

Ministerul Educației și Tineretului al Republicii Moldova



ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN MOLDOVA

ANALELE

**ACADEMIEI DE STUDII ECONOMICE
DIN MOLDOVA**

Ediția a IX-a

**Editura ASEM
Chișinău - 2011**

CZU 082:378.633(478-25)=135.1=111=161.1

A 15

COLEGIUL DE REDACȚIE

Membru cor. al AȘM, prof. univ. dr. hab., Grigore BELOSTECINIC – președinte

Prof. univ. dr., DHC Ion PETRESCU, Universitatea „Spiru Haret”, Brașov, România – vicepreședinte

Prof. univ. dr. hab. Vitalie MAKAROV, Institutul de Matematică „Steklov” al Academiei de Științe a Rusiei (or. Moscova) – vicepreședinte

Conf.cercet.dr. Corneliu GUȚU – vicepreședinte

Prof. univ. dr. hab. Ala COTELNIC

Conf. univ. dr. Marina BELOSTECINIC

Conf. univ. dr. Nadejda BOTNARI

Prof. univ. dr. hab. Ion BUNU

Prof. univ. dr. Vladimir BĂLĂNUȚĂ

Conf. univ. dr. hab. Boris CHISTRUGA

Prof. univ. dr. hab. Ilie COSTAȘ

Prof. univ. dr. hab. Eugenia FEURAȘ

Membru cor. al AȘM, prof. univ. dr. hab. Gheorghe MIȘCOI, Academia de Științe a Moldovei

Prof. univ. dr. hab. Elena TURCOV

Prof. univ. dr. Oleg STRATULAT

Conf. univ. dr. Oxana SAVCIUC

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII

Academia de Studii Economice din Moldova. Analele Academiei de Studii Economice din Moldova: Ed. a 9-a / Acad. de Studii Econ. din Moldova; col. red.: Grigore Belostecinic (președinte). – Ch.: ASEM, 2011. – 259 p. – ISSN 1857-1433.

Texte: lb. rom., engl., rusă. – Rez.: lb. engl. – Bibliogr. la sfârșitul art. – 50 ex.
ISBN 978-9975-75-567-2.

- - 1. Economie (rom., engl., rusă). 2. Academia de Studii Economice din Moldova – Anale (rom., engl., rusă).

082:378.633(478-25)=135.1=111=161.1

A 15

ISBN 978-9975-75-567-2

Revista este acreditată de Consiliul Național Pentru Acreditare și Atestare al Republicii Moldova, categoria „C”

© Departamentul Editorial-Poligrafic al ASEM

CUPRINS

Secția I. PROBLEME GENERALE ALE ECONOMIEI NAȚIONALE

Economia cunoașterii ca sursă de creștere economică sustenabilă	6
<i>Prof. univ. dr. hab. Gr. Belostecinic, m. c. al AȘM</i>	
Problema edificării bunăstării în societatea antrenată în transformările sistemice	20
<i>Prof. univ. dr. hab. Valeriu Zbârciog, ASEM</i>	
Asigurarea competitivității firmei prin educația antreprenorială	25
<i>Prof. univ. dr. hab. Ala Cotelnic, ASEM</i>	
Eminescu: reflecții asupra obiectului și metodologiei economiei politice clasice	30
<i>Conf. univ. dr. hab. Ivan Ustian, ASEM</i>	
Tratatul de la Lisabona – tratat de reformare a Uniunii Europene	36
<i>Conf. univ. dr. Ilie Demerji</i>	
<i>Lect. univ. dr. Maria Demerji</i>	
Aspecte negative ale globalizării: crize și instabilitate financiară	39
<i>Conf. univ. dr. Alla Darovannaia</i>	
<i>Conf. univ. dr. Ilinca Gorobeț</i>	
Revenirea în forță a turismului internațional în 2010: evoluție, tendințe și cauze	44
<i>Conf. univ. dr. Roman Livandovschi</i>	
Principiile formării sistemului de gestionare strategică a competitivității întreprinderii	46
<i>Conf. univ. dr. Marina Coban</i>	
Efectele deficitului balanței comerciale asupra economiei naționale	49
<i>Conf. univ. dr. Aliona Balan</i>	
Funcțiile riscului și factorii ce determină modificarea acestuia la nivel de întreprindere	52
<i>Conf. univ. dr. Neli Muntean</i>	
Activitatea de outsourcing – beneficii și riscuri	54
<i>Conf. univ. dr. Igor Melnic, ASEM</i>	
<i>Drd. Vitalie Rapcea, ASEM</i>	
Expansiunea investițională chineză – factor relevant al globalizării	59
<i>Conf. univ. dr., interimar Eduard Calancea</i>	
Tratarea migrației în literatura economică	63
<i>Lect. sup. Angela Belobrov</i>	
Spiritul antreprenorial – vocație sau calitate dobândită	68
<i>Conf. univ. dr. Ghenadie Ciumac</i>	
Valorificarea inovației și creativității în managementul antreprenoriatului din Republica Moldova	73
<i>Prof. univ. dr. hab. Ion Paladi, ASEM</i>	

Secția II. MANAGEMENT ȘI MARKETING

Impactul managementului resurselor umane asupra performanței economice a organizației	78
<i>Conf. univ. dr. Alic Bîrcă, ASEM</i>	
Преодоление гендерных стереотипов как фактор решения проблем женщин в бизнесе	83
<i>Conf. univ. dr. M. Belostecinic,</i>	
<i>Competitor A. Mickolishina,</i>	
Содержание понятия «инновация»: обзор точек зрения	90
<i>Доктор эк. наук Оксана Савчук</i>	
<i>Докторант Елена Райлян</i>	

Методология исследования проблем сопротивления организационным изменениям	95
<i>Conf. univ. dr. Irina Dorogaia</i>	
Реализация потенциала команд в бизнес-организациях	100
<i>Конф. унив. д-р Людмила Билай</i>	
Бизнес-репутация в системе менеджмента компании	104
<i>Доктор экономики, конференциар Алла Парфентьева, ASEM</i>	
Motivarea performanțelor individuale ale angajaților	109
<i>Conf. univ. dr. Marina Baieșu, ASEM</i>	
Evaluarea performanțelor funcționarilor din sectorul public	112
<i>Conf. univ. dr. Angela Boguș, ASEM</i>	
Tehnici de succes folosite în afaceri	118
<i>Conf. univ. dr. Raisa Borcoman, ASEM</i>	
Asistența psihologică în procesul muncii	123
<i>Conf. univ. dr. Cezara Abramihin, ASEM</i>	
<i>Conf. univ. dr. Liliana Eremia, ASEM</i>	
„Demers managerial” în vederea atingerii performanțelor managementului organizației	127
<i>Lect. sup. dr. Maria Mancaș, ASEM</i>	
Evoluția marketingului în Republica Moldova și impactul acestuia asupra economiei	132
<i>Conf. univ. dr. Profira Cristafovici, ASEM</i>	
Outsourcing ca modalitate de producție în economia globală	134
<i>Conf. univ. dr. hab. Natalia Lobanov</i>	

Secția III. FINANȚE. ACTIVITATE BANCARĂ

Тенденции развития мирового рынка капиталов и некоторые особенности их проявления в Республике Молдова	139
<i>Доктор хабилитат, профессор Р. Хынку</i>	
<i>Доктор экономики, доцент Н. Железнова</i>	
Autonomia bugetară locală în Republica Moldova: constrângeri și soluții de creștere	144
<i>Conf. univ. dr. hab. Angela Secrieru, ASEM</i>	
Cunoașterea entității în procesul auditului activităților de construcții	148
<i>Conf. univ. dr. Anatolie Iachimovschi, ASEM</i>	
Controlul fiscal – element funcțional al administrării fiscale	153
<i>Conf. univ. dr. Ada Ștahovschi, ASEM</i>	
<i>Viorel Vîlcu, CCCEC, șef direcție</i>	
Performanțele pieței de asigurări din Republica Moldova	157
<i>Conf. univ. dr. Oleg Verejan, ASEM</i>	
Principiile utilizării politicii monetare în Republica Moldova	162
<i>Conf. univ. dr. Larisa Mistrean, ASEM</i>	
<i>Denis Mistrean, ASEM</i>	
Rolul investițiilor sociale în funcționarea eficientă a întreprinderilor din Republica Moldova	166
<i>Lect. sup. dr. Silvia Buciușcan, ASEM</i>	
Probleme și soluții identificate în domeniul extinderii autonomiei financiare locale prin raționalizarea transferurilor interbugetare	170
<i>Conf. univ. dr. Angela Casian, ASEM</i>	

Secția IV. CONTABILITATE, ANALIZA ACTIVITĂȚII ECONOMICO-FINANCIARE

Factorul uman privit ca element al imobilizărilor necorporale	177
<i>Prof. univ. dr. hab. Vasile Bucur, ASEM</i>	
Reflecții contabile asupra contractului de administrare fiduciară in cadrul parteneriatului public privat	181
<i>Conf. univ. dr. Lilia Grigoroï</i>	
<i>Conf. univ. dr. Liliana Lazari</i>	
Dilemele principiilor contabile	185
<i>Prof. univ. Nicolae Tabără, Univ. „A.I.Cuza”, Iași</i>	
<i>Conf. univ. Aliona Bîrcă, ASEM</i>	
Planificarea misunilor de audit intern	190
<i>Conf. univ. dr. Lidia Cauș, ASEM</i>	
<i>Conf. univ. dr. Angela Popovici, ASEM</i>	
Центры ответственности - как объекты систем внутреннего контроля и учета	194
<i>Conf. univ. dr. Eudochia Bajerean</i>	
<i>Drd. Ruslan Dumbravă</i>	
Cardurile de credit ca obiect al ingineriei financiare	198
<i>Conf. univ. dr. Stela Ciobu</i>	
<i>Conf. univ. dr. Ivan Luchian</i>	
Inventarierea patrimoniului instituțiilor publice și contabilizarea divergențelor constatate conform noului plan de conturi	204
<i>Conf. univ. dr. M. Nani</i>	
Повышение эффективности деятельности коммерческих банков в Республике Молдова	207
<i>Батищев Р.А., д.э.н., старший преподаватель</i>	
Secția V. CIBERNETICĂ ȘI INFORMATICĂ ECONOMICĂ	
Discordanțe, ambiguități și soluții la luarea de decizii colective monoopționale	212
<i>Prof. univ. Ion Bolun</i>	
Discovering and Managing Creativity in Conscience Society	219
<i>Prof. DHC, Dr., Ph D Radu Mihalcea,</i>	
<i>Prof. DHC, Dr., Ph D Ion Gh. Rosca,</i>	
<i>Prof., Dr. Hab., Ph D Dumitru Todoroi</i>	
Aplicații ale metodei gradientului generalizat la soluționarea unor modele microeconomice	234
<i>Conf. univ. dr. Anatol Godonoagă</i>	
<i>Conf. univ. dr. Anatolie Baractari</i>	
Metodologia analizei comparative. Studii de caz	238
<i>Drd. Awad Galam Sami, ASEM</i>	
Cu privire la geodezice închise simple și non-simple ale varietăților hiperbolice de curbură constantă	243
<i>Conf. univ. dr. Vladimir Balcan, ASEM</i>	
Model imun la dimensiunea problemei de optimizare	249
<i>Eugeniu Gârlă, ASEM</i>	
Metode econometrice de evaluare a activelor financiare	252
<i>Machidon Ana</i>	
<i>Ghirba Ana, anul II, CSIE</i>	
<i>Prof. univ. dr. Ion Pârțachi</i>	

Secția I. PROBLEME GENERALE ALE ECONOMIEI NAȚIONALE

ECONOMIA CUNOAȘTERII CA SURSĂ DE CREȘTERE ECONOMICĂ SUSTENABILĂ

*Prof. univ. dr. hab. Gr. Belostecinic, ASEM
m. c. al AȘM*

Criza economică și financiară, care a afectat, pe parcursul ultimilor ani, majoritatea statelor lumii, a generat procese în stare să schimbe sistemul economic și social la nivel global, iar recuperarea ritmurilor de creștere economică din perioada ante-criză, redresarea economiei, în ansamblu, ar putea să devină, pentru unele state, un proces de durată și cu multe incertitudini. În situația creată, o importanță deosebită o capătă găsirea unor noi modele de dezvoltare, recunoscându-se că **competitivitatea și eficiența vor reprezenta factorii determinanți ai sustenabilității creșterii economice**. În aceste condiții, relansarea economiei mondiale se caută din nou în activitatea de **cercetare-dezvoltare-inovare**.

Cu certitudine, știința, tehnica, inovarea, utilizarea cunoștințelor, și până acum, de-a lungul timpului, au avut un rol important și și-au adus contribuția la dezvoltarea social-economică, în susținerea progresului economic la general. Cu toate acestea, până în prezent, n-a fost elaborată și definitivată o teorie unică a acestui proces, existând și mai multe denumiri ale acestui fenomen, precum societatea postindustrială, societatea informațională, economia digitală, noua economie, societatea bazată pe cunoaștere și informații, economia bazată pe cunoaștere etc.

Există modalități diferite, prin care se încearcă identificarea acelor schimbări care au avut și continuă să aibă loc în lume în contextul progresului tehnico-științific, globalizării, inovării dezvoltării durabile etc., condiții în care, alături de factorii tradiționali, **cunoașterea se impune ca un factor cu un rol determinant în progresul economic**, iar capacitatea unei țări de a beneficia de pe urma cunoașterii acumulate devine hotărâtoare în succesul economiei acestui stat. În acest context, putem afirma, cu certitudine, că **economia cunoașterii este o economie care produce și folosește cunoașterea în mod eficient pentru dezvoltarea sa economică și socială**.

Este firesc că n-a fost o simplă întâmplare nici obiectivul strategic stabilit la Lisabona, ca Uniunea Europeană să devină cea mai competitivă și dinamică economie din lume, bazată pe cunoaștere, capabilă de **creștere economică sustenabilă** și o mai mare coeziune socială. Iar, conform Raportului Comisiei Mondiale pentru Mediu și Dezvoltare (1987), **dezvoltarea durabilă (sustenabilă) este cea care satisface nevoile generațiilor prezente fără a compromite posibilitățile generațiilor viitoare de a-și satisface propriile nevoi**.

Totodată, chiar dacă, drept piloni ai Strategiei de la Lisabona, au fost recunoscute **competitivitatea economică, incluziunea socială și protejarea mediului înconjurător**, iar dezvoltarea durabilă este recunoscută ca principiu atotcuprinzător al tuturor politicilor europene, în realitate, **problema competitivității economice a ajuns să domine agenda politică**. În acest proces, Strategia de Dezvoltare Durabilă este, uneori, redusă numai la pilonul mediului, iar mai mulți comisari europeni au declarat, cu diferite ocazii, referitor la aceste probleme, că **UE are nevoie, în primul rând, de creștere economică**, înainte de a putea acționa pentru protejarea mediului sau implementarea unor politici de protecție socială. Astfel, ajungem la relația directă: **economia cunoașterii → competitivitate → creștere economică sustenabilă**. Adică, doar prin valorificarea oportunităților oferite de economia cunoașterii, poate fi asigurat un nivel de competitivitate capabil să genereze o creștere economică sustenabilă.

Vorbind despre **trăsăturile principale ale economiei bazate pe cunoaștere**, în contextul dezvoltării competitivității, de regulă, se menționează următoarele:

- ✓ Competitivitatea unei firme din economia cunoașterii este determinată, în mare măsură, de capacitatea acesteia de a dobândi, disemina și valorifica cunoașterea și informația (generatori de cunoștințe nu sunt doar universitățile și institutele de cercetare, dar și producătorii - „cunoaștere

- prin producere”, la fel, și consumatorii (utilizatorii) – „cunoaștere prin consum”);
- ✓ Are loc deplasarea dinspre omogenitatea produselor și nediferențiere către eterogenitatea extremă în vederea satisfacerii nevoilor specifice unor nișe ale pieței;
 - ✓ Crește rolul muncii creative și flexibilității în angajarea în câmpul muncii;
 - ✓ Scade importanța economiei la scară, ca avantaj competitiv, și valoarea economică ridicată a „scării reduse”;
 - ✓ Crește importanța descentralizării decizionale, creativității și flexibilității în întreprinderi;
 - ✓ Necesitatea unei mai mari capacități de procesare a informațiilor și a unei mai bune coordonări a sistemelor de afaceri (managementul cunoștințelor);
 - ✓ Schimburi permanente de informații în vederea promovării parteneriatelor în afaceri (de-a lungul lanțului de creare a valorii);
 - ✓ Crește importanța timpului (vitezei) ca factor al competitivității, în condițiile în care concurența dintre firme se bazează tot mai mult pe timp și pe rapiditatea reacțiilor.

Dezvoltarea economică presupune un proces de modernizare continuă. Urmărind modelul lui M. Porter, putem identifica trei etape ale competitivității economice [1]:

1. **Economia bazată pe factori**, în care factorii de producție primari, cum ar fi forța de muncă ieftină și accesul la resursele naturale, sunt sursele dominante ale avantajului competitiv.
2. **Economia bazată pe investiții**, în care competitivitatea constituie rezultatul creșterii eficienței producției și a îmbunătățirii calității bunurilor sau serviciilor produse.
3. **Economia bazată pe inovare**, unde capacitatea de a realiza produse și servicii inovatoare la limita tehnologiei globale, utilizând cele mai avansate metode, devine sursa dominantă a avantajului competitiv.

Trebuie să recunoaștem aici că marea parte a economiei Republicii Moldova continuă să se bazeze pe utilizarea extensivă a factorilor de producție, pe forța de muncă ieftină și pe banii trimiși în țară de cei plecați la muncă în străinătate. Tehnologiile noi se asimilează, preponderent, prin importuri și investiții străine. Există și o parte a economiei care poate fi considerată ca aparținând unei economii bazate pe investiții, apar și embrionii unei economii bazate pe inovare, în special în sectorul Tehnologiilor Informaționale și Comunicaționale, domeniu cu un potențial competitiv ridicat.

Drept cea mai importantă și credibilă sursă de date comparabile privind creșterea competitivității economice, care monitorizează politicile aplicate de guverne, sugerând și măsurile necesare de a fi luate de către acestea, este recunoscut, astăzi, în toată lumea, **Raportul Competitivității Globale** [2], elaborat anual de Centrul pentru Competitivitate Globală și Performanțe al **Forumului Economic Mondial**, Academia de Studii Economice din Moldova fiind instituție-partener, responsabilă de recoltarea informațiilor primare, cu dreptul de lansare a Raportului la nivel național.

Se cere menționat că **Forumul Economic Mondial definește competitivitatea ca un ansamblu de instituții, politici și factori care determină nivelul productivității unei țări**. Conform metodologiei aplicate, Indicele Global al Competitivității este calculat în baza a 110 indicatori, repartizați în 12 grupe, dintre care 4 constituie factorii de bază, 6 factori de creștere a eficienței și 2 factori inovaționali (figura 1).

Este firesc faptul că tranziția de la societatea industrială la următoarea fază a dezvoltării economice nu înseamnă că, după epoca industriei, nu va mai exista industrie. Vechea economie și noua economie coexistă umăr la umăr. Laureatul Premiului Nobel în domeniul economiei, Joseph E. Stiglitz, estimează că noua economie „digitală” deține, deocamdată, mai puțin de 10% din economia SUA (conform altor estimări, în India – 4%). Noua industrie devine una automatizată și robotizată, cibernetizată și informatizată [3]. Din aceste considerente, factorii de determinare a competitivității (de bază, de eficiență a activităților, inovare și complexitate) sunt folosiți la calcularea Indicelui Competitivității Globale pentru toate statele, indiferent de nivelul de dezvoltare, ponderea acestora fiind, totuși, diferită. Astfel, pentru economiile bazate pe factori, factorilor primari le revine o pondere de 60%, iar factorilor de inovare și complexitate – doar 5% (*tabelul 1*). În același timp, pentru economiile bazate pe inovare, factorilor primari le revine o pondere de 20%, iar celor de inovare și complexitate – 30%.

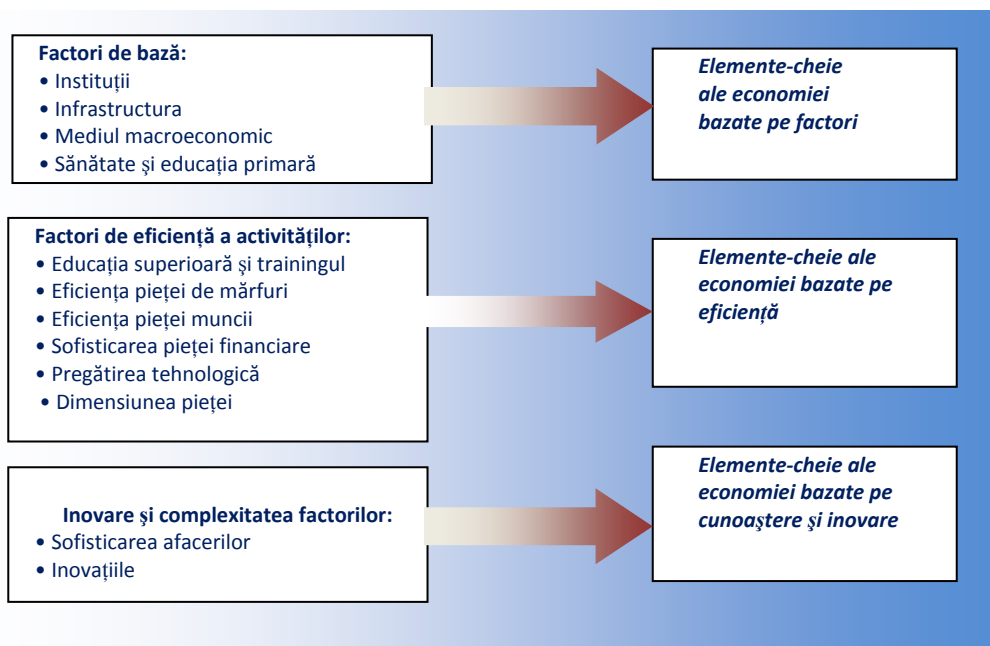


Figura 1. Pilonii competitivității

Tabelul 1

Ponderea factorilor în dependență de nivelul de dezvoltare economică a statelor

	Economia bazată pe factori (%)	Economia bazată pe eficiență (%)	Economia bazată pe inovare (%)
Factori primari	60	40	20
Factori de eficiență a activităților	35	50	50
Inovare și complexitatea factorilor	5	10	30

Statelor lumii le revin niveluri diferite ale Produsului Intern Brut pe cap de locuitor, acestea fiind, în anul 2009, cel mai înalt pentru Luxemburg – 78395 dolari SUA, Statele Unite ale Americii – 46381 USD, Elveția – 43007 USD, în timp ce Republica Moldova – doar 2843 USD, după paritatea puterii de cumpărare (figura 2).

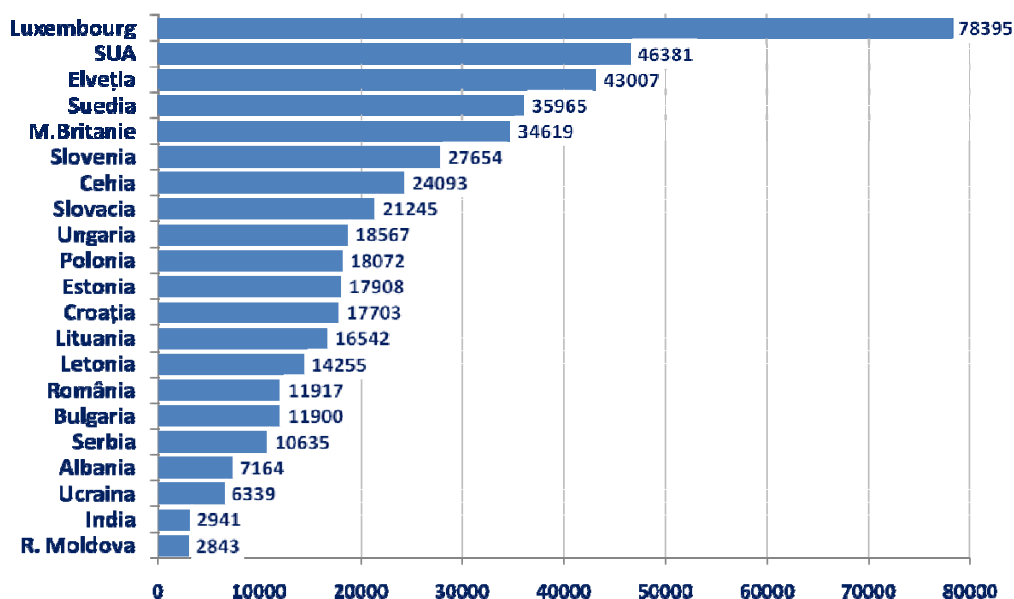


Figura 2. Mărimea PIB-ului pe cap de locuitor, pentru unele state ale lumii în anul 2009, în dolari SUA, după paritatea puterii de cumpărare

Din precedentele considerente, reiese că atribuirea nivelului de dezvoltare a statelor depinde și de valoarea PIB-ului pe cap de locuitor, în acest scop, fiind folosite gradațiile prezentate în tabelul 2.

