поддержание руководством компаний доверия среди своих сотрудников.
- Комбинирование работы онлайн и офлайн.
- Работа над узнаваемостью и лояльностью (самое главное в бизнесе – товарный знак).
- Четкий регламент по работе с дебиторской задолженностью и доходной частью.
- Строгий регламент по работе с кредиторской задолженностью и расходной частью.
- Антикризисная процедура и дорожная карта потенциальной процедуры банкротства.
- Определение статей активов, которые имеют приоритетную ценность и разработка методологии спасения этих активов (таких как товарный знак, know-how, производственные мощности и т.д.).
- Максимальное сокращение сроков выхода новой продукции/услуги на рынок (важнее быстро запустить неидеальный продукт и дорабатывать его на ходу, чем долго над ним работать и упустить момент, т.к. планы быстро теряют свою актуальность).

Пандемия заставляет бизнес адаптироваться к современным реалиям, изменять внутренние процессы в работе, перестраивать отношения с клиентами и партнерами, применяя всевозможные инструменты защиты от кризиса в условиях риска и неопределенности.

Однако без финансовой устойчивости невозможно поддерживать коммерческую и операционную деятельность. Поддержание финансовой устойчивости требует от фирм адаптации и существующих систем бизнес-планирования к более неопределенным условиям ведения бизнеса. Во главу угла становится внедрение антикризисного управления, риск-ориентированного менеджмента и умелое оперативное реагирование на новые угрозы.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. COVID-19 и планирование в условиях пандемии: Какие ответные меры должны принять компании? https://www.ey.com/ru_by/covid-19/covid-19-and-pandemic-planning--how-companies-should-respond
2. COVID-19: Советы выживания для бизнеса. <https://home.kpmg/kz/ru/home/insights/2020/04/business-survival-tips.htm>
3. COVID-19: влияние коронавируса на человека и бизнес. <https://www.accenture.com/ru-ru/about/company/coronavirus-business-economic-impact>
4. Бизнес после пандемии: восстановление от шока. <https://nafi.ru/analytics/biznes-posle-pandemii-vosstanovlenie-ot-shoka>
5. Кононов Д. Лекарство от банкротства: какие уроки извлек бизнес в период пандемии. <https://orbesforbusiness.ru/lekarstvo-ot-bankrotstva-kakie-uroki-izvlek-biznes-v-period-pandemii>
6. Махмутов Т.А. Как коронавирус меняет работу малого и среднего бизнеса: закрытие магазинов, поддержка государства и время стартапов. <https://ach.gov.ru/news/kak-koronavirus-menyaet-rabotu-malogo-i-srednego-biznesa-zakrytie-magazinov-podderzhka-gosudarstva-i>
7. Растущее воздействие COVID-19 на частный сектор Молдовы <https://blogs.worldbank.org/ru/europeandcentralasia/rastuschee-vozdeystvie-covid-19-na-chastnyy-sektor-moldovy>
8. Уроки для бизнеса: чему научила пандемия. <https://www.advgazeta.ru/ag-expert/advice/uroki-dlya-biznesa-chemu-nauchila-pandemiya>
9. Эксперты: малый бизнес смог выжить в пандемию, но говорить о полном восстановлении рано. <https://tass.ru/ekonomika/10575241>

TINERII NEET – BARIERE ȘI OPORTUNITĂȚI PENTRU LANSARE ÎN CARIERĂ

Mihaela BALMUȘ-ANDONE

Universitatea de Stat din Moldova

Ana-Maria CELAN

Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți

Abstract. The problem of matching the skills offered to university graduates and the requirements imposed by employers is becoming more and more acute. The solution to the problem consists in the dialogue of all participants in the labor market, increasing the role of employment services, finding an algorithm for connecting employers and universities in the process of developing students' skills. The purpose of the study is to formulate the main features of the modern transition process "study - work" for graduates.

Keywords: career, efficiency, job, NEET, young specialist.

Accesul tinerilor la educație și ocupare constituie o prioritate și o problemă de mare actualitate pentru Republica Moldova, acestea fiind determinate de existența diferitor dificultăți privind integrarea tinerilor în sistemul educational/pe piața forței de muncă, astfel valorificându-se într-o măsură redusă potențialul în vederea inițierii unei cariere profesionale. Indicatorii tradiționali prin care se caracterizează forța de muncă și participarea ei în câmpul muncii (rata de activitate/ inactivitate, de ocupare/ șomaj) nu desemnează informații complete pentru a putea fi evaluat gradul de integrare al tinerilor pe piața muncii și lansarea în cariera, eventual, sperată. Astfel, pentru o mai bună redare a situației tinerilor, în special inactivitatea și vulnerabilitatea lor pe piața muncii, atât organizațiile internaționale, cât și actorii instituționali locali, cercetătorii, tot mai des utilizează conceptul de *tineri NEET*. Termenul original vine din limba engleză și semnifică „*Not in Employment, Education or Training*”, reprezentând un acronim pentru acesta [3]. Astfel, grupul NEET include tinerii în vârstă de 15-29 ani, care nu fac parte din populația ocupată, nu studiază în cadrul sistemului formal de educație și nu participă la niciun fel de cursuri sau alte instruiți în afara sistemului formal de

educație. Deși relativ recent, acest concept este unul actual pentru Republica Moldova, reflectând situația tinerilor pe piața forței de muncă.[2] Conform BNS, în anul 2020, ponderea tinerilor NEET a constituit 26,04% din numărul total de tineri cu vârsta cuprinsă între 15 și 29 ani, exceptând persoanele plecate peste hotare la lucru sau în căutare de un loc de muncă (Tabelul 1). Acest fapt semnifică că fiecare al patrulea tânăr din Republica Moldova are statut NEET.

Din informațiile prezentate în Tabelul 1, se remarcă faptul, că din cele trei categorii de vârstă, intervalul 20-24 ani este cel care corespunde perioadei studiilor superioare, în esență fiind perioada în care tânărul își planifică sau, în unele cazuri, chiar se lansează în carieră. Astfel comparând valorile înregistrate în acest interval cu numărul de tineri NEET, constatăm valori destul de apropiate (de ex.: ponderea NEET în categoria de vârstă 20-24 ani constituie $m \approx 85\%$ în ultimii doi ani). Acest rezultat ne conduce spre concluzia, că tinerii sunt mult mai puțin atrași de a face o facultate, mai mult ca atât preferă să nu se implice nici în alte tipuri de activități social utile. Raportându-ne la datele BNS, în anul 2020 cca 50% dintre tineri au optat pentru o facultate, evidențiindu-se o tendință de cca 60%- femei și cca 40% - bărbați. În cazul, însă, a tinerilor NEET, ponderile pentru femei în raport cu bărbații se inversează. Explicația rezumă în faptul că, în respectiva etapă a vieții, femeile se preocupă în special de crearea familiei și renunță la încadrare în câmpul muncii chiar și în cazul în care au studii superioare.

Tabel 1. Tineri pe grupe de vârstă în R.Moldova

persoane					
Grupa de vârstă (ani)	2016	2017	2018	2019	2020
15-19	166 217	153 313	144 807	139 586	137 694
20-24	210 712	194 748	174 846	157 521	141 732
25-29	241 497	225 973	211 611	198 162	184 982
TOTAL	618 426	574 034	531 264	495 269	464 408
Din care: tineri NEET	2163 78	1517 81	1271 33	1349 64	1209 23
Pondere NEET (%)	34,99	26,44	23,93	27,25	26,04

Sursa: BNS R.Moldova, <https://statistica.gov.md/category.php?l=ro&idc=103&>,
<https://statistica.gov.md/category.php?l=ro&idc=107&>

În altă ordine de idei, ponderea tinerilor NEET în totalul tinerilor cu vârsta cuprinsă între 15-29 ani, rămâne a fi una destul de înaltă, în anul 2020, spre exemplu, atingând o pondere de peste 26%. Este încă o valoare foarte înaltă, care denotă, probabil, și o demotivare intensă a tinerilor. Urmărind trendul acestui indicator din anul 2016 până în prezent, s-ar crea o falsă impresie că totuși situația tinerilor NEET în R.Moldova este una cu tendință pozitivă. Într-adevăr ar fi așa, dacă am raporta doar la contextul țării noastre. Însă, analizând ce se întâmplă în alte țări europene, se conturează un alt tablou (vezi Tabelul 2).

În eșantion, selectarea țărilor prezentate a fost făcută în baza câtorva principii, și anume:

- s-a evitat includerea țărilor cu o economie puternic dezvoltată, considerându-le a fi „neconcurențiale” cu R. Moldova;
- au fost incluse țările din vecinătatea R.Moldova, pentru care am considerat că am avea și o „apropiere” (chiar dacă și relativă) în privința modului/ nivelului de dezvoltare a economiei;

- includerea țărilor baltice a fost determinată de faptul că și acestea au făcut parte din fosta URSS și ar fi oarecum „înrudite” cu R.Moldova (chiar dacă se cunoaște că și în trecut acestea aveau un ritm de dezvoltare mult mai înalt decât al celorlalte republici din URSS).

Tabel 2. Pondere tineri NEET în Europa (%)

Anul	2016	2017	2018	2019	2020
Uniunea Europeană	11,7	11,0	10,5	10,1	11,1
Bulgaria	18,2	15,3	15,0	13,7	14,4
Polonia	10,5	9,5	8,7	8,1	8,6
România	17,4	15,2	14,5	14,7	14,8
Estonia	9,1	9,4	9,8	6,9	8,9
Letonia	11,2	10,3	7,8	7,9	7,1
Lituania	9,4	9,1	8,0	8,6	10,8
R.Moldova	34,9	26,4	23,9	27,2	26,0

Sursa: Eurostat, [Statistics | Eurostat \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eurostat)

Astfel, raportată la ponderea tinerilor NEET în țările europene, situația R.Moldova nu mai pare a fi optimistă, aceasta deoarece depășim dublu sau chiar triplu valorile acestui indicator. [5] Este foarte clar, că este necesară întreprinderea unor măsuri cu impact pozitiv. În acest sens, se întreprind inițiative menite să soluționeze problema ponderii înalte a tinerilor NEET. Printre acestea, amintim contribuția activă la încadrarea pe piața muncii și în domeniul de afaceri a tinerilor NEET, promovată de Fundația Est-Europeană în parteneriat cu Asociația Businessului European și Centrul Contact. Aceasta presupune finanțarea a 10 Fonduri de Antreprenoriat pentru Tineri cu scopul de a sprijini angajarea tinerilor NEET. Se urmărește susținerea organizațiilor societății civile în vederea abilitării economice a tinerilor din categoria NEET și antrenarea acestora în dezvoltarea carierei antreprenoriale. Respectiv, proiectele au ca și obiectiv stimularea și mobilizarea tinerilor din categoria NEET la nivel local și implementarea inițiativelor de afaceri. Fondurile create vor contribui la susținerea implementării a cel puțin 60 de inițiative antreprenoriale ale tinerilor NEET din regiuni.

Fapt cunoscut este că existența studiilor superioare nu prezintă un garant pentru încadrare cu succes în câmpul muncii. Procesele de angajare și adaptare la un anumit loc de muncă în prezent deseori reprezintă o problemă pentru absolvenți. [4] Aceste probleme pot fi generate de o serie de cauze, printre care evidențiem următoarele situații:

a) **o cerere redusă pentru tinerii specialiști din partea angajatorului:** mulți angajatori preferă să refuze candidatura unui tânăr specialist în favoarea candidaților cu experiență de muncă, care au suficientă experiență în domeniul vizat, cunoscând legislația precum și specificul muncii din activitățile anterioare;

b) **discrepanța dintre calificarea și competențele absolvenților instituțiilor de învățământ superior în raport cu cerințele pieței muncii:** aceasta se datorează în mare măsură faptului că instituțiile de învățământ vizează în special atragerea studenților și mai puțin angajarea absolvenților, ulterior concentrându-se mai mult (cu rare excepții) pe monitorizarea cererii pe piața muncii pentru cunoștințe și abilități profesionale oferite pentru programele de învățământ ale respectivelor instituții educaționale și evoluția carierei tinerilor în primii ani după absolvirea facultății;

c) **încredere redusă în propriile forțe ale absolvenților:** aceasta se asociază cu unele eșecuri în demersul de identificare în mod independent a unui loc de muncă, abilități de

comunicare cu angajatorii și prezentare de sine reduse, precum și o slabă conștientizare a oportunităților de carieră existente de pe piața muncii;

d) **așteptări salariale supraestimate:** deseori acestea nu corespund competențelor solicitantului și ofertei salariale pe piața muncii;

e) **suport guvernamental redus în vederea angajării tinerilor specialiști:** asigurarea și sprijinirea primului loc de muncă pentru absolvenții doar în cazul unor domenii generale de studiu.

În scopul adaptării adecvate la cerințele pieței muncii, sunt necesare mecanisme de anticipare a cerințelor pieței muncii, mecanisme de monitorizare a inserției absolvenților pe piața muncii, adaptarea standardelor de pregătire profesională și a calificărilor, revizuirea permanentă a curriculumului și a materialelor didactice. În acest context, instituțiilor de învățământ superior, care contribuie direct la creșterea numărului de absolvenți, le revine un rol semnificativ. Marea provocare este și contribuția la conștientizarea potențialilor angajatori cum că pentru acestea este imperios necesar să încadreze în organizațiile sale tineri specialiști. Deși pe alocuri timide, astfel de colaborări sunt întreprinse, demonstrând viabilitatea și eficacitatea sa în dezvoltarea dialogului social și a implicării mai multor actori în implementarea acțiunilor care țin de piața muncii. Pornind de la ideea importanței parteneriatelor de colaborare, ÎÎS încheie acorduri de colaborare, ulterior acestea facilitând integrarea pe piața muncii a tinerilor specialiști și dezvoltarea carierelor de succes.

Premise ale realizării unui parteneriat eficient între instituțiile de învățământ, potențiali angajatori, dar și a serviciului de ocupare a forței de muncă de stat, pot fi implementarea următoarele măsuri [1]:

a) organizarea unei interacțiuni strânse a serviciilor de ocupare a forței de muncă cu angajatorii și instituțiile de învățământ, promovând astfel stagii de practică, dar și angajarea viitorilor specialiști calificați;

b) motivarea angajatorilor care sunt gata să ofere condiții de muncă „relaxate” pentru studenții care sunt în etapa de lansare în carieră (de exemplu: program de muncă flexibil);

c) atragerea studenților/ absolvenților în procesul de cercetare și dezvoltare a activității întreprinderii la comanda angajatorilor/ partenerilor instituției de învățământ;

d) implicarea activă a ÎÎS în evenimente de tip „Ziua ușilor deschise”, pentru a aduce un aport rezultativ în orientarea/ lansarea în carieră.

În virtutea acestui fapt, se conturează necesitatea aportului semnificativ al angajatorului, care are contribuție majoră în adaptarea tinerilor specialiști la nevoile economiei în general. În caz contrar, dificultățile ce țin de integrarea tinerilor specialiști pe piața forței de muncă cauzează o valorificare redusă a potențialului uman al acestora. Aceasta deoarece, tradițional, tinerii reprezintă categoria populației active, care având o forță concurențială redusă, înregistrează rată a șomajului destul de înaltă. Astfel de măsuri ar contribui la sporirea gradului de ocupare a tinerilor NEET în conformitate cu cerințele pieței muncii.

BIBLIOGRAFIE:

1. Crișmaru M., Gagauz, O., Buciuceanu-Vrabie M, *Incluziunea tinerilor aflați în afara sistemului de educație, formare și ocupare profesională. Studiu sociologic*, editura Foxtrot, Chișinău, 2017
<https://www.md.undp.org/content/moldova/ro/home/search.html?q=neet>
2. Morcoțîlo, Iu., *Indicele de tineret. Metodologia de cuantificare a inegalităților dintre tineri și maturi*, Centrul Analitic Independent Expert-Grup, 2020, https://moldova.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/indicele_de_tineret.pdf
3. Petrov, A., Ciurea, I., *Indexul de tineret 2015 Republica Moldova*, Consiliul Național al Tineretului din Moldova, <https://moldova.unfpa.org/ro/publications/indexul-de-tineret-2015>
4. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, <https://statistica.gov.md/index.php?l=ro>
5. Eurostat, https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_20a/default/table?lang=en

TENDINȚE ÎN SECTORUL TERMOENERGETIC DIN REPUBLICA MOLDOVA

Mihail CERNEI, dr., conf. univ.,

Universitatea de Stat din Moldova

Vasile LEU, dr., ing.

Universitatea Tehnică a Moldovei

Inesa BRUMĂ, dr., conf. univ.,

Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The purpose of the article was to elucidate the trends in the evolution of the thermal energy sector in the Republic of Moldova. In order to achieve the proposed goal, a number of aspects of state policy and legislation on cogeneration based on useful heat demand, high-efficiency cogeneration and central heating systems were presented. A brief description of the development of district heating systems was also made. Data on the production of thermal energy by regulated enterprises, technological consumption, useful deliveries and heat losses, the structure of thermal energy consumers were analyzed.*

Keywords: *cogeneration, centralized heat supply system, energy policy, circular economy.*

1. ÎNTRUDUCERE

Legea cu privire la energetică [1] are drept scop crearea cadrului juridic pentru organizarea, reglementarea și asigurarea funcționării eficiente și sigure a sectoarelor energeticii, crearea condițiilor necesare pentru liberalizarea piețelor energeticii, precum și pentru promovarea concurenței, de asemenea, asigurarea securității energetice a țării. Scopul Legii cu privire la energia termică și promovarea cogenerării [2] este instituirea unui cadru legal pentru funcționarea eficientă și reglementarea sistemelor centralizate de alimentare cu energie termică, promovarea cogenerării în baza cererii de energie termică utilă, stabilirea principiilor de desfășurare a activităților specifice sistemelor centralizate de alimentare cu energie termică, în condiții de accesibilitate, disponibilitate, fiabilitate, continuitate, competitivitate, transparență, cu respectarea normelor de calitate, de securitate și de protecție a mediului la producerea, distribuția, furnizarea și utilizarea energiei termice. producerea energiei termice, distribuția energiei termice și furnizarea energiei termice prin sistemul centralizat de alimentare cu energie termică constituie servicii publice de interes general.