Tabelul 2

Nivelul de dezvoltare al statelor în dependență de valoarea PIB-ului pe cap de locuitor

Nivelul de dezvoltare	PIB-ul pe cap de locuitor, dolari SUA, după paritatea puterii de cumpărare
<i>Nivelul I: Economia bazată pe factori</i>	< 2000
Tranziție de la nivelul I la nivelul II	2000 - 3000
<i>Nivelul II: Economia bazată pe eficiență</i>	3000 - 9000
Tranziție de la nivelul II la nivelul III	9000 – 17000
<i>Nivelul III: Economia bazată pe inovare</i>	> 17000

Se cuvine menționat că, din cele 139 de state ale lumii, care au fost incluse în Raportul Competitivității Globale 2010-2011, 38 sunt considerate ca având o economie bazată pe factori (nivelul 1), 25 de state, ca fiind în tranziție de la nivelul 1 spre nivelul 2, 29 state – ca având o economie bazată pe eficiență (investiții), (nivelul 2), 15 state – ca fiind în tranziție de la nivelul 2 spre 3 și 37 – ca având o economie bazată pe cunoaștere (nivelul 3) (tabelul 3). Competitivitatea unei regiuni, precum Hong-Kong, aparținând Chinei, este evaluată separat, iar, din aceste considerente, numărul economiilor evaluate (144) este mai mare decât numărul statelor (139).

Tabelul 3

Repartizarea statelor lumii după nivelul de dezvoltare

Nivelul 1	Tranziția de la nivelul 1 spre 2	Nivelul 2	Tranziția de la nivelul 2 spre 3	Nivelul 3
Bangladesh	Algeria	Albania	Chile	Australia
Burkina Faso	Armenia	Brazilia	Croația	Canada
Campucia	Azerbaidjan	Bulgaria	Estonia	Cehia
Etiopia	Egipt	China	Letonia	Hong-Kong
India	Indonezia	Mexic	Lituania	Israel
Kârgâzstan	Georgia	România	Polonia	Japonia
R. Moldova	Kazahstan	Federația Rusă	Slovacia	Norvegia
Nigeria	Kuwait	Serbia	Taiwan	Slovenia
Pakistan	Maroc	Tunisia	Ungaria	Statele UE 15
Tadjikistan	Ucraina	Turcia	Uruguay	SUA
...
38 de state	25 de state	29 de state	15 state	37 de state

Republica Moldova este considerată a avea o economie bazată pe folosirea intensivă a factorilor primari, de rând cu state, precum Bangladesh, Burkina Faso, Estonia, Kârgâstan sau Tadjikistan, state aflate, preponderent, la începutul procesului de dezvoltare. Pentru acestea este specifică concentrarea exporturilor în industriile care exploatează avantajul prețului scăzut al factorilor primari (resurse naturale, condiții climaterice, forță de muncă). În astfel de economii, concurența este, de regulă, scăzută, industriile subfurnizoare sunt insuficiente sau inexistente, puterea de cumpărare scăzută face piața puțin atractivă, tehnica și tehnologiile sunt, în mare măsură, importate. Economia, la acest stadiu, este foarte sensibilă la crizele economice mondiale și la schimbarea cursurilor valutare, care duc la instabilitatea cererii și a prețurilor. Pe lângă aceasta, avantajele competitive bazate pe dotarea cu factori de producție sunt puțin protejate.

Este demn de menționat faptul că clasamentul țărilor după Indicele Competitivității Globale, în perioada 2007-2010, n-a suferit modificări considerabile, iar lista primelor 10 state a rămas, practic, nemodificată (tabelul 4).

Clasamentul statelor după indicele competitivității globale în perioada 2007-2010

	Ratingul 2010 (139 țări)	Ratingul din anii precedenți		
		2009 (134 țări)	2008 (134 țări)	2007 (131 țări)
Elveția	1	1	2	2
Suedia	2	4	4	4
Singapore	3	3	5	7
SUA	4	2	1	1
Germania	5	7	7	5
Japonia	6	8	9	8
Finlanda	7	6	6	6
Olanda	8	10	8	10
Danemarca	9	5	3	3
Canada	10	9	10	13
...				
Coreea	22	19	13	11
...				
China	27	29	30	34
...				
Irlanda	29	25	22	22
...				
Estonia	32	35	32	32
Lituania	47	53	44	43
Italia	48	48	49	46
Azerbaidjan	57	51	69	66
Federația Rusă	63	63	51	58
România	67	64	68	74
Letonia	70	68	54	45
Bulgaria	71	76	76	79
Kazahstan	72	67	66	61
Croația	77	72	61	57
Albania	88	96	108	106
Ucraina	89	82	72	73
Georgia	93	90	90	90
...				
R. Moldova	94	***	95	97
...				
Serbia	96	93	85	91
...				
Bosnia și Herțegovina	102	109	107	106

Republica Moldova a fost inclusă, pentru prima dată, în Raportul Competitivității Globale, în anul 2005, fiind plasată pe poziția 82 din totalul celor 117 state, trecând pe poziția 86 în anul 2006 (din 121 de state analizate), 97 în anul 2007 (din 131 de state), a lipsit în clasament în anul 2009, iar în anul 2010 a fost plasată pe poziția 94 din totalul celor 139 de state incluse în clasament. Dintre statele CSI, pe o poziție mai joasă decât Republica Moldova, în anul 2010, au fost plasate doar Armenia (poziția 98), Tadjikistanul (poziția 116) și Kârgâstanul (poziția 121).

În acest context, Republica Moldova continuă să prezinte serioase decalaje de competitivitate în raport cu majoritatea absolută a statelor europene, la nivelul tuturor elementelor care determină

capacitatea competitivă, iar decalajul cel mai mare se manifestă, în primul rând, în ceea ce privește inovarea și cercetarea-dezvoltarea, domeniul societății informaționale, fiind plasată la capitolul „Inovații” pe poziția 129, iar „Competitivitatea businessului” – 113 (figura 3). La aceste poziții, Republica Moldova cedează considerabil și sub aspect regional, inclusiv în raport cu principalii săi parteneri comerciali – România, Ucraina și Federația Rusă (figura 4).

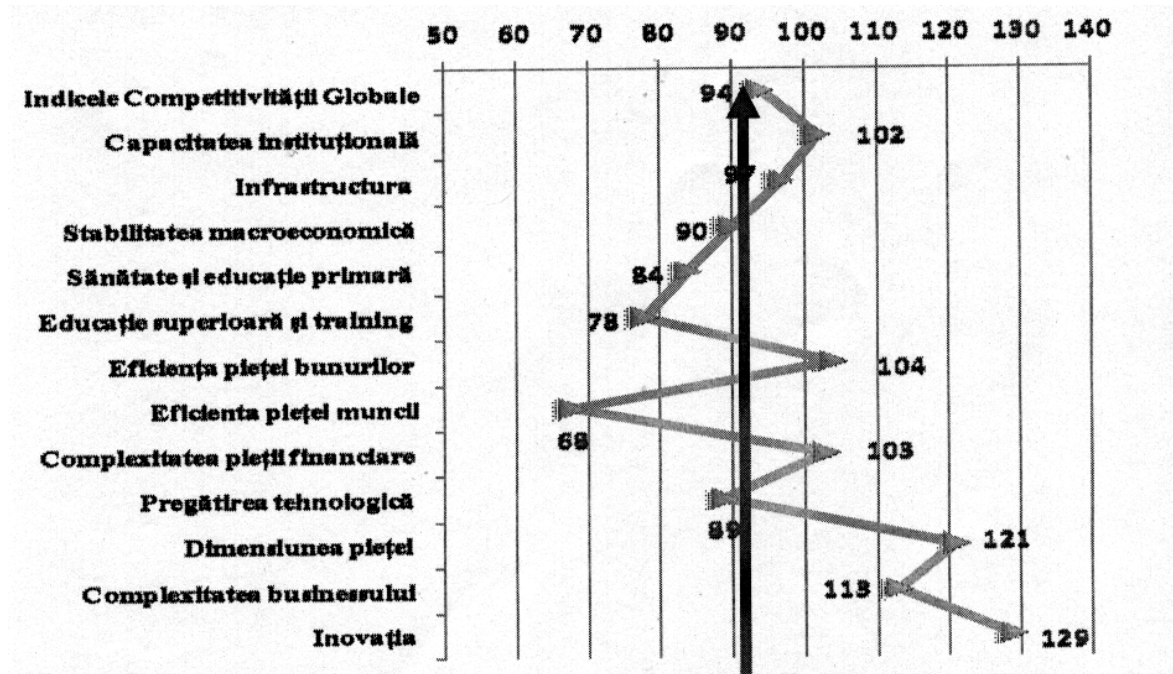


Figura 3. Indicele Competitivității Globale a Republicii Moldova în anul 2010

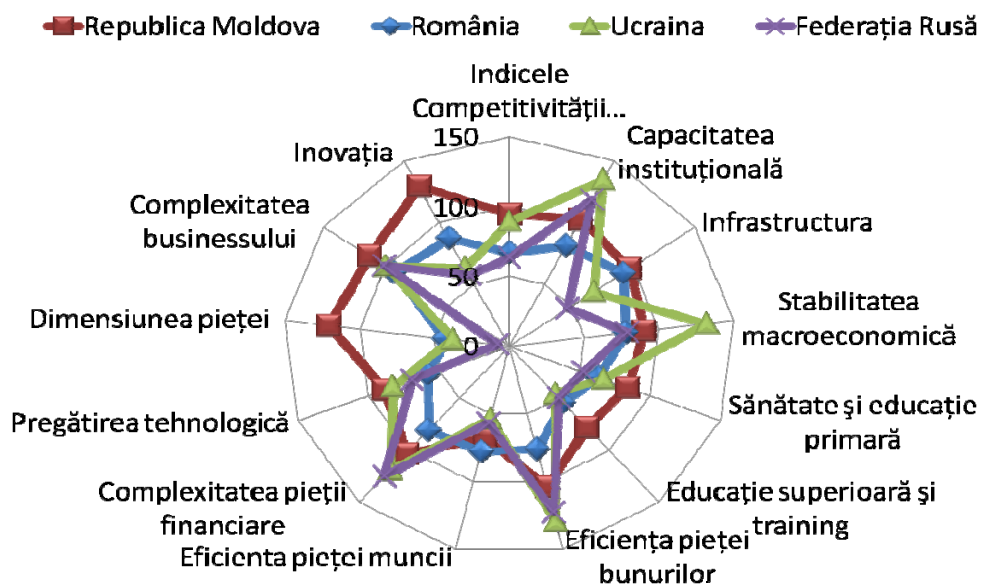


Figura 4. Poligonul Competitivității Globale a Republicii Moldova în context regional în anul 2010

Succesul sau eșecul în afaceri, în cadrul unei economii, se poate datora unei mari diversități de factori cu impact negativ sau pozitiv în derularea afacerilor reale. Experiența SUA, Japoniei și a altor state ne demonstrează că creșterea competitivității acestor țări a început la nivelul unor întreprinderi concrete. Aceasta se observă și din lucrările savanților cu renume în domeniu (M. Porter, J. Shumpeter

ș.a.), care, vorbind despre economică națională, de fapt, se referă la competitivitatea întreprinderilor care participă nemijlocit în lupta concurențială, atât pe piața internă, cât și pe cea externă. Dacă, pentru a supraviețui, o întreprindere nu trebuie decât să se adapteze continuu la mediul în care activează, atunci, pentru a fi competitivă, ea are nevoie ca însuși mediul să respecte anumite reguli favorizante. Sensul de mediu, în acest caz, poate fi înțeles ca o totalitate de performanțe ce sunt prezentate atât de mediul legislativ, politic, cultural și economic, cât și de schimbările esențiale ale sistemului de valori, și ale comportamentului social, în general.

Pornind de la cele indicate mai sus, în cadrul sondajului național organizat pe un eșantion reprezentativ format din 108 întreprinderi din toate regiunile țării, și care reprezintă cele mai importante sectoare ale economiei naționale, respondenților li s-a solicitat să indice, dintr-o listă oferită, cinci din cei mai problematici factori pentru dezvoltarea businessului în Republica Moldova. Rezultatele cercetării au demonstrat că, în calitate de factori cu un impact negativ mai mare asupra derulării afacerilor, respondenții consideră (figura 5):

1. Instabilitatea politică – factor menționat de 75,9% din totalul întreprinderilor chestionate;
2. Corupția – 74,1 %;
3. Accesul la finanțare – 65,7%;
4. Ineficiența birocrăției guvernamentale – 58,3%;
5. Legislația fiscală – 45,4%.

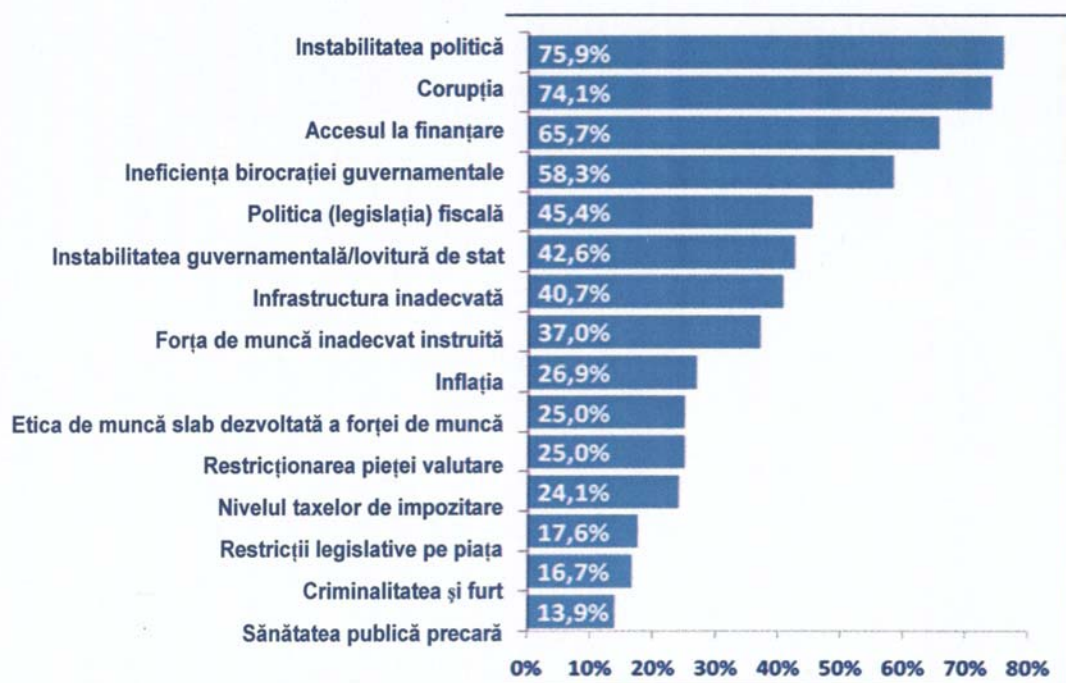


Figura 5. Incidența factorilor cu impact negativ în derularea afacerilor

Totodată, nu se consideră un pericol pentru dezvoltarea afacerilor sănătatea populației, factor menționat doar de 13,9% din totalul respondenților, furturile și criminalitatea (16,7%), restricțiile legislative pe piața muncii (17,6%).

Chiar dacă Republica Moldova continuă să prezinte serioase decalaje de competitivitate la nivelul tuturor elementelor care determină capacitatea competitivă, decalajul cel mai mare se manifestă, în primul rând, în ceea ce ține de inovare și cercetare-dezvoltare, domeniul societății informaționale. Astfel, la capitolul „Inovații și tehnologii”, pentru cei 20 de indicatori apreciați pe o scală cu 7 puncte, aprecierea medie a constituit 3,68 (figura 6). Într-o măsură mai mare, acest indicator este influențat pozitiv de folosirea frecventă a informațiilor pe suport digital (4,79), de faptul că tehnologiile informaționale și comunicaționale reprezintă o prioritate pentru guvern (4,64), de folosirea internetului de către agenții economici (4,37) și folosirea rețelelor de socializare pentru comunicare profesională (4,27). Totodată, un impact negativ la acest capitol îl prezintă lipsa de achiziții guvernamentale ca sursă de inovare tehnologică (2,59), **colaborarea firmelor cu universitățile locale (2,88), calitatea activităților desfășurate de instituțiile de cercetare 2,90).**

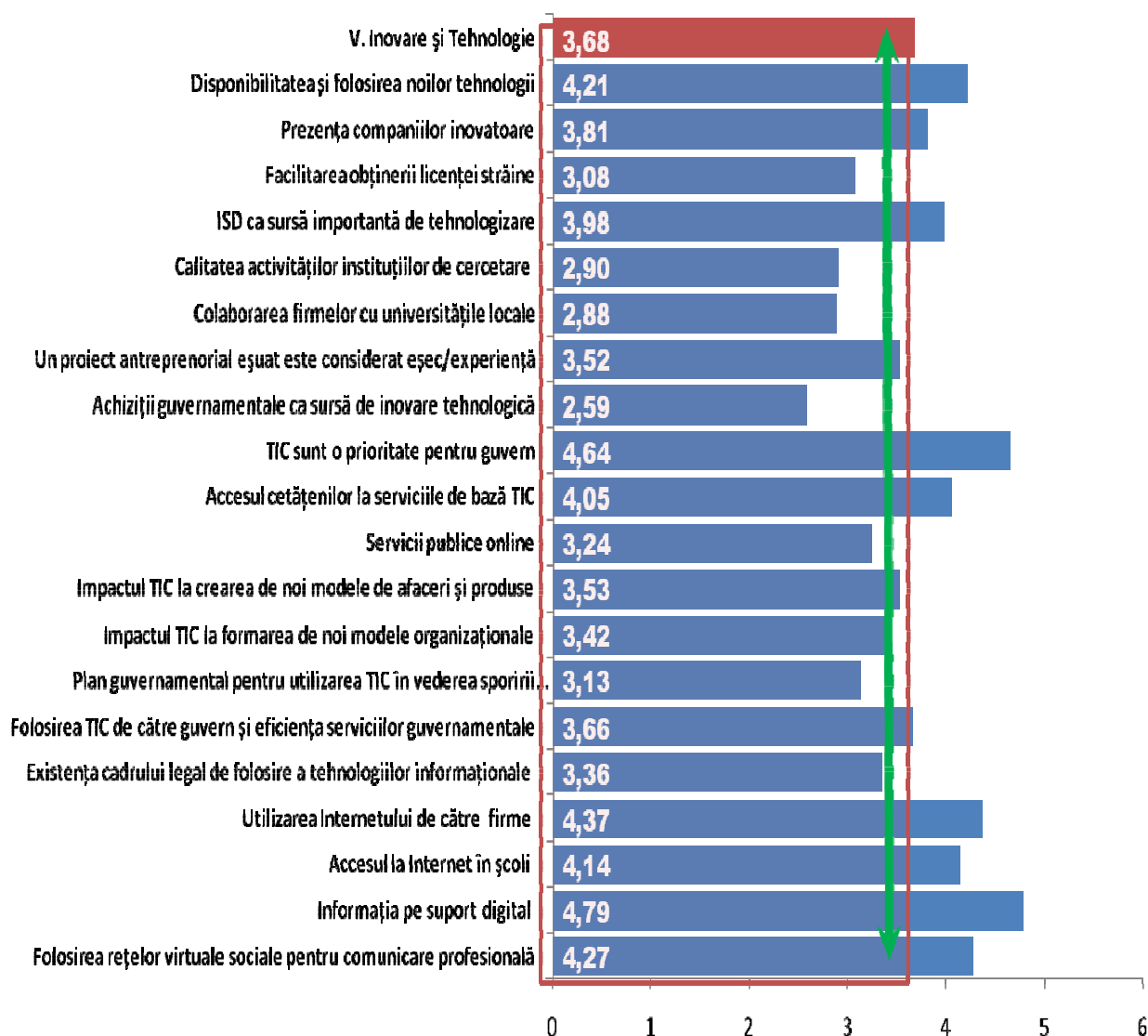


Figura 6. Valoarea indicatorilor ce țin de inovare și tehnologie

Interdependența „economia cunoașterii-competitivitate” poate fi observată și din clasamentul statelor lumii, elaborat anual de Banca Mondială, în cadrul programului Cunoștințe pentru Dezvoltare (Knowledge for Development), în dependență de valoarea a doi indicatori, care reflectă calea acestora spre o economie a cunoașterii [4]:

I. Indicele Economiei Cunoașterii (KEI – Knowledge Economy Index), care apreciază măsura în care mediul unui stat este favorabil folosirii eficiente a cunoașterii pentru dezvoltarea economică, având la bază patru piloni ai economiei cunoașterii:

1. Regimul instituțional și stimulente economice (bariere tarifare și non-tarifare, norme legale, calitatea reglementărilor economice);
2. Educația (rata de instruire în rândul adulților, rata de școlarizare secundară și terțiară);
3. Inovarea (protecția drepturilor de autor, patente înregistrate de US Patent and Trademark Office, numărul de articole științifice și tehnice publicate);
4. Tehnologiile Informaționale și Comunicaționale (numărul de telefoane și calculatoare care revin la 1000 locuitori, accesul la Internet).

II. Indicele Cunoașterii (KI – Knowledge Index), care măsoară abilitatea statelor de a genera, asimila și disemina cunoștințele, având la bază trei din cei patru piloni ai economiei cunoașterii indicați mai sus: educația, inovarea și TIC.

Dacă ar fi să facem o listă a primelor 10 cele mai competitive state din lume (din clasamentul

prezentat mai sus) și a primelor 10 state cu cea mai dezvoltată economie a cunoașterii (Raportul Băncii Mondiale pentru anul 2009), observăm cu ușurință că **șapte state sunt prezente în ambele liste.**

Tabelul 5

Statele cu cea mai înaltă competitivitate (a. 2010) și cea mai dezvoltată economie bazată pe cunoaștere (a. 2009)

Poziția În clasament	Competitivitatea	Economia cunoașterii
1.	<i>Elveția</i>	<i>Danemarca</i>
2.	<i>Suedia</i>	<i>Suedia</i>
3.	<i>Singapore</i>	<i>Finlanda</i>
4.	<i>SUA</i>	<i>Olanda</i>
5.	<i>Germania</i>	<i>Norvegia</i>
6.	<i>Japonia</i>	<i>Canada</i>
7.	<i>Finlanda</i>	<i>Marea Britanie</i>
8.	<i>Olanda</i>	<i>Irlanda</i>
9.	<i>Danemarca</i>	<i>SUA</i>
10.	<i>Canada</i>	<i>Elveția</i>

Cele prezentate în tabelul de mai sus demonstrează încă o dată legătura directă dintre competitivitatea unui stat și capacitatea acestuia de a produce, disemina și asimila cunoștințe pentru dezvoltarea economică.

Este și firesc că Republica Moldova nu poate fi găsită în fruntea acestui clasament. În anul 2009, țara noastră a fost plasată pe locul 71 din totalul celor 145 de state analizate, cedând unor foste state sovietice și din lagărul socialist, precum Estonia (poziția 21), Letonia (poziția 31), Lituania (poziția 32), Bulgaria (poziția 43), România (poziția 47), Ucraina (poziția 51), Federația Rusă (poziția 60), Georgia (poziția 69), dar depășind Kazahstanul (poziția 72) și Belarus (poziția 73).

Trebuie menționat faptul că, după indicatorii de mai sus (piloni ai economiei cunoașterii), Republica Moldova a fost apreciată:

1. Regimul instituțional și stimulente economice – 4,38 (pe o scală cu 10 puncte);
2. Inovare – 4,79;
3. Educație – 6,05;
4. Tehnologii Informaționale și Comunicaționale – 5,08.

Respectiv, Indicele Economiei Cunoașterii – 5,07, iar Indicele Cunoașterii – 5,30.

Este evident că, pentru a fi competitivă, o economie trebuie să se bazeze pe o populație educată și calitativă, infrastructură informațională dezvoltată, un sistem inovativ eficient și un sistem economic și instituțional care să susțină această abordare. Iată de ce, **în situația în care, pentru Republica Moldova, creșterea competitivității economice reprezintă o prioritate, obiectivul de dezvoltare al unei economii inovative trebuie să fie, de asemenea, unul prioritar.** Cu atât mai mult, cu cât investigațiile și analizele pe care le-am efectuat demonstrează existența unei corelații reale între gradul de inovare al economiei și produsul intern brut pe cap de locuitor sau productivitatea națională, în sensul că, cu cât mai înalt este apreciat gradul de inovare al unei economii, cu atât mai mare este și valoarea acestor indicatori. Anume, statele cu o pondere mai mare a cheltuielilor pentru cercetare-dezvoltare în PIB dețin și o poziție mai bună în clasamentele mondiale ale competitivității, ceea ce determină și **necesitatea creșterii investițiilor în acest domeniu.** Se cere de remarcat faptul că, la acest capitol, mai avem de recuperat decalaje considerabile în raport cu statele dezvoltate din punct de vedere economic (figura 7).

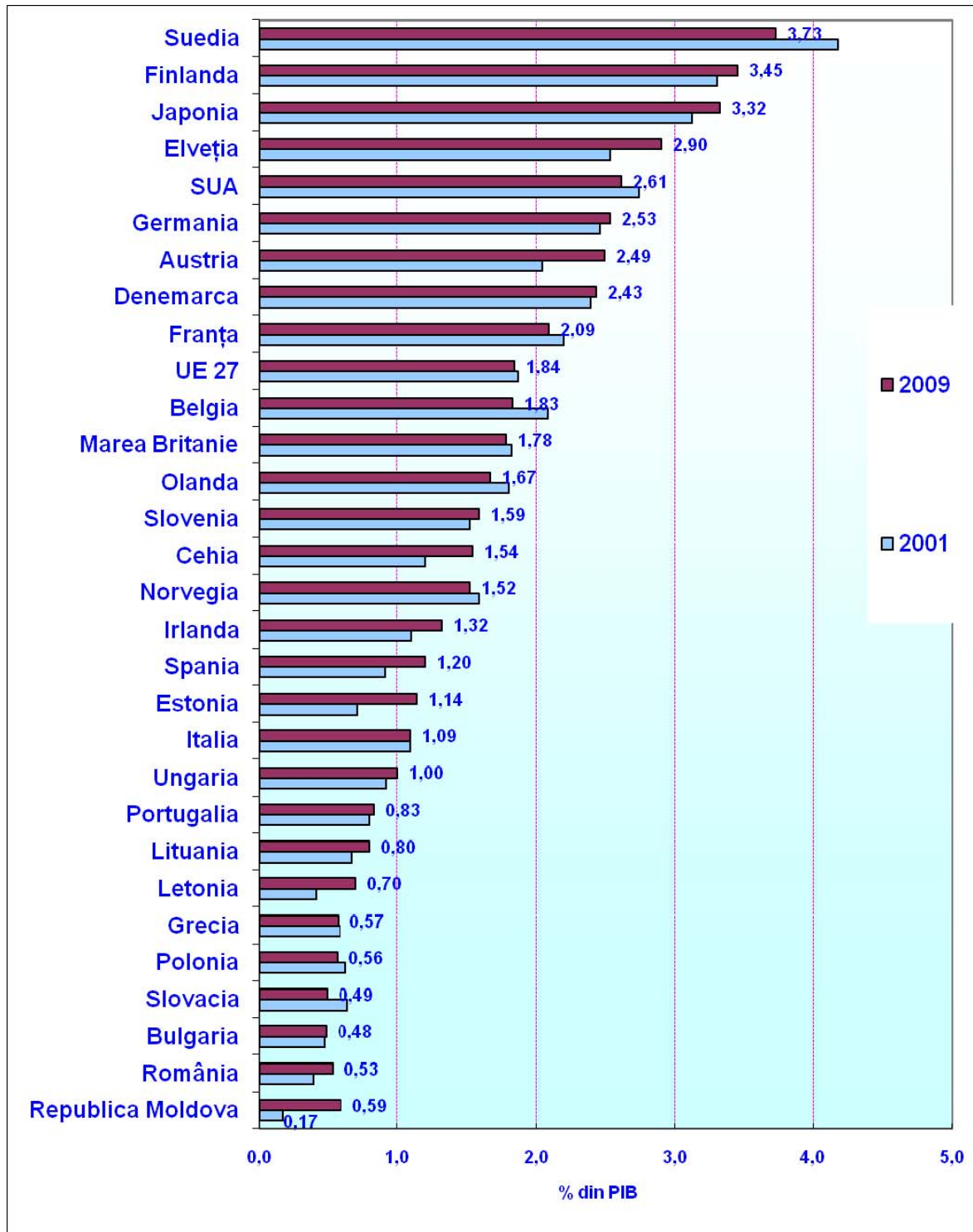


Figura 7. Alocațiile pentru Cercetare-Dezvoltare-Inovare raportate la PIB în anii 2001-2009

În același timp, pentru Republica Moldova, ponderea cea mai mare în cheltuielile pentru cercetare-dezvoltare (respectiv, a personalului implicat în cercetare-dezvoltare) continuă să revină mijloacelor bugetare (sectorului public), fiind constatată o implicare foarte redusă a sectorului privat în acest domeniu, tendința absolut contrară celei stabilite pe plan european și mondial.

Se cuvine menționat și faptul că lipsa cercetării private (în întreprinderi) stopează dezvoltarea cererii în cadrul pieței de cercetare, prin faptul că nu apare nevoia de asimilare a rezultatelor cercetării. Creșterea implicării sectorului privat în activitatea de cercetare-dezvoltare-inovare poate fi atinsă și prin susținere din partea statului, inclusiv prin granturi, subvenționări sau credite fiscale.

O altă problemă ține de existența unor disproporționalități în finanțarea cercetării.

Astfel, conform datelor Biroului Național de Statistică, din totalul de 4223 de doctori și doctori habilitați din Republica Moldova, 2948 (sau 69,8%) au activat în anul 2010 în universități, 845 (sau 20%) în cadrul AȘM și 430 (sau 10,2%) – în instituțiile ramurale (tabelul 10).

Tabelul 10

Repartizarea persoanelor cu grad științific pe domenii de activitate în anul 2010

Nr. crt.	Domenii	Nr. de persoane	% din total
1.	Universități	2948	69,8%
2.	Institutele Academiei de Științe	845	20%
3.	Institute ramurale	430	10,2%
	TOTAL	4223	100%

Din totalul alocațiilor bugetare pentru cercetare în anul 2010, 95,6% au revenit finanțării instituționale (pentru cercetări aplicative și fundamentale), și doar 4,4% – pentru finanțarea programelor de stat (cercetare fundamentală și aplicativă), (figura 8).

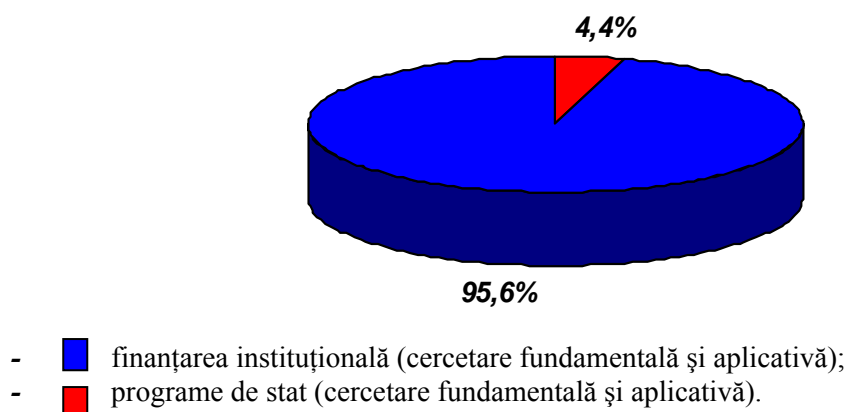


Figura 8. Repartizarea alocațiilor bugetare pentru cercetare în anul 2010

În totalul finanțării instituționale (199651,2 mii lei), tuturor universităților le-au revenit aproximativ 12% din total (figura 9), iar în finanțarea programelor de stat – circa 54% din total (9160 mii lei). Doar 11 din 33 de universități au beneficiat în anul 2010 de finanțare bugetară pentru cercetare.

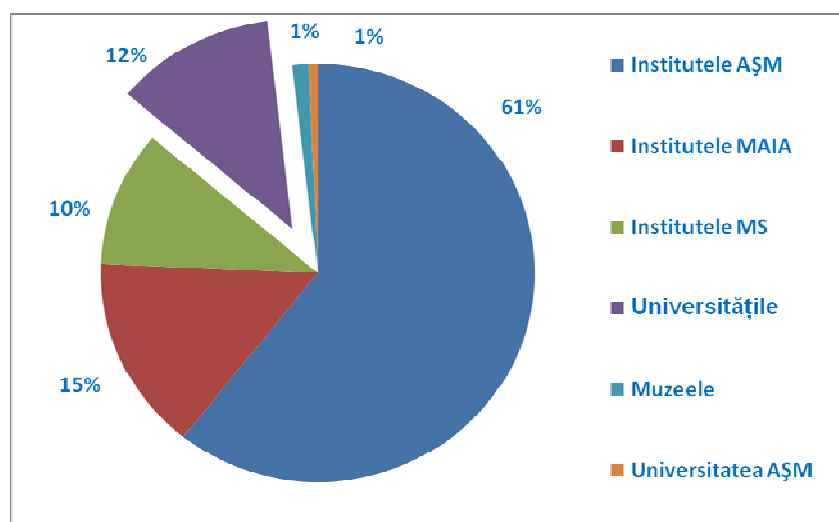


Figura 9. Repartizarea finanțării instituționale pe instituții de cercetare executoare/ conform Legii bugetului de stat pe anul 2010

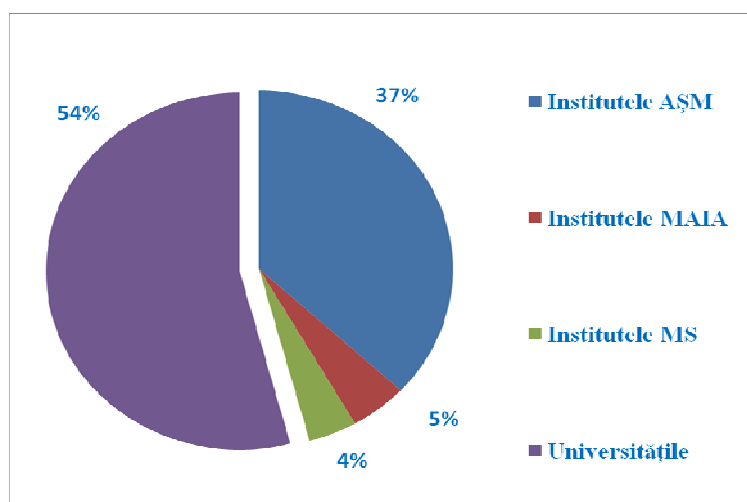


Figura 10. Repartizarea finanțării Programelor de Stat pe instituții de cercetare executare/conform Legii bugetului de stat pe anul 2010

În situația creată apare fireasca întrebare: **ce facem cu universitățile noastre? Devin doar instituții prestatoare de servicii educaționale sau și capabile să genereze și platforme de cercetare și inovare?!**

Cu certitudine, economia bazată pe cunoaștere presupune și un rol mai mare al **universităților** în societate. În primul rând, universitățile trebuie să-și revadă misiunile lor, în care, pe lângă învățarea și furnizarea de cadre, să preconizeze activizarea activităților de cercetare și comercializare a produselor cercetării, să se implice mai activ în transferul de cunoștințe și tehnologii.

Universitățile trebuie să conștientizeze și faptul că educația nu mai are frontiere. Ea devine una transnațională. Iată de ce se impune și necesitatea promovării unor **universități inovative globale**, iar **pentru a fi mai competitive, universitățile au nevoie de două lucruri. În primul rând, de mai multă autonomie. Și, în al doilea rând, de mai mulți bani, adică de o finanțare mai bună.**

În contextul celor indicate mai sus, devine important faptul că proiectul Codului Educației recunoaște educația ca o prioritate națională și factor primordial al dezvoltării durabile a societății bazate pe cunoaștere (art. 4), la fel, și necesitatea reformării managementului activităților de cercetare, inovare și transfer tehnologic (art. 25, al.7), necesitatea elaborării unui rating (clasament) al instituțiilor de învățământ superior în funcție de performanțele obținute (art. 80, al.9), necesitatea prezenței unor programe avansate de pregătire și cercetare în cadrul studiilor superioare de doctorat (art. 87, al.9), de asemenea, finanțarea cercetărilor în învățământul superior de la bugetul de stat în bază de concurs (art. 105, al. 9).

Activitatea universităților este una multidimensională, iar aceasta poate fi reflectată, inclusiv prin prezența sa în spațiul cibernetic (web), Webul asigură astăzi o transparență totală. În acest context, Centrul de Cercetări Umane și Sociologică din Spania elaborează anual un clasament al universităților din toată lumea în dependență de prezența web a acestora – „Webometrix Ranking of World Universities” [5], unul din puținele care conțin și referințe la Universitățile din Republica Moldova.

Clasamentul se elaborează pe baza a 4 indicatori:

1. Dimensiune (S), după numărul de pagini recuperate de la 4 motoare de căutare: Google, Yahoo, Live Search și Exalead, având o pondere de 20 % în evaluarea globală.

2. Vizibilitate (V), după numărul total de linkuri externe unice primite (inlinks), obținute confidențial de la Yahoo Search, cu o pondere de 50 % în evaluarea globală.

3. Fișiere Rich (R), după evaluarea relevanței lor pentru activitățile academice și publicistice. Luând în considerare volumul diferitelor formate de fișiere, au fost selectate următoarele: Adobe Acrobat (.pdf), Adobe PostScript (.pst), Microsoft Word (.doc) și Microsoft PowerPoint (.ppt). Datele sunt extrase folosind Google. Ponderea indicatorului este de 15 %.

4. Scholar (Sc). Google Scholar furnizează numărul de lucrări și citări pentru fiecare domeniu academic. Aceste rezultate din baza de date Scholar reprezintă documente, rapoarte și alte articole academice. Ponderea acestui indicator este de 15 % în evaluare globală.

Pentru elaborarea clasamentului au fost analizate date referitoare la 17716 universități de pe întreg mapamondul (tabelul 6), iar rezultatele clasamentului pe anul 2010 sunt prezentate în tabelul 7.

Tabelul 6

Numărul universităților analizate

	Numărul de țări	Numărul de universități
AFRICA	47	635
AMERICA	41	7006
ASIA	45	4964
EUROPA	54	4976
OCEANIA	12	135
TOTAL	199	17716

Tabelul 7

Clasamentul statelor, ediția din luna iulie, 2010

Distribution by Country				
RANK	COUNTRY	TOP 200	TOP 500	TOP 1000
1	United States of America	106	186	360
2	Germany	17	50	67
3	Canada	16	26	38
4	United Kingdom	9	34	67
5	Australia	6	13	28
6	Netherlands	6	9	13
7	Sweden	4	9	12
8	Belgium	4	6	8
9	Switzerland	3	7	10
10	Norway	3	4	5
...				
18	France	1	13	54
...				
27	Chile	1	1	3
28	Estonia	1	1	2
...				
31	China	-	4	11
...				
35	Hungary	-	3	4
...				
37	Poland	-	1	10
...				
41	Russian Federation	-	1	3
...				
47	Lithuania	-	-	3
...				
50	Romania	-	-	2
...				
53	Bulgaria	-	-	1

În fruntea topului primelor 12000 de universități, predomină universitățile americane (tabelul 7), iar, din cele 7 universități din Republica Moldova, o poziție mai bună revine Universității Tehnice a Moldovei – poziția 3315, Academiei de Studii Economice – poziția 3421 și Universității de Stat din Moldova – poziția 4520 (tabelul 8).

Tabelul 8

Poziția în clasament a Universităților din Republica Moldova

NATIONAL RANK	WORLD RANK	UNIVERSITY
1	3315	Technical University of Moldova
2	3421	Academy of Economic Studies From Moldova
3	4525	State University of Moldova
4	5765	Free International University of Moldova
5	6439	Moldova State University of Medicine and Pharmacy
6	10024	Balti State University Alecu Russo
7	11108	Higher Antropological School

Din statele CSI și România, o poziție mai bună decât ASEM în clasament deține Universitatea „Lomonosov” din Moscova (219), Universitatea Tehnologică din Tallinn (559), Universitatea A.I. Cuza din Iași (576) etc., iar o poziție mai joasă – cunoscute universități, precum Universitatea de Economie, Statistică și Informatică din or. Moscova (poziția 3449), Universitatea Economică din Kracovia (3447), Universitatea de Stat de Economie și Finanțe din Sankt Petersburg (5252) etc.

Important este să constatăm că, în lista primelor 10 state cu cele mai multe universități intrate în TOP 200, TOP 500 și TOP 1000 se regăsesc și 6 din 10 cele mai competitive state din lume și 7 din lista primelor 10 state cu cea mai dezvoltată economie a cunoașterii (tabelul 10). Mai bine zis, datorită prezenței unor universități puternice statele înregistrează succese în dezvoltarea economiei cunoașterii, drept premisă a creșterii competitivității economice a acestora.

Tabelul 10

Statele lumii aflate în fruntea unor clasamente internaționale

Poziția în clasament	Domeniul de referință		
	Competitivitate	Economia cunoașterii	Învățământ superior (universități)
1.	Elveția	Danemarca	SUA
2.	Suedia	Suedia	Germania
3.	Singapore	Finlanda	Canada
4.	SUA	Olanda	Marea Britanie
5.	Germania	Norvegia	Australia
6.	Japonia	Canada	Olanda
7.	Finlanda	Marea Britanie	Suedia
8.	Olanda	Irlanda	Belgia
9.	Danemarca	SUA	Elveția
10.	Canada	Elveția	Norvegia

Concluzii:

1. Succesele economice și competitivitatea statelor lumii depind astăzi, în cea mai mare măsură, de educație și capacitatea acestora de a produce, disemina și asimila cunoștințe.
2. Republica Moldova continuă să prezinte serioase decalaje de competitivitate în raport cu majoritatea absolută a statelor europene, la nivelul tuturor elementelor care determină capacitatea competitivă, iar în mod deosebit – în ceea ce privește inovarea și cercetarea-dezvoltarea.
3. Sistemul național de educație și cercetare trebuie să fie recunoscut ca o prioritate și o direcție primordială de dezvoltare, iar susținerea financiară a acestora – drept cea mai bună

- investiție în vederea dezvoltării economiei cunoașterii.
4. Creșterea rolului cercetării-dezvoltării-inovării în dezvoltarea competitivității și asigurarea unei creșteri economice sustenabile trebuie să se bazeze pe:
- sporirea competitivității sistemului de cercetare și inovare, inclusiv în termeni de eficiență, performanțe, și racordarea acestuia la necesitățile economiei naționale;
 - dezvoltarea unor parteneriate publice-private în domeniul cercetării;
 - atingerea unui nivel de finanțare a cercetării de până la 2% din PIB, inclusiv alocațiile din sectorul privat;
 - constituirea unui mediu de afaceri favorabil inovării și promovarea unei politici clare și realiste în domeniu, care să pornească de la stimularea activităților de cercetare-dezvoltare-inovare;
 - promovarea unei abordări sistemice a inovării, în contextul relațiilor și intereselor tuturor actorilor participanți la acest proces: universități, instituții de cercetare, finanțatori și, nu în ultimul rând, statul;
 - deplasarea accentelor în activitatea de cercetare-dezvoltare-inovare spre inovare și transfer tehnologic, din nevoia de a implementa cât mai rapid rezultatele cercetării în practică. În termen scurt, pentru Republica Moldova este mai importantă preluarea de tehnologii în raport cu crearea de tehnologii din perspectiva de creștere accelerată a productivității. În acest context, devine importantă și promovarea cooperării științifice și tehnologice cu mari companii transnaționale (din țară și din străinătate), ceea ce ar oferi acces la cercetarea avansată și la înalte tehnologii;
 - vorbind despre integrarea efectivă a cercetării noastre în spațiul european al cercetării, cel mai important este să ne găsim locul și rolul nostru în cercetarea științifică europeană, nișa noastră pe piața europeană a cercetării-dezvoltării-inovării. În acest sens, este necesară identificarea domeniilor prioritare în care ar fi concentrată activitatea de cercetare-dezvoltare-inovare, care ne-ar asigura un avantaj competitiv pe piața europeană a cercetării;
 - susținerea dezvoltării unor structuri distincte de cercetare în cadrul universităților de cercetare, inclusiv prin finanțarea acestora de la bugetul de stat.
 - creșterea competitivității cunoștințelor și asigurarea unui management eficient al acestora pentru a le transforma în avantaje competitive pe piață, începând cu investițiile în cercetare, producerea și diseminarea cunoștințelor, și finalizând cu implementarea (prin invenții și inovări) sau comercializarea acestora.

Bibliografie:

1. Porter M. *Building the Microeconomie Foundations of Prosperity: Findings from the Microeconomie Competitiveness Indices* // Global Competitiveness Report 2002-2003, WEF, Geneva, 2003
2. The Global Competitiveness Report 2010-2011. – World Economic Forum, Geneva, Switzerland, 2010 – 501p.
3. Stiglitz Joseph E., Walsh Carl E. *Economics*. – București, Editura Economica, 2005, 783 p.
4. Knowledge for Development. – www.worldbank.org
5. Ranking web of World University. – www.webometrics.info

PROBLEMA EDIFICĂRII BUNĂSTĂRII ÎN SOCIETATEA ANTRENATĂ ÎN TRANSFORMĂRILE SISTEMICE

Prof. univ. dr. hab. Valeriu Zbârciog, ASEM

L'étude englobe l'association du problème de l'assurance du bien-être en vertu de l'exploration des vertues du rationalisme de la théorie économique assistées par les rigueurs de l'éthique. Ladite synthèse permet à la société civile de contourner les déficiences de vivre les réminiscences

caractéristiques à elle d'être dans les conditions de la promotion des transformations systémiques.

Ces réminiscences apparaissent à cause de la rupture de l'être humaine des valeurs authentiques.

Actualitatea problemei enunțate este condiționată de faptul că societatea civilă a Basarabiei încă nu-și poate regăsi propria-i identitate și astfel condiționează starea că Republica Moldova se aseamănă cu o corabie amplasată în apele învolburate ale economiei globalizate pline de ghețari plutitori, iar comanda este despuiată de luptele fratricide.

Starea lucrurilor devine dramatică datorită faptului că educația și cercetarea încă nu umflă îndeajuns pânzele competitivității economiei reale. Actualmente, există un mare decalaj între RM și țările Uniunii Europene, SUA etc. Țările UE cheltuiesc, în medie, echivalentul a 1,1% din PIB pentru susținerea învățământului superior, în timp ce în SUA, acest tip de cheltuieli reprezintă 2,7% din PIB. În acest context, potrivit Comisiei Europene, universitățile din UE nu pot face față concurenței celor americane în domeniul cercetării, instituțiile europene de învățământ superior dețin o cotă mai redusă din piața publicațiilor științifice, mai puține patente pentru investiții și mai puțini câștigători ai premiului Nobel decât Universitățile din SUA. În plus, statele UE, comparativ cu SUA, au eșuat nu numai în ceea ce privește cantitatea, ci și în ceea ce privește cantitatea învățământului superior. Numai 21% din populația aptă de muncă din cadrul UE deține o diplomă universitară, pe când în SUA 38%, în Japonia 36%, în Canada 43% (1).