Sistemele de alimentare centralizată cu energie termică (SACET) în Republica Moldova au cunoscut o evoluție pozitivă până la începutul anilor '90, fapt care se datorează dezvoltării intensive urbane, dezvoltării industriale, politicii în domeniul energetic și prețurilor mici la resursele energetice. În or. Chișinău la începutul anilor '90 sistemul de termoficare atinsă nivelul de 75% de acoperire a consumului de energie termică. Evoluția de mai departe a SACET-lor a fost influențată puternic de situația economică de atunci din țară, creșterea galopantă a prețurilor la resursele energetice din import, lipsa resurselor proprii, politica tarifară promovată, politica statului în domeniul energetic, calitatea serviciilor prestate de furnizorii de energie termică [3]. Toți acești factori au dus la scumpirea drastică a energiei termice, căderea calității serviciilor, și, în consecință, la debransarea în masă a consumatorilor de la SACET, diminuarea semnificativă a volumului livrărilor de energie termică, și în multe cazuri - la insolvabilitatea întreprinderilor.

SACET au funcționat practic integral până în anul 2000, deși cu multiple dificultăți financiare cât și tehnice, când în corespundere cu prevederile Hotărârii Guvernului nr. 438 din 10.05.2000 [4], prin divizarea Asociației Republicane de Producție "Termocomenergo" și subdiviziunile întreprinderii, patrimoniul acestora a fost transmis în proprietatea unităților administrativ - teritoriale de primul nivel.

Majoritatea autorităților publice locale nu au fost în stare să asigure funcționalitatea și continuitatea serviciilor de alimentare centralizată cu energie termică motivele fiind de natură financiară, cauzate în mare măsură și de vulnerabilitatea consumatorilor; tehnică – dictate de uzura fizică și morală a instalațiilor de producere, transport, distribuție și de utilizare a energiei termice.

În lupta pentru supraviețuire au rezistat practic integral doar SACET-le din mun. Chișinău și mun. Bălți, restul având arii geografice destul de limitate.

Republica Moldova în anul 2010 a devenit parte contractantă a Comunității Energetice, fiind asumată preluarea întregului cadru legislativ comunitar în domeniul energiei și implementarea lui. Prevederile tuturor Directivelor relevante ale Uniunii Europene sunt obligatorii a fi transpuse în legislația națională și implementată în Republica Moldova.

Cogenerarea de înaltă eficiență, termoficarea și răcirea centralizată dețin un potențial semnificativ de economisire a energiei primare. Instalații de producere a energiei electrice și instalațiile existente, substanțial reabilite ar trebui, sub rezerva unei analize cost-beneficiu, să fie echipate cu unități de cogenerare de înaltă eficiență care să recupereze căldura reziduală rezultată în urma producerii de energie electrică. Directiva 2012/27/EU cu privire la eficiența energetică a fost transpusă parțial prin Legea cu privire la energia termică și promovarea cogenerării [1].

2. SURSELE DE COGENERARE

Una din problemele principale ale activelor de generare, transport și distribuție ale energiei termice este gradul de uzură avansat [5]. Capacitatea de generare a energiei electrice în regim de cogenerare include:

- 1) Chișinău CET-2 (240 MW capacitate electrică, 1200 Gcal/h capacitate termică, construită în 1976-1980);
- 2) Chișinău CET-1 (66 MW capacitate electrică, 254 Gcal/h capacitate termică, construită în 1951-1961);
- 3) CET Nord, Bălți (37,2 MW capacitate electrică, 200 Gcal/h capacitate termică, construită în 1956-1970, 13, 2 MWe - 2019);
- 4) alte centrale electrice, inclusiv 9 CET-uri ale fabricilor de zahăr (97,5 MW, gaz, păcură, construite în 1956-1981).

Strategia energetică a Republicii Moldova până în anul 2030 prevede direcțiile prioritare de creare a unei platforme de generare, obiectivul propus pentru anul 2020 fiind extinderea capacității existente cu 800 MW. La extinderea capacităților se va ține cont de valorificarea optimă a amplasamentului, infrastructurii și construcțiilor actuale, de asemenea, sarcina termică utilă.

Sistemul de termoficare din mun. Chișinău, primul SACET din țară (centrala electrică cu termoficare nr.1 a fost pusă în funcțiune în septembrie 1951), pe parcursul celor peste 70 de ani de la înființare a evoluat continuu, cu extinderea ariei de deservire. Aproximativ 200 mii apartamente sunt conectate la sistem pentru serviciul de încălzire și 120 mii apartamente - pentru serviciul de alimentare cu apă caldă manageră. În prezent folosesc apa caldă menajeră doar circa 1700 de blocuri locative.

3. Starea serviciilor de alimentare centralizată cu energie termică

Pe parcursul anului 2019, energia termică prin SACET a fost livrată de către 7 titulari de licență, care își desfășoară activitățile de producere, distribuție și furnizare a energiei termice în municipii și orașe [6]. Totodată, la cererea titularului de licență S.R.L. "Thermohouse", la 14 septembrie 2017, ANRE a retras licența pentru activitatea reglementată, iar instalațiile de utilizare a energiei termice ale consumatorilor din zona respectivă au fost reconectate la rețelele termice ale titularului de licență S.A. „Termoelectrica”. În tabelul 1 este prezentată evoluția balanței energiei termice în perioada anilor 2017-2019

Tabel 1. Balanța energiei termice

Denumirea întreprinderilor	Energia termică livrată în rețea, mii Gcal			Pierderi de energie termică, mii Gcal			Livrat util consumatorilor, mii Gcal			Ponderea în totalul de livrări, %		
	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019	2017	2018	2019
S.A., „Termoelectrica”	1635,8	1710,1	1532,3	349,6	335,8	304,1	1286,3	1374,2	1228,1	86,5	86,3	87,13
S.A. „CET-Nord”	192,9	211,8	175,7	42,5	45,0	38,1	150,4	166,8	137,6	10,1	10,5	9,76
S.A. „Apă-Canal Chișinău”	25,1	28,2	24,3	2,7	3,2	3,5	22,4	25,0	20,8	1,5	1,6	1,48
Î.M. „Termogaz-Bălți”	11,2	12,4	10,7	1,2	1,3	1,2	10,1	11,0	9,5	0,7	0,7	0,67
S.A. „Comgaz Plus”	7,4	7,1	6,2	1,0	0,9	1,1	6,4	6,2	5,2	0,4	0,4	0,37
Î. M. R. C.T. Comrat	7,0	7,9	6,8	0,3	0,3	0,2	6,7	7,6	6,6	0,5	0,5	0,47
S.R.L. „Thermohouse”	3,5	0,0	0,0	0,5	0,0	0,0	3,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,00
Î.M. „Servicii Comunale Glodeni”	2,1	2,0	2,0	0,2	0,1	0,2	1,9	1,9	1,8	0,1	0,1	0,13
Total pe întreprinderile reglementate	1885,1	1979,5	1757,9	397,9	386,7	348,4	1487,1	1592,8	1409,5	100	100	100

Sursa: ANRE

Cantitatea totală de energie termică produsă de către centralele electrice de termoficare și centralele termice ale întreprinderilor reglementate din sectorul termoelectric (fără consumul tehnologic și consumul propriu), în anul 2019, a constituit 1757,9 mii Gcal, fiind în descreștere cu 221,6 mii Gcal, sau cu 11,2 %, comparativ cu cantitatea de energie termică produsă în anul precedent, iar față de indicatorul respectiv din anul 2017 fiind mai mare cu 127,6 mii Gcal, ceea ce constituie o diminuare cu 6,7%. Deși perioada de funcționare a utilajului pe parcursul sezonului de încălzire în anul 2019 a fost comparativ egală cu perioada anului 2018, micșorarea cantității de energie termică produsă a fost determinată de temperaturile aerului exterior mai ridicate comparativ cu perioada similară a anului precedent. Pierderile efective de energie termică, în anul 2019, au constituit 348,4 mii Gcal, ceea ce reprezintă 19,8 % din cantitatea energiei termice intrate în rețeaua termică, în valoare relativă fiind majorate cu 0,3 puncte procentuale, însă, în valoare absolută fiind diminuate cu 38,3 mii Gcal față de anul 2018.

Dinamica livrărilor de energie termică pentru perioada 2016-2019 este prezentată în tabelul nr.2. În anul 2019 a fost livrată energie termică consumatorilor în cantitate de 1409.5 mii Gcal, fiind în descreștere cu 183,3 mii Gcal (11,5%) comparativ cu anul precedent.

Tabelul 2. Livrările de energie termică

Denumirea întreprinderilor	Livrat util consumatorilor, mii Gcal				Dinamica, %		
	2016	2017	2018	2019	2017/2016	2018/2017	2019/2018
S.A., „Termoelectrica”	1374,44	1286,27	1374,24	1228,11	-6,41	6,84	-10,63
S.A. „CET-Nord”	161,81	150,37	166,84	137,61	-7,07	10,96	-17,52
S.A. „Apă-Canal Chișinău”	24,24	22,41	24,97	20,82	-7,52	11,39	-16,62
Î.M. „Termogaz-Bălți”	10,47	10,07	11,05	9,47	-3,84	9,73	-14,30
S.A. „Comgaz Plus”	7,42	6,36	6,23	5,15	-14,33	-1,97	-17,34
Î. M. R. C.T. Comrat	7,29	6,71	7,61	6,59	-7,94	13,33	-13,40
S.R.L. „Thermohouse”	4,63	3,03	0,00	0,00	-34,49	-100,00	0,00
I.M. „Servicii Comunale Glodeni”	2,02	1,92	1,90	1,78	-5,15	-1,05	-6,32
Total pe întreprinderile reglementate	1592,3	1487,1	1592,8	1409,5	-6,61	7,11	-11,51

Sursa: ANRE

Cantitățile de energie termică livrată prin sistemele centralizate de alimentare cu energie termică, depind în mare măsură de temperatura aerului exterior, practic lipsind consumul de energie termică în sectorul industrial. În anul 2019 cel mai important furnizor de energie termică S.A. „Termoelectrica”, a înregistrat o micșorare a volumului livrărilor cu 146,13 mi Gcal (10,63%) față de anul 2018. De asemenea, cantitatea de energie termică livrată consumatorilor s-a redus și la ceilalți titulari de licență. La S.A. „CET-Nord” s-a redus cantitatea de energie termică cu 29,23 mii Gcal (17,5%), S.A. „Apă-Canal Chișinău” - cu 4,15 mii Gcal (16,6%), S.A. „Comgaz Plus” - cu 1.08 mii Gcal (17.3%), Î.M.R.C.T. Comrat - cu 1,02 mii Gcal (13,4%), Î.M. „Servicii Comunale Glodeni” - cu 0.12 mii Gcal (6.3%), Î.M. „Termogaz-Bălți” - cu 1,58 mii Gcal (14,3%).

În anul 2019, pe categorii de consumatori a fost înregistrată o diminuare a consumului de energie termică, cea mai mare micșorare fiind la consumatorii casnici cu 73.6 mii Gcal sau cu 11,5%. Această diminuare a fost determinată de micșorarea consumului de energie termică la consumatorii casnici deserviți de S.A. „Termoelectrica”. De asemenea, comparativ cu anul precedent, o reducere a cantității de energie termică livrată din sistemele centralizate de alimentare cu energie termică instituțiilor bugetare - cu 19.4 mii Gcal (11,7%), iar în cazul agenților economici, diminuarea a constituit 12.2 mii Gcal, sau cu 11,2% (tabel 3). Astfel constatăm în anul 2019 o diminuare a consumului de energie termică în limitele 11,2-11,7% față de anul precedent pentru toate categoriile de consumatori.

Tabelul 3. Structura livrărilor utile de energie termică

Categorii de consumatori	2016	2017	2018	2019	Dinamica					
					2017/2016		2018/2017		2019/2018	
					mii Gcal	%	mii Gcal	%	mii Gcal	%
Consumatori casnici	1.225,7	1.152,1	1.223,6	1.082,7	-73,6	-6,0	71,4	6,2	-140,9	-11,52
Instituții bugetare	226,5	207,1	226,7	200,2	-19,4	-8,6	19,6	9,5	-26,5	-11,69
Agenți economici	140,1	127,9	142,5	126,6	-12,2	-8,7	14,7	11,5	-15,9	-11,16
Total livrat util consumatorilor	1.592,3	1.487,1	1.592,8	1.409,5	-105,2	-6,6	105,7	7,1	-183,3	-11,51

Sursa: ANRE

4. Perspective investiționale

Evoluția, descrierea și investițiile prioritare în SACET din mun. Chișinău au fost analizate detaliat de experți locali și internaționali fiind reflectate în studiile [3,7]. Studiul [7] privind Identificarea investițiilor prioritare pe termen scurt și elaborarea specificațiilor tehnice și a documentelor de tender pentru acestea, realizat de către compania suedeză Sweco International AB Stockholm a stat la baza realizării Proiectului de Îmbunătățire a Eficienței SACET. Acest proiect a fost realizat în baza acordului de finanțare dintre Republica Moldova și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare în vederea realizării Proiectului de îmbunătățire a eficienței sectorului de alimentare centralizată cu energie termică.

Proiectul [7] prevede un șir de investiții prioritare care vizează modernizarea rețelilor de termoficare cu folosirea țevilor preizolate, trecerea de la puncte termice centrale la puncte termice individuale moderne cu scopul de a furniza mai calitativ și mai eficient energia termică și apa caldă consumatorilor finali. Obiectivele specifice, de implementare ale Proiectului sunt îmbunătățirea disponibilității, calității și eficienței serviciilor de termoficare din Chișinău.

Informații detaliate privind realizarea investițiilor în cadrul SACET din mun. Chișinău este prezentată în [8,9]. Investițiile sunt concentrate asupra asigurării fiabilității operaționale și a eficienței SA ”Termoelectrica”, prin acordarea finanțării pentru:

- Reabilitarea unor segmente ale rețelelor termice de distribuție pentru a asigura operarea SACET neîntrerupt și în condiții de siguranță, și a reduce pierderile de energie termică și apă caldă;
- Reconectarea la SACET a cca 40 de clădiri și complexe de clădiri publice (care au fost anterior deconectate), pentru a îmbunătăți funcționarea SACET;
- Modernizarea principalelor stații de pompare SP-8, SP-12 și SP-13 pentru a reduce consumul de energie electrică și a oferi o modalitate de operare modernă și eficientă cu debit variabil în cadrul SACET;
- Excluderea din ciclul tehnologic al unor puncte termice centrale vechi și ineficiente prin instalarea la nivel de bransament termic a puncte termice individuale complet automatizate instalate la nivelul clădirilor pentru a furniza mai eficient, mai sigur și mai accesibil energia termică consumatorilor finali.

De menționat, că proiectele investiționale menționate au fost integral finalizate până la începerea sezonului de încălzire 2019/2020.

În cadrul SA "CET-Nord" în baza proiectului [10] au fost selectate trei proiecte pentru programul de investiții în cadrul unui împrumut din partea BERD. Aceste trei proiecte sunt:

- majorarea puterii instalate la CET-Nord prin instalarea a trei motoare cu gaz, care vor spori producerea de electricitate cu circa 60%;
- înlocuirea pompelor și ventilatoarelor existente învechite moral și tehnic prin utilizarea instalațiilor performante dotate cu convertizoare de frecvență care va conduce la reducerea necesității de energie electrică auxiliară cu circa 30%;
- înlocuirea cazanelor cu cărbune din centrala termică cu cazane cu pelete;
- instalarea a 169 puncte termice individuale în 130 clădiri, inclusiv cu prepararea apei calde menajere și organizarea sistemului automat de colectare a datelor de tip SCADA.

Proiectul [11] a fost realizat cu susținerea:

- Banca Europeană pentru Reconstrucție și Dezvoltare;
- Fondul Regional al Parteneriatului Europei de Est pentru Eficiență Energetică și Mediu (E5P), ai cărui contribuatori sunt: Uniunea Europeană (cel mai mare contribuitor), Republica Cehă, Danemarca, Estonia, Germania, Lituania, Moldova, Polonia, Norvegia, Romania, Republica Slovacă și Suedia;
- Agenția suedeză pentru cooperare internațională și dezvoltare (SIDA);
- Fondul pentru Țările în Tranziție Incipientă (ETCF), ai cărui contribuatori sunt: Canada, Finlanda, Germania, Irlanda, Japonia, Coreea, Luxemburg, Regatul Țărilor de Jos, Norvegia, Spania, Suedia, Elveția, Taipei China și Marea Britanie.

De menționat, că prin Legea nr. 193 din 19.11.2020 a fost ratificat Acordul de împrumut dintre Republica Moldova și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare privind realizarea celui de-al doilea Proiect de îmbunătățire a eficienței sistemului de alimentare centralizată cu energie termică, în valoare de 92 milioane de euro, semnat la Chișinău la 30 septembrie 2020 [12]. Investițiile date urmează a fi realizate în cadrul SACET din mun. Chișinău începând cu anul curent.

Investițiile realizate în cadrul întreprinderilor nominalizate, cât și identificarea și atragerea altor investiții necesare și eficiente în cadrul SACET va permite majorarea fiabilității și a gradului de continuitate a serviciului.