Cu părere de rău, în Republica Moldova, ponderea persoanelor cu studii superioare în populația ocupată constituia, în 2004-2006-2009, respectiv, 16-20,7-21,9%, iar calitatea studiilor lasă de dorit fiindcă este ruptă de la exigențele timpului datorită lăncezirii societății și lipsei motivației și coeziunii populației debusolate. Pe de o parte, emigrarea intensă a forței de muncă din Republică, în aparență, creează impresia îmbunătățirii stării lucrurilor. În realitate, lucrurile stau ceva altfel, deoarece populația rămasă acasă este antrenată preponderent în utilizarea remitențelor primite în consumul de bunuri și servicii, iar tendinței de achitare a taxelor de școlarizare pentru studiul în școli și universități îi lipsește, cu unele excepții, spiritul antreprenorial.

Parafrazându-l pe Emil Hurezeanu, remarcăm faptul că exigențele timpului ne regăsesc complet nepregătiți, deoarece suntem prea iresponsabili, în schimb devenim pofticioși la porțile Occidentului în prefacere, tocmai atunci când ultimul are cel mai puțin chef de noi, deoarece el însuși este plin de probleme. Desigur și de această dată Occidentul reprezintă colacul de salvare și evadăm spre el din frică și neputință. Din fericire, Occidentul știe că pericolul crește, dacă este ținut la ușă. El poate fi controlat și apoi înlăturat prin asimilare (2).

Republicii Moldova îi rămâne obligația să mediteze și să tragă învățămintele necesare. Una din lecțiile majore constă în însușirea „Lecției maghiare”, Greciei, Irlandei, Portugaliei, Spaniei. Principalul „dar” de care trebuie să se ferească R. Moldova este modelul după care funcționează sistemele de protecție socială din țările vest-europene. Adoptarea unui astfel de model ar putea fi fatal pentru economia Republicii Moldova, despre această realitate și ne vorbește experiența Ungariei. Demonstrațiile de la Budapesta, din toamna anului 2006, au fost generate nu doar de faptul că premierul maghiar a recunoscut că a mințit populația, ci mai ales de specificul că măsurile de austeritate fiscală, care au trebuit luate de guvern în fața pericolului ca deficitul bugetar pe anul 2006 să ajungă la 10% din PIB. Lucrurile au derapat pe o pistă alunecoasă tocmai pentru faptul că Ungaria a aplicat măsuri de protecție socială mult mai generoase decât își permitea, conform modelului vest-european.

Edificator devine și modul diferit în care fermierii unguri și polonezi au resimțit impactul aderării, în funcție de subvențiile care se acordau în statele respective înainte de aderare. Astfel, la 6 luni de la aderare, fermierii polonezi, pentru care subvențiile acordate de stat fuseseră mai mici, erau foarte mulțumiți de faptul că își puteau vinde produsele mai bine, decât în momentul aderării. În schimb, fermierii din Ungaria, țară care acorda subvenții mult mai mari decât în UE, au fost nemulțumiți în primele 6 luni după aderare, pentru că au fost nevoiți să își scadă prețurile la nivelul celor europene.

Această stare se va repeta în timp până când, datorită globalizării, prețurile se vor egala, iar politica de subvenționare masivă a agriculturii va ajunge în categoria amintirilor.

Societatea civilă trebuie să perceapă că valorificarea vectorului Integrării Europene nu va rezolva automat toate problemele. Republica Moldova trebuie să învețe să-și soluționeze singură

problemele.

Printre deficiențele majore în soluționarea problemelor modernizării vieții social-economice și asigurării bunăstării în Republică, se regăsesc:

- conexiunea timidă dintre cererea internă și economia reală;
- problema tinerilor în lumea globalizată;
- șomajul și inflația în creștere;
- coordonarea și eficientizarea sistemelor de securitate socială;
- reducerea incidenței muncii nedeclarate;
- crepusculul societății răpuse spiritual;
- combaterea sărăciei;
- asimilarea noilor modele de creștere economică.

În Raportul Dezvoltării Mondiale, editat de Banca Mondială, în anul 2000, se apreciază că, în economia mondială, se desfășoară concomitent două procese:

- Globalizarea, care constă în transnaționalizare cu deosebire în domeniul comerțului, finanțelor și tehnologiilor de vârf;
- Descentralizarea, care cuprinde transmiterea de către guvernul național către comunitățile locale a tot mai multor atribuții administrative, sociale, educaționale, bugetare și, în consecință, rolul statului național se va limita la diplomație, armată, adoptarea legislației interne.

Raportul respectiv specifică că procesele de globalizare și descentralizare oferă oportunități deosebite, însă, concomitent, pot apărea și efecte destabilizatoare (3). Printre ultimele se regăsește problema subdezvoltării.

Problema subdezvoltării economice în lume

Subdezvoltarea economică este un fenomen planetar ce cuprinde aspectele economice, politice, sociale, culturale și ideologice de o mare diversitate. După Rudleff Marcel subdezvoltarea îmbină următoarele caracteristici:

- condiții mizere de trai ale oamenilor;
- 25% din populație suferă de foame endemică;
- 50% nu dispune de calorii necesare vieții active;
- mortalitate infantilă ridicată;
- economie săracă;
- țări preponderent agricole, dotate cu mijloace învechite, slab industrializate;
- venit scăzut și nesigur pe locuitor;
- arhaismul structurilor sociale și economice;
- preponderența economiei de subsistență, izolarea economiei țărănești, uzura ridicată a capitalului fix, conservatismul structurilor economico-sociale.

Actualmente, în țările subdezvoltate, locuiesc 80% din populația mondială, se regăsește cea mai mare parte din resursele minerale ale planetei, dar se produce numai un sfert din PIB-ul mondial. Aceste state contribuie cu numai 11% la comerțul internațional și la producția globală a industriei prelucrătoare. Analfabetismul cuprinde 2/3 din populație, iar gradul de cuprindere a copiilor de vârstă școlară în învățământul primar este sub 50%.

Statele dezvoltate dețin peste 80% din numărul total al savanților și cercetătorilor științifici, 95% din aparatura de prelucrare a datelor și 95% din producția de circuite integrate. Decalajul dintre țările în curs de dezvoltare și cele dezvoltate este substanțial. Conform Raportului Mondial PNUD în 1992, 40% din populația globului beneficia de 94,5% din venitul național însumat mondial, iar restul de 60% deținea numai 5,5%.

Dinamica pe termen lung a intrărilor de capital denotă că, printre principalii investitori mondiali sunt țările dezvoltate – 86% în 1997. Ponderea cea mai mare o dețin Uniunea Europeană, SUA și Japonia – 86% la ieșiri și 60% la intrări (4). În ultimii 2 ani, China – a doua putere economică a lumii, deținătoarea celei mai mari rezerve valutare la nivel mondial și principala deținătoare de certificate de trezorerie americane (peste 20% din total) a împrumutat statelor sărace mai mulți bani decât Banca Mondială.

Efectele crepusculului societății răpuse spiritual

Societatea umană se plămădește, se edifică prin deciziile și comportamentul subiectiv al oamenilor. Prin urmare, miracolele inundă, irup în momentul în care spontaneitatea, vremelnicia, superficialul, interesele corporatiste, egoismul prevalează în societate.

Cea mai frecventă greșeală, pe care o comit oamenii, urmărindu-și destinul, constă în desprinderea de la valorile autentice și sensul existenței și coexistenței omenești în condițiile de unicitate și diversitate. Ca rezultat, drama existenței societății respective constă în faptul că lucrurile se precipită într-atât încât își face apariția **omul recent**, iar pe meleagurile mioritice istoria așa a rânduit ca acest tip de individ să devină dominant.

Individul recent întrunește următoarele trăsături:

- După Charles Montesquieu, modern este „tipul de om, mișcător și neliniștit, care nu mai este încadrat de un dar natural, care să îl fixeze *a priori*, ci numai de propria sa dorință... este omul mișcat de *somația interioară* de a-și schimba locul, schimbând odată cu el și lumea”;
- Blaise Pascale sublinia, cu un secol mai devreme decât Montesquieu, faptul că „Natura noastră este mișcarea, repausul complet înseamnă moarte”. În acest context, omul recent prezintă o pseudomorfoză a modernității, perfect solidară cu primitivismul și anti-modernismul pe care îl produce într-un ritm industrial modernitatea ce și-a ieșit din matcă;
- Subiecții enunțați, în opinia lui H. R. Patapievici, nu sunt, în esență, nici noi, nici înnoiți, ci sunt asemenea conservelor cu dată de expirare pe etichetă. Ei sunt doar recentți, adică apăruți, întâmplați de curând. Idealul lor de societate este societatea furibundă îndreptată voit ori din incultură împotriva științei moderne, a liberalismului, a economiei de piață liberă, multinaționalelor, în schimb, favorabil primitivismului, anticapitalismului, naturalismului;
- Respectivul tip uman nu se mai poate sprijini pe existența vreunui suflet, nici al lumii. El nu mai are resursele, abilitate de a întemeia nici tradiții și nici măcar datini, fiindcă îl domină vremelnicia;
- Omul recent întruchipează individul, ce oricât timp ar trece peste el și oricâtă vreme l-ai șlefui, tot rudimentar rămâne. După prozatorul, poetul și eseistul Octavian Paler, omul recent n-a înșușit adevărul că indiferent de cât de mult ar suferi omul, lumea nu se va opri în loc pentru alinarea durerii lui;
- Prezintă omul ce și-a amputat trecutul, și-a pierdut pe drumul vieții propria identitate pentru a sări mai ușor și repede în viitor, descoperă că prezentul nu îl mai poate adăposti și hrăni, iar viitorul pentru el nu există din cauza fricii de incertitudini;
- Este omul – setilă, flămânzilă, dragonul care emană continuu în jur focul roșu al plăcerilor alimentate de ispitele firii umane ce tinde să savureze din toate fenomenele lumii – stăpânindu-le, posedându-le, schimbându-le după propriul plac. Însă pătrunzându-se de toată materialitatea lor – s-a pomenit într-o bună zi că nu mai este decât un epifenomen al curgerii și prelungirii lor. În fine, după o noapte, viața agitată de vise neliniștite, se trezește dimineața metamorfozat într-un uriaș gândac ce brăzdează mahalalele lumii;
- Pe măsura ce societatea umană avansează în vârstă, constrângerile social-economice nu dispar, ci se multiplică și amplifică. În aceste condiții, ruperea principiilor raționalismului de la principiile morale înseamnă, în fine, pierderi ireparabile, deoarece principiile morale nu pot fi niciodată încălcate sau abandonate. Spre exemplu, viciul fundamental al socialismului a constat în tendința de a diviza artificial societatea în tabere antagonice, unde majoritari erau cei afiliați de voie sau nevoie de partea puterii conduse de partidul unic. Concomitent, se pedala pe tendința de a crea tipul de om *homo sovieticus*, care este opus omului liberal. Desfigurată a fost și aplicarea tendențioasă a exigențelor economiei de piață.

În esență, economia de piață veritabilă configurează individul care respectă regulile, ia decizii raționale, calculează riscurile, caută confortul personal și respectabilitatea socială, prețuiește libertatea și cultul muncii, caută și respectă ordinea, nu suportă tirania, nu agreează spiritul de turmă, este rațional în pricepere, în simțire și capabil să se supună constrângerilor generale etc. Acest tip de om își începe edificarea în secolele XII-XVII.

În cronologia societății umane, intensificarea creării Omului recent este agreată de moartea socială a creștinismului și a valorilor general umane, de revoluția sexuală, demistificarea omului

natural, relativismul valorilor etc. Astfel, apare un nou tip de uman – **Omul recent** – omul răsfățat al statului – providență, infantil, de o prosperitate picată din cer și de prezență paternalistă a unui stat mereu omniprezent. Prezintă omul – rebel fără cauză, adică supărăcios, dacă nu i se oferă ceea ce își dorește, tipul care a fost deprins să creadă că singurul lui scop în viață constă doar în sporirea plăcerilor personale, în schimb, respinge categoric ordinea. Pentru el nu există o altă autoritate în afară de Eul propriu, convins că el merită totul, percepe absența privilegiilor sociale ca o nedreptate strigătoare la cer, îi place la nebunie statul și tot felul de farisei ce îi oferă ceva, nu are responsabilitate față de nimeni. În schimb, toți îi sunt datori cu ceva, este convins că totul în jur există doar din motivul înlesnirii plăcerilor lui.

Pe noi, cum ne va găsi dimineața? Ce înseamnă să fii modern, astăzi? Modernizarea, ca fenomen, constituie receptarea și crearea individuală, colectivă de valori autentice ancorate în exigențele timpului ce consolidează onoarea și demnitatea umană afiliată la un neam. **Pe de o parte**, ea înseamnă schimbarea fără să se piardă din plenitudinea spiritului, simțirii și părții ancorate tridimensional (omenie, cadru legal și principiile personale) în valorile general umane. **Pe de altă parte**, rămânând ca entitate aceeași, însă, în timp, tot mai performanți în abilități și atitudini prin faptul că, adaptându-ne continuu, obținem noi valențe spiritual-emoționale și astfel devenim tot mai apropiați exigențelor timpului.

Rătăcirile omului, actualmente, sunt condiționate de perceperea neadecvată a fenomenului modernității și că nu s-a sesizat la justa valoare faptul că, în cronologia timpului, forma poate deveni, pe nesimțite, conținut. Concomitent, modernitatea este o stare, o modalitate, o tehnică de a fi om, de a fi corect, de a acoperi și prețui adevărul. A fi modern înseamnă convingerea că este vorba de o stare ce se instituie cu voința individului, începând cu interiorul lui și se finalizează cu identificarea mecanismului de *checks and balances*. Ultimul generează o nouă calitate de control asupra acțiunilor, comportamentului și felului de a fi al omului. Valoarea modernității are trăsături comune cu cea a banilor. Bani nu sunt buni când sunt reținuți din mișcare, ci atunci când sunt schimbați pe ceva mai înalt. Deci, valoarea modernității, ca și cea a banului, își are originea în schimb, în abilitatea oamenilor de a folosi eficient modernitatea în calitate de instrument de atingere a scopurilor ce încoronează demnitatea ființei umane, inclusiv asigurarea bunăstării prin sine însăși.

Actualmente, Republica Moldova a devenit un câmp de luptă între vechi și nou, în esență, manifestat politic astfel. Pe de o parte a baricadei se află comuniștii, pe cealaltă sunt amplasați democrații. Drama constă în faptul că, în ambele tabere, sunt oamenii recenți: la unii aproape toți, la alții într-un număr mai mic. Pentru ambele tabere, rămâne valabilă însușirea învățămintelor:

a) Vigorile Revoluției Franceze din 1789, ce a sintetizat esența schimbărilor condiționate de fenomenul modernizării, aspirațiile stărnite de dezechilibrele și neajunsurile stării social-economice ce au ajuns să acționeze drept forțe permanente și energie în toată lumea;

b) Revoluția Franceză a învățat și deprins oamenii să-și perceapă dorințele și aspirațiile drept criteriu suprem al dreptului. Concomitent, schimbările rapide ale guvernanților, datorită cărora fiecare partid recurge succesiv la favoarea maselor drept arbitru al succesului, a deprins masele să devină mai performante în alegerile lor;

c) Căderile guvernelor și reîmpărțirea frecventă a timpului guvernării scot în față defectele politicianilor, electoratului, tradițiilor depășite de timp;

d) Să se perceapă performanțele democrației și liberalismului. Democrația îmbină teoria ce definește modul în care se poate împărți puterea, pe când liberalismul prezintă fenomenul limitării puterii, deoarece sporește numărul celor care vor mai multă putere și numai minoritatea dorește să limiteze administrarea puterii existente. Altfel formulat, Geneza Liberalismului este condiționată de dorința individului și societății care au cunoscut libertățile și performanțele economiei de piață. Statul modern constă în tirania maselor asupra libertăților individuale. Tragedia unui stat se finalizează cu Apocalipsa, în cazul societății civile răpuse spiritual, adică dominată de indivizii recenți;

e) Experiența civilizației conturează astfel taina edificării bunăstării:

Bunăstarea = Abilități X Eforturi consistente X modul de a gândi

unde,

Abilități – talentele înnăscute și valențele cultivate de individ și societate;

Eforturile consistente – dedicațiile, voința puternică de a realiza ceva complementate cu aspirațiile inimii;

Modul de gândire – în esență se edifică pe sistemul de cunoștințe contemporane, standardele

etice, setul de abilități și de politici manageriale, tradițiile și învățămintele deduse pe parcursul vieții. În realitate, el poate fi pozitiv sau negativ. Cel negativ, cotidian: alimentează mânia, ura, gelozia, debusolează, are tendință distructivă. Cel pozitiv, științific: amplifică rodnicia abilităților și eforturilor și, în fine, asigură durabilitatea bunăstării. Concomitent, modul de gândire pozitiv îi orientează perceperea faptului: la ce-i servește cucerirea lumii, dacă își pierde, deturneză în schimb sufletul?

d) Omul se naște, locuiește pe pământ datorită harului, providenței, astfel unicitatea individului și se manifestă în integritatea, identitatea sa națională și verticalitatea ca personalitate, capacitatea, sensibilitatea, voința, curajul de a-și urma destinul, edificându-și bunăstarea cu onoare, demnitate bazându-se pe propriile resurse și forțe.

Astfel spus și la începutul deceniului 2 al mileniului trei, o deosebită semnificație au atât cuvintele lui Seneca „**Nu există vânt mai prielnic decât pentru cel ce știe în ce direcție plutește**”, cât și ale lui H. Spencer „**Suma fericirii este evident mai mică într-o societate ai cărei membri nu pot trăi fără să se jeneze reciproc, decât în aceea unde această jenare nu există**”.

Bibliografie:

1. Gădiuță Marian, *Uniunea Europeană – un Titanic printre ghețarii plutitori*, Tribuna Economică, nr. 4, 2007, p.91.
2. Hurezeanu Emil, *Strugurii acri?*; Evenimentul Zilei, 12 mai 2006, p.7.
3. Nicolescu Nicolae, *Globalizarea: pro și contra*, Tribuna Economică, nr. 1, 2011, p.72.
4. Nicolescu Nicolae, *Globalizarea, încă o amenințare pentru țările subdezvoltate?* Tribuna Economică, nr.1.12, 2002, p.71–72.
5. Acton Lord, *Despre libertate*, Iași, Institutul European, 2000.
6. Arendt Hannah, *Between Past and Future*, Penguin Books, 1993.
7. Arendt Hannah, *Condition de l'homme moderne*, Calman– Lévy, 1983.
8. Călinescu Matei, *Cinci fețe ale modernității*, București, Univers, 1995.
9. Patapievicu Horia Radu, *Omul recent*. București, Humanitas, 1994.
10. Spenser Herbert, *Justice*, Paris, 1993.

ASIGURAREA COMPETITIVITĂȚII FIRMEI PRIN EDUCAȚIA ANTREPRENORIALĂ

Prof. univ. dr. hab. Ala Cotelnic, ASEM

Incontestablement, le rôle que les petites et moyennes entreprises ont dans l'économie d'un pays, est très importante. Il ne fait pas exception et la République du Moldova. Mais pour que leur activité sera performante sella dépend du profil de l'entrepreneur, de ses qualités. La question est de savoir si ces qualités sont innées ou peuvent être tirés. L'article fait valoir la possibilité et la nécessité de l'apprentissage. Une possibilité est par l'étude de la discipline, «Entrepreneuriat» dans les établissements d'enseignement supérieur.

Întreprinderile private mici sau mijlocii continuă și vor continua să reprezinte, și în deceniile următoare, partea cea mai activă, dinamică și performantă a economiei oricărei țări. În ritmuri mai rapide sau mai lente, mai devreme sau mai târziu, toate țările lumii vor realiza faptul că inițierea, dezvoltarea, susținerea acestor organizații, sunt de neevitat, și vor conduce la scoaterea în evidență a singurei alternative economice eficiente de creare de noi locuri de muncă, de menținere permanentă a flexibilității organizaționale, de stimulare a inițiativei individuale, de manifestare a creativității, de inițiativă managerială.

În Republica Moldova, conform datelor Biroului Național de Statistică, în anul 2009, numărul întreprinderilor mici și mijlocii (în continuare, IMM) a constituit 43,7 mii întreprinderii, sau cu 2,6 mii întreprinderi (cu 6,3%) mai mult față de anul 2008. Sectorul IMM reprezintă circa 97,8 % din numărul total de întreprinderi. Numărul acestora este în continuare creștere (figura1).

Evoluția numărului IMM în anul 2006-2009

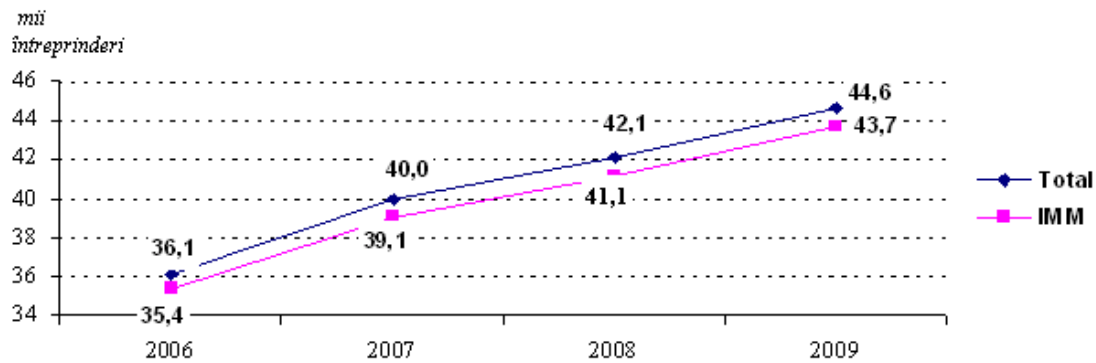


Figura 1. Evoluția numărului IMM în anii 2006-2009

Sursa: Anuarul Statistic al Republicii Moldova, 2010

Numărul crescând de întreprinderi mici și mijlocii, spre regret, nu determină și creșterea numărului de angajați, deși, pornind de la numărul de angajați în întregime pe Republică, în acest sector, lucrurile stau mai bine, decât în cele de dimensiuni mari, astfel ponderea numărului de salariați, în perioada 2006-2009, este în creștere lentă, cu excepția ultimului an.

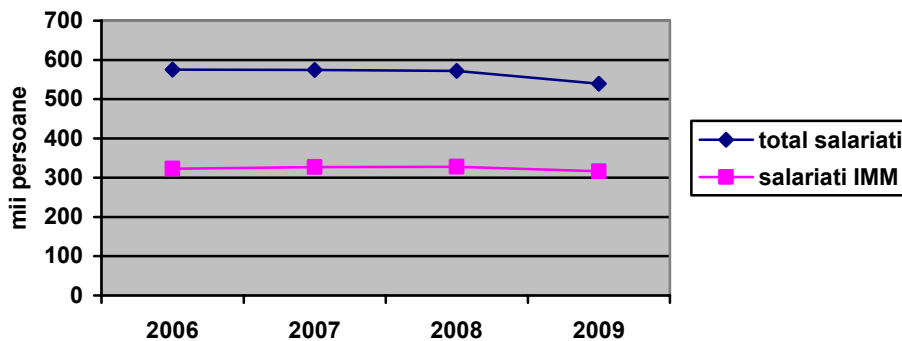


Figura 2. Evoluția numărului de salariați în perioada 2006-2009

Analiza IMM ne indică asupra diminuării dimensiunii întreprinderilor din sectorul dat. Astfel veniturile din vânzări, în medie, pe o întreprindere au constituit 1315,3 mii lei sau cu 265,8 mii lei (cu 16,8%) mai puțin față de anul 2008. Veniturile din vânzări ale IMM, în medie, la un salariat constituie 181,8 mii lei sau cu 16,3 mii lei (cu 8,2%) mai puțin față de anul 2008. Numărul de salariați, în medie, pe o întreprindere, în anul 2009, a constituit 7 persoane, cu o persoană mai puțin față de anul 2008 (2).

Rezultatele menționate mai sus nu diminuează nici într-un fel importanța întreprinderilor mici și mijlocii, dar necesită determinarea cauzelor care au dus la scăderea, în comparație cu anul precedent, a unor indicatori. Putem menționa multiple cauze, dar considerăm că ceea ce nu poate fi neglijată este personalitatea antreprenorului, calitățile pe care le întruchiează acesta, cunoștințele pe care le posedă, capacitatea lui de a lua decizii optime în situația creată.

Abilitățile antreprenoriale implică înțelegerea organizării oamenilor, înțelegerea puterii tehnologiei și, în cele din urmă, capacitățile și procesele specifice pentru ca o companie independentă să aibă, într-adevăr, succes.

Există întrebarea, dacă te naști antreprenor sau devii – educație versus natură? Studiile în domeniu și experiența arată că educația este factorul-cheie. Pot fi dezvoltate capacitățile care pot fi învățate. Dacă ne uităm la însușirile specifice, există prezumția că autonomia este o însușire-cheie, însă aceasta trebuie temperată, pentru că autonomia este însușirea dominantă a liderilor antreprenori – iar, de obicei, într-o firmă nouă de succes, există mai mult de unul și acesta este un lucru bun – caz în care compania nu va crește și nu își va dezvolta întregul potențial. Antreprenorii ar trebui să fie obsedați de crearea de valori durabile și sustenabile – pentru clienți, acționari și pentru propria persoană.

Procesul antreprenorial se declanșează în momentul în care devine evidentă alocarea inadecvată a resurselor. Nu oricine dintr-o societate este capabil să identifice o anumită oportunitate, din motiv, că nu sunt egali în ceea ce privește cunoștințele și informațiile de care dispun. În plus, oamenii, deseori, interpretează în mod subiectiv și eronat informațiile de care dispun.

Dacă pornim de la faptul că un individ nu poate căuta ceva despre a cărui existență nu știe absolut nimic, rezultă că oamenii descoperă oportunitățile antreprenoriale prin valorizarea noilor informații obținute despre o stare. Prin urmare, cunoștințele prealabile creează un „coridor” al cunoașterii care îl ajută pe individ să recunoască anumite oportunități, și nu altele. Nivelul cunoștințelor acumulate prin educație, dar și experiența influențează abilitatea antreprenorului de a înțelege, extrapola, interpreta corect și utiliza noile informații obținute. Cunoștințele de care trebuie să dispună un antreprenor se referă la cunoștințe: despre piață, despre modul de comercializare a produselor și serviciilor pe piață, precum și despre exigențele consumatorilor. Cu alte cuvinte, pentru identificarea oportunităților de afaceri este imperativă conexiunea tehnologie-piață (furnizori, clienți, tehnici de vânzare, necesarul de resurse etc.). O nouă tehnologie poate induce schimbări în procesul de producție, permite utilizarea unor materiale noi și crearea de noi produse, oferă o nouă metodă de distribuție, generează noi modalități de organizare a operațiunilor firmei. Totuși, identificarea alternativelor operaționale este dificilă în absența unor cunoștințe prealabile despre maniera de (inter)con condiționare a variabilelor luate în calcul.

Promovarea antreprenoriatului este definită de Consiliul Uniunii Europene ca domeniu de interes pentru sistemele de educație. Carta Verde a Comisiei Europene cu privire la antreprenoriat a fost publicată la 21 ianuarie 2003: **„Educația trebuie să promoveze antreprenoriatul prin cultivarea unui mod corect de gândire, consolidarea competențelor antreprenoriale și aducerea la cunoștința antreprenorilor a alternativelor de carieră.”** (Liniile directoare și planul de acțiune pentru educația antreprenorială 2004).

Educația antreprenorială a început să se desfășoare în instituțiile de învățământ din Republica Moldova recent. Antreprenoriatul este o componentă a studiilor în învățământul liceal, cel profesional și superior. Schimbările rapide care au loc în societatea informațională necesită încontinuu noi competențe, noi informații și noi abilități. Condițiile de viață se schimbă și, pentru a ne adapta, avem nevoie de noi tipuri de atitudini, inițiative și responsabilități.

Educația antreprenorială urmărește formarea la student a acelor competențe specifice care să-i permită orientarea profesională spre a deveni antreprenor, iar prin valorificarea potențialului său să acționeze eficient în orice domeniu.

Antreprenoriatul a fost definit drept procesul de creare a valorii prin reunirea unui set unic de resurse, în scopul exploatării unei oportunități. Procesul include setul de activități necesare identificării oportunităților, definirea conceptului de afacere, evaluarea și dobândirea resurselor necesare, gestionarea și obținerea rezultatelor. Antreprenoriatul este principalul mediator al schimbării. Manifestările antreprenoriale conduc la eliminarea echilibrului economic, fenomen denumit de Schumpeter „distrugere creativă” (5). De asemenea, antreprenoriatul este văzut ca fiind o orientare organizațională, care pune în evidență trei dimensiuni: inovativitate, asumare calculată a riscurilor și orientare proactivă. Inovativitatea se referă la generarea unor soluții creative la problemele cu care se confruntă întreprinderea și a unor noi nevoi latente ale clienților. Asumarea calculată a riscurilor implică disponibilitatea de a aloca resurse semnificative pentru proiecte care prezintă o probabilitate de eșec considerată ca fiind rezonabilă, dar care, în același timp, asigură diversificarea riscurilor.

Există tot mai multe dovezi în sprijinul ideii că, în timp, firmele care au înregistrat cel mai mare succes sunt cele angajate în activități cu caracter antreprenorial. Necesitatea unei abordări antreprenoriale este ridicată în situațiile în care firmele se confruntă cu următoarele situații: schimbări rapide la nivelul tehnologiilor, al nevoilor consumatorilor și al valorilor sociale; situații decizionale în care timpul de reacție este redus; posibilitate redusă de control pe termen lung asupra variabilelor de mediu.

Locul disciplinei „Antreprenoriat”, în oferta educațională pentru învățământul superior, se justifică prin următoarele dimensiuni ale educației antreprenoriale:

- **dimensiunea descriptiv-informativă**, vizând însușirea cunoștințelor despre inițierea, derularea și reușita unei afaceri;
- **dimensiunea normativă**, referitoare la însușirea unor cunoștințe privind normele juridice care reglementează inițierea unei afaceri;

- **dimensiunea interogativ-reflexivă și valorizatoare**, care are în vedere dezvoltarea capacității de reflecție critică asupra principiilor etice necesare în relațiile caracteristice unui mediu de afaceri;
- **dimensiunea practică**, urmărind formarea de atitudini și exersarea de comportamente democratice și antreprenoriale.

Cultivarea studenților unor deprinderi în domeniul antreprenoriatului prin implementarea cursului de „Antreprenoriat” în instituțiile de învățământ superior din Republică, îndeosebi la specialitățile cu profil neeconomic, este unul din obiectivele proiectului Tempus 144544-FR-JPHES „Developpement de partenariats avec les entreprises en Moldavie”. Acest proiect este realizat de un consorțiu de universități, Academia de Studii Economice din Moldova, fiind membru al acestuia. Durata proiectului este de 3 ani: 15/02/2009-31/12/2011.

Sintetic, inițiatorii proiectului și-au propus să creeze un sistem educațional de nivel european, menit să asigure educația inițială și pregătirea antreprenorială a studenților și absolvenților, inclusiv a absolvenților de studii economice. Acest obiectiv a fost atins și constituie o reușită de mare importanță în mediul academic moldovenesc, prin impact și accesibilitate extinsă.

Unul din obiectivele proiectului a fost și elaborarea și implementarea unui modul de educație antreprenorială destinat studenților la nivel de licență sau master, la specializările neeconomice: inginerie, fizică, chimie etc. printr-un program opțional. El se adresează însă și absolvenților de studii superioare, care doresc să acumuleze informații și abilități legate de antreprenoriat, printr-un sistem de educație continuă, pentru a putea demara propriile afaceri. Curricula modulului educațional este fundamentată prin cercetările întreprinse la nivel național și internațional de către specialiștii din universitățile partenere și are în vedere nevoile de formare în materie de antreprenoriat, cunoștințele, competențele și abilitățile necesare absolvenților în acest domeniu.

Rezultatele proiectului au evidențiat rolul important pe care îl are educația la toate nivelurile, îndeosebi la nivel de învățământ superior, în formarea cunoștințelor, aptitudinilor și culturii antreprenoriale.

Pentru a identifica lista de informații despre activitatea și calitățile care impulsionează rezultatele antreprenorilor s-au întreprins numeroase studii, cele mai importante fiind concentrate asupra caracteristicilor individuale ale persoanelor implicate în activități antreprenoriale. Toate aceste studii au evidențiat trei caracteristici de bază: nevoia de dezvoltare, asumarea riscurilor și locus-ul intern al controlului (3). Acestea li se mai adaugă înclinația spre a lua inițiativa, înclinația spre a-și asuma responsabilitatea, ambiția de a câștiga reputație, tenacitatea, intuiția schimbărilor din mediul exterior, dorința de a exploata oportunitățile, încrederea în sine, încrederea în ceea ce face etc.

Alți autori (6), definesc antreprenoriatul ca fiind procesul de creare a valorii printr-un mod unic de a gestiona resursele și prin exploatarea unei oportunități. Aceeași autori descompun antreprenoriatul în două componente: *dimensiunea comportamentală* (evaluarea oportunității, dezvoltarea unui concept legat de acea oportunitate, evaluarea resurselor necesare, achiziția acestor resurse, implementarea conceptului, transformarea lui în ceva profitabil) și *dimensiunea atitudinală* (dorința de a îmbrățișa noi oportunități, căutarea și asumarea riscului, persistență în dorința de a efectua o schimbare creativă).

Mergând pe o altă variantă de operaționalizare, Covin și Slevin pun în evidență cele trei dimensiuni ale atitudinii și comportamentului antreprenorial (4): *inovativitatea* (a căuta soluții noi, creative, neobișnuite unor probleme și nevoi), *asumarea riscului* (dorința de a mobiliza resursele în vederea oportunității, în condițiile conștientizării existenței unei șanse de a rata, de a eșua) și *proactivismul* (înclinația spre a implementa, spre a face ceea ce este necesar pentru ca ideea, conceptul să aducă profit).

Începând cu anii 80, studiile s-au extins și asupra elementelor legate de rețeaua contactelor individului (1) și de abilitatea acestuia de a dezvolta o strategie coerentă.

Concluzia comună a acestora a fost că toți antreprenorii de succes prezentau următoarele calități: controlul interior, capacitatea de planificare, asumarea riscurilor, inovația, folosirea feedbackului, luarea deciziilor, independența. Această listă se află într-un proces de îmbunătățire continuă prin adăugarea de noi caracteristici.

În viziunea reprezentanților școlii behavioriste, cea care acordă cea mai mare atenție elementelor ce caracterizează antreprenorii, principalele aspecte care le sunt specifice sunt acelea de: *inovatori, lideri, asumători de riscuri, independenți, creatori, tenaci, energici, originali, optimiști, orientați spre*

rezultate, flexibili, materialişti, însă un progres remarcabil în ceea ce priveşte abordarea conţinutului muncii şi a caracteristicilor antreprenorului îl realizează Jacques Fillon. Într-unul din ultimele sale studii, el realizează o abordare integratoare deosebit de interesantă şi utilă a activităţilor şi caracteristicilor specifice antreprenorilor .

Acestea sunt trăsăturile considerate de bază care, îmbinate într-un fel de „mix al personalităţii”, ar constitui „cheia succesului” în sfera antreprenorială. Dar nu este o „reţetă” universală, care ar putea să dea rezultate în orice context. Poţi dispune, într-adevăr, de aceste calităţi, de o idee viabilă, inclusiv de fondurile necesare pentru a o pune în practică şi, totuşi, afacerea să nu meargă aşa cum ai fi vrut. Cauza ar fi că antreprenorul a acţionat doar după reguli general valabile, fără a cunoaşte şi a se adapta la „regulile de joc” ale locului în care se desfăşoară activitatea. Mediul de afaceri autohton are specificul lui, cu rădăcini adânci în istorie, în configuraţii geopolitice mai mult sau mai puţin favorabile, dar este, totodată, dependent, în prezent, de schimbările rapide, cameleonice, ale conjuncturii economice, care impun un grad de adaptabilitate ridicat al antreprenorului şi construirea unui „arsenal tactic” eficient. O trăsătură foarte importantă a mediului de afaceri moldovenesc o constituie *mentalităţile sociale*.

Mentalitatea „mâinii întinse”

- este reprezentată de acele persoane care consideră că statul are anumite obligaţii: să stabilească salarii (mari), preţuri (mici), să asigure fiecăruia un serviciu etc.
- cei care aparţin acestei mentalităţi mizează pe deciziile care vin „de sus” în detrimentul hotărârilor şi implicării personale.

Mentalitatea „să moară şi capra vecinului”

- în ţara noastră, înainte de 1990, cuvântul *afacere* avea un înţeles negativ.
- în mintea oamenilor, s-a înrădăcinat ideea că oamenii de afaceri sunt persoane certate cu legea, speculanţi, escroci.
- patronii, în general, oamenii mai bogaţi, au fost descrişi în manualele de istorie şi economie ale epocii ca un fel de boieri exploatare care nu aveau decât grija de a-şi cheltui banii dobândiţi fără muncă, de aici poate şi atitudinea de astăzi a unora care, trândăvind, se uită „peste gard”, cu invidie, la gospodăria prosperă a vecinului. (7)

Majoritatea antreprenorilor depun eforturi susţinute pentru elaborarea unei viziuni strategice fără fisuri. Ea trebuie să existe, desigur, fiind bine ancorată în obiectivele şi resursele disponibile ale firmei. Dar realităţile mediului extern al întreprinderilor din R. Moldova impun construirea unor multiple variante de acţiune tactică, o frecvenţă mai ridicată în efectuarea studiilor de piaţă şi revizuirea, mai des decât în alte medii a planului de afaceri.

Concluzie. Competiţia reprezintă un factor motor pentru dezvoltarea societăţii economice. Pentru agentul economic, competiţia reprezintă un factor mobilizator care îl va determina să se adapteze la mediul de afaceri şi să progreseze. Strategiile competitive au rolul de a plasa întreprinderea într-o poziţie avantajoasă în cadrul unei pieţe de referinţă. Prin competenţe distinctive, firmele din toate sectoarele economiei se străduiesc să-şi edifice un avantaj competitiv în raport cu concurenţii şi să înregistreze performanţe financiare superioare.

Companiile şi întreprinzătorii produc schimbări, mediul economic în schimbare şi globalizarea dau naştere unor noi oportunităţi de afaceri, companiile au nevoie de antreprenoriat la nivel intern şi, mai presus de toate, de tineri care să vadă în antreprenoriat un posibil mod de viaţă. Obiectivul disciplinelor pentru învăţarea antreprenoriatului este acela de a creşte numărul de întreprinzători în Republica Moldova. Prin urmare, cursurile trebuie să fie dezvoltate, în continuare, astfel încât continuarea activităţii de afaceri şi transferul la antreprenoriat după finalizarea studiilor să fie cât se poate de flexibile. Pentru ca disciplinele pentru învăţarea antreprenoriatului să se reînnoiască, în mod continuu, în cicluri care dezvoltă antreprenoriatul şi pedagogia specifică, trebuie să concepem reînnoirea competenţelor şi a operaţiunilor.

Bibliografie:

1. Aldrich, H., Zimmer, C. (1986). *Entrepreneurship through social networks. The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, Mass.: Ballinger, p. 2-23
2. *Anuarul Statistic al Republicii Moldova*, 2009, Biroul Naţional de Statistică, Chişinău, 2010

3. Begley, T. M., Boyd, D. P. (1987). *Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and smaller business*. Journal of Business Venturing, Vol. 2, p. 79-93
4. Covin J. G. Slevin, D. P. (1989). *Strategic Management in Small Firms in Hostile and Benign Environments*. Journal of Strategic Management, no. 10, p. 75-87
5. Schumpeter, J.A. (1971). *The fundamental phenomenon of economic development*, in Kilbey (Ed.), *Entrepreneurship and economic development*, New York:Free-Press, pp.43-70;
6. Stephenson, Howard J., Michael J. Roberts and H. Irving Gronsbeck, *New Business Ventures and the Entrepreneur* (Homewood, IL: Richard D. Irwin, Inc., 1985
7. (http://www.filadelfia.ro/frecventa_redusa/11/Educatie%20Antreprenoriala/Curs%20Educatie%20Antreprenoriala.pdf)

EMINESCU: REFLECȚII ASUPRA OBIECTULUI ȘI METODOLOGIEI ECONOMIEI POLITICE CLASICE

Conf. univ. dr. hab. Ivan Ustian, ASEM

*„Civilizația economică e muma celei politice”
M. Eminescu*

E cunoscut faptul că Eminescu a fost nu numai poet genial, dar și economist – adept al economiei politice clasice.

În acest articol, va fi vorba despre reflecțiile lui Eminescu asupra obiectului, metodologiei și metodei de cercetare a postulatelor economiei politice clasice.

Aidoma lui Pușkin, care a criticat politica economică a Ecaterinei a II-a de pe pozițiile concepțiilor lui Smith, Eminescu i-a criticat pe liberali, pentru că au luat unele decizii economice eronate din cauza ignorării postulatelor economiei politice clasice. Eminescu, după Smith și Pușkin, considera economia politică drept știință teoretică – călăuză pentru elaborarea deciziilor economice. El credea sincer că promovarea politicii economice de către stat trebuie să fie bazată pe legile universale ale economiei, deoarece ea e întruchiparea istoriei economice a civilizației și culturii umane. Din aceste cauze, spunea Eminescu, există primordialitatea economiei asupra politicii: „civilizația economică e muma celei politice” (subl. – I.U.). Deci, pentru Eminescu, economia politică este o știință pozitivă, o știință naturală: „Economia politică” este „o știință pozitivă și absolută” (subl. – I.U.). Noțiunea „pozitivă” ne explică aderența economiei politice la științele naturale, iar noțiunea „absolută” ne spune, o dată în plus, că economia politică e un cod de legi științifice, fundamentale și universale, care acționează obiectiv prin intermediul relațiilor economice dintre oameni, tot așa cum legea gravitației universale acționează prin intermediul atracției planetelor, a cărei cauză primordială e sălășluită tocmai în însăși natura lor.

Eminescu a venit spre economia politică de la filozofie și de la științele naturale. Drept fond metodologic, Eminescu a luat filozofia lui Aristotel, Platon și a împrumutat idealismul lor, modul cugetării despre viață, expusă de ultimul în dialogul său cu Xenofon. Poetul-economist a luat de la Platon „cugetarea fundamentală”, care „e ceea ce numim noi prototipul ideea”. (subl. – I.U.). Platon, după părerea lui Eminescu, a fost primul filozof, care a deosebit generalul universal („obiectul ca atare”, expresia lui Eminescu – I.U.) de concretul individual („obiectul singuratec” – expresia lui Eminescu – I.U.). Eminescu a pătruns în esența filozofiei platoniene, insistând cu pleneră pregnanță că: „Etern și netrecător e obiectul ca atare” (generalul universal – I.U.). Toate fenomenele singulare ale lumii reale nu sunt decât întrupări, realizări ale obiectului ca atare. Ceea, ce e etern, nu se epuizează niciodată; „...Iar obiectul ca atare este ființa supremă, divină, eternă a lucrului real, cea dintâi se manifestă în cea de-a doua; viața lumii e vecinica influență a obiectelor singulare din idealul etern...”. Eminescu găsește ceea ce nu a găsit nimeni la Platon – pătrunderea acestuia în câmpul economiei grație dialecticii sale (dialogurilor sale – dialectica provine de la „A dialoga”, nota lui

Eminescu – I.U.). Platon caută idealul concret prin idealul prototipului (generalului universal). Coinciderea formei și esenței concrete a idealului cu idealul general universal (prototipul) e realizarea idealului – exprimat prin adevărul științific al celei mai generale științe – știința filozofiei. Eminescu concluzionează: „proporțiunea dintre adevărul ideilor și dintre cugetarea omenească e cea dintre realitate și umbră”. Eminescu arată că, în cele din urmă, Platon prin metoda sa dialectică, ajunge la concluzia că domină averile, adică proprietarii mari, care au o singură capacitate – averea. Averea e puterea de dominare a proprietății mari asupra proprietății mici, și, de aceea, el spune că trebuie creată o Republică ideală pe baze egalitare în care ar domina nu averile, dar capacitățile uman-individuale. Iată embrionul primordial al tuturor utopiilor de mai târziu. Eminescu simte bicsnicia acestei construcții platoniene și recurge la Aristotel, pe care îl consideră drept „cel mai mare lucrător științific”. Aristotel îl atrage pe Eminescu prin aderarea acestuia la științele naturale. Pe Platon, Eminescu îl declară „idealist”, iar pe Aristotel „realist”, adică materialist, cum zicem noi astăzi. Filozofia lui Platon cuprindea metoda dialectică și intuiția, pe când filozofia lui Aristotel – obiectele și logica cognitivă dialectică. Platon susține ideea, iar Aristotel – „adevărul faptei”. E uluitor faptul, apreciat de Eminescu, că Platon și Aristotel „nu sunt numai doi oameni, ci două forme fundamentale de existență a fiecărui om individual” ca spiritualitate.

Așadar, Eminescu urmează linia lui Aristotel, ce ține de metodele științelor naturale, care încep cercetarea științifică de la observare: „*adevărul este conformitatea observațiunii mele cu obiectul* (subl. – I.U.) (în textul inițial, în loc de cuvântul „obiectul”, era cuvântul „adevărul” – I.U.), ca știința mea să consune cu obiectul”. Mai departe, Eminescu descrie semnele caracteristice ale obiectului general (prototip) și le compară cu cele ale obiectelor singulare concrete de acest tip. Și, dacă aceste „semne caracteristice” corespund, apoi ele constituie – „*noțiunea*” (subl. de Eminescu – I.U.). Iar noțiunea e produsul subiectului (omului), chiar și noțiunea de om. Mai departe noțiunea, trebuie să corespundă cu „observația empirică”, care trebuie să fie însuși adevărul. Acesta e actul dialectic al cunoașterii, al perceperii. Apoi „din cunoaștere rezultă... știința, căci știința este cunoașterea adusă la conștiință”. Această știință e filozofia cu cele două torente ale unui și aceluiași flux, unul platonian, ce ține de idee, altul aristotelic, ce ține de materie. Aristotel e conceput de Eminescu ca „*domn al materiei*” (subl. – I.U.). „*Ei (Platon și Aristotel – I.U.) nu sunt doi oameni, ci două trăsături fundamentale, două calități ale omului: în fiecare om trăiește mai mult ori mai puțin unul din filozofii greci*” (subl. – I.U.). Anume acesta e și izvorul metodologic al lui Eminescu, de la care pornește poetul spre examinarea economiei politice, imortalizată în manuscrisele sale teoretice. De aici pleacă Eminescu spre câmpul, parte bine cultivat, parte părăginit, al economiei politice universale. De altfel, economia politică nu poate exista decât ca știință teoretică universală. În această ordine de idei, economia politică nu e altceva decât filozofia economiei.

Eminescu a lăsat moștenire mai multe manuscrise referitoare la economia politică. Cele mai importante sunt: Ms 2264 „Economia politică”, Ms 2257 „Economia națională”, cu fondul de economie politică, Ms 2270 „Despre muncă”, Ms 2257, f 320 „Teoria lui Ricardo”, Ms 2257, f. 263, – „Fiziocrație”, Ms 2257, f. 314 „Ideea ecuatică” și altele. În manuscrisele numite, Eminescu formulează definiția obiectului economiei politice ca atare. Definiția e justă și, dacă s-ar întâmpla să nu știm de cine e exercitată, apoi am spune negreșit că ea îi aparține ori lui Smith, ori lui Ricardo, iată cum sună această definiție: „*Economia politică e știința despre aceea cum se produce „...averea*”. (subl. – I.U.). Ea arată că omul „... grămădește averi și le-ntrebuințează la producerea altor averi... introduce fel de fel de inventațiuni pentru a spori productivitatea muncii sale”, și „... că în măsura concurenței, stabilește repartizarea produsului”. Formula e impecabilă, deoarece ea conține două ipostaze metodologice inseparabile: 1. analitică – forța și metoda penetrabilă de pătrundere în miezul științei economiei politice; 2. Descriptivă – metoda de descriere desfășurată a fenomenelor economice, care-s palpabile și vizibile prin existența lor concret-reală. Definiția eminesciană e o definiție de economist politic bine pregătit. Definind obiectul economiei politice, Eminescu respectă riguros și legile științifice fundamentale ale acestei științe, aidoma legilor științelor naturale. El elogia nu numai esența teoretică a acestei științe, dar și metodologia și legile ei. În manuscrisul 2264, el susține că „Știința cere legi, și anume de o generalizare atât de sigură, încât să nu fie excepție”. După aprecierea lui, legile contribuie la armonizarea și aducerea în ordine a faptelor reale și acolo, unde guvernează legile științifice, acolo „... armonia și ordinea intră în locul haosului”.