Concluzii:

1. SACET sunt funcționale din punct de vedere tehnic, însă, per ansamblu, cu uzură tehnică și morală depășite ale tehnologiei și instalațiilor energetice existente.
2. Termoficarea este un sector extrem de important al energiei urbane și cu multe efecte, mai ales de ordin social.

3. Este necesar elaborarea strategiilor energetice pentru mun. Chișinău și Bălți, care să prevadă strict și un plan real de acțiuni pe termen scurt și lung pentru dezvoltarea și modernizarea SACET.
4. Asigurarea unui serviciu competitiv pe piața energiei termice presupune modernizarea continuă a tehnologiilor și instalațiilor în scopul îmbunătățirii indicatorilor de performanță și prestarea unui serviciu sustenabil.
5. Termoficarea se înscrie în strategiile privind implementarea economiilor circulare și în tendințele privind decarbonarea sistemului energetic, de asemenea prestarea unui serviciu de utilitate publică sustenabil pentru consumatori.

BIBLIOGRAFIE:

1. Legea nr. 174 din 21 septembrie 2017 cu privire la energetică (Monitorul Oficial nr. 364-370/620 din 20.10.2017).
2. Legea nr. 92 din 29 mai 2014 cu privire la energia termică și promovarea cogenerării (Monitorul Oficial nr. 178-184/4817-4823) din 11.07.2014).
3. Modernization solutions of the central supply system with thermic energy from Chisinau. (Prefezability study). Team conducted by univ.prof. Valentin Arion. Chișinău 2007.
4. Hotărârea Guvernului nr. 438 din 10.05.2000 cu privire la reorganizarea Asociației Republicane de Producție "Termocomenergo" (Monitorul Oficial nr. 54 din 12.05.2000).
5. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 102 din 05.02.2013 cu privire la Strategia energetică a Republicii Moldova până în anul 2030. (Monitorul Oficial nr. 27-30 din 08.02.2013 nr. 146).
6. http://www.anre.md/files/raport/Raport%20anual%20de%20activitate_2019.pdf
7. Identification of Near-term Priority and Preparation of their Technical Specifications and Tender Documents. Final Report 26.02.2013. Sweco International AB.
8. <http://www.mepiu.md/rom/sacet120a58b6664ebd381066ed978167e0f6.html>
9. https://www.termoelectrica.md/ro_RO/dezvoltare/imbunatatirea-eficientei-sacet/
10. Raportul final-faza 2. Identificarea proiectului de încălzire centralizată în Moldova și studiul de fezabilitate. BERD COD TCS: 36307. Anul 2014.
11. <http://cet-nord.md/ro/30-news/256-cet-nord-utilizeaz-echipament-modern-n-producerea-energiei-termice-i-electrice>
12. Legea nr.193 din 19.11.2020 pentru ratificarea Acordului de împrumut dintre Republica Moldova și Banca Internațională pentru Reconstrucție și Dezvoltare privind realizarea celui de-al doilea Proiect de îmbunătățire a eficienței sistemului de alimentare centralizată cu energie termică (Monitorul Oficial nr.329-331/197 din 08.12.2020).

TIPURI DE COLABORĂRI CORPORATIVE ÎN CONDIȚIILE PANDEMIEI COVID-19

Nina PESTUȘCO, dr., conf. univ.,
Universitatea de Stat din Moldova

Abstract. *The COVID - 19 pandemic brought major changes in the activity of enterprises. In the current conditions of the business environment, different types of corporate collaborations are formed. Accordingly, organisations are collaborating with other organisations who have complementary capabilities operated as a node in the network referred to as a Virtual Enterprise. Enterprises are deploying flexible strategies that will facilitate remote work functionality for their staffs to sustain virtual working practice. There are three main types of collaborations within enterprise networks which comprises of supply chain, extended enterprise, virtual enterprise and the integrated enterprise.*

Keywords: *extended enterprise, integrated enterprise, supply chain, virtual enterprise.*

Actuala pandemie a perturbat activitatea întreprinderilor, forțând modificările ale operațiunilor lor. Astfel, întreprinderile care au fost create pentru afaceri [4, 8] se confruntă cu

un mediu de afaceri din ce în ce mai schimbător și turbulent din cauza pandemiei coronavirus 2019 (COVID-19). Ca urmare, organizațiile colaborează cu alte organizații, care au capacități complementare, operate ca un nod în rețeaua denumită Întreprindere Virtuală (ÎV) [3, 10, 9]. Ceea ce implică, în general, parteneriatul de colaborare între organizațiile din lanțurile valorice, a devenit în ultima vreme o practică importantă pentru supraviețuirea firmei în timpul acestei crize [2]. O ÎV este o corporație temporară care combină capacitățile de bază ale organizațiilor membre pentru a exploata oportunitățile economice în schimbare rapidă a mediului de afaceri [5]. ÎV depășește constrângerile geografice, permițând companiilor să colaboreze și să abordeze inadecvările lor prin schimbul de competențe și servicii [11]. ÎV oferă noi perspective întreprinderilor care operează cu un număr tot mai mare de părți interesate (parteneri, consumatori, comercianți și alții) într-un mediu corporativ global [6].

Impactul COVID-19 asupra întreprinderilor

În mai 2020, COVID-19 s-a răspândit în întreaga lume, forțând întreprinderile să-și schimbe modul de lucru din oficii spre modul de lucru la distanță. Evident, întreprinderile sunt, de asemenea, afectate de pandemie, datorită pieței sale globale profund interconectate cu aplicațiile IT și web utilizate în alte sectoare, cum ar fi comerțul electronic, educația, serviciile bancare, asistența medicală, lanțul de aprovizionare etc. Pandemia COVID-19 a afectat procesele întreprinderii, provocând apariția unui punct nodal în crearea unei norme noi pentru operațiunile de afaceri a ei. Ca moment pozitiv, pandemia a dus la creșterea afacerilor digitale, la creșterea veniturilor pentru companiile farmaceutice, companiile de fitness și de formare, de asemenea, au înregistrat o creștere a veniturilor, deoarece oamenii fac acum exerciții de acasă. În plus, companiile care furnizează servicii digitale tot au beneficiat de pandemia COVID-19. Pandemia a dus la anularea bruscă a expozițiilor de către industria serviciilor de către gigantii tehnologici din întreaga lume. Putem observa că lucrul la distanță poate afecta tensiunea psihologică, socială și fizică a personalului cu stabilitate emoțională scăzută, reducând astfel productivitatea în timpul pandemiei din cauza nesiguranței de viitorul locului de muncă a angajaților.

Ca urmare, întreprinderile implementează strategii flexibile care sunt menite de a facilita funcționalitatea muncii la distanță a angajaților lor pentru a susține practica virtuală de lucru. Prin urmare, întreprinderile se adaptează la politicile virtuale și li se cere, de asemenea, să mențină productivitatea în condițiile pandemiei. În consecință, acest lucru a dus la o schimbare a metodologiilor organizaționale orientate actualmente către operațiunile întreprinderii, bazate pe clienți. Respectiv, digitalizarea ÎV este mai bine adaptată și mai flexibilă pentru a furniza bunuri și servicii centrate pe client.

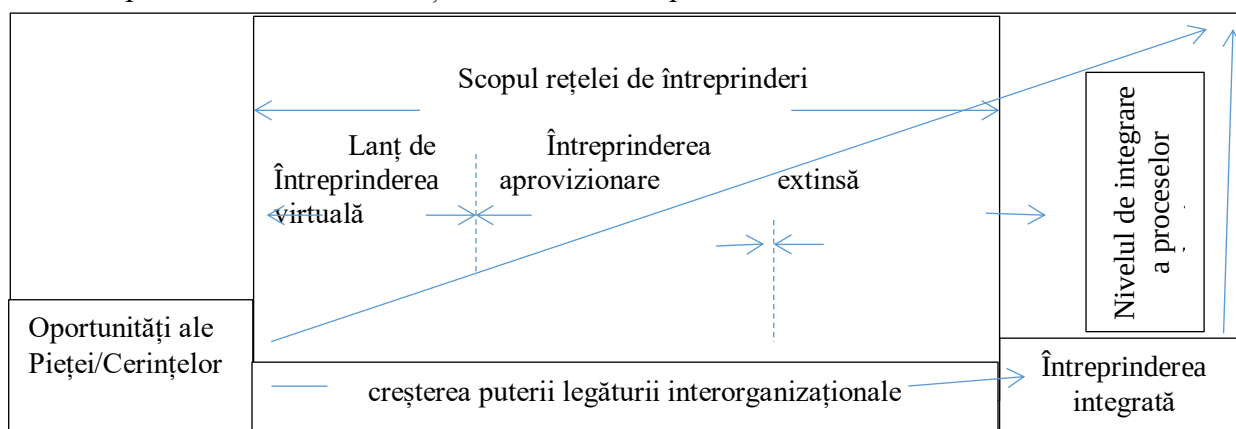


Fig.1. Tipuri de rețele ale întreprinderilor

Vom încerca să studiem tipuri de colaborări între companii independente, care își unesc capacitățile de bază pentru a forma rețele de întreprinderi. După cum au sugerat autorii [7, 1] există trei tipuri principale de colaborări în cadrul rețelelor de întreprinderi, care

cuprind lanțul de aprovizionare, întreprinderea extinsă, întreprinderea virtuală și întreprinderea integrată, așa cum se arată în Figura 1. În aceasta schemă sunt prezentate tipurile de colaborări din cadrul rețelelor de întreprinderi care se formează pe baza cerințelor sau oportunităților pieței și a nivelului de integrare a proceselor de business. Vom caracteriza fiecare dintre aceste tipuri de colaborări:

- Lanț de aprovizionare

Lanțul de aprovizionare este un set de activități prin care mai multe organizații denumite noduri au convenit să își contribuie competența la finalizarea și furnizarea unui produs final comun [7, 12]. Fiecare nod din rețea acționează ca un client și un furnizor. În lanțul de aprovizionare, o secvență de activități comerciale începe cu „Activitate inițială” și se încheie cu „Activitate finală” care vizează realizarea produsului final care urmează să fie adus la clienți [7]. Într-un lanț de aprovizionare, un client primește sau cumpără un produs neterminat de la furnizorii din amonte, își folosește cunoștințele de bază pentru a adăuga valoare mărfurilor și le transmite sau le vinde la următoarea firmă (nod) din aval din lanț [7]. Implementarea lanțului de aprovizionare cuprinde diferite cerințe care trebuie îndeplinite și includ înțelegerea și acceptarea rolului de către parteneri în rețeaua lanțului de aprovizionare și crearea unui lanț de comunicare eficient între diferitele procese operaționale ale afacerilor, cum ar fi vânzări, marketing, producție, achiziții și planificare [1]. În cele din urmă, fiecare firmă din lanț trebuie să se adapteze la schimbarea continuă a altor firme din rețea.

- Întreprindere extinsă

Conceptul de întreprindere extinsă a fost folosit recent în întreprinderi pentru a reprezenta cooperarea la nivel înalt între diferite întreprinderi [1]. Întreprinderea extinsă se referă la două sau mai multe organizații care doresc să își extindă operațiunile la alte companii pentru a-și spori competitivitatea și a-și spori capacitățile existente. Un exemplu de întreprindere extinsă este parteneriatul între întreprinderi existente, unde fiecare firmă oferă unul sau mai multe servicii precum servicii de transport, servicii financiare sau orice formă de logistică [1]. Aceste întreprinderi s-au angajat în colaborare pentru dezvoltarea, proiectarea, producția și distribuția unui produs către clienți [8]. Întreprinderile extinse își propun să realizeze costuri reduse, să livreze produsul la timp sau să îmbunătățească calitatea lui [7].

- Întreprindere virtuală

ÎV cuprinde noduri independente și temporare distribuite geografic, care formează o rețea de comunicații electronice de companii, parteneri și concurenți gata să-și acorde acces reciproc și să aplice integrarea peste tehnologiile TIC [1]. ÎV este o manifestare a răspunsului logistic la globalizarea și dinamica piețelor actuale. Linia de bază a unei ÎV constă în adaptare la nevoile clienților [7].

- Întreprindere integrată

Întreprinderea integrată este un tip de asociație care combină întreprinderile virtuale și extinse pentru a forma un tip de colaborare bazat pe integrarea și compatibilitatea între întreprinderi [7, 1].

Pentru a putea analiza și compara aceste tipuri de colaborare corporativă vom caracteriza mai detaliat esența întreprinderii virtuale.

Conceptul de ÎV a fost menționat pentru prima dată în 1991 de Byrne, care a fost un savant al universității Lehigh în domeniu producției agile, dar în continuare a fost conceptualizat de Byrne în 1993, definind întreprinderea virtuală ca unele interacțiuni temporare între întreprinderi independente, care utilizează TIC [11]. O ÎV se referă la o colaborare temporară sau permanentă a organizațiilor dispersate geografic, care sunt legate pentru a finaliza un proces de producție [6].

ÎV formează o cooperare de întreprinderi independente din punct de vedere juridic, contribuind cu competențele lor de bază pentru dezvoltarea și satisfacția clienților. ÎV implică o alianță organizațională fără frontiere, care există practic [11]. Într-o ÎV, mai multe organizații independente din punct de vedere juridic, instituții sau indivizi se unesc pentru a

coopera pentru o misiune specifică, așa cum se vede în Figura 2.

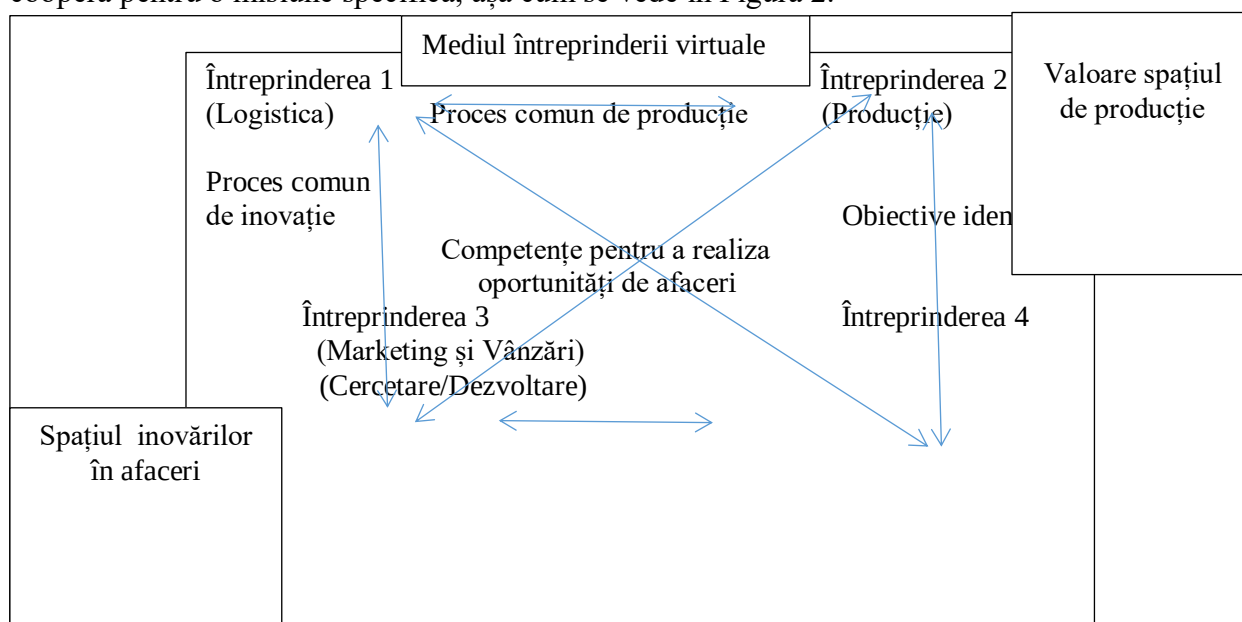


Fig.2. Structura tipică unei întreprinderi virtuale

Astfel, Figura 2 descrie o structură a unei ÎV tipice, care cuprinde patru întreprinderi (dar pot fi și mai multe la număr) cu obiective identice, proces de inovare / producție comun și competențe pentru a valorifica oportunități pentru noi afaceri și crearea de valoare. Astfel, într-o ÎV, apar noi cerințe de business, iar întreprinderile individuale nu au adesea toate competențele și abilitățile necesare pentru a răspunde acestor cerințe [3]. Combinând domeniile lor de cunoaștere cu abilitățile complementare ale altor firme partenere, este posibil să se creeze o ÎV.

Organizațiile participante împărtășesc abilități, costuri și competențe de bază care le susțin să acceseze o nișă de piață specifică cu soluții care nu ar putea fi furnizate individual [3]. Fiecare partener aduce în colaborare capacitățile sale de bază relevante pentru misiune și se concentrează pe acele domenii în care au un avantaj competitiv. ÎV este stabilită pentru a aborda o oportunitate de piață specifică simultan și rapid, dezvoltând un mediu de lucru reciproc pentru a utiliza și gestiona colectarea resurselor furnizate de întreprinderi [6]. Succesul unei ÎV depinde de toate firmele care colaborează ca o unitate sinergetică, deoarece fiecare organizație își aduce competența de bază sau punctele forte în consorțiu [3].