E cunoscut faptul că Eminescu considera chiar și poezia drept știință, și, dacă poezia e știință, apoi și știința își are poezia sa captivantă. Cât privește economia politică, apoi ea e o știință

multidimensională interdisciplinară, ce posedă punctualitatea legilor științifice și farmecul melosului poetic. Eminescu a avut deplină dreptate. Viața reală a confirmat cu prisosință acest lucru.

Nu încapă nici o îndoială că poetul – autorul surprinzătorului poem lirico-filozofic – „Luceafărul”, scris cu sânge și nervi la o alteță celestă a abstracției umane, să nu fi fost convins de faptul că, înainte de a se preocupa de artele frumoase și de poezie sau de știință, mai întâi oamenii trebuie să mănânce, să se îmbrace și să aibă cazare, și că fundamentul vieții este producția materială ca rezultat al procesului de producție al societății umane. Producția materială e rezultatul modului de producție economic și social, care crește din modul tehnico-tehnologic de producție, bazat pe succesele științelor naturale și pe experiența practicii de producție, acumulată de om pe parcursul istoriei economice și concentrată în categoriile universale și legile fundamentale ale economiei politice. Economia politică, pentru Eminescu, a fost aceeași poezie, numai că poezie științifică, căreia i s-a dat cu același zel înflăcărat, tot așa cum s-a dat lirei. Ținem să mergem pe urmele firului Ariadnei, după care s-a condus Eminescu în cercetările economice de mare valoare. Dacă Eminescu nu a lăsat pentru posteritate o lucrare economică, construită din beton armat cu vergi de oțel forjat, spre satisfacerea unor economiști, predispuși spre definiții și formule rigide, apoi el ne-a lăsat, printre multe manuscrise, și manuscrisul 2257, f. 254, care ne apare ca un plan imens al unei opere de economie politică, ce nu a fost realizat din cauze bine cunoscute. Acest manuscris, după cum relatează economistul V. Nechita, e o lucrare de mare valoare și conține mărgăritarele gândirii economice eminesciene, condensate în „teoria generală a categoriilor și legilor economice”.

Chiar de la bun început Eminescu formulează just obiectul economiei politice clasice universale. Iată-o: „...Omul e sub dominațiunea și determinarea averilor, a câștigului, a posesiunii, și că nu e punct în viața lui, care să fie liber de această putere”, și această putere „conține în sine o viață organică...”. „Perceperea acestui fapt mare și a organismului lui constituie o știință”. Aceasta „e o știință a lumii averilor”, e „o știință a condițiilor de viață”, „... ea pricepe lumea pe cât e supusă aceasta (știința – I.U.) puterii omenești”. „De aceea, ea se numește și știința averilor: E o știință nouă, deși faptul la care se raportează e vechi ca lumea”. Iar „*mișcarea averilor materiale exercită asupra omului o influență foarte mare...*” (subl. – I.U.). Definiția eminesciană e o definiție de economie politică clasică, în ea există obiectivitatea legilor și categoriilor ei, care domină asupra omului prin intermediul lui însuși. Din afirmațiile eminesciene, putem concluziona că economia politică studiază relațiile economice dintre oameni în procesul de reproducere: producție, repartiție, schimb și consum în joncțiune cu forțele de producție – modul socio-economic de producție. Acesta nu e altceva decât noțiunea eminesciană despre procesul de mișcare a „averilor materiale”, care exercită „asupra omului o influență foarte mare...”. Noțiunea „lumea averilor” îi aparține lui Smith, a cărui carte așa și se numește „Averea națiunilor”. Deci, Eminescu definește just obiectul economiei politice din punctul de vedere al teoriei universale economice. Concluzia vine de la sine: *Eminescu e savant-economist politic* (subl. – I.U.), economist, ce cunoaște bine istoricul și logica acestei științe.

Eminescu, ca și Smith, îi acordă procesului de producție prioritate față de celelalte procese-momente ale circuitului economic reproductiv al economiei reale – repartiției, schimbului și consumului. Când citești manuscrisul 2257 al lui Eminescu, ai impresia că recapitulezi primele capitole ale operei lui Smith. Dar iată și definiția finală a obiectului economiei politice, plăsmuită de Eminescu: „...*Viața averilor nu e un șir de lucruri și noțiuni moarte, ci toate acestea înseamnă un proces viu, și, de aceea, economia... nu este o masă de cunoștințe neorganice, ci știința unui proces viu – este viața personalității*” (subl. de Eminescu – I.U.). O astfel de definiție impecabilă nu are nevoie de vreun comentariu. Din ea respiră însăși economia politică clasică. Și ce e foarte surprinzător, Eminescu începe manuscrisul 2257 cu „*mișcarea averilor materiale*” (subl. – I.U.), iar Marx începe prima sa lucrare tot cu aceleași gânduri –, *la prima vedere societatea burgheză ne apare ca o îngrămădire enormă de mărfuri*”... (subl. – I.U.). Deci, ambii economiști au utilizat unul și același izvor: economia politică clasică, au cunoscut profund lucrările lui Platon, Aristotel, Quesnay, Smith, Ricardo, Mill și ale altor economiști. Faptul acesta îl atestă pe Eminescu ca economist politic consacrat. Studiind profund economia politică, Eminescu a dovedit, pe deplin, că această știință e amplă, mixtă și complexă ca însăși viața.

Metodologia lui Eminescu, de asemenea, este metodologia economiei politice clasice, precum și a filozofiei clasice. În acest context, economia politică e contestată de Eminescu ca filozofie a economiei. Eminescu, mai întâi, studiază generalul, apoi trece la particular. Referitor la economia politică (Ms 2257), Eminescu folosește metoda abstracției și de la elucidarea legilor universale și

categoriilor generale face o cale întoarsă, folosind o altă metodă – metoda de ascensiune de la abstract spre concret. Faptul acesta i-a permis lui Eminescu să se dezică de fenomenele auxiliare și să-și concentreze atenția asupra a tot ce e mai reprezentativ și tipic pentru economia politică, să separe generalul de particular, iar pe ultimul de singular. Din conținutul manuscrisului 2257, se evidențiază principiul folosit cu prisosință de Eminescu, principiul unității dintre logic și istoric. Mai întâi, Eminescu se oprește la descrierea fenomenelor generale economice caracteristice pentru etapele concrete istorice de dezvoltare a societății umane, apoi plonjează în esența materiei de bază, săpând în ea tot mai adânc, ca și „cârțița bătrână” a lui Hegel, o expresie alegorică a marelui filozof referitoare la eterna alergare a procesului istoric de dezvoltare a societății umane, ca mai apoi, să apară la suprafața evenimentelor și faptelor cu deduceri proprii, ce rezultă din analiza științifică.

E semnificativ faptul că Eminescu își concentrează atenția mai mult asupra a două funcții ale economiei politice ca știință natural-socială, a funcției cognitive și a celei metodologice, oprindu-se mai puțin la funcția empirică și, aproape, o lasă la o parte pe cea ideologică. Contemporanii poetului vedeau în acesta o plutire în norii abstracției, create de însuși Eminescu. Astăzi, vedem că faptul acesta a fost și rămâne un mare merit al poetului, fapt, ce mărturisește despre prezența unui larg orizont în domeniul economiei politice. Cele spuse aici vor fi supuse, mai jos, unei analize mai ample, cu ajutorul textului manuscrisului 2257. Eminescu posedă o definiție a economiei politice, care ar putea să le facă onoare chiar lui Smith și Ricardo – economia politică „...este forma, în care spiritul lumii își aduce la conștiință de sine legile lui proprii” (subl. – I.U.). Ceva mai jos Eminescu precizează această formulă: „Știința nu e decât forma în care un timp se aduce pe sine însăși la conștiință, își dă seama de sine însăși. Valoarea unei opere consistă în măsura, în care ea exprimă epoca ei. Istoria este introducerea proprie a economiei...” De o astfel de formulă, nu s-ar dezice nici cei mai mari academicieni, ce activează în domeniul economiei politice. Dacă Eminescu expunea numai această formulă, fie chiar neautentică, aceasta ar fi de ajuns pentru a-l considera pe Eminescu economist politic înzestrat. Dar Eminescu a făcut cu mult mai mult în domeniul economiei politice.

O analiză mai profundă a conținutului Ms 2257 ne arată că el putea fi împrumutat de către studentul universității berlineze – Eminescu de la denumirea cursului de economie politică, citit de profesorul, savantul cu renume – Duhring, care era numit în catalogul și în orarul de studii: „Economia națională”. Lucrul acesta era condiționat de politica economică protecționistă a Germaniei în practica economică ostilă față de teoria liber-schimbismului lui Smith și Ricardo. Acestei perioade i-a precedat o lungă luptă dintre Anglia și Germania pe piața mondială, care s-a terminat cu victoria Angliei și cu izolarea Germaniei de cele mai bune piețe de desfacere a mărfurilor și înlăturarea acesteia din cele mai bogate colonii din ambele Americi, Asia, Africa și Australia. E cunoscut faptul că Anglia a forțat Germania să eticheteze mărfurile sale cu inscripția „Made in Germany” – fapt înjositor pentru aceasta, deoarece mărfurile ei erau mult mai puțin calitative decât cele engleze și franceze și nu puteau concura cu acestea pe piața mondială. Aceasta era o situație similară cu cea a SUA. Germania nu se putea împăca cu strâmtorarea sa pe marginea procesului istoric de dominare asupra coloniilor bogate și pe piața mondială. Germania a vrut să schimbe situația și a declanșat un război victorios contra Franței în anul 1871. Luând o bogată contribuție de la Franța, Germania a început a-și dezvolta vertiginos propria industrie și, ca s-o protejeze de invazia mărfurilor mai calitative engleze, a declanșat o politică protecționistă, care prevedea mari taxe vamale pentru mărfurile industriale de import, creând astfel condiții favorabile pentru dezvoltarea propriei industrii. Pentru efectuarea acestei politici, guvernul prusac a găsit și un economist de mâna a doua, în persoana lui F. List. Anume teoria protecționismului economic a fost studiată de către tânărul Eminescu la Universitatea din Berlin, de care a și fost influențat într-o oarecare măsură. Enigma rămâne: de ce Eminescu a dat manuscrisului 2257 titlul de economie aplicată, pe când conținutul e de economie politică. Tot ce e posibil, că Eminescu a schițat aici frământările sale în acest domeniu cu gândul de a mai reveni la acest manuscris spre a-l completa și desăvârși. Titlul eminescian „economia națională” nu corespunde cu conținutul teoretic de economie politică, tratat prin intermediul principiului acestei științe, a istoricismului celor mai mari economiști: Quesnay, Smith, Ricardo, Mill, Sismondi și alții. Analiza literaturii, care, oarecum, îi putea servi lui Eminescu drept sursă de informație și de titlu, ne-a adus la cartea lui List. Oricât ar părea de straniu, dar acest List, pe timpul său, se bucura de o oarecare popularitate, grație sistemului său economic protecționist-vamal, îndreptat contra invaziei mărfurilor engleze în Germania.

Principala lucrare a lui List se numea: „Sistemele economiei politice naționale”. Această lucrare era preferată de Duhring, de la care Eminescu a și împrumutat ideea protecționismului economic.

După cum mărturisesc economiștii de marcă, această carte e, pur și simplu, o critică la adresa școlii economice engleze, creată de Smith și Ricardo. Desigur, că protecționismul aplicat în anumite limite, pentru o vreme oarecare, poate duce la dezvoltarea industriei țării protejate, iar din moment, ce el e aplicat de toate țările, el nu mai aduce avantaje, ci daune și poate duce la stagnarea economică. Friederich List a fost un economist devaluat și un om meschin. Cum s-a dovedit mai târziu, principalele sale idei, el le-a compilat, în bună parte, din lucrarea lui Faure, nu atât economist, cât birocrat vamal francez de pe timpul blocadei continentale, efectuate fără nici un folos de către Napoleon Bonaparte. Acesta a editat, în anul 1805, o lucrare sub titlul „Despre guvern din punct de vedere al relațiilor sale cu comerțul”, în care a descris sistemul vamal al Franței bonapartistice, de la aplicarea căruia a suferit nu atât Anglia, cât și însăși Franța. Tot ce e posibil, că titlul manuscrisului 2257 „economia națională” e influențat și de concepțiile lui F. List, dar însăși convenționalitatea lui, menționată deja mai sus, ne mărturisește faptul că, dacă Eminescu ar fi avut posibilitatea de a reveni la acest manuscris de economie politică, el, fără îndoială, ar fi adus la numitor comun conținutul lui cu titlul, ce ar ilustra pe deplin ideile teoretice, conținute în el. Ne-am oprit mai pe larg la acest manuscris, deoarece anume în el, în mod desfășurat, Eminescu și-a expus propria viziune asupra obiectului, metodologiei și metodei economiei teoretice – economiei politice clasice. Eminescu scria: „Să privim acum obiectul științei (economiei politice – I.U.). Calea ce-o alegem întru cercetarea acestuia e aceea a științelor naturale de la observațiune la percepere, de la percepere la noțiune, de la noțiune la ideea științei, la maniera ei de a privi lumea”.

După cum am menționat, deja, Eminescu, la început, dă noțiunea obiectului, ce va fi studiat, iar mai apoi arată metodologia și metoda de studiere și reflecție a materialului studiat. Desigur nu toate legile și categoriile economice, tratate de Eminescu au fost efectuate în albia teoriei clasice A. Smith și D. Ricardo și conțin și o doză simțitoare de rătăcirii teoretice. Și, totuși, un mare merit al lui Eminescu e acela că el își dădea prea bine seama de cele două funcții principale ale economiei politice ca știință socială – teoretică-cognitivă și empirică.

Pornind de la legile universale ale economiei politice clasice, Eminescu spune cu fermitate că, pentru progresul economic, e nevoie de o „asimilare lentă a muncii intelectuale”, cunoscută de știință și practica universală, deoarece „nu cu noi se începe lumea în genere”. Deci, Eminescu pleda pentru o asimilare profundă a legilor universale și categoriilor fundamentale ale economiei politice clasice și, numai după aceea, a efectuat încercări de aplicare a ideilor acestei științe în practica cotidiană. Și el avea perfectă dreptate.

Faptul că Eminescu a tratat problemele filozofiei economiei, adică a economiei politice ca știință metodologică, ne mărturisesc convingerile lui ferme despre identitatea legilor determinante ale Naturii cosmice N 1 și a Naturii N 2 – a societății umane. Acest gând poetul l-a exprimat prin asemănarea acțiunilor legilor naturale cu cele sociale, menționând că, „dacă privim regularitatea fenomenelor lumii siderale și o comparăm cu nestatornicia sorții omenești, am putea crede că una se petrece în ceruri, altceva pe pământ. Cu toate acestea, precum o lege eternă mișcă universul deasupra capetelor noastre, precum puterea gravitației le face pe toate să plutească cu repejune în cosmos, tot astfel alte legi, mai greu de cunoscut, dar supuse aceleiași necesități, de la care nu este nici abatere, nici excepție, guvernează oamenii și societățile”. (subl. – I.U.). Din cele spuse mai sus, se vede că Eminescu înțelegea bine „cauza efficiens” – cauza internă, ce e responsabilă de determinabilitatea relațiilor social-umane și e situată chiar în esența naturii umane – parte integrantă a Naturii N 1 – corp din corpul acesteia, adică ca fiu al ei și de aceea cauza propulsătoare a relațiilor omenești, e tot atât de eternă și determinată, ca și „cauza efficiens” și „cauza primordiales” interne a corpurilor astrale, ce se supun legii gravitației universale. Eminescu menționa just: „precum o constelațiune e dată cu necesitate, tot astfel evenimentele de pe pământ se întâmplă într-un șir pare că mai înainte determinat”. Și mai departe, poetul ne mărturisește „că aceeași necesitate absolută, care dictează în mecanismul orb al gravității cerești domnește și în inima Omului, „...că ceea, ce acolo ni se prezintă ca mișcare e dincoace voința și acțiunea și, că ordinul Moral de lucruri e tot atât de fatal ca și acel al lumii mecanice”. Eminescu pornește de la legile universale ale Naturii, care au determinat o astfel de mișcare a lumii neorganice, că la un moment dat s-a făcut posibilă apariția vieții organice, iar mai apoi, și a Omului, moment de cotitură crucială evoluționistă în viața Pământului. Odată cu Omul apare Natura N 2 – societatea umană ca rezultat și ca parte alienabilă a Naturii N 1. Eminescu considera, pe bună dreptate, că legile acționează cu „o vecinică regularitate, o ființă analogă urmează pe cea stinsă – destinațiunea asistenței naturale e mărginită strict de legi, din care nu se poate întâmpla nici o abatere. Astfel

Pământul și-a împlinit cu strictețe ideea determinațiunii sale” (subl. – I.U.), dezvoltând și perfecționând lumea organică în mod evoluționist până la crearea Omului, care posedă o „*destinațiune internă*” (subl. de Eminescu – I.U.).

Eminescu și-a creat o metodă de sinteză de studiere a fenomenelor economiei politice, metodă-hibridă dintre metodele științelor naturale și metodele științelor economice și sociale, cu toate că el însuși, după cum l-am citat mai sus, și-a calificat metoda proprie ca metodă a științelor naturale. Aici separăm noțiunea „*economie*” de noțiunea „*socială*”, deoarece însăși economia e o știință interdisciplinară, ce e situată între științele naturale și cele sociale. În acest sens, Eminescu a procedat ca și economiștii proeminenți A. Smith și W. Petty, care au hibridizat metodele științelor naturale cu metodele economiei politice – la primul cu mecanica clasică, la al doilea – cu medicina. Deci, Eminescu și-a croit o cale proprie metodologică și metodă proprie de studiere a fenomenelor economiei politice. Poetul a subliniat de mai multe ori faptul că „*metodul recomandat de noi genetic, în opoziție cu metoda dogmatic, care admite ca absolut bună o anumită formă de organizare*”. Și mai departe el menționează că „*astfel...nici una din formele de organizare omenească nu e absolut bună, nici una absolut rea, iar adevărul și rațiunea suficientă a acestor forme consistă nu în fiecare din ele aparte, ci în toate dupăolaltă, inconsecuțiunea lor istorică*”. Sub „*formele de organizare omenească*”, Eminescu subînțelege modul tehnologic de producție ca bază de edificare a modului de producție economic al societății umane. Știința care studiază modurile istorico-economice de producție este economia politică, știință teoretică universală. „*Destinațiunea internă*” a omului e aceea de a „*produce prin sine însuși o viață nouă*”. Întrucât omul concret individual are o durată strict limitată, determinată de natură – durata de viață, iar scopul lui e etern și nemărginit, această cauză e o contradicție internă între dorințele și posibilitățile aceluiași om individual. Această contradicție internă a vieții bioorganice a omului concret individual, care nu e altceva decât nostalgia vieții organice zbuciumate față de „*eterna pace*” a lumii neorganice, elogiată de I. Kant și P.S. Laplace, apoi de Eminescu, limitează raza de acțiune a Omului concret individual, evidențiindu-se, totodată, ca motiv principal de stimulare a sentimentului de creativitate a acestuia. Eminescu demonstrează elocvent cum „*din această contradicțiune a puterii mărginite (a Omului concret individual – I.U.) și a destinațiunii nemărginite (de a produce prin sine însăși o viață nouă, orientată spre eternitate – I.U.) rezultă ceea ce numim viața omenească*” (subl. de Eminescu – I.U.). Omul e privit de Eminescu ca ființă extraordinară, deoarece el creează în lumea Naturii o lume nouă umană.

Așadar, Eminescu a demonstrat că existența umană devine existența Naturii, iar existența Naturii capătă un sens nou, devenind condiție de existență a Omului. De aici pornește o nouă esență a Naturii – existența ei e dublată și îmbogățită de existența umană. Dar esențialul se începe atunci și acolo, unde existența umană se transformă din existență pasivă, înrudită cu cea a plantelor și animalelor, în existență activ-creativă, capabilă să înnoibeleze și să îmbogățească Natura prin activitatea sa creatoare și prin rezultatele produse de omul creator, prin intermediul procesului de producție, sau cum îl numește Eminescu – prin „*lucru*”.

Eminescu deduce facultatea de muncă și sentimentul de muncă ale Omului din legile genetice ale vieții bioorganice, sălășluite în esența internă a naturii Omului concret individual. El a confirmat gândurile sale astfel: „*e adevărat că e o putere extraordinară atât în viața organică a Pământului, precum și în mișcările planetelor, a sistemului solar etc., însă, în toate astea, nu e o singură (putere – I.U.) în lumea întreagă, care să poată produce o coală de hârtie, or un fir de ață...*” decât puterea intelectuală și tehnico-tehnologică, făurită de rațiunea Omului. Acest gând eminescian îl plasează pe Om pe aceeași platformă cosmo-geologică pe care e situată și Natura, care împreună (gândul marelui savant Vernadski) creează două forțe enorme geologic-ecologice prin intermediul procesului economic, creat de Om. Activitatea creativă a Omului ca forță naturală l-a creat pe Omul economic smithian, capabil să facă așa ca „*toată coaja Pământului*” să fie „*acoperită cu lucruri produse de către Om, lucruri, care sunt absolut altceva decât ceea ce constituie baza lor naturală*”. Cu apariția Omului apare și „*a doua viață a pământului*”, care „*e cea personală – o lume personală în cea naturală*”. Metodologia și metoda proprie i-au permis lui Eminescu să-l plaseze pe Omul economic, creator și agent al procesului de producție pe o treaptă mai înaltă, pe cea a Omului-Personalitate, ceea ce îl subînțelege pe Om nu numai ca creator al procesului de producție, dar și ca stăpân și dirijor al acestui proces. Omul-Personalitate e lumea creativității active umane, ce se manifestă în relațiile economice și sociale dintre oameni în procesul de producție a bunurilor materiale pentru menținerea vieții societății umane. Teoria și practica acestor relații e studiată și de economia politică, care au fost expuse cu o

deosebită competență de Eminescu în manuscrisele economico-teoretice nr.nr.2257, 2264 și altele. Aceste manuscrise, după cum am menționat mai sus, sunt o mărturie în plus a faptului că Eminescu cunoștea profund obiectivitatea și interdependența de acțiune a legilor universale economice, legi ce guvernează viața oamenilor, fără ca ei să bănuiască chiar existența acestora. Acest gând eminescian este inspirat din „Politica” lui Aristotel.

Laboratorul economico-politic al poetului e bogat, fapt ce ne dă posibilitatea să presupunem că cercetările sale economice erau destinate unei opere vaste, poate cea mai principală operă, concepută în retorta incandescentă a genialității sale. Opera nerealizată, poate, ar fi unit Omul cu Cosmosul, Frumosul cu Libertatea și Binele în sânul unei singure științe despre o societate umană demnă de natura umană. Poate, de aceea, el s-a străduit să îmbine în opera sa romantismul revoluționar cu realismul economic evoluționist, depășind cu succes romantismul economic al lui Sismondi și utopismul socialist, plasându-se cu fermitate pe câmpul economiei politice clasice.

Metodologia de sinteză și determinabilitatea justă în domeniul obiectului, metodologiei și metodei economiei politice i-au permis lui Eminescu să fie tot atât de liber în meditațiile sale economice, ca și în cugetările sale filozofico-estetice din poezie.

TRATATUL DE LA LISABONA – TRATAT DE REFORMARE A UNIUNII EUROPENE

*Conf. univ. dr. Ilie Demerji, ASEM
Lect. univ. dr. Maria Demerji, ASEM*

Le Fraité de Lisbonne définit d'une manière plus claire le rôle de l'Union européenne dans le domaine de la politique externe et de sécurité commune. Il introduit une clause de solidarité, avec un caractère volontaire, lorsqu'un Etat est la victime d'une attaque terroriste ou d'un désastre naturel ou d'origine humaine. Le Fraité reconnaît les droits, les libertés et les principes exposés dans la Charte des droits les principes exposés dans la Charte des droits fondamentaux. Il introduit une clarté et une stabilité dans les relations entre les Etats membres. Le Fraité maintient le principe de la suprématie du droit communautaire par rapport au droit national.