Tabelul 1 prezintă o comparație între lanțul de aprovizionare și întreprindere virtuală. Cercetările arată că ÎV se deosebește de lanțul de aprovizionare în ceea ce privește scopul, structura, abordarea colaborării, durata, implicarea, ciclul de viață, viteza inovatoare, norma, cerințele pieței și cererea

Tabelul 1. Comparația dintre lanțul de aprovizionare și ÎV

Aspecte	Lanțul de aprovizionare	Întreprindere virtuală
Obiectiv principal	Îmbunătățirea competitivității în cadrul lanțului valoric al produselor	Exploatarea oportunităților de afaceri existente.
Structura întreprinderii	Cuprinde în principal o întreprindere stabilă.	Cuprinde o rețea temporară și dinamică.
Colaborarea	De obicei implică firme mari care se	Toți membrii consorțiului

Aspecte	Lanțul de aprovizionare	Întreprindere virtuală
	coordonează în parteneriat.	participă în mod egal la luarea deciziilor.
Perioada	Cooperarea pe termen lung a întreprinderilor bazată pe contracte.	Rețea temporară pentru o anumită oportunitate de afaceri.
Implicare	O organizație poate participa la diferite rețele, dar poate apărea și de sinestătător.	O organizație poate participa la mai multe ÎV în orice moment.
Adecvarea ciclului de viață al produsului	Pe tot parcursul ciclului de viață al produsului.	Concentrați-vă mult pe faza de creație.
Viteza inovației ferme	De obicei se găsește în industrii stabile și tradiționale.	Cel mai potrivit pentru industriile bazate pe inovare.
Norme competitive	Bazat în principal pe nivelul de servicii, calitate și timp de livrare.	Bazată pe calitate, timp de execuție și cost.
Criterii de piață	Orientat spre cost.	Bazat pe nivel de serviciu.
Caracteristici cheie ale cererii	Sunt preponderent previzibile și este necesar ca un mijloc de prognoză a vânzărilor.	Sunt volatile și, de obicei, se bazează pe nevoile pieței.

Tabelul 2 prezintă o comparație între întreprindere extinsă și ÎV, evidențiind caracteristicile cheie ale întreprinderii extinse și ÎV în ceea ce privește obiectivul, scopul, stabilitatea, relațiile de partener, limitele, tipul, coordonarea alianței și implementarea TIC.

Tabelul 2. Comparația întreprinderii extinse și ÎV

Aspecte	Întreprindere extinsă	Întreprindere virtuală
Obiectiv strategic	Obiective mai puternice pe termen lung.	Obiective mai puternice pe termen scurt.
Scopul colaborării	Long-term business co-operation.	Temporary co-operation for products or projects.
Stabilitatea întreprinderii	Cooperarea pe termen lung a afacerilor.	Cooperare temporară pentru produse sau proiecte.
Relațiile de	Dependență reciprocă și încredere	Temporare, dar dinamice.

Aspecte	Întreprindere extinsă	Întreprindere virtuală
partener	pe termen lung.	
Limite	Complet formată pe termen lung.	Parțial formată pe termen scurt.
Tipul afacerii	Produs bazat pe lanțul valoric.	Bazată pe proiecte frecvente sau pe nișă.
Coordonare	Producătorul gestionează în principal parteneriatul.	Frecvent membrii consorțiului gestionează cooperarea.
Implementarea TIC	Activat și facilitat de TIC.	Funcționarea depinde în principal de TIC moderne.

Concluzie

Impactul pandemiei COVID-19 asupra organizațiilor este unul major, activitatea lor s-a schimbat semnificativ, făcând ca multe modele de afaceri să devină învechite. Companiile caută noi posibilități de a colabora una cu alta, pentru a crește eficiența, a găsi noi oportunități din activitatea comună și pentru a depăși efectele negative create de pandemie. Actualmente există mai multe tipuri de colaborări corporative: lanț de aprovizionare, întreprindere extinsă, întreprindere virtuală și întreprinderea integrată. Toate ele au deosebiri specifice în dependența de obiective strategice, scopuri, stabilitate, limite, tipul afacerii și al.

BIBLIOGRAFIA

1. Al Hadidi F., and Baghdadi Y. Ontology for Enterprise Interactions: Extended and Virtual Enterprises. In: ICT for a Better Life and a Better World, Springer, 2019. p.365–379.
2. Breu C., Meckl N., and Sametinger J. Project-Based Customer Relationship Management in Virtual Enterprises. In: VISION: The Journal of Business Perspective, 5, 2001. p. 38–45.
3. Camarinha-Matos L.M., Afsarmanesh H., Rabelo R.J. Infrastructure Developments for Agile Virtual Enterprises. In: International Journal of Computer Integrated Manufacturing, 16, 2003. p.235–254.
4. Castro H., Putnik G.D., Shah V., Cruz-Cunha M. M. A Simulation Tool and Its Role in Supporting the Management of the Transformation Processes of Traditional Enterprises into Virtual Enterprises. In: Tékhne, 10 (2), 2012. p.99–111.
5. Chen J., Zhang Z. M., Tian X.T., Geng J.H., Liu S. N. An Approach to Partner Selection in Virtual Enterprises Based on Grey Relational Analysis. In: Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture, 225 (12), 2011. p.2296–2301.
6. Esposito E., Evangelista P. Investigating Virtual Enterprise Models: Literature Review and Empirical Findings. In: International Journal of Production Economics, 148, 2014. p.145–157.
7. Jagdev H.S., Thoben K. D. Anatomy of Enterprise Collaborations. In: Production Planning & Control, 12 (5), 2001. p.437–451.
8. Jnr B.A., Majid M. A., Romli A. Sustainable Adoption and Implementation in Collaborative Enterprise: A Systematic Literature Review. In: Journal of Theoretical & Applied Information Technology, 95 (9), 2017. p.1875–1915.
9. Kim T.Y., Lee S., Kim K., Kim C.H. A Modeling Framework for Agile and Interoperable Virtual Enterprises. In: Computers in Industry, 57 (3), 2006. p.204–217.
10. Petersen S.A., Divitini M., Matskin M. An Agent-based Approach to Modelling Virtual Enterprises. In: Production Planning & Control 12 (3): 2001. p.224–233.
11. Sadigh B.L., Unver H.O., Nikghadam S., Dogdu E., Ozbayoglu A.M., Kilic S. E. An Ontology-based Multi-agent Virtual Enterprise System (OMAVE): Part 1: Domain Modelling and Rule Management. In: International Journal of Computer Integrated Manufacturing, 30 (2–3), 2017. p.320–343.
12. Santos-Neto J. B., Costa A. P. Enterprise Maturity Models: A Systematic Literature Review. In: Enterprise Information Systems, 13 (5), 2019. p.719–769.

CRIZA ECONOMICĂ, PRESIUNEA INFLAȚIONISTĂ ȘI EFECTE MICROECONOMICE

Nicolae VEREJAN, dr., conf. univ.,
Universitatea de Stat din Moldova

Résumé. Cet article décrit l'impact de la crise économique et des pressions inflationnistes sur l'efficience économique des entreprises (secteur industriel). D'après l'analyse de l'environnement des affaires de l'économie de la République de la Moldavie sur une période de temps relativement longue (1998-2020) on identifie les propriétés de l'inflation au niveau macroéconomique dans le cadre des crises déterminées par la forte augmentation des coûts de production.

Mots clés: crise économique, inflation, risque, pression inflationniste, coût.

Riscul este un atribut indispensabil al unei afaceri pentru a stimula dezvoltarea necesară și introducerea în practică a inovațiilor tehnice și tehnologice și diseminarea lor prin luarea unor decizii îndrăznețe, neconvenționale, ceea ce reduce și mai mult certitudinea. Riscul este acel eveniment potențial generator de pagube, cu privire la care putem stabili efectele manifestării lui, șansele lor de apariție și impactul, sau severitatea asupra perimetrului afectat.

Cu toate acestea, aversiunea la risc presupune că obiectivul principal al activității antreprenoriale - obținerea unui profit - nu va fi atins, prin urmare, antreprenorul trebuie să dețină metode de evaluare și gestionare a riscurilor pentru a atenua consecințele evenimentelor de risc. Riscul ca o caracteristică esențială a activității antreprenoriale face imposibilă prezicerea corectă a acțiunilor necesare participanților la procesele de afaceri într-un mediu competitiv [2].

Este lesne de înțeles, că creșterea riscurilor se accentuează semnificativ într-o situație de criză, care poate fi cauzată de diverse circumstanțe: probleme de producție și financiare, neîncredere crescută față de furnizori și creditori, incertitudine în rândul managerilor, dezacorduri între proprietari etc. Dar toate acestea sunt caracteristice riscurilor interne generate de crize interne, care deseori sunt accentuate urmare a unui management inefficient și lipsit de viziune pe termen scurt și mediu.

Or, crizele nu sunt numai o variabilă internă. Crizele sunt și externe, care determină apariția factorilor de risc și a riscurilor sistemice cu influențe majore asupra tuturor participanților la viața economică.

În mod obiectiv, o criză se caracterizează printr-o multitudine de situații interdependente care măresc complexitatea și riscul managementului întreprinderii. Conceptul de „criză” este strâns lega de conceptul de risc, care într-un fel sau altul afectează metodologia pentru dezvoltarea oricărei decizii de management, [1]. Factorii apariției crizelor într-o organizație pot fi diferiți. Dar este foarte important să vedem simptomele dezvoltării crizei pentru a putea lansa în timp util programe de gestionare anti-criză. Este necesar să se facă distincția între factorii, simptomele și cauzele crizei.

Simptomele se manifestă în indicatori și, ceea ce este foarte important, în tendințele lor, reflectând funcționarea și dezvoltarea economiei în general și a mediului de afaceri în particular. Astfel, analiza indicatorilor macroeconomici, mezeconomici, a evenimentelor care preced acești indicatori ne orientează către determinarea unor scenarii bazate pe informațiile simptomatice cu privire la factori care pot determina anumite riscuri sistemice, caracteristice întregului mediu de afaceri.

În particular, la nivel microeconomic, analiza indicatorilor de productivitate a capitalului, productivitate a muncii, eficiență, alimentarea cu energie electrică, starea financiară sau cum ar fi fluctuația personalului, disciplina, satisfacția la locul de muncă,

conflicte și altele pot caracteriza poziția unei organizații de producție în raport cu debutul unei crize. Desigur că un rol important îl joacă și analiza indicatorilor financiari, economici și socio-economici.

Dar care ar putea fi un simptom al unei crize externe și ce consecințe poate avea asupra mecanismului economic și a participanților la viața economică? Aceasta este întrebarea care este dezbătută pe larg în literatura de specialitate, dar complexitatea abordărilor, care nu sunt întotdeauna numai economice, nu permite identificarea unui algoritm sau metode de determinare al unui simptom al crizei. De cele mai multe ori în termeni economici se rezumă la starea indicatorului (macroeconomic sau microeconomic), cât și tendința schimbării acestuia bazată pe o descriere analitică sau istorică (dacă au mai avut loc astfel de evenimente în trecut) cu repercusiunile care pot avea loc într-o perioadă imediat următoare.

Pentru managementul unei întreprinderi cunoștințele despre criză, posibilele sale manifestări servesc drept bază pentru dezvoltarea măsurilor de prevenire sau atenuare a consecințelor negative și sporirii consecințelor pozitive.

Criza energetică din anul 2021, care a majorat în ritmuri uimitoare prețurile la resursele energetice într-un interval de timp restrâns, ne duce cu gândul la criza petrolului din 1973, denumită și prima criză petrolieră. Nu ne propunem drept scop să găsim caracteristici paralele acestor două crize, dar vom analiza în context autohton anumite manifestări care, în condițiile noastre, prin creșterea prețurilor resurselor atrase cresc presiunile inflaționiste, care se dovedesc a fi negative pentru mediul de afaceri. La toate nu vom aborda problema sustenabilității economiei naționale, care nu a fost soluționată în perioade mai stabile, cu atât mai mult nu poate fi soluționată pe timp de criză.

Anul acesta este un an în care inflația mătură toată planeta, nu aveam cum să scăpăm și noi (n.n. în contextul realităților economice din România) [4]. Din păcate inflația noastră este foarte specială. Sunt 4-5 produse, cu prețuri care cresc accelerat, în primul rând electricitatea și gazele.

Prețurile foarte mari venite pe linia inflației sunt generate de inflația indusă în SUA, care au hotărât ca datoriile mari pe care le au, determinate de prețurile din timpul pandemiei, să fie acoperite, într-o mare parte, prin inflație, inflație care a venit și-n zona europeană. Există și elemente, în acest context, care țin de o natură speculativă: inflația dă posibilitatea creării unor creșteri de prețuri care nu se explică prin inflație, ci prin dorința producătorilor și exploatatorilor de a beneficia de această psihoză a inflației, pentru a ridica prețurile” [5].

Presiunile inflaționiste pentru mediul de afaceri sunt în majoritatea cazurilor negative ca impact. **Partea pozitivă** este reflectată prin faptul, că odată cu creșterea generalizată a prețurilor în economie, la nivel microeconomic are loc creșterea prețurilor bunurilor comercializate de întreprindere și a veniturilor din vânzări, care nu sunt determinate de lupta concurențială pe piață, ci de evenimentele externe determinate de ascensiunea prețurilor în ansamblu pe economie.

Aspectele negative la nivel microeconomic ale impactului presiunilor inflaționiste sunt descrise în literatura de specialitate prin prisma formulei clasice de generare a crizelor: creșterea prețurilor, deprecierea monetară, diminuarea cererii pe piață, restrângerea activității economice, șomaj, etc.

Subliniam mai sus, că mecanismul economic este mult mai complex, inclusiv la nivel microeconomic. În acest context am inclus în studiul nostru indicatori care se completează reciproc de la nivel microeconomic spre cel macroeconomic, cum ar fi: consumul intermediar care include în cea mai mare parte consumurile și cheltuielile la nivel microeconomic; prețurile producției comercializate (pe baza prețurilor producției industriale în cazul nostru) și rata inflației.

Un aspect foarte important, în opinia noastră, care se poate deduce din analiza evoluției consumului intermediar și a prețurilor producției comercializate în perioada anilor

1998-2020 este că indicii de variație a consumului intermediar sunt mai mari în comparație cu indicii de variație a prețurilor producției comercializate.

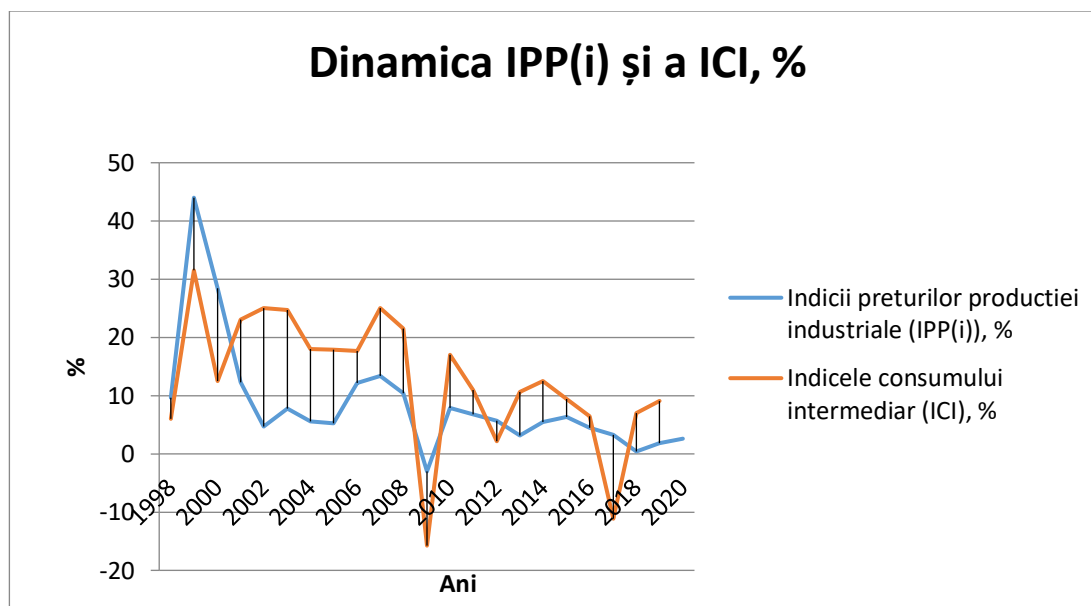


Figura 1. Dinamica IPP(i) și a ICI, %, (elaborat pe baza datelor statistice- Biroul Național de Statistică, statistica.md)

Cu alte cuvinte, ritmurile de creștere a costurilor și cheltuielilor întreprinderilor au fost mai mari în comparație cu ritmurile de creștere a prețurilor producției comercializate (cu unele excepții înregistrate în anii 1998-2000, 2009, 2017, vezi figura nr.1 și 2.

În acest caz, gradul de eficiență economică la nivel microeconomic a fost diminuat în permanență de presiunea evoluției costurilor tot mai mari.

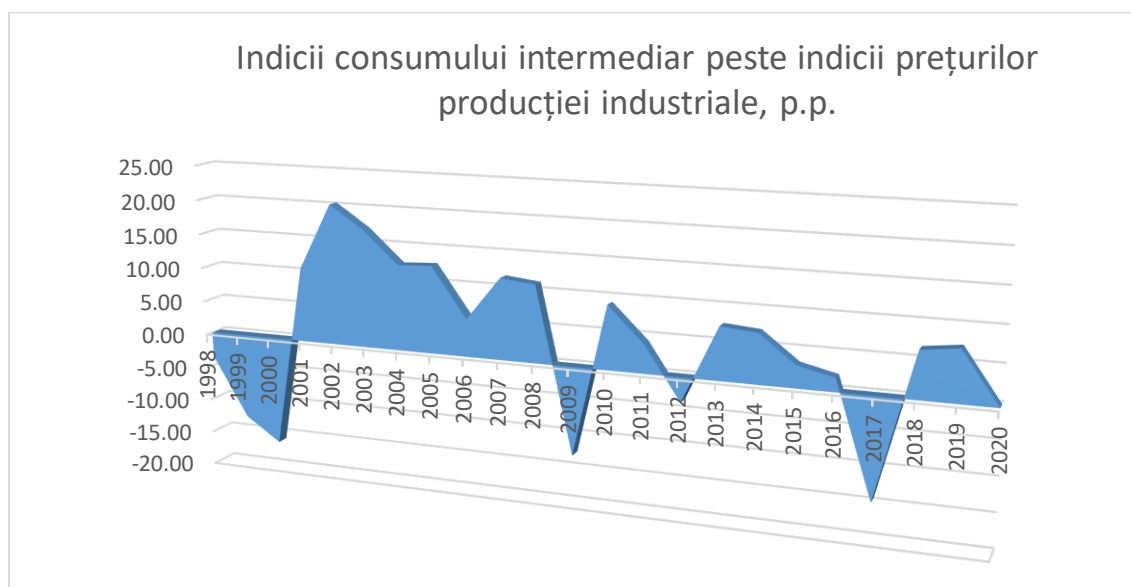


Figura 2. Indicii consumului intermediar și a producției industriale, decalaj puncte procentuale (p.p.)

Sursa: elaborat pe baza datelor statistice- Biroul Național de Statistică, statistica.md

În raport cu rata inflației evoluția indicilor costurilor a depășit rata inflației anuale. În timp ce economia înregistra o depreciere a monedei naționale de la o etapă la alta, asupra eficienței microeconomice au intervenit în sens negativ costuri tot mai mari cu ritmuri de

creștere peste rata inflației, vezi figura 3.

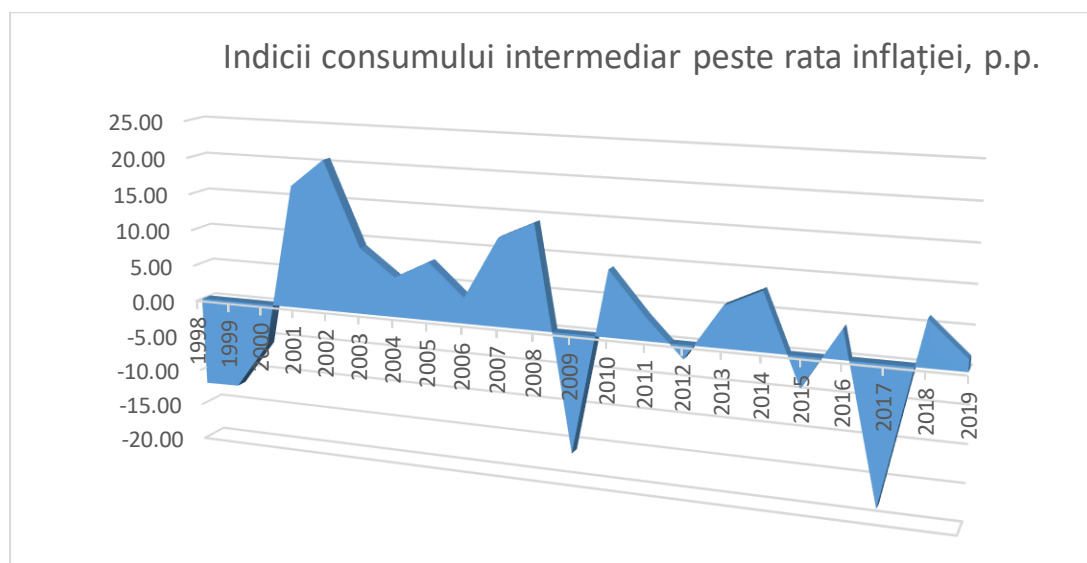


Figura 3. Indicii consumului intermediar și a ratei inflației, decalaj puncte procentuale (p.p.)

Sursa: elaborat pe baza datelor statistice- Biroul Național de Statistică, statistica.md

Creșterea costurilor peste rata inflației are efect dual asupra întreprinderii:

1. pe de o parte are loc diminuarea venitului din vânzări în termeni reali (venituri reale economice mai mici în raport cu veniturile nominale contabile),
2. pe de altă parte diminuarea rentabilității comerciale și economice.

Compararea evoluției creșterii generalizate a prețurilor în economie (rata inflației) și a prețurilor producției comercializate în perioada anilor 1998-2020 ne conduce la ideea că prețurile producției proprii comercializate de agenții economici deși s-au majorat de la o perioadă la alta, această majorare a fost cu ritmuri mai mici în comparație cu creșterea generalizată a prețurilor în economie. Astfel, agenții economici în mare parte nu realizează efectele aparent pozitive ale creșterii generalizate a prețurilor care le-ar determina și încasări mai mari și fără a pierde din valoarea reală a acestor încasări., vezi figura 4.

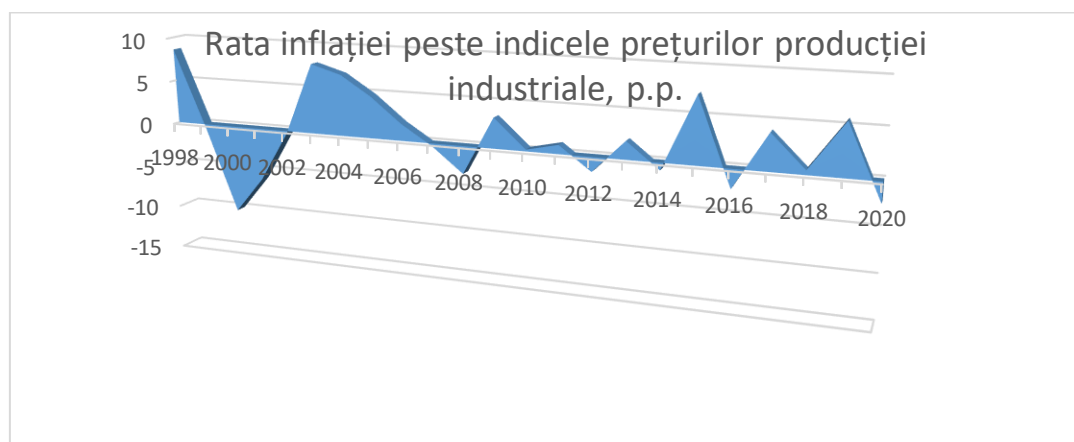


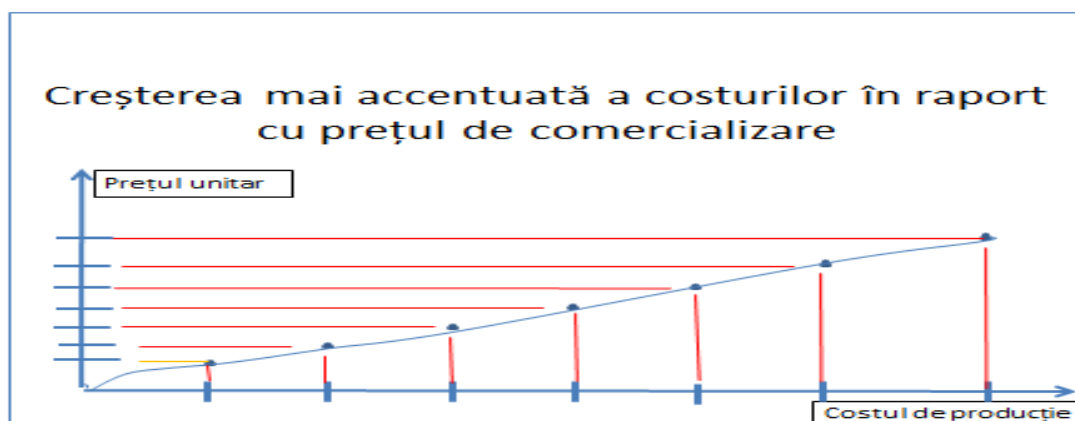
Figura 4. Rata inflației și indicii prețurilor producției industriale, decalaj puncte procentuale (p.p.).

Sursa: elaborat pe baza datelor statistice- Biroul Național de Statistică, statistica.md

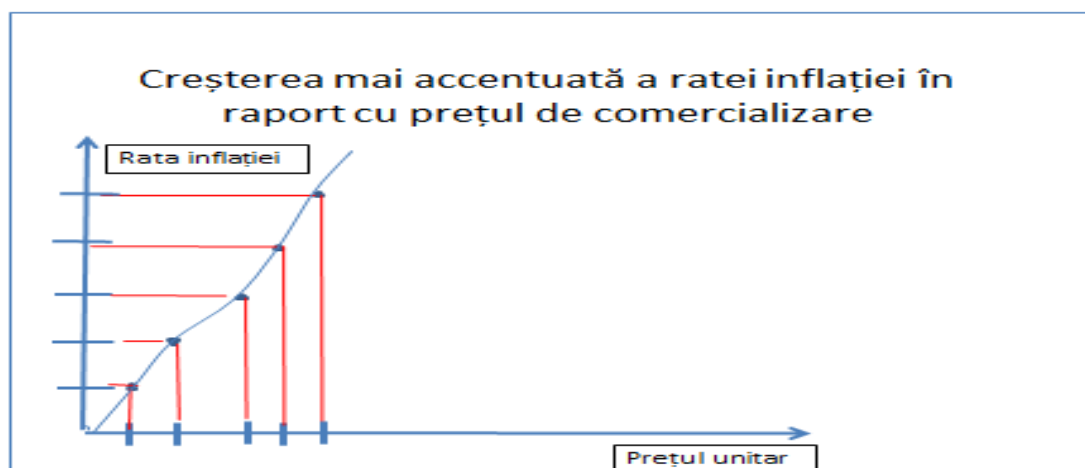
În acest mod se manifestă riscul de inflație ce se traduce prin faptul, că pe măsură ce crește inflația, veniturile monetare primite să deprecieze în termeni de putere de cumpărare reală mai repede decât cresc. În astfel de condiții, antreprenorul suferă pierderi reale.

Reieșind din cele expuse concluzionăm valabilitatea a două proprietăți de bază ale riscului inflaționist la nivel microeconomic:

1. *Ritmurile de creștere a costurilor de producție sunt superioare în raport cu ritmurile de creștere a prețurilor bunurilor economice proprii comercializate de mediul de afaceri, astfel că eficiența economică la nivel de întreprindere este amenințată în permanență.*



2. *Ritmurile de creștere a prețurilor bunurilor economice proprii comercializate sunt mai mici în comparație cu rata inflației, fapt ce determină dezechilibre și riscuri economico-financiare determinate de puterea de cumpărare a monedei naționale și de diminuarea veniturilor reale a agenților economici.*



Riscul inflaționist este și mai pronunțat într-o economie importatoare de resurse energetice tot mai scumpe, care se regăsesc în costurile de producție. Astfel se accentuează riscul economic care este mai pronunțat în țările care sunt dependente de importurile de bunuri, inclusiv energetice. Creșterea costului produselor peste inflație reduce competitivitatea companiilor.

Posibilitatea unei creșteri în nivelul general al prețurilor se constituie într-o amenințare reală la adresa rezultatelor oricăror angajamente ale mediului de afaceri care implică plăți fixe, stabilite, urmând a fi executate în viitor. Problema este cu atât mai gravă cu

cât posibilitatea de a prognoza astfel de modificări ale prețului este de multe ori relativ redusă și poate ieși, practic, de sub incidența controlului întreprinzătorului. Riscul de inflație afectează o sumedenie de componente ale activității firmei, având impact direct asupra rezultatelor financiare, [3].

BIBLIOGRAFIE:

1. Т.Г. Гурнович, Е. О. (2019). Оценка и анализ рисков . МОСКВА: ООО «Издательство «КноРус».
2. Короткова, Э. (2003). АНТИКРИЗИСНОЕ УПРАВЛЕНИЕ. Москва: ИНФРА-М.
3. Druică, E. (2008). Economia riscului. București: Universitatea din București.
4. Preluat de pe https://m.dcnews.ro/urmeaza-mama-tuturor-crizelor-adrian-vasilescu-consilierul-guvernatorului-bnr-inflatia-matura-toata-planeta-dar-la-noi-e-foarte-speciala_840967.html.
5. Preluat de pe https://www.dcnews.ro/preturile-au-explodat-subiectiv-si-platim-toti-specula-mondiala-pentru-a-recupera-pierderile-generate-de-covid-cosea-psihoza-a-inflatiei_840407.html.

LOCUL ȘI ROLUL MANAGEMENTULUI INOVAȚIONAL CA FACTOR DE SPORIRE A PERFORMANȚEI ÎNTRINDERILOR

Olga STRĂINU

Universitatea Agrară de Stat din Moldova

Abstract. During the last century, the notion of performance has undergone a series of changes and has imposed itself through certain stages of development and conceptualization. There is a direct relationship between enterprise performance and innovation management, and although researchers do not share the same notion of innovative management and the segments of the enterprise through which it manifests, they all mention its beneficial influence and the fact that only through Innovative practices The company can maintain a competitive level in the market. Thus, in this paper will be presented the action models of innovation and innovative management on the performance of the enterprise based on existing assumptions.

Keywords: innovative management, performance management, organizational performance.

Între performanța întreprinderii și managementul inovațional există o legătură directă. Ideile de inovații, oportunitățile și proiectele inovative măresc șansele întreprinderii de a corespunde nivelului de concurență, a îndeplini obiectivele setate, a obține profit și deci de a fi performantă. Astfel, opiniile cercetătorilor asupra noțiunii de management inovativ și al segmentelor din cadrul întreprinderii prin care se manifestă acesta nu sunt unanime, însă cu toții menționează influența benefică a acestuia și faptul că doar prin practici inovative întreprinderea se poate menține la un nivel competitiv pe piață.

În ultimii 100 de ani, inovația managerială, mai mult decât orice alt tip de inovație, a permis companiilor să treacă noi praguri de performanță.”[1] În aceeași ordine de idei Mol și Birkinshaw afirmă că: “în general managementul inovativ are un efect benefic asupra mai multor aspecte ale companiei iar asupra productivității și performanței în mod special. Acesta ajută organizațiile într-o varietate de moduri, dar joacă un rol semnificativ în îmbunătățirea productivității și performanței firmelor.” [11] Mazzanti de asemenea consideră că “inovațiile și performanța organizațiilor sunt legate pozitiv între ele.”[10]

Astfel în ultima perioadă este pe larg promovată ideea că organizația trebuie să dezvolte noi tehnici și proceduri în cadrul managerial, prin care să crească performanța întreprinderii, chiar dacă la momentul actual nu există la fel de multe studii care să dovedească impactul pozitiv al acestuia asupra performanței. Majoritatea studiilor privind inovația vizează acoperirea inovației tehnologice, neglijând alte modalități prin care poate fi realizată inovarea, bazate pe factori netehnologici. Aceasta din urmă, denumită inovație de management, constă

în implementarea de noi practici de gestionare, procese sau sarcini organizaționale.[2]

Analizând deci o serie de surse în care este prezentată influența managementului inovativ asupra performanței, susținem raționamentul că acesta: “ajută organizația să obțină performanțe ridicate prin integrarea practicilor multiple în cadrul organizației în moduri noi. Mai prețios, inovația managerială este un factor semnificativ al performanței organizației”.[5]

În baza acestor opinii ale cercetătorilor putem deasemenea propune un model de acțiune a inovației și a managementului inovativ asupra întreprinderii. Reieșind din recunoașterea efectului direct pe care inovația îl are asupra performanței, fără a subestima rolul inovațiilor tehnologice, vom pune în evidență latura managerială a inovației. În acest context, putem propune următoarea ipoteză: inovația în cadrul organizațional propune practici și idei noi, care sunt dezvoltate mai apoi în strategii de management inovațional, ce odată puse în practică sporesc performanța întreprinderii (fig. 1.3).

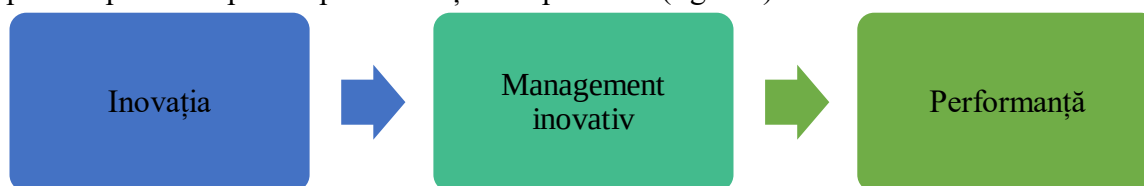


Fig. 1.3. Impactul inovației și managementului inovativ asupra performanței întreprinderii

Sursa: Elaborat de autor

În vederea susținerii ipotezei expuse mai sus, în continuare vom prezenta câteva studii, care au îmbinat în sine aspectul teoretic dar și cel practic și au demonstrat modul în care managementul inovativ și cel tehnologic influențează performanța întreprinderii. Concluziile propuse de autori sunt diverse, și respectiv pot fi grupate în felul următor:

- Cercetătorii care susțin că managementul inovativ are o influență directă asupra performanței întreprinderii și aceasta este una benefică;
- Cercetătorii care afirmă și dovedesc faptul că managementul inovațional influențează performanța organizației, dar doar în simbioză cu tehnologiile inovaționale.