Tratatul de la Lisabona, care mai este numit Tratatul Reformă, a fost semnat în capitala Portugaliei, Lisabona, la 13 decembrie 2007, de către toți cei 27 de lideri europeni. Intrat în vigoare la 1 decembrie 2009, el are drept scop primordial de a scoate din criză viitorul Uniunii Europene și de a aduce stabilitate politică între statele membre, precum și de a adopta legislația comunitară noilor provocări și necesități contemporane.

Importanța elementelor democrației sunt evidențiate chiar la începutul acestui Tratat în care se menționează că „Uniunea se întemeiază pe valorile respectării demnității umane, libertății, democrației, egalității, statului de drept, precum și pe respectarea drepturilor omului, inclusiv a drepturilor persoanelor care aparțin minorităților. Aceste valori sunt comune statelor membre într-o societate caracterizată prin pluralism, nediscriminare, toleranță, justiție, solidaritate și egalitate între femei și bărbați”.

Uniunea urmărește să promoveze pacea, valorile sale și bunăstarea popoarelor sale. Ea oferă cetățenilor săi un spațiu de libertate, securitate și justiție, fără frontiere interne, în interiorul căruia este asigurată libera circulație a persoanelor, în corelare cu măsuri adecvate privind controlul la frontierele externe, dreptul de azil, imigrarea, precum și prevenirea criminalității și combaterea acestui fenomen.

Uniunea acționează pentru dezvoltarea durabilă a Europei, întemeiată pe o creștere economică echilibrată și pe stabilitatea prețurilor, pe o economie socială de piață cu grad ridicat de competitivitate, care tinde spre ocuparea deplină a forței de muncă și spre progres social, precum și pe un nivel înalt de protecție și de îmbunătățire a calității mediului. Ea promovează progresul științific și tehnic, coeziunea economică, socială și teritorială, precum și solidaritatea între statele membre. Uniunea respectă bogăția diversității sale culturale și lingvistice și veghează la protejarea și

dezvoltarea patrimoniului culturale european. În relațiile sale cu restul comunității internaționale, Uniunea își afirmă și promovează valorile și interesele și contribuie la protecția cetățenilor săi. Aceasta contribuie la pacea, securitatea, dezvoltarea durabilă a planetei, solidaritatea și respectul reciproc între popoare, comerțul liber și echitabil, eliminarea sărăciei și protecția drepturilor omului și, în special, a drepturilor copilului, precum și la respectarea strictă și dezvoltarea dreptului internațional, inclusiv respectarea principiilor Cartei Organizației Națiunilor Unite. Uniunea își urmărește obiectivele prin mijloace corespunzătoare, în funcție de competențele care îi sunt atribuite prin tratat.

În textul tratatului, se menționează domeniile exclusive ale Uniunii, ce are drept scop alocarea unor drepturi de suveranitate ale statelor membre – instituțiilor comunitare.

Aceste domenii sunt:

- Uniunea vamală;
- Stabilirea normelor privind concurența necesare funcționării pieței interne;
- Politica monetară pentru statele membre a căror monedă este euro;
- Conservarea resurselor biologice ale mării în cadrul politicii comune privind pescuitul;
- Politica comercială comună.

De asemenea, competența Uniunii este exclusivă în ceea ce privește încheierea unui acord internațional în cazul în care această încheiere este prevăzută de un act legislativ al Uniunii să-și exercite competența internă, sau în măsura în care aceasta ar putea aduce atingere normelor comune sau ar putea modifica domeniul de aplicare a acestora.

Pe lângă aceste domenii, sunt enumerate și domeniile partajate între Uniune și statele membre care, la rândul lor, sunt:

- Piața internă;
- Politica socială, pentru aspectele definite în acest tratat;
- Coeziunea economică, socială și teritorială;
- Agricultură și pescuitul;
- Mediul;
- Protecția consumatorului;
- Transporturile;
- Rețelele transeuropene;
- Energia;
- Spațiul de libertate, securitate în materie de sănătate publică.

În cadrul Tratatului sunt evidențiate și acele domenii în care instituțiile Uniunii sunt competente să realizeze acțiuni de sprijinire, completare sau coordonare a acțiunii statelor membre. Prin esența lor, aceste domenii sunt:

- Protecția și îmbunătățirea sănătății umane;
- Industria;
- Cultura;
- Turismul;
- Educația, formarea profesională, tineretul și sportul;
- Protecția civilă;
- Cooperarea administrativă.

Tratatul de la Lisabona menține principiul supremației dreptului comunitar în raport cu dreptul național. Alte inovații importante se referă la dotarea Uniunii Europene cu personalitate juridică unică, codificarea în Tratat a Politicii Europene de Vecinătate, înființarea postului de Înalt Reprezentant al Uniunii pentru afaceri externe și politica de securitate care, în același timp, deține și postul de vicepreședinte al Comisiei Europene. O altă inovație ce a fost inclusă în cadrul acestui Tratat a fost clauza de solidaritate între statele membre în materie de apărare, precum și posibilitatea înființării unor cooperări structurate permanente în domeniul apărării.

Tratatul de la Lisabona extinde numărul de domenii în care Parlamentul European legiferează în comun cu Consiliul de Miniștri și consolidează puterile sale bugetare. Codecizia a devenit procedura legislativă ordinară. Ea se extinde spre noi domenii de politică, precum libertatea, securitatea și justiția. Aceasta consolidează puterile legislative ale Parlamentului European.

Referitor la Consiliul European, care este alcătuit din cei mai înalți reprezentanți politici aleși ai statelor membre, putem menționa că el asigură direcția politică a Uniunii și îi stabilește prioritățile. În

baza Tratatului de la Lisabona, Consiliul European devine o instituție a Uniunii Europene cu drepturi depline, iar rolul său este definit în mod clar. S-a creat o nouă funcție, cea de președinte al Consiliului European, care este ales de membrii Consiliului European pentru un mandat de maximum 5 ani. Președintele prezidează reuniunile Consiliului European, îi coordonează activitatea în mod continuu și reprezintă Uniunea pe plan internațional la cel mai înalt nivel. Noul președinte al Consiliului European sporește vizibilitatea și coerența acțiunilor Uniunii Europene.

În ceea ce privește Consiliul Uniunii Europene, care mai este denumit și Consiliul de Miniștri, este important de menționat că el este un organism decizional-cheie care coordonează politicile economice ale Uniunii Europene și joacă un rol central în politica externă și de securitate. Consiliul are puteri legislative și bugetare comune cu Parlamentul European. Votul prin majoritate devine o procedură mai frecventă. Un sistem numit „dublă majoritate va fi introdus începând din 2014: deciziile Consiliului vor avea nevoie de sprijinul a 55% dintre statele membre, reprezentând cel puțin 65% din populația europeană. Acest sistem conferă deciziilor o dublă legitimitate.

În domenii, precum agricultura, finanțele și energia, Consiliul va continua să fie prezidat de ministrul țării care deține prin rotație președinția de șase luni a Uniunii Europene. Acest lucru va spori coerența și eficiența sistemului de rotație a președinției Uniunii Europene.

Comisia europeană, instituție importantă a Uniunii Europene, are scopul de a reprezenta în mod independent interesele Uniunii, în ansamblu. Ea răspunde în fața Parlamentului European. Comisia este singura instituție a Uniunii Europene cu autoritatea generală de a iniția propuneri de texte legislative. Ea aplică, de asemenea, politicile Uniunii, asigură executarea bugetului, coordonează programele comunitare, reprezintă Uniunea în negocierile internaționale și asigură aplicarea corespunzătoare a tratatelor.

Tratatul de la Lisabona oferă cetățenilor Uniunii posibilitatea de a aduce o contribuție mai însemnată la procesul decizional. Prin noua inițiativă a cetățenilor, un milion de oameni – din populația de 500 de milioane a Uniunii Europene – dintr-un număr de state membre pot cere Comisiei Europene să înainteze noi propuneri de politici. Aceasta permite cetățenilor, pentru prima dată, să aibă un cuvânt de spus, în mod direct, în procesul legislativ al Uniunii.

La nivel intern, parlamentele naționale au posibilități mai mari de a aduce o contribuție directă la procesul decizional al Uniunii Europene. Un nou sistem de alertă timpurie oferă parlamentelor naționale dreptul de a face observații cu privire la proiectele de legi și de a verifica dacă Uniunea Europeană nu-și depășește atribuțiile implicându-se în aspecte care pot fi tratate mai bine la nivel național sau local. Reguli stricte se vor aplica oricăror propuneri de a aduce noi domenii de politică sub incidența votului cu majoritate. Fiecare stat membru trebuie să fie de acord cu orice asemenea modificare, iar parlamentele naționale vor avea drept de veto. Însă pentru domenii de politică importante, cum sunt fiscalitatea și apărarea, va fi necesar în continuare votul unanim.

Tratatul de la Lisabona definește mai clar rolul Uniunii Europene în sfera politicii externe și de securitate comună. Pentru deciziile pe probleme de apărare, este necesară, în continuare, aprobarea unanimă a celor 27 de state membre ale Uniunii Europene. Tratatul extinde rolul Uniunii, incluzând operațiunile de dezarmare, consiliere și asistență militară și contribuirea la refacerea stabilității în urma conflictelor.

El prevede, de asemenea, ca statele membre să pună la dispoziția Uniunii capacitățile civile și militare necesare pentru punerea în aplicare a politicii de securitate și apărare comună și stabilește rolul Agenției Europene de Apărare. Tratatul introduce o clauză de solidaritate, cu caracter voluntar, atunci când un stat membru este victima unui atac terorist sau a unui dezastru natural sau de origine umană.

Tratatul de la Lisabona include noi prevederi importante privind consolidarea capacității Uniunii Europene de a combate criminalitatea transfrontalieră internațională, imigrația ilegală, traficul de persoane, arme și droguri. Aceste noi dispoziții exprimă respectarea diferitelor sisteme juridice și tradiții ale statelor membre. Acestea prevăd, de exemplu, o pauză de urgență care să permită unui stat membru să nu ia parte la o nouă măsură în cazul în care consideră că aceasta ar afecta aspecte fundamentale ale sistemului său de justiție penală.

Tratatul de la Lisabona recunoaște drepturile, libertățile și principiile expuse în Carta drepturilor fundamentale, Carta dobândind astfel caracter obligatoriu. Printre drepturile de care trebuie să se bucure toți cetățenii, se numără protecția datelor cu caracter personal, dreptul la azil, egalitatea în fața legii și nediscriminarea, egalitatea între femei și bărbați, drepturile copiilor și ale persoanelor în vârstă

și drepturi sociale importante, cum ar fi protecția împotriva concedierii inechitabile și accesul la sistemul de asigurări sociale și asistență socială.

În concluzie, cele expuse în acest articol reflectă importanța, dar și necesitatea creării și adaptării unui instrument prolific care să aibă drept scop de a contura o coeziune pe bază legitimă și benevolă a statelor membre, înlăturând diferențele de mărime și influență politică, precum și cele culturale, creând în așa mod o cultură diversificată și cuprinzătoare, care să formeze în adevăratul sens al cuvântului o cultură și o națiune europeană. Tratatul de la Lisabona a introdus o claritate și o stabilitate în relațiile interstatale, dar și între populația Europeană și guvernele statelor membre. Totodată, Tratatul de la Lisabona reprezintă punctul culminant, după zeci de ani de reformare, negocieri și divergențe continue asupra viitorului Uniunii Europene, care, incontestabil, sub aspectul politic, social, economic și cultural, reprezintă un adevărat mecanism de o complexitate nemaiîntâlnită în istorie, ce pune în funcțiune cea mai mare piață de desfacere și putere comercială în lume.

În același timp, acest Tratat poate fi considerat drept o victorie, fiind apreciat în așa mod de diverși lideri europeni, care, după obținerea consensului în urma eșecului cu Tratatul Constituțional, a devenit o adevărată speranță pentru adepții Uniunii Europene spre o reformare și demarcare evidentă a capacității și a politicii comunitare. Intrarea în vigoare a Tratatului a pus capăt, într-o oarecare măsură, speculațiilor ce se bazau pe lipsa de consens între liderii europeni, ce preziceau o stagnare a reformării Uniunii sau chiar distrugerea acesteia și revenirea la o Europă divizată. Dar, grație diplomației și dezideratului fiecărui stat membru de a definitiva structura viitoare a Uniunii, au fost eliminate disensiunile, fortificându-se, astfel, componenta și mecanismul decizional la toate nivelele puterii.

Bibliografie:

1. Echkenazi J. „*Guide de l'Union européenne*”, edition Nathan, Paris, 2009.
2. *Guide de l'Union européenne. Le traité de Lisbonne*. Bruxelles, 2010.
3. Jinga Ion „*Uniunea europeană în căutarea viitorului*”, Ed. C.H.Beck, 2008.
4. Dollat Patrick „*Droit européen et droit de l'Union européenne*”, edition Sirey, Paris, 2007.

ASPECTE NEGATIVE ALE GLOBALIZĂRII: CRIZE ȘI INSTABILITATE FINANCIARĂ

Conf. univ. dr. Alla Darovannaia, ASEM

Conf. univ. dr. Ilinca Gorobet, ASEM

This article is for research globalization to its negative effects. Also, it highlights the crises that occur at the end of the twentieth century and their impact on the economies of the region and the global economy as a whole.

Economicul înseamnă, în cea mai mare parte a lui, social, își spun observatorii calificați de azi ai acestei lumi monopolare, globalizate și teribil de dinamice în care trăim.

Noțiunea de globalism a redevenit de la înțelesul de totalitate, sau integralitate, la acela etimologic de interes generalizat la întregul glob terestru, adică planetar, așa cum se folosește azi în politologie.

Concepția despre „problemele globale” se reclamă de la interesul pe care îl prezintă azi, laolaltă și simultan, în conștiința contemporanilor noștri, tot ce influențează direct viața social-economică și politica a națiunilor, prosperitatea materială și progresul spiritual al tuturor membrilor societății, independent de sursa factorilor aceluiași raport, raportul dintre cauză și efect căpătând un sens de probleme, ale civilizației umane ce reclamă o abordare exclusiv pluri- și interdisciplinară.

Că omenirea se află în prezent confruntată cu probleme grave este foarte adevărat. Unii susțin, totuși, că cel mai mare pericol provine din imensul decalaj care s-a creat prin ruptura dintre progresul tehnologic și cel social. Se afirmă că, dacă capacitatea tehnologică a realizat progrese uriașe din antichitate până în prezent, componenta socială și etico-morală privită la nivel planetar a progresat foarte puțin, dacă nu, în unele aspecte, a regresat chiar, comparativ, de exemplu, cu democrația ateniană.

Este un fapt incontestabil că între diferitele țări și națiuni există importante decalaje în privința potențialului demografic, economic, al resurselor naturale, dar aceasta nu înseamnă, nicidecum, că țările mici nu pot accede la progresul tehnic, economic și științific contemporan. În literatura economică, se vorbește mai mult despre depășirea națiunii, devalorizarea frontierelor de stat și erodarea suveranității naționale.

Previziunile asupra viitorului apropiat sunt excelente în țările unde bunăstarea se măsoară nu numai prin mărimea contului bancar al fiecărui cetățean, ci prin standardul său real de viață.

Odată cu propagarea globalizării se evidențiază o nouă trăsătură psihologică a lumii contemporane, și anume simțământul incertitudinii asupra viitorului. În trecut, omul nu putea ști niciodată dacă țara sa va fi sau nu implicată într-un război, dar azi el are, în plus, incertitudinea că nu se știe ce război va fi – atomic, bacteriologic. În trecut, muncitorul trăia cu nesiguranța dacă în anul următor va avea de lucru, dar azi el are serioase îndoieli dacă meseria sa va mai exista în următorii 10 ani.

Chiar și cei mai optimiști futurologi nu pot să admită că trăim într-o lume imperfectă, confruntată cu prea multe nedreptăți, inegalități, inechități. Continuăm să asistăm la o creștere a dezordinii internaționale, asaltată de numeroase crize, inclusiv structurale, de violență și confruntări armate, de foamete și boli, de poluare și dezechilibre. Există, totuși, speranța că omenirea își va găsi resursele necesare pentru a depăși aceste realități nefaste care pot ipoteca viitorul.

Procesul de globalizare financiară s-a produs în același timp cu creșterea instabilității ratelor dobânzii, ratelor de schimb și cursurilor titlurilor financiare. Se poate spune chiar că există o relație dialectică între instabilitatea financiară și globalizare. Aceasta, deoarece, pe de o parte, cea mai mare parte a inovațiilor financiare au ca obiect protejarea agenților economici împotriva instabilității ratelor de schimb, ratelor dobânzii, a volatilității cursurilor titlurilor, iar pe de altă parte, noile instrumente sunt ele însele factori de instabilitate. Această constatare se verifică mai ales pe piețele produselor derivate, unde, pentru a acoperi riscurile fluctuației, marile întreprinderi, companii de asigurări, case de pensii etc. schimbă contracte având ca obiect rate ale dobânzii, devize sau active financiare. Piețele la termen ating azi o amploare și o complexitate ce par incontroleabile. Produsele derivate constituie un instrument eficient de gestiune a riscurilor, dar, în același timp, un factor de instabilitate, fiind unul din instrumentele favorite ale speculatorilor.

Problema majoră pusă de produsele derivate este următoarea: de fiecare dată când este încheiat un contract, riscul inerent al activului acoperit nu dispare, ci este numai transferat unui alt participant la sistemul financiar. Un alt motiv de îngrijorare al autorităților este acela că produsele derivate pot atenua eficiența politicii monetare.

Teoretic, crearea unei piețe mondiale a capitalurilor, concurențială, funcționând fără piedici, trebuia să stimuleze creșterea eficienței sistemului financiar permițând o reducere a costului de finanțare și o mai bună alocare a capitalurilor între țări și sectoare de activitate, de unde să rezulte o mai rapidă creșterea economiei mondiale.

După 35 de ani de schimburi și mișcări de capitaluri administrate, se credea că s-a găsit remediul: liberul joc între deținătorii de resurse și cei care au nevoie de finanțare, aceștia întâlnindu-se mai ușor și cu cost scăzut (dereglementare), utilizând din ce în ce mai puțin intermedierea băncilor (dezintermediere) și circulând mai ușor de la un tip de activitate la altul (deschiderea piețelor). Această triplă revoluție a permis țărilor și firmelor să-și finanțeze nevoile și a ajutat întreprinderile să investească. De asemenea, din anii '90 ai sec. XX, piețele emergente din Asia, America Latină și Europa de Est erau încorporate în sistem. Finanțele veneau în ajutorul dezvoltării. Observarea realității conduce, însă, la concluzii mai nuanțate.

În primul rând, nu este cert faptul că a avut loc o ameliorare a eficienței de alocare a capitalurilor. Dacă a avut loc o reducere a costurilor de finanțare, de aceasta au beneficiat marile întreprinderi multinaționale și instituțiile financiare, singurele în măsură să acceadă la noile instrumente financiare și mai puțin multitudinea de întreprinderi mici și mijlocii ce reprezintă țesutul productiv. De asemenea, ne putem întreba dacă noul sistem financiar internațional a condus, într-adevăr, la o mai bună alocare a capitalurilor între regiunile lumii. Începând de la criza datoriei Lumii a treia, cea mai mare parte a finanțărilor internaționale se concentrează în țările dezvoltate. La începutul anilor '90, țările în curs de dezvoltare „vârsau” țărilor dezvoltate cu titlu de rambursare a datoriei lor mai mult decât primeau de la acestea.

Pe de altă parte, globalizarea financiară determină o instabilitate crescândă a piețelor ce pare să devină cronică și accentuarea speculației. Se creează astfel premisele că viteza de propagare și aria geografică de cuprindere a crizelor să crească semnificativ. Unul din exemplele adecvate, în acest sens, este criza financiară asiatică din 1997, care a afectat nu numai continentul asiatic, ci și o mare parte a țărilor dezvoltate, din Europa Centrală și de Est și se poate spune că a stat la baza declanșării unei serii de crize financiare pe piețele latino-americe.

Globalizarea financiară a presupus, de asemenea, o uriașă dilatare a sferei financiare: pe piața valutară se schimbă zilnic 1500 mld. dolari, de 7 ori mai mult decât în 1986. În ceea ce privește acțiunile, numai la New York capitalizarea (8700 mld. \$ la sfârșitul lui noiembrie 1997) s-a multiplicat de 4 ori în 10 ani. Această explozie a tranzacțiilor pe piețele financiare nu mai este în raport direct cu finanțarea producției și a schimburilor internaționale. După estimările BRI, valoarea tranzacțiilor financiare internaționale este de 50 de ori mai mare decât valoarea comerțului internațional cu bunuri și servicii. Rezultă, deci, acest decuplaj – în creștere – între activitatea financiară și cea reală.

În altă ordine de idei, dereglementarea și internaționalizarea piețelor financiare au avut drept consecință plasarea sub o strictă supraveghere a politicilor economice ale statelor. Acum, piețele sunt cele care decid dacă politicile economice naționale sunt eficiente. Dacă o anumită orientare a politicii bugetare le îngrijorează, o creștere a salariilor bugetarilor li se pare excesivă, o măsură de sprijinire a consumului li se pare costisitoare și inefficientă, atunci sancțiunea este rapidă și adesea brutală. În câteva momente, investitori din lumea întreagă – Tokyo, Singapore, New York, Londra, Frankfurt, Paris – alertați în timp real de terminalele Reuters, își exprimă neîncrederea și dezaprobarea.

De asemenea, autoritățile monetare ale țărilor nu pot face prea mult pentru a-și apăra monedele în fața speculației: rezervele valutare ale țărilor dezvoltate (principala armă de apărare a monedelor) reprezintă de 2 ori mai puțin decât valoarea zilnică a tranzacțiilor pe piața valutară. Criza valutară care a făcut să explodeze Sistemul Monetar European, în 1992 și 1993, este o perfectă ilustrare. S-a constatat, cu această ocazie că fixitatea schimbului și piața unică a capitalurilor, adică perfectă mobilitate a capitalurilor sunt incompatibile.

Integrarea financiară mondială și mobilitatea internațională a capitalurilor au modificat profund natura relațiilor existente între diferite economii. Altădată, transmiterea internațională a conjuncturilor economice se realiza prin fluxurile de schimburi de bunuri și servicii. Astăzi, variabilele financiare sunt cele care joacă rolul determinant în transmiterea conjuncturilor, acestea devenind din ce în ce mai interdependente.

Redresarea americană va determina o relansare în Europa? Sau, dimpotrivă, creșterea ratelor dobânzii în SUA va opri elanul relansării europene? Aceste exemple ar putea continua. Ele alimentează zilnic analizele evoluțiilor economice internaționale, dezbaterile de politică economică și previziuni, reflectând intensitatea și complexitatea interdependențelor economiilor naționale și consecințele lor asupra marjelor de manevră a politicilor economice ale statelor. Globalizarea financiară presupune, de asemenea, un risc sistematic crescut. Prin risc sistematic se înțelege un risc de instabilitate globală care rezultă din disfuncționalități în sistemul financiar-bancar, când interacțiunea comportamentelor individuale nu determină ajustări corectoare, ci agravează dezechilibrele.

Procesul de criză sistemică se desfășoară în doi timpi. În primul rând, este vorba de declanșarea turbulenței prin speculație, a cărei putere s-a amplificat prin noile instrumente financiare. Apoi intervine propagarea undei de șoc pe ansamblul sistemului financiar planetar. Această propagare se realizează prin fenomenul de contagiune, deoarece piețele financiare sunt puternic interconectate. Pe baza mijloacelor moderne de comunicare, informația se difuzează aproape imediat de la o extremitate la alta a planetei. Fiecare piață este influențată de informații comune tuturor piețelor. Reacțiile operatorilor pe o piață considerată directoare (ex. Wall Street) sunt imediat repercutate asupra celorlalte piețe financiare. Acest proces de propagare și repercusiuni în lanț este amplificat de comportamentele de "contagiune prin mimetism", foarte frecvente pe piețele financiare: „traderii” își fundamentează deciziile nu pe baza propriilor lor criterii, ci luând în considerare pe cele ale altora. Astfel, evenimente care nu au nicio legătură cu situația financiară a unei țări sau firme pot provoca aici o criză.

Pe fondul tuturor acestor consecințe ale globalizării financiare, a riscurilor pe care aceasta le presupune, se constată o gravă slăbiciune a noului sistem financiar internațional. Crizele sunt din ce în ce mai frecvente și mai variate, în special datorită sistemului ultraspeculativ instaurat la sfârșitul anilor

'70 ai sec. XX, cu doi principali factori: dimensiunile atinse de sfera financiară, într-un timp record (au determinat ca aceasta să devină, practic, incontrollabilă), și tendința ei de a genera „baloane speculative”, provocând crizele. Astfel, de la criza datoriei Lumii a Treia, din 1982, la cea din Rusia, toate piețele (acțiuni, obligațiuni, derivate, imobiliară) au suferit cel puțin o zdruncinare în cursul ultimilor 15 ani.

Criza asiatică din 1997 este unul din exemplele cele mai elocvente pentru efectele distructive care însoțesc globalizarea piețelor financiare. Declanșată în iulie 1997, în Thailanda, criza a atins rapid Coreea, Indonezia, Malaezia, Philippine și celelalte țări asiatice, inclusiv Japonia. Liberalizarea financiară, această mișcare vastă declanșată la sfârșitul anilor '70 ai sec. XX, a fost în același timp factorul și vectorul de difuzare a crizei. Enorma masă de capitaluri care s-a îndreptat spre sud-estul asiatic a format un „balon speculativ”, fără a se preocupa de slăbiciunea țărilor economiilor locale. Acest balon a explodat brutal, apoi piețele financiare interconectate au amplificat șocul. În 1982, a fost nevoie de declararea în încetare de plăți a mai multor țări în dezvoltare pentru a îngrijora lumea. De această dată, supraîndatorare a întreprinderilor și băncilor private într-o regiune care contribuie cu numai 3,5% la PNB mondial a fost suficientă pentru a declanșa un risc planetar. Crizele mai recente din Argentina sau Chile reflectă același lucru.

Deficitul curent al Thaiandei (țara în care s-a declanșat criza) era de 8%. „Balonul” imobiliar și bursier, acumulat în anii de creștere, devenea amenințător. Capitalurile au început atunci să părăsească țara, iar speculatorii internaționali au început să mizeze pe căderea bahtului, moneda națională a Thaiandei. Pe data de 2 iulie, bahtul, moneda legată de dolar, s-a prăbușit. Într-o lună, a pierdut 25% din valoarea sa față de dolar. Celelalte monede asiatice au început atunci să se deprecieze. Spirala crahului fusese declanșată. Ca și în Mexic, în decembrie 1994, capitalurile, adesea plasate pe termen scurt în scop speculativ, au plecat la fel de repede, precum au venit; băncile străine au cerut rambursarea împrumuturilor pe termen scurt, pe care înainte le reînnoiau foarte ușor. Întreprinderile și băncile asiatice au început să cumpere dolari și yeni pentru a-și onora obligațiile scadente. Pentru a le ajuta, băncile centrale și-au sacrificat rezervele valutare.

Acest scenariu catastrofal s-a reprodus în iulie în Thailanda, în noiembrie în Coreea și la începutul lui ianuarie în Indonezia. În ceea ce privește Japonia, primul furnizor de fonduri pentru țările emergente din sud-estul Asiei, ea a fost de asemenea atinsă de criză, dovedindu-se existența unor relații financiare nefirești: 3600 mlrd. dolari creanțe îndoielnice și un sistem financiar dominat de mafie. În 1997, Indonezia, a patra putere demografică a globului, apărea ca un rai pentru investitori: 6% creștere anuală de 30 de ani, 47 mlrd. dolari excedent comercial pentru primele 11 luni din 1997. După declanșarea crizei, țara a ajuns în ruină. Moneda sa, rupia, a pierdut 80% din valoarea sa față de dolar, iar 90% dintre societățile cotate la Bursa din Djakarta erau în stare de insolvabilitate. Din Coreea de Sud, al cărei nivel de bogăție s-a diminuat de 2 ori din noiembrie 1997, în Thailanda, al cărei PIB a revenit în 100 de zile de criza la nivelul din 1987, Asia a oferit aceeași imagine: o economie distrusă, părăsită de investitorii străini. În 1997, 25% din capitalizarea bursieră la Kuala Lumpur, în Malaezia, era în posesia investitorilor străini, față de 2% în 1998, după criză. Din iunie în decembrie 1997, Bursele din Hong-Kong, Seoul, Djakarta și Bangkok au pierdut valoric mai mult de 1200 mlrd. dolari.

Această stare de fapt, atenuată parțial în ianuarie 1998, era calificată de Kenneth Curtis, economist la Deutsche Bank din Tokyo, drept „cea mai gravă criză din anii '30 până în prezent”. Primul seism major al erei mondializării, această criză a surprins observatorii, analiștii financiari, chiar și pe cei mai pesimiști, prin amploarea și rapiditatea cu care s-a propagat din Thailanda, de la începutul lui iulie, în toate țările din zonă, inclusiv Japonia.

Și de această dată, Comunitatea Internațională a jucat rolul de „pompier” pentru a preveni un dezastru planetar: 100 mlrd. dolari au fost alocați pentru Asia, de două ori mai mult decât pentru Mexic în 1994-1995. Se pare, deci, că ceea ce a izbucnit în Asia de Sud – Est a fost un amestec exploziv de crize ale devizelor, întreprinderilor și băncilor. Dezastrul a fost atât de mare, încât nici intervenția FMI în Thailanda, Coreea și Indonezia n-a fost suficientă pentru a stopa criza.

Cel puțin două certitudini par să nu fi supraviețuit în 1997: Asia în calitate de campioană de necontestat a creșterii economice și atotputernicia piețelor financiare, presupuse ca alimentând economia mondială. După grava criză produsă în țările Asiei de Sud-Est, se pune problema unei reforme a piețelor financiare pentru a nu cunoaște o nouă recesiune mondială. Absurdă, în urmă cu un

an, problema devine de mare actualitate. Alan Greenspan, președintele Rezervelor Federale propunea „modificarea practicilor și instituțiilor pentru reducerea riscurilor sistemului”.

Problema care se pune constă în măsurile ce trebuie luate în ceea ce privește liberalizarea mișcărilor de capitaluri, pe care FMI o promovează în toate programele sale, dar care, după cum s-a văzut, poate provoca un adevărat dezastru.

Dacă această liberalizare stimulează investițiile directe sau împrumuturile pe termen lung, ea este rezonabilă; marea dificultate se referă la mișcările de capitaluri pe termen scurt. Se impune astfel o reglementare prudențială permanentă a împrumuturilor externe, în special a împrumuturilor pe termen scurt ale băncilor comerciale. Dacă sistemul bancar american avea, de exemplu, 1500 mlrd. dolari datorie pe termen scurt în euro, Rezervele Federale ar lua în mod sigur măsuri.

Totuși, această sumă este proporțională cu cea a datoriei pe termen scurt în moneda străină a Thailandei sau Coreei. Economisții și analiștii financiari din întreaga lume se pronunță tot mai mult asupra necesității unei reforme a sistemului financiar mondial.

Care ar fi misiunea acestei instituții? Pentru George Soros, ea ar avea un rol de asigurător: pentru creditori, intervenții organizate până acum de FMI în condiții foarte criticate. Alții, cum ar fi analistul francez Michel Aglietta, consideră că trebuie mers și mai departe: stabilirea unor reguli clare (un control mai bun a operatorilor, financiari, publicarea de date fiabile despre diferite piețe, armonizarea normelor prudențiale), supraveghind aplicarea lor și chiar sancționând instituțiile care nu le respectă. Este vorba de un sistem de acreditare al operatorilor obligându-i să-și organizeze propriul lor control intern. Un asemenea sistem internațional ar fi, oare, capabil să stăpânească piețele? De asemenea, astfel de măsuri nu sunt incompatibile cu ideea de globalizare financiară, respectiv liberalizare și dereglementare financiară?

Implicarea organismelor financiare internaționale în procesul de transformare și restructurare a sistemului economic mondial este amplă, domeniile atinse de proiectele finanțate prin contribuția lor fiind foarte diverse și de o importanță deosebită. Dezideratul unui sistem financiar supus unor reglementări uniforme și transparente, menite să sporească eficiența alocării resurselor de capital, capătă contur prin suportul instituțiilor create în acest sens (Fondul Monetar Internațional sau Banca Mondială).

Efectele economice și sociale ale șocurilor de pe piețele financiare internaționale tind să fie tot mai mult diminuate de integrarea acestora într-un sistem global de piețe care nu pot exista însă fără un sistem instituțional articulat, investit cu autoritate suficientă pentru a-și implementa, până la capăt, deciziile și politicile sale. Nu trebuie exclus din discuție nici iminenta reformare a sistemului instituțional actual, care, în nenumărate cazuri, a dovedit că este insuficient pregătit pentru a face față noilor provocări ale globalizării.

Evoluția fluxurilor financiare internaționale, din ultima perioadă, confirmă interesul operatorilor pentru implicarea pe piețele monetare și de capital, motivată fiind de existența unui excedent de capital (pe fondul creșterii economice sau al gradului ridicat de economisire) și de nevoia acută de resurse financiare (mai ales pentru restructurare economică). Dezvoltarea durabilă a economiei mondiale nu poate fi concepută fără un sistem financiar capabil să orienteze eficient și rapid fluxurile de capital. Dacă nu se vor lua din timp măsurile adecvate de reformare instituțională putem asista la escaladarea unor crize cu efecte devastatoare chiar și pentru cele mai avansate economii.

Bibliografie:

1. *Aspecte negative ale globalizării: crize și instabilitate financiară.*
[//http://www.finint.ase.ro/Materiale/Manuale/Aspecte_Cristi/Carte/capitol_1_Sistemul_Financiar_International.doc](http://www.finint.ase.ro/Materiale/Manuale/Aspecte_Cristi/Carte/capitol_1_Sistemul_Financiar_International.doc).
2. *Impactul politicilor monetare asupra fenomenului globalizării - Limitele conceptuale ale globalizării, Globalizare sau regionalizare.*
[//http://www.referatele.com/referate/economie/online9/Impactul-politicilor-monetare-asupra-fenomenului-globalizarii.Limitele-conceptuale-ale-globalizari.php](http://www.referatele.com/referate/economie/online9/Impactul-politicilor-monetare-asupra-fenomenului-globalizarii.Limitele-conceptuale-ale-globalizari.php).
3. *Sistemul Financiar Internațional.* [//http://www.scribd.com/doc/45797318/Sistemul-Financiar-Internațional](http://www.scribd.com/doc/45797318/Sistemul-Financiar-Internațional).

REVENIREA ÎN FORȚĂ A TURISMULUI INTERNAȚIONAL ÎN 2010: EVOLUȚIE, TENDINȚE ȘI CAUZE

Conf. univ. dr. Roman Livandovschi, ASEM

International tourism recovered strongly in 2010 according to the World Tourism Organization. International tourist arrivals were up to almost 7% to 935 million, following the 4% decline in 2009 – the year hardest hit by the global economic crisis. The vast majority of destinations worldwide posted positive results, sufficient to offset recent losses or bring them close to this target. However, recovery came at different speeds and was primarily driven by emerging economies.

Turismul internațional și-a revenit în forță în 2010, conform datelor Organizației Mondiale a Turismului. Sosirile turistice internaționale au crescut cu aproape 7% până la 935 milioane, precedate de scăderea de 4% în 2009 – an care a fost cel mai puternic zdruncinat de criza economică globală (vezi tabelul 1). Marea majoritate a destinațiilor turistice, pe plan mondial, au afișat rezultate pozitive, suficiente pentru a compensa pierderile recente sau a le aduce aproape de această țintă. Totuși, revenirea turismului a avut ritmuri diferite și a fost, în special, generată de economiile în dezvoltare.

Tabelul 1

Sosiri turistice internaționale pe regiuni (și subregiuni) turistice

	Sosiri (milioane)			Cota-parte (%)	Modificare (%)	
	2008	2009	2010	2010	09/08	10/09
Total mondial	913	877	935	100	-4,0	6,7
Economii dezvoltate	489	468	493	52,7	-4,3	5,3
Economii în dezvoltare	424	409	442	47,3	-3,5	8,2
Regiuni turistice						
Europa	480,8	456,9	471,5	50,4	-5,0	3,2
Asia și Pacificul	184,1	181,0	203,8	21,8	-1,7	12,6
Americile	147,8	140,5	151,2	16,2	-4,9	7,7
Africa	44,4	45,8	48,7	5,2	3,2	6,4
Orientul Mijlociu	55,9	52,7	60,0	6,4	-5,7	13,9

Sursa: Elaborat după datele Organizației Mondiale a Turismului (UNWTO), din ianuarie 2011.

Stimulat de ameliorarea condițiilor economice pe plan mondial, turismul internațional și-a revenit mai rapid decât era de așteptat de pe urma impacturilor crizei financiare globale și recesiunii economice de la sfârșitul anilor 2008 și 2009. Sosirile turistice internaționale au fost în creștere cu 6,7% față de 2009, cu creșteri pozitive raportate la toate regiunile lumii. Pe plan mondial, numărul sosirilor turistice internaționale a atins cifra de 935 milioane, în creștere cu 58 milioane față de 2009 și cu 22 milioane mai mult decât nivelul maxim de dinaintea crizei din 2008 (913 milioane).

În timp ce toate regiunile turistice internaționale au avut creșteri ale sosirilor turistice internaționale, economiile în dezvoltare rămân principalii propulsori ai acestei reveniri. Această relansare în forță, mai încetinită în economiile dezvoltate (+5%), mai rapidă în cele în dezvoltare (+8%), reprezintă o reflectare a conjuncturii economice globale extinse și este pe punctul de a domina anul 2011 și viitorul apropiat.

Asia (+13%) a fost prima regiune turistică care și-a revenit și regiunea cu cea mai mare creștere în 2010. Sosirile turistice internaționale în Asia au atins un nou record de 204 milioane sosiri anul trecut, în creștere față de 181 milioane în 2009.

Africa (+6%, 49 milioane sosiri), unica regiune turistică care a arătat rezultate pozitive în 2009, și-a menținut creșterea pe parcursul anului 2010, beneficiind de dinamismul economic

în creștere al regiunii și de găzduirea unor evenimente importante, precum Cupa Mondială FIFA în Africa de Sud.

Rezultatele au fost mai mari de 10 la sută în **Oriental Mijlociu** (+14%, 60 milioane sosiri), în care aproape toate destinațiile au crescut cu 10% sau mai mult.

Europa (+3%, 471 milioane sosiri) și-a revenit mai lent decât alte regiuni turistice din cauza perturbării traficului aerian, datorată erupției vulcanului Eyjafjallajokull din Islanda și incertitudinii economice care a afectat zona euro. Totuși, sectorul și-a luat avânt începând cu a doua jumătate a anului și unele țări în parte au avut rezultate peste medie, însă nu suficient pentru a recupera pierderile survenite în 2009.

Americile (+8%, 151 milioane sosiri) au depășit declinul din 2009 datorat dificultăților economice severe suferite de America de Nord și impactului declanșării epidemiei de gripă A(H1N1). Redresarea creșterii economiei SUA a ajutat la îmbunătățirea rezultatelor din turism ale regiunii pe ansamblu, la fel ca și integrarea regională în creștere din America Centrală și de Sud și vitalitatea economiilor latino-americane. Creșterea cea mai mare a avut-o America de Sud (+10%).

Rezultatele subregionale reflectă, în mod detașat, această revenire în forță a turismului. Câteva subregiuni, cum ar fi Africa de Nord și Sub-Sahariană și Asia de Sud-Est, n-au fost afectate de criza mondială și au raportat creșteri continue pe tot parcursul anilor 2009 și 2010. Printre subregiunile afectate de criză în 2009, Asia de Sud și de Nord-Est, America de Nord și de Sud și Europa de Vest au avut creșteri ale sosirilor turistice în 2010 care au compensat din plin pierderile survenite anterior și care au depășit nivelul de vârf de până de la criză. America Centrală și zona Antilelor Mici (insulele Caraibe) au revenit la nivelul din 2008, în timp ce, în Europa Centrală și de Est și în Europa de Sud și Mediteraneană, creșterea a fost încă insuficientă pentru a putea compensa pierderile fluxurilor turistice din 2009. În contrast cu aceasta, Europa de Nord nici măcar nu a avut o creștere pozitivă în 2010.

Încasările turistice internaționale au continuat să crească foarte încet în raport cu sosirile turistice din 2010, după cum este tendința în perioadele de revenire. Printre principalele piețe turistice emitente din punct de vedere al cheltuielilor efectuate de turiști în străinătate, economiile în dezvoltare au continuat să genereze creștere economică: China (+17%), Federația Rusă (+26%), Arabia Saudită (+28%) și Brazilia (+52%). Piețele turistice tradiționale generatoare de turiști, precum Australia (+9%), Canada (+8%), Japonia (+7%) și Franța (+4%) și-au revenit și ele, în timp ce destinațiile turistice, precum SUA, Germania și Italia, au avut o creștere mai moderată de 2%. În partea opusă a spectrului, cheltuielile turistice din străinătate ale Marii Britanii erau încă în scădere cu 4% în 2010.

Cererea turistică internațională a rezistat bine în 2010, în pofida incertitudinii economice persistente de pe principalele piețe turistice, a catastrofelor naturale suferite de unele țări, a tulburărilor politice și sociale din alte țări, a perturbării serioase a călătoriilor aeriene care au urmat erupției vulcanice din Islanda în aprilie anul trecut și a condițiilor meteo defavorabile în unele părți ale Europei și SUA în decembrie 2010.

Anul 2010 a fost, de asemenea, marcat de creșterea importanței manifestațiilor de amploare – sportive, culturale și expoziționale – din punct de vedere al capacității lor extraordinare de atragere a vizitatorilor și al poziționării țărilor-gazdă ca destinații turistice atractive. Exemple notabile includ Jocurile Olimpice de Iarnă din Canada, Expoziția Mondială din Shanghai (*Shanghai Expo*) din China, Cupa Mondială FIFA din Africa de Sud și Jocurile Comunității Britanice de Națiuni (*Commonwealth Games*) din India.

În confirmarea acestor tendințe, cei peste 300 de experți din întreaga lume, care constituie Comisia de Experți ai UNWTO (Organizația Mondială a Turismului), au evaluat performanța turismului la nivel mondial ca fiind una foarte pozitivă și mult peste așteptările acestora la începutului acestui an. Comisia de Experți este de părere că această perspectivă pozitivă se va menține și pentru anul 2011.

După un an de revenire globală în 2010, este de așteptat ca creșterea sectorului turistic să continue și în 2011, dar într-un ritm mai redus. UNWTO prognozează o creștere de 4-5% în 2011 a sosirilor turistice, o rată ușor peste media pe termen lung.

Șomajul ridicat și persistent rămâne o preocupare majoră în turism, cu o revenire graduală a nivelului acestuia la normal în 2011, totuși prea nesemnificativ pentru a putea compensa disponibilizările survenite ca urmare a crizei economice mondiale.

Tendința recentă în vederea introducerii și creșterii impozitării călătoriilor ca mijloc de balansare a conturilor publice reprezintă o provocare în viitor pentru sectorul turistic mondial. Majoritatea experților UNWTP sunt de părere că aceste impozite și taxe vor afecta în mod grav capacitatea demonstrată a turismului de a stimula crearea noilor locuri de muncă și a creșterii economice. Ei consideră că această nevoie de consolidare fiscală pentru unele țări va avea un impact negativ asupra propriilor lor economii și asupra posibilităților de creștere a economiilor în dezvoltare.

Bibliografie:

1. Barometrul OMT al turismului mondial, ianuarie 2011.
2. Eurostat, Statistics in Focus, 23/2009 (Balance of payments statistics).
3. Communication de la Commission «Une stratégie numérique de l'Europe» COM(2010) 245.
4. www.unwto.org
5. www.turism.md

PRINCIPIILE FORMĂRII SISTEMULUI DE GESTIONARE STRATEGICĂ A COMPETITIVITĂȚII ÎNTREPRINDERII

Conf. univ. dr. Marina Coban, ASEM

The process of managing the enterprise's competitiveness refers to setting up, processing and interpreting data on enterprise's functioning, on business competitors and on modifying the external environment which influence the competitiveness' level of the enterprise.

The setting up of a strategic management system of the enterprise's competitiveness should be determined by the following principles: the degree of openness of the management system; adaptability; the existence of a strategic management; reactivity; and management systematical approach.

Soluționarea problemelor de majorare a competitivității întreprinderii ține de domeniul gestionării strategice. În conformitate cu aceasta, procesul de gestionare a competitivității trebuie să fie analizat în contextul realizării gestionării strategice, care reprezintă un proces de luare și de realizare a deciziilor strategice, bazate pe compararea potențialului întreprinderii cu posibilitățile mediului extern în care aceasta funcționează. Deci, la baza gestionării strategice stau deciziile strategice ce presupun un program de acțiuni ce determină direcțiile de dezvoltare, formele și metodele de activitate în condițiile mediului și repartizarea resurselor pentru atingerea scopurilor.

Deciziile strategice se caracterizează prin faptul că ele sunt inovatoare după esența lor, iar realizarea lor este posibilă în baza studierii și utilizării resurselor interne ale întreprinderii, deci și a potențialului propriu. Deciziile strategice sunt axate pe atingerea unor scopuri în viitor și se deosebesc de cele tactice prin existența unei mulțimi nedeterminate de alternative, de aceea, procedura formării acestora are un rol de sine stătător important. Realizarea deciziilor strategice are consecințe ireversibile pentru o perioadă lungă, motiv pentru care este necesară o analiză profundă și detaliată. Așadar, gestionarea strategică e bazată pe luarea deciziilor strategice orientate spre analiza specificului mediului extern și, în primul rând, atingerea competitivității întreprinderii pe piață. În conformitate cu aceasta, competitivitatea întreprinderii, pe de o parte, este un criteriu de bază al formării strategiei

întreprinderii, iar, pe de altă parte, atingerea competitivității este o problemă aparte a gestionării strategice, soluționarea căreia se realizează cu utilizarea unor metode și mijloace speciale.

Gestionarea strategică a întreprinderii se realizează în interdependență cu potențialul acesteia, cu strategia și competitivitatea dată. Potențialul reprezintă resursele întreprinderii, strategia – metoda de utilizare a acestuia în corespundere cu scopurile întreprinderii, iar competitivitatea este un criteriu de eficiență a realizării strategiei și direcțiilor strategice, orientate spre atingerea unor poziții stabile de piață într-o perioadă lungă de timp. În așa fel, atingerea competitivității este posibilă în condiții de existență a unui anumit potențial și prin utilizarea acestuia în cadrul elaborării și realizării strategiei.

În aspect aplicativ, gestionarea competitivității se realizează prin determinarea influenței modificărilor mediului extern asupra nivelului de competitivitate al întreprinderii și, în baza unei astfel de analize, se formează direcțiile de majorare a competitivității, din contul influenței asupra factorilor interni – potențialul întreprinderii (figura 1):

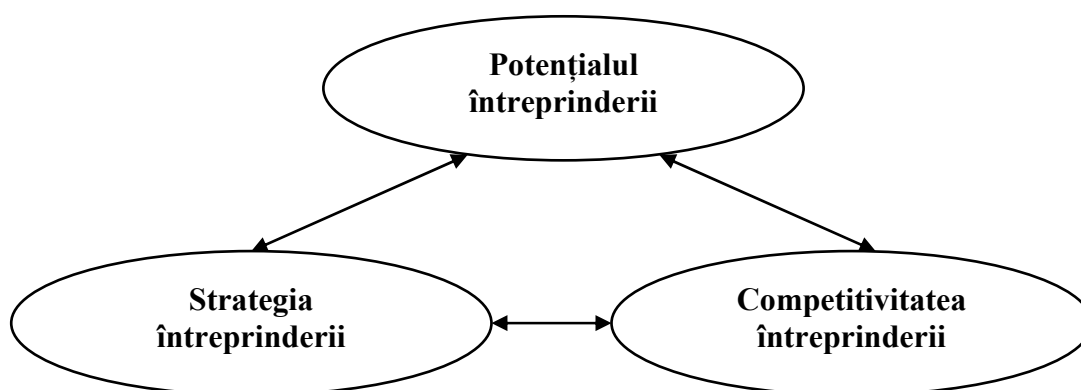


Figura 1. Dependența elementelor de bază ale gestionării strategice