Astfel studiile care demonstrează faptul că performanța întreprinderii este influențată de către MI (Management Inovativ) au fost efectuate în țări precum: Serbia (2019) prin metoda completării chestionarelor de către reprezentanții unor organizații mari și Marea Britanie (2020) – prin metoda interviurilor aprofundate. Astfel ambele cercetări pornesc așa cum am menționat anterior de la ideea că există o relație pozitivă între capacitatea inovațională managerială și performanța afacerii.[6]

Pentru a demonstra relevanța acesteia, a fost folosită metoda empirică, și anume: s-au efectuat treizeci și cinci de interviuri aprofundate cu top manageri, directori, proprietari ai organizațiilor, dar și directori de marketing și academicieni din Marea Britanie. Rezultatele acestui studiu au fost următoarele: doar companiile care sunt capabile să atragă și să mențină resurse pentru a-și spori capacitățile de inovare, sunt mai predispuse să își îmbunătățească performanța. De fapt, performanțele și capacitatea inovațională managerială, resursele umane și personalitatea, dacă sunt puse în relație între ele, ar duce la un număr mai larg de noi proceduri și procese potențial capabile să aibă impact asupra performanțelor.[7]

Aceleași concluzii precum că performanța este influențată pozitiv de către managementul inovativ au fost prezentate și în cadrul studiului efectuat de către Božidar, Maja și Slobodan, reflectat în articolul “Importance of innovative management practice: solution for challenges in business environment and performance in large organizations in Serbia” . Ipoteza de la care a pornit cercetarea acestor autori a fost că: există o asociere pozitivă între practicile inovatoare de management, creștere, dezvoltare și nivelul general al performanței în afaceri.[8] Au fost studiate rezultatele obținute în baza a cizeci de chestionare, care au fost completate de către unele din cele mai mari organizații din Serbia. În

urma analizei efectuate aceștia au menționat următoarele: “pentru a maximiza performanța, este necesar să se introducă inovația managementului prin transformarea conceptelor tradiționale de management în concepte contemporane. Dar până acum nu există o măsură unică pentru inovația în management, deoarece aceasta reprezintă un domeniu complex, ceea ce duce la faptul că datele comparabile privind introducerea acestui tip de inovație în cadrul organizațiilor sunt foarte rare.” [9]

Astfel se demonstrează prin rezultatele acestor lucrări și se evidențiază faptul că capacitatea inovațională managerială este singura modalitate pentru o organizație de a obține un avantaj competitiv durabil și de a-și spori performanța.

Studii care pornesc de la raționamentul că performanța întreprinderii este influențată de managementul inovațional, dar acesta trebuie să fie susținut de inovația tehnologică au fost efectuate în USA (2015) Spania și Columbia (2017) și Pakistan (2019). Rezultatele acestor studii ne permit să observăm modul în care managementul inovațional dar și inovarea tehnică contribuie la dezvoltarea organizației.

Un studiu amplu este cel efectuat de către Walker, Chen și Aravind - “Management innovation and firm performance: An integration of research findings”, aceștia își propun examinarea a trei întrebări:

1. Este adoptarea managementului inovativ (MI) benefică pentru organizații;
2. Este impactul MI asupra performanței la același nivel cu cel al inovației tehnologice (IT); și
3. Care sunt sursele potențiale de inconsecvență în relația MI-performanță?

Pentru a obține răspuns la întrebările cu care au pornit studiul autorii au fost revizuite și examinate o sută cinzeci de articole științifice. Principalele constatări ale acestui studiu sunt triple. În primul rând, bilanțul dovezilor revizuite sugerează că IM este asociat pozitiv cu performanța organizațională. În al doilea rând, măsurătorile din industrie și construcții (inovație și performanță) moderează relația dintre MI și performanță. În al treilea rând, impactul MI și IT asupra performanței nu diferă și ambele afectează pozitiv performanța. [pag. 416] Astfel autorii concluzionează că: “integrarea rezultatelor cercetărilor întreprinse în acest studiu oferă dovezi cu privire la influența MI asupra performanței firmei și a eficacității acesteia în comparație cu IT. Cu toate acestea, recunoaștem că MI este un tip de inovație sub-studiat și antecedentele, procesele și rezultatele sale nu sunt bine înțelese.

Hervas, Sempere, Boronat-Moll, și Rojas-Alvarado care în studiul lor “On the joint effect of technological and management innovations on performance: increasing or diminishing returns?” de asemenea studiază impactul inovațiilor manageriale alături de cele tehnologice și propun două ipoteze:

1. Introducerea în comun a noilor inovații tehnologice și de management are un impact pozitiv asupra performanței unei firme;
2. Introducerea în comun a noilor inovații tehnologice și de management are un efect curbiliniar (în formă de U inversat) asupra performanței unei firme. [3]

Acest studiu este cel mai vast dintre cele prezentate în lucrarea noastră, și cuprinde un eșantion final de doisprezece mii opt sute douăzeci și patru organizații, și analiza teoretică a o sută de articole care descriu inovațiile manageriale sau tehnologice. Cu atât mai mult sunt importante pentru noi rezultatele obținute. Astfel autorii au menționat următoarele: “această lucrare avansează cunoștințele pe tema inovației manageriale explorând interrelarea dintre inovația tehnologică și cea de management. Conectarea literaturilor de inovare bazate atât pe tehnologie, cât și pe management, facilitează dezvoltarea unui cadru mai larg și mai cuprinzător din care să abordăm fenomenele de inovare. În acest sens, acest studiu examinează interdependența inovațiilor tehnologice și de management și integrarea lor comună și influența potențială asupra performanțelor de eficiență ale unei firme. Ambele ipoteze sunt confirmate: beneficiile obținute din integrare sunt totuși pozitive, dar se

diminuează la un moment dat, datorită constrângerilor manageriale aferente care apar atunci când managerii integrează mai multe domenii de cunoaștere și alocă simultan resurse multor probleme.” [4]

Un alt studiu orientat spre stabilirea modului în care MI și IT influențează performanța întreprinderii este cel efectuat de către Zhang, Khan, Seoyeon și Salik și reflectat în articolul “The Influence of Management Innovation and Technological Innovation on Organization Performance. A Mediating Role of Sustainability”. Autorii au pornit de la ipoteza: și IM și cea IT, îmbunătățesc performanța organizației [17] Pentru a cerceta această ipoteză au fost folosite datele a trei sute patru chestionare, care au fost completate de diverse întreprinderi. Astfel la final acest studiu a confirmat că managementul inovativ și inovația tehnică au o influență semnificativă asupra performanței organizației, astfel ambele ipoteze au fost confirmate. [pag. 16] Rezultatele indică faptul că MI și TI contribuie semnificativ pozitiv la durabilitatea și la performanța organizației. Având în vedere rolul substanțial al MI și TI, cercetătorii recomandă firmelor să-și sublinieze capacitățile interne (considerate prin prezenta MI și TI) pentru a obține performanțe superioare. Conducerea de top a organizațiilor trebuie să acorde suficientă atenție pentru a configura mai ales MI în diferite departamente, deoarece acesta stimulează semnificativ performanța și durabilitatea. [pag 17] [18]

Este deci demonstrat prin aceste studii faptul că MI și IT joacă un rol important în performanța întreprinderii deoarece influențează direct asupra efectului de nou și respectiv permit păstrarea competitivității organizației. Totuși după părerea noastră anume MI este la momentul actual promotorul unei companii de succes. Chiar și introducerea IT trebuie propusă și aprobată de către manageri și respectiv se transformă într-un proces managerial.

Astfel este important din punctul nostru de vedere prezentarea unui ultim studiu care nu doar demonstrează impactul pozitiv al MI asupra întreprinderii dar și în cadrul căruia autorii propun și câteva modele ipotetice a simbiozei de management inovațional, management de performanță și a performanței întreprinderii (fig. 1.2, fig. 1.3, fig. 1.4). Acest studiu este cu atât mai important pentru noi cu cât managementul inovativ și impactul lui asupra întreprinderii este studiat prin prisma performanței manageriale. Premisa de la care au pornit autorii este că: inovația în management este asociată pozitiv cu performanța organizațională. [12]

Prin generalizarea celor expuse, în fig. 1.2 este prezentat un mecanism de acțiune a inovațiilor manageriale asupra performanței întreprinderii. Acest model reflectă două tipuri de influență a managementului inovațional asupra performanței organizației: una directă, și alta mediată de managementul performanței.

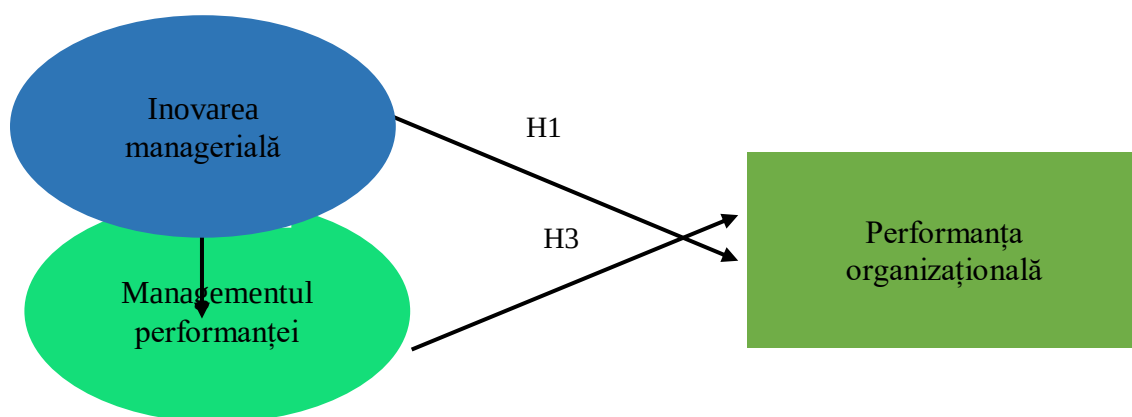


Fig. 1.2. „Inovarea în management și performanță organizațională”

Sursa: [13]

Un al doilea model propus de către autori se impune deja prin faptul că managementul inovațional nu are nici o interacțiune și nici o influență asupra managementului performanței.

Cu alte cuvinte, performanța organizației este în mod direct condiționată de inovările manageriale și de managementul performanțelor, dar acestea două nu prezintă nici o legătură.

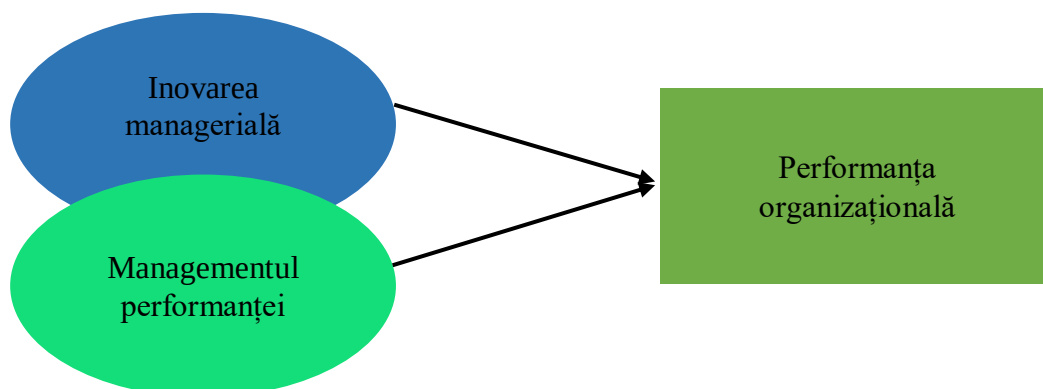


Fig. 1.3. „Model non-intermediar. Efectul direct al inovației managementului și al managementului performanței asupra performanței organizaționale.”

Sursa: [14]

Un ultim model ipotetic prezentat de autori este cel complet intermediar, în care se presupune că mecanismul de acțiune al managementului inovațional asupra performanței întreprinderii se poate implementa numai cu ajutorul și prin performanța managerială.

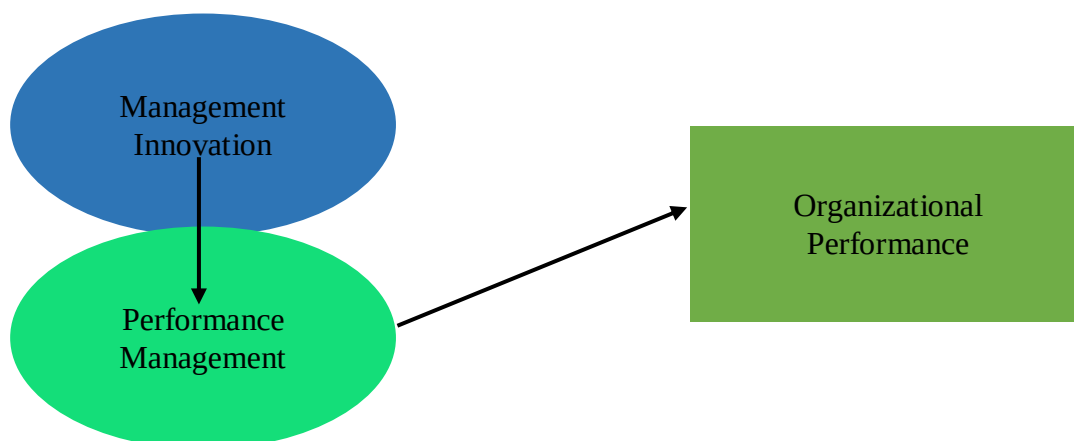


Fig. 1.4. „Model complet intermediar. Efectul indirect al inovației managementului prin managementul performanței asupra performanței organizaționale.”

Sursa: [15]

Astfel în urma analizei datelor colectate de la 136 de unități economice și a 378 respondenți au fost formulate următoarele concluzii: managementul inovațional nu are un impact direct asupra performanței organizaționale. Performanța managerială afectează direct performanța organizațională și efectul managementului inovativ asupra performanței organizaționale este pe deplin mediat de performanța managerială. Astfel, admitând că managementul inovațional exercită impact asupra performanței organizaționale (acest fapt fiind afirmat de mai mulți cercetători, după cum s-a expus anterior), susținem ipoteza că transferul inovației în performanțe ale organizațiilor este mediat de managementul performanței, după cum este redat în figura fig. 1.4. Deși bilanțul dovezilor asupra efectului direct al inovației asupra performanței este ponderat spre constatări pozitive, cercetările anterioare nu au examinat posibilele efecte de mediere ale altor variabile. Prin urmare, concluziile studiului nostru indică necesitatea unei cercetări mai ample privind relația

inovație-performanță, luând în considerare rolul de mediator al atributelor și proceselor organizaționale.[16]

Concluzii:

Ideia că există o legătură dintre inovațiile manageriale și influența acestora asupra performanței întreprinderii dar și a faptului că aceasta este sporită prin noi practici manageriale, a început să fie promovată de către cercetători în ultima perioadă. Cu toate că inovația și impactul acesteia asupra performanței firmei și a activității acesteia în general este un fapt dovedit prin diverse studii, cei mai mulți autori dar și manageri, se axau pe modul în care contribuie inovațiile tehnologice asupra bunăstării organizației. Totuși în ultima perioadă se dorește depistarea rolului MI și a practicilor noi care pot fi implementate în întreprindere, iar pentru acesta este necesară efectuarea cercetărilor care să demonstreze modul de acțiune a acestuia. Pentru a dovedi ipoteza noastră precum că performanța întreprinderii este sporită de către managementul inovativ și practicile manageriale noi, am cercetat diverse surse bibliografice dar și am prezentat ipotezele și rezultatele câtorva studii efectuate deja, care urmăresc aceeași ipoteză. Din cele prezentate anterior putem concluziona că:

1. Există o legătură directă dintre implementarea MI în cadrul întreprinderii și performanța acesteia. Cu alte cuvinte, noile practici în management pot crește eficacitatea și performanța fără a schimba alte careva segmente în cadrul firmei.
2. Modul de acțiune a MI asupra performanței este mediat de către managementul performanței. Mai exact performanța managerială este absolut necesară în cadrul întreprinderii pentru ca MI să poată spori performanța organizațională, aceasta fiind un intermediar între cele două.
3. Și inovația tehnică, și cea managerială au ca efect sporirea de performanță a organizației, și influențează direct acest aspect. Astfel pentru a crește performanța, managerii trebuie să introducă inovația în companie atât prin noi practici manageriale cât și inovații tehnologice. Totuși ținem să menționăm că MI nu este mai puțin eficient decât TI și în opinia noastră este necesară accentuarea introducerii de tehnici noi la nivel de management.
4. Nu întotdeauna managerii realizează care va fi rezultatul final al introducerii de noi practici manageriale. În timp ce unii dintre ei folosesc această posibilitate pentru a îmbunătăți performanța întreprinderii, fără a introduce noi tehnologii, și au un plan de acțiune și de creștere și respectiv folosesc această oportunitate, a doua categorie fie nu cunoaște potențialul pe care îl prezintă managementul inovativ, fie nu știu cum acesta ar trebui dezvoltat în cadrul întreprinderii. În acest caz ei pot chiar susține implementarea inovației organizaționale, dar este o decizie luată mai mult sub impact social, iar rezultatul este faptul ca managementul inovativ nu are efectul scontat, performanța întreprinderii fie crescând doar puțin, fie este necesar de mult prea mult timp pentru ca această creștere să aibă loc.
5. Cu toate că inovațiile organizaționale pot fi introduse ca și element aparte și ele vor avea un impact benefic asupra organizației, în simbioză cu cele tehnologice creșterea performanței va avea un nivel mai ridicat. Totuși așa cum a fost prezentat anterior, la un anumit moment performanța obținută prin introducerea de nou va scădea. Cu alte cuvinte inovația atât managerială cât și cea tehnică, are un anumit ciclu de viață, după care impactul ei asupra performanței este diminuat. Asta înseamnă că pentru ca o organizație să se mențină performantă este necesar în mod permanent de a introduce noi tehnici, practici și strategii, astfel întreprinderea va avea de câștigat și va putea face față provocărilor pieții.

BIBLIOGRAFIE:

1. Hamel, G., The why, what, and how of management innovation, Harvard business review 84, 2006;

2. Hervás-Oliver, J.-L., Sempere-Ripoll, F., Boronat-Moll, C., & Rojas-Alvarado, R. On the joint effect of technological and management innovations on performance: increasing or diminishing returns?, *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(5), 2017;
3. Hervás-Oliver, J.-L., Sempere-Ripoll, F., Boronat-Moll, C., & Rojas-Alvarado, R. On the joint effect of technological and management innovations on performance: increasing or diminishing returns? *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(5), 2017;
4. Hervás-Oliver, J.-L., Sempere-Ripoll, F., Boronat-Moll, C., & Rojas-Alvarado, R. 7. On the joint effect of technological and management innovations on performance: increasing or diminishing returns? *Technology Analysis & Strategic Management*, 30(5), 2017;
5. Hervás-Oliver, J.-L.; Sempere-Ripoll, F.; Boronat-Moll, C.; Rojas-Alvarado, R. On the joint effect of technological and management innovations on performance: Increasing or diminishing returns? *Technol. Anal. Strateg. Manag.* 30, 2018;
6. Izadi, Z., Ziyadin, S., Palazzo, M., & Sidhu, M., The evaluation of the impact of innovation management capability to organisational performance. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2020;
7. Izadi Z., Ziyadin, S., Palazzo, M., & Sidhu, M., The evaluation of the impact of innovation management capability to organisational performance. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 2020;
8. Leković, M., Strugar J., Slobodan M., Importance of innovative management practice: solution for challenges in business environment and performance in large organizations in Serbia EM, *Business Administration and Management*, XXII, 4, 2019;
9. Leković, M., Strugar J., Slobodan M., Importance of innovative management practice: solution for challenges in business environment and performance in large organizations in Serbia EM, *Business Administration and Management*, XXII, 4, 2019;
10. Mazzanti, M., Pini, P. and Tortia, E., Organizational innovations, human resources and firm performance: the Emilia-Romagna food sector, *The Journal of Socio-Economics*, Vol. 35 No. 1, 2006;
11. Mol, M.J.; Birkinshaw, J., The sources of management innovation: When firms introduce new management practices. *J. Bus. Res.* 2009;
12. Walker, R. M., Damanpour, F., & Devece, C. A., Management Innovation and Organizational Performance: The Mediating Effect of Performance Management, *Journal of Public Administration Research and Theory*, 2010;
13. Yongan Z., Umair K., Seoyeon L. and Madiha S., The Influence of Management Innovation and Technological Innovation on Organization Performance. A Mediating Role of Sustainability, *College of Economics and Management*, Beijing University of Technology, 2019;

EMPLOYEES' EMPOWERMENT AND ENGAGEMENT AS A WAY TO ACHIEVE PERSONAL AND ORGANIZATIONAL GOALS

Ifat MENASHKO

Free International University of Moldova

Abstract. *The achievement of the organization's goals depends on its employees – on their identification with the organization's objectives, motivation to contribute to the objectives, and their sense of efficacy. The way to harness workers for the organization's benefit is to empower them and allow them to make their voice heard, to initiate and influence the organization. The organization and its management are responsible to implement programs for worker empowerment. The case study focuses on the way the new management caused a change in a school in a disadvantaged region and transformed it into a model of success. The way to success was based on the adoption of a proven management model (Leithwood et al., 2020) focusing on four areas of practice: set directions, build relationships and develop people, develop the organization to support desired practices, and improve the instructional program. This presentation focuses on the second area, the development of people; in our case, the schoolteachers. We see how actions undertaken in the school empowered the teachers and contributed to the increase of their involvement and commitment to the school and advanced the school as an organization, its students, and the school community.*

Keywords: *commitment, employees' empowerment, engagement, organization's goals.*

The management of the education organization is one of the most challenging and

significant roles in modern society. More difficult is managing a school that non-functioning in urban areas, where most residents come from a disadvantaged socio-economic environment, who haven't education, and some of the residents are immigrants. Therefore, it is interesting to study and analyze the case of such a school that has managed to improve, promote its students and has become a source of pride for teachers, students, their parents and the whole school community.

School management is one of the most difficult and responsible tasks. Using the Leithwood model allows to organize the implementation of the decisions taken, the management actions, the initiatives and the actions taken in order to create a coherent and clear image of a management model that has managed to achieve its objective [2].

Management in the educational system

Management of education and educational policy is an important area of research in many countries around the world. Creating large and complex education systems conditioned the need to transfer the skills of teachers, who were educated to teach, not to manage organizations.

Management research focuses on "educational leadership". Like other sciences of education, educational management draws its sources from texts and discourses from other social and humanities, including philosophy, sociology, psychology, business administration, and economics. Political science has made a great contribution to the development of educational policy models. Some believe that educational management is similar to general management. Proponents of the general management approach believe that there are universal management principles that can be applied in any organizational structure, for example, in the processes of strategic planning, budgeting, financial management, human resources management and public relations [4].

For example, educational organizations there are difficulties between organizational processes and results, because financial resources are in the hands of the education ministry or finance ministry and there are big problems in establishing measures to reach targets, in other words, if the goal is academic achievement or creative development and curiosity to children.

The researcher observes that maintaining the effectiveness and efficiency of an organization depends on many other variables found outside of school, such as the child's family and environment and his or her cognitive and emotional characteristics. These aspects reinforce the approach that the management of an educational institution as a school differs from the management of economic institutions [5].

The controversy between the two approaches has escalated in the 1990s and as a result, ministries of education in different countries have developed management training for school leaders, examining management models in various fields. Over time, research in political science has contributed to the development of unique educational policy models.

In any case, there is no doubt that are needed many skills in many areas for the management of a successful school, and therefore in recent decades, research and public references to school management relate to its leadership, a concept that it encompasses the broader sense of vision, leadership, and significant interpersonal skills. The following definition reflects the main characteristics of leadership:

Leadership is a process of influence that leads to achieving the desired goals. Successful leaders develop a vision for their schools based on their personal and professional values. They articulate this vision with every opportunity and influence their employees and other stakeholders. School management has become very important, especially in recent years, primarily due to the trend towards decentralization facing education systems around the world.

Recognition of the immense importance of management has accompanied in recent years by the development of various theoretical models pursuing at the description and practical interpretation of the director and, in particular, the identification and articulation of

general principles that will contribute to a better understanding of what goes well and what goes wrong. Research has shown that all successful school leaders use these methods to advance students and improve the school, faculty and community.

One of the successful models is the following:

Build and develop relationships with people: stimulate the development of employees' professional skills; provide support and attention to employees; model school values and practices; build trusting relationships with and between staff, students and parents; establish productive working relationships with the representatives of the teachers' federation.

The teaching staff is the anchor of the school. To successfully engage teachers in the challenging task of making such a fundamental change in school activity, teachers must first develop in themselves a sense of efficacy to achieve the determined goals. For this, professional development processes have been established for all school teachers. It was decided that the process of the training for the assimilation of the reform in the school would be carried out in grade-based learning communities of teachers. Every such learning community undertook to design an annual outline of excellence for each of the age groups and to build a detailed curriculum that implements the principles of excellence adopted by the school. During those team meetings, the role of the class educator was redefined as the case manager of each of her students. In the framework of the new job definition, the educator is responsible for identifying the strengths of each of her students, guides, supports, and instructs the student to meet the requirements of the areas of excellence in which he participates, and ensures the change of the class discourse towards the striving for excellence and the internalization of appropriate values of excellence and perseverance. Teacher learning in grade-based staff meetings also included an in-depth discussion of the issue of diversity and difference and how school staff should encourage excellence in a wide range of areas, depending on students' preferences and skills. Special emphasis was placed on the improvement of the teachers' skills to manage a meaningful dialogue with their students, actively listen, and to express empathy and support of the students. Another essential aspect discussed in the groups of teachers is the teachers' need for constant learning and lifelong continuous professional development.

The school principal, like the role of educator that was formulated, also took care to identify in the teachers their characteristic strengths and allowed the teachers to express their preferences and talents. In addition, to support the teachers, each teacher was assigned a disciplinary academic advisor and of course a listener, support and empathy from the school administration. The school principal's working assumption was that an empowered teacher cultivates an empowered student.

The success of the school principal in recruiting all the school teachers for this demanding process is a testament, first and foremost, to the relationship of trust and mutual appreciation created between the principal and the teaching staff. Building such a system of relationships between a principal and the teaching staff is not a trivial matter. Indeed Fox, Gong, and Attoh [1] maintain that in many cases teachers feel pressure on the part of the principals and only viable, positive, and trust-based work relationships between the principal and the teaching staff are an essential condition for the achievement of the school objectives.

The school principal and teaching staff also formed a warm relationship with the school's parent community. Researches [3] proved that parents in hard-off families struggling for their livelihoods are not physically and mentally available for involvement in the school. Nevertheless, the principal and the teaching staff managed to harness the parents and share with them the school's educational processes and pedagogical perceptions. The parents who did not dare to dream about a future for their children because of the difficult reality in which they live experience this process along with them. They are involved in every aspect of the educational process. They are proud of their children's achievements and of the school whose achievements brought pride to the community.

Indeed, parent expectations for children's success at school were found to have the greatest influence on students' learning and achievement. The encouragement of parents' involvement and engagement with school life is therefore a major concern of the school leadership.

The main parent leadership of the school has an active part and is a partner in the planning and leadership of the community, in order to create a better world for them and for their children. Regular meetings are held between the parents' leadership and the school staff. In these meetings, topics related to the school's educational activities and the community activities in which the school participates are discussed. In addition, in the school a school for the parents was established. In these days of the Covid-19 epidemic, it has also become a distance learning community, where learning sessions are held synchronously and asynchronously. Two parent mentoring groups discuss the issue of parental authority during the coronavirus period and are currently conducted on ZOOM. In addition, there is parent training in the use of distance learning tools individually, in coordination and in small groups.

Conclusion

The aim of the study was an attempt to obtain information about a leadership model that managed to promote a disadvantaged school in an area with low socioeconomic status, advancing it towards success, while radically changing the general perception of school education, of its teachers and students and the school community.

The selected theoretical framework [2] makes it possible to analyze management practices of school management and, through them, refining those whose contribution to promoting school was the most significant.

If we want to present a limited number of principles whose contribution seems to be the biggest, then we get the following list:

1. The importance of establishing a challenging vision but achievable and a constant search, without uncompromising to achieve it. The vision of excellence as a value, of personal excellence, of cultivating diversity and the strengths of each - both students and teachers.
2. Cultivating a teaching staff and adopting values of constant professional development and lifelong learning.
3. Encouraging the involvement of parents in the educational process and capitalizing on them to achieve educational goals.
4. Creating an open and safe school climate based on empathic and careful dialogue with students.

Schools that adopt such an educational perception may also face unexpected challenges, such as the COVID-19 pandemic and the associated lack of certainty. Indeed, management practices and school spirit have proven themselves, and the proof is the citation of excellence that the school leader received during the pandemic.

BIBLIOGRAPHY:

1. Fox J., Gong T., Attah P. The Impact of Principal as Authentic Leaders on Teacher Trust in the K-12 Educational Context. In: *Journal of Leadership Studies*, 8 (4). 2015. p.6-16.
2. Leithwood K., Harris A., Hopkins D. Seven Strong Claims about Successful School Leadership. In: *School Leadership and Management*, 28 (1), 2008. p. 27-42.
3. Mantovani D., Gasperoni G. Native and Immigrant Parents' Involvement in School-Related Activities in France and Italy. In: *Italian Journal of Sociology of Education*, 10(3), 2018. p.110-139.
4. Oplatka I. *The Legacy of Educational Administration*. Peter Lang, Frankfurt, 2010.
5. Oplatka I., Nupar I. The Intellectual Identity of Educational Administration: Views of Israeli Academics. In: *International Journal of Educational Management*, 28(5), 2014. p.546-559.

MODALITĂȚI DE CREȘTERE A PERFORMANȚELOR ANGAJAȚILOR ÎN ORGANIZAȚIE

Tatiana DIACONU, dr.,

Universitatea de Stat din Moldova

Lilia DRAGOMIR, dr., conf. univ.,

Universitatea de Stat din Moldova

Aliona POPA

Centrul de Excelență în Informatică și Tehnologii Informaționale

Abstarct. Nowadays, every manager, consciously or unconsciously, is concerned with evaluating and analyzing the performance of his or her employees in achieving organizational objectives. Thus, from the perspective of the organization, each employee must add value to the business, and motivation represents an important way to increase the performance of the organization. The purpose of the study is to determine the efficiency of employee work in domestic companies which is a topic of considerable interest on the agenda of any manager in each organization. In conducting this research, significant attention was paid to the analysis of indicators such as: number of employees, sales income, labor productivity, etc. The expected results of the study reflect the identification of the organization's vulnerabilities regarding the work efficiency of employees and the ways to solve them.

Keywords: employees, employers, management, performance.

Întroducere

Este cunoscut faptul că, la ora actuală, succesul unei organizații depinde în mare măsură de capitalul uman al acesteia. Iar calitatea muncii resurselor umane, precum și nivelul de implicare a acestora în activitățile desfășurate de întreprindere, influențează enorm performanțele organizației atât sub aspect managerial, cât și financiar. De aceea, în multe organizații, o atenție deosebită i se acordă factorului uman, în mod special, comportamentului salariaților săi. Astfel, studierea comportamentului salariaților și a factorilor de influență a acestuia, determină managerul să înțeleagă mai bine problemele și necesitățile resurselor umane, precum și impactul lor asupra creșterii performanțelor organizaționale. În acest context, managerii trebuie permanent să coordoneze și să coreleze îndeplinirea obiectivelor organizaționale cu capacitățile și posibilitățile angajaților în scopul creșterii permanente a performanțelor organizației pe ansamblu.

Material și metodă

Pentru elaborarea acestei cercetări au fost utilizate surse de informații ale diverșilor autori, precum și materialele diferitor sesiuni științifice și alte publicații specifice temei. Studiul se realizează și pe datele selectate și prelucrate de autori în baza datelor, Biroului Național de Statistică, și altor publicații care au servit drept surse informaționale specifice temei cercetate. În cadrul studiului s-au utilizat diverse metode de cercetare, cum ar fi: metoda analizei și sintezei, metoda comparației, generalizarea, formularea de raționamente, concluzii.

Rezultate și discuții

Performanța este importantă în orice activitate, în mod special în domeniul economic. Astfel, în activitatea economică managerii sunt cointeresați nu numai de performanța globală a companiei, dar și de posibilitățile de sporire a performanțelor salariaților săi. Conceptul de performanță a companiei în literatura de specialitate a fost tratat diferit prin prisma diverselor puncte de vedere ale mai multor cercetători.

În opinia lui Bates și Holton, „performanța este un concept abstract multidimensional, a cărui măsurare depinde de o mare varietate de factori.” [2]

Iar după Verboncu, performanța poate fi considerată, ca fiind un rezultat deosebit obținut în domeniul managementului, cel economic, comercial etc. ce implică eficiența,

eficacitatea și competitivitatea companiilor și comportamentele lor procesuale și structural [7].

O altă abordare este redată de M. Armstrong, unde managementul performanței poate fi definit ca, un proces sistematic de îmbunătățire a performanței organizaționale prin dezvoltarea performanței indivizilor și echipelor [1]. Prin definiția sa, managementul performanței în viziunea lui Turcanu G., reprezintă o abordare strategică și integrată a asigurării succesului de durată în activitatea organizațiilor, prin îmbunătățirea performanței organizației, echipelor și ale indivizilor [4].

Concluzionând opiniile autorilor relatate mai sus, punem menționa că, prin implementarea managementului performanței într-o organizație se pot obține rezultate eficiente atât de la salariați, cât și de la organizație în ansamblu. În acest context, este necesar ca managerii să se focalizeze pe aplicarea unui nou sistem de management al performanței în organizație.

Însă, deseori implementarea unui sistem nou de management al performanței în întreprindere, poate fi influențat de [5]:

1. Lipsa unei legături clare dintre obiective și acțiune executată - presupune faptul că, deseori angajații nu înțeleg ceea ce au de făcut cu obiectivele stabilite de organizație, iar ulterior aceștea se vor simți demotivați și nu vor executa eficient sarcinile distribuite de manageri;
2. Implicarea redusă a managerului și concentrarea doar pe proces - performanța poate fi obținută doar prin intermediul unei comunicări deschise dintre manager și executant, iar implicarea redusă a celui din urmă va genera rezultate irelevante;
3. Demotivarea angajaților care în cele mai dese cazuri nu au siguranța locului de muncă sau nu simt că progresează;
4. Plasarea responsabilității doar pe o singură persoană sau pe un departament, unde deseori managerul uită de importanța și contribuția fiecărei persoane în obținerea performanțelor la nivel organizațional.

Pentru a evita incoveniențele menționate mai sus și a crea un mediu de muncă favorabil și productiv, este important ca managerul să trateze procesul de management al performanței ca o colaborare continuă dintre echipa managerială și angajați, unde fiecare membru are de câștigat.

Așa dar, din cele relatate constatăm că managementul performanței este un instrument indispensabil pentru toate organizațiile autohtone și reprezintă una dintre cele mai importante responsabilități ale unui manager. De multe ori, salariații nu știu cum pot să-și măsoare și să-și îmbunătățească performanțele, și deseori, această sarcină le revine managerilor. Iar în acest sens, rolul managerilor este asemănător cu cel al unui antrenor care trebuie să „recompenseze” performanțele deosebite prin recunoașterea lor, să explice ce îmbunătățiri pot fi aduse, în ce domenii și cum ar putea să fie ele realizate. Un model eficient de măsurare a performanței angajaților trebuie să țină cont de următoarele etape [2]:

- Conducătorii companiei stabilesc obiectivele la nivel de organizație, divizie și departament;
- Managerii și angajații stabilesc obiectivele și discută despre așteptările comportamentale;
- Managerii și angajații au discuții permanente despre performanță;
- Angajații oferă informații despre propriile lor percepții asupra performanței;
- Sursele de evaluare oferă informații despre performanța angajatului;
- Managerii evaluează performanța angajaților;
- Managerii și angajații susțin sesiuni formale de revizuire;
- Se iau decizii privind resursele umane: training; salarii; promovări, etc

După ce măsurile sunt determinate, ele vor fi combinate într-o funcție de utilitate care asistă la luarea deciziilor în organizației. Astfel, apare necesitatea unui pas preliminar care să

stabilească nevoile și dorințele angajaților în cadrul organizației. Iar aspectele pe care le urmăresc salariații la angajatori sunt de regulă: scopul, grija, aptitudinile și salarizarea.

În schimb, angajatorii au nevoie de “mâinile, inimile, creierele și vocile” resurselor umane, pentru a implementa diverse strategii.

Strategiile a căror implementare pot contribui în cea mai mare măsură la satisfacerea necesităților angajaților companiei deopotrivă sunt creșterea flexibilității forței de muncă, atragerea și recrutarea celor mai buni candidați, păstrarea angajaților cheie din cadrul firmei, și consolidarea culturii dorite în organizație, iar procesele necesare sunt cele aferente gestionării resurselor umane. Transpunerea eficientă în practică a strategiilor și proceselor privind angajații solicită organizației dezvoltarea și cultivarea următoarelor competențe: dezvoltarea abilităților angajaților, standarde de recrutare a angajaților, valori organizaționale și culturale, pachete salariale competitive, politici privind echilibrarea forței de muncă, practici de evaluare și promovare a angajaților, politici de consiliere a angajaților, politici de etică în afaceri, politici de sănătate și siguranță, facilități și mediul fizic [2].

Performanța axată pe angajați în organizație, poate fi măsurată și cu ajutorul unei game vaste de indicatori, cum sunt și cei prezentați în tabelul 1 [2].

Tabel 1. Indicatori de performanță ai resurselor umane

Criterii	Indicatori
Măsuri ale satisfacției angajaților	• Nivelul de satisfacție al angajatului; ✓ Evaluarea satisfacției locului de muncă; ✓ Evaluarea mediului de lucru; ✓ Evaluarea superiorului ierarhic; ✓ Evaluarea implementării politicii de resurse umane; ✓ Evaluarea pachetului salarial; ✓ Evaluarea cursurilor de formare și perfecționare oferite de organizație; • Nivelul nemulțumirilor angajaților (pe categorii); • Calitatea/ relevanța fiecărui curs de instruire.
Măsuri ale contribuției angajaților	• Vânzări/Valoarea adăugată per angajat; • Rezultate per angajat (ex. productivitatea); • Rata de absenteeism; • Feedback-ul angajaților referitor la necesitatea și suficiența programelor de training oferite de organizație; • Dorința angajaților de a recomanda compania drept angajator; • Dorința angajaților de a-și dezvolta competențe suplimentare; • Sugestiile angajaților de îmbunătățire a performanței care au fost implementate;
Măsuri ale strategiei de resurse umane	• Numărul de angajați față de numărul planificat (+ nivelul angajaților permanenți față de nivelul celor angajați temporar) Inventarul competențelor față de cele planificate; • Recrutarea față de nivelul planificat; • Raportul Manager/Muncitor; • Costurile cu angajații față de cele planificate; • Costurile redundante cu angajații față de costurile planificate (în situațiile în care se aplică); • Realizarea politicii de egalitate a sexelor/raselor față de obiectivele declarate.
Măsuri ale proceselor privind	• Gradul de conștientizare a strategiilor companiei în rândul angajaților; • Gradul de conștientizare a politicilor companiei în rândul angajaților;

angajații	• Durata ciclului de recrutare; • Rata de acceptare a ofertelor de muncă vacante ale companiei; • Disponibilitatea cursurilor de perfecționare oferite; • Nivelul evaluărilor complete ale angajaților; • Feedback intern privind eficiența și eficacitatea departamentului de resurse umane al firmei.
Măsurile ale competențelor privind angajații	• Costurile totale cu angajații per angajat (valori de referință la nivel de industrie); • Nivelul cererilor de locuri de muncă primite de către organizație; • Calitatea recrutării angajaților față de standardele sau țintele fixate; • Nivelul orelor de training per angajat anual; • Valori de referință privind remunerarea și beneficiile; • Valori de referință pentru cele mai bune practici de RU (față de alți angajatori); • Nivelul incidentelor de siguranță/ Numărul zilelor lucrătoare pierdute din cauza incidentelor de siguranță; • Nivelul încălcării normelor de etică în afaceri;

Sursa: A. Neely, C. Adams, s.a., „The Performance Prism: The Scorecard for Measuring and Managing Business Success”, Financial Times, Prentice-Hall, 2002, pp. 288-289.

Aplicarea indicatorilor de măsurare a performanțelor salariaților în întreprindere, ar aduce o plus valoare sistemului de management practicat în organizație și ar îmbunătăți considerabil rezultatele financiare ale companiilor autohtone.

Cu toate că, în ultima perioadă, managerii mai multor organizații au întreprins diverse strategii privind motivarea și îmbunătățirea performanțelor salariaților la locul de muncă, totuși acțiunile acestora în unele cazuri s-au dovedit a fi insuficiente. Iar această concluzie rezultă și din următoarea diagram.

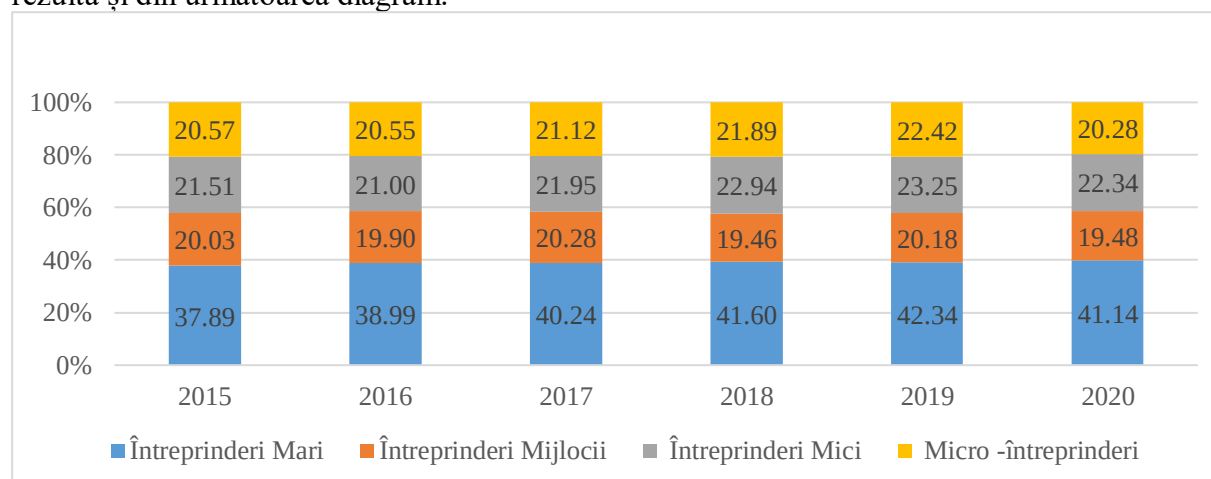


Fig. 1. Ponderea salariaților care activează în întreprinderile autohtone, pentru anii 2015-2020.

Sursa: elaborat de autori în baza datelor BNS.

În anul 2020, conform datelor Biroului Național de Statistică (BNS), numărul salariaților care activau în întreprinderile autohtone a constituit 526 738 persoane, cu 16 470 persoane, mai mult față de anul 2015. În același timp, configurația se modifică și pentru numărul salariaților, care au activat în IMM, în număr de 316 823 (62,1%) în anul 2020, care s-au redus, comparativ cu anul 2015, cu circa 114 persoane și au alcătuit 63,11%,

din totalul salariaților. Analiza evoluției salariaților încadrați în întreprinderile mari autohtone, ne indică o creștere ușoară pe parcursul perioadei de analiză cu circa 3,25%. Aceste creșteri s-au produs în mare măsură din cauza unor avantaje pentru salariați, cum ar fi: o situație în muncă stabilă; traininguri și oportunități de creștere în carieră; confort; tehnologii performante, etc.

O astfel de cercetare, este absolut necesară pentru a dimensiona potențialul întreprinderilor autohtone, cu scopul de a determina gradul utilizării reale a acestui potențial, în vederea identificării ulterioare a oportunităților și barierelor în consolidarea și eficientizarea sistemului de management al organizației, care să contribuie nemijlocit la creșterea performanțelor angajaților săi.

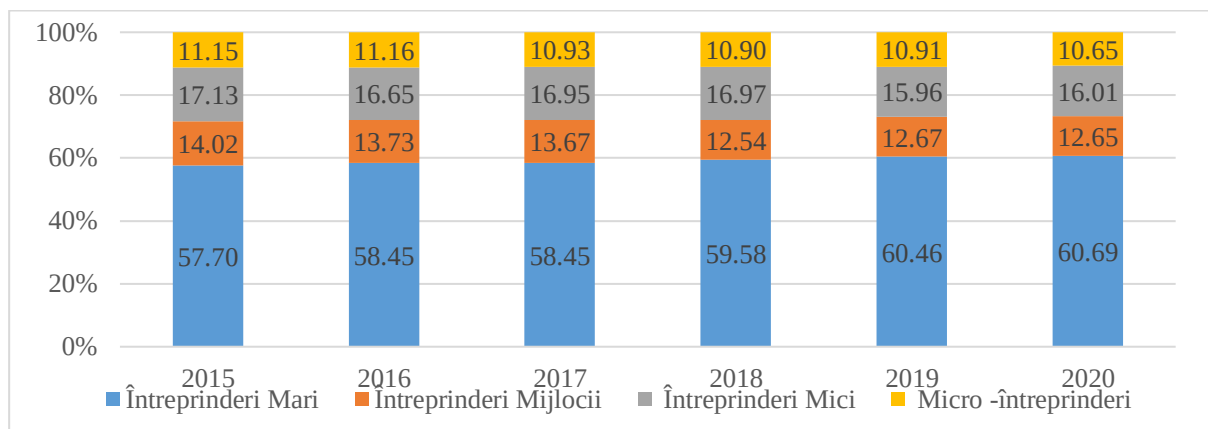


Fig. 2. Evoluția structurii venitului din vânzări a întreprinderilor din Republica Moldova, pentru anii 2015-2020.

Sursa: elaborat de autori în baza datelor BNS.

Astfel, în anul 2020, veniturile din vânzări totale ale întreprinderilor autohtone, s-au majorat în comparație cu anul 2015, cu 99 642,6 mln/lei sau cu 2,99%, și s-au micșorat considerabil față de anul 2019. Această reducere a fost determinată de impactul Covid 19. Pandemia Covid 19, a afectat grav întreprinderile micro, mici și mijlocii în ultimii ani, iar odată cu ele și mii de salariați care și-au pierdut locurile de muncă. Mai mult decât atât, în vederea supraviețuirii impactului COVID-19, multe companii au optimizat cheltuielile pe seama costurilor cu personalul prin, diminuarea orelor de muncă, somaj tehnic sau în unele cazuri concedieri pe cont propriu.

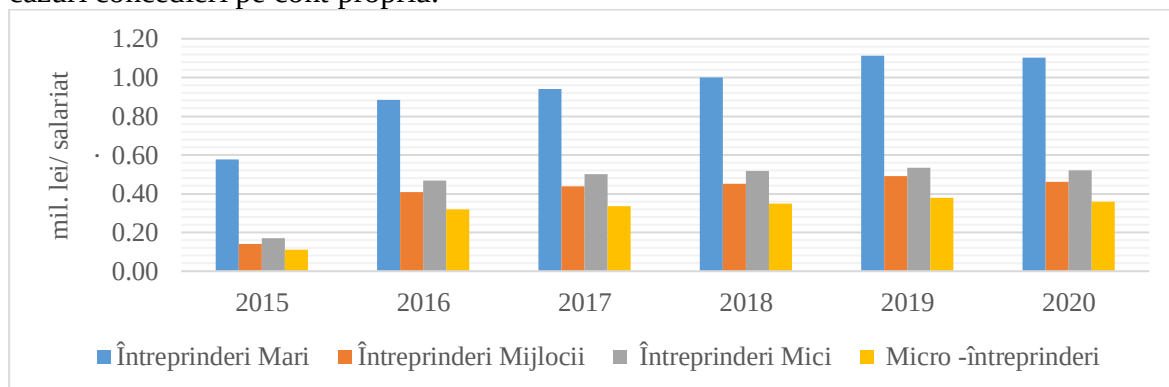


Fig. 3. Evoluția productivității muncii în întreprinderile din Republica Moldova, pentru anii 2015-2020.

Sursa: elaborat de autori în baza datelor BNS.

Reducerea numărului de salariați în întreprinderile autohtone nu a făcut economia națională mai competitivă, ci doar a ajustat costurile de producție. Iar ocuparea forței de

muncă în sectoarele economiei naționale, ale Republicii Moldova rămâne, în continuare, una importantă, fiind, totuși, în declin. Deci, scăderea nivelului de ocupare a forței de muncă în întreprinderile autohtone, în legătură cu creșterea veniturilor din vânzări, a dus la creșterea productivității muncii în companiile analizate. Astfel, în anul 2020, conform datelor Biroului Național de Statistică (BNS), avem o creștere a productivității muncii per salariat, cu circa 0,17 mil.lei/ salariat, comparativ cu anul 2015. Totodată, menționăm că, în anul 2020, datorită restricțiilor impuse de situația pandemică, absenței lucrătorilor la locul de muncă, motivația scăzută de a presta munca, costurile mari privind recalificarea muncitorilor pentru locul de muncă și scăderea moralului salariaților, au afectat enorm nivelul productivității muncii per salariat, care s-a redus considerabil la toate categoriile de întreprinderi, și anume: în întreprinderile mari productivitatea muncii constituia - 1,10 mil. lei/ salariat, în întreprinderile mijlocii - 0,46 mil. lei/ salariat, în întreprinderile mici - 0,52 mil. lei/ salariat, iar micro-întreprinderile - 0,36 mil. lei/ salariat. Drept urmare, pentru a nu fi afectată în continuare productivitatea muncii în întreprinderile naționale, angajatorii au încercat să se adapteze la o nouă modalitate de muncă, adică a modelului de lucru postpandemic, cu multiple provocări. Iar una dintre marile provocări ale angajatorilor este și va fi în continuare, creșterea performanțelor organizaționale prin prisma factorului uman. Așa dar, având în vedere faptul că, angajații sunt cele mai importante resurse care aduc plus valoare companiei, considerăm că este oportun, ca entitățile autohtone să implementeze un nou sistem de management al performanței, care ar ajuta angajații să evolueze în scopul atingerii adevăratului potențial. Implementarea unui sistem nou de management al performanței, trebuie să vizeze parcurgerea următoarelor etape [6]:

1. Evaluarea situației curente și identificarea cauzelor care generează performanțe scăzute;

2. Analiza experienței curente a angajaților;
3. Elaborarea unor obiective clare și un termen care ar fi necesar de realizat;
4. Stabilirea acțiunilor necesare pentru creșterea performanței;
5. Discutarea cu fiecare membru al echipei și oferirea unui feedback;
6. Motivarea angajaților și oferirea suportului necesar ca să se dezvolte în mod constant;
7. Analiza și evaluarea periodică a rezultatelor obținute.

Din câte observăm, obținerea obținerii unor rezultate eficiente implică parcurgerea unor etape, iar fiecare dintre ele contribuie la asigurarea condițiilor de creștere a performanțelor salariaților la nivelul unei entități economice. Astfel, am putea spune că, pentru atingerea succesului unei organizații, este necesar să se implementeze un management performant în cadrul întreprinderilor autohtone, pentru a putea face față schimbărilor și a se adapta la mediu. Însă, capacitatea de implementare a unor măsuri ce vizează motivarea și gradul de sporire a performanțelor resurselor umane în organizație, depinde în mare măsură atât de managerul companiei, cât și de capitalul uman.

În final, ținem să menționăm că, pentru a evita fluctuația personalului la locul de muncă precum și creșterea eficienței organizației prin prisma capitalului uman, este indispensabil implementarea acțiunilor expuse în cercetarea dată.

Concluzie:

Rejeșind din cele expuse mai sus, putem deduce următoarele:

1. În condițiile existenței diverselor abordări a performanței unei întreprinderi, putem deduce că, managementul performanței într-o organizație este un mijloc de a obține rezultate eficiente atât de la salariați, cât și de la organizație în ansamblu.

2. În vederea supraviețuirii impactului COVID-19, în anul 2020, multe companii au optimizat cheltuielile pe seama costurilor cu personalul prin: diminuarea orelor de muncă, somaj tehnic sau în unele cazuri concedieri pe cont propriu. Iar toate aceste acțiuni au afectat enorm nivelul productivității muncii salariaților în multe sectoare ale economiei naționale.

3. În scopul creșterii rezultatelor financiare ale organizațiilor autohtone și valorificării potențialului capitalului uman, este indispensabil, implementarea unui nou sistem de management al performanței la nivel organizațional.

BIBLIOGRAFIE

1. Armstrong M. Managementul resurselor umane, manual practic. Editura „Codecs,” București, 2003, 981 p.
2. Avasilacai S., Mirela- Sava A. Managementul performanței. Suport de curs electronic. <https://pdfcoffee.com/managementul-performantei-5-pdf-free.html> (vizitatat 03.10.2021)
3. Avasilacai S., Managementul performanței organizației. Editura Tehnopres, Iași, 2001.
4. ȚURCANU Gh., Gusev A. Managementul performanței – abordări teoretice și direcții de analiză. Mat. conf. științif. "Strategii și politici de management în economia contemporană", Editura ASEM. Chișinău 2015.
5. Managementul performanței. <https://academiadehr.ro/ce-este-managementul-performantei/9> (vizitatat 03.10.2021)
6. Sodexo. HR KIT. Tot ce trebuie să știi pentru creșterea performanțelor angajaților. <https://www.sodexo.ro/management/managementul-performantei-imbunatatire-rezultate-companie/> (vizitat 03.10.2021)
7. Verboncu, I., Zalman, M., Management și performanțe, Ed. University Publishing House, București, 2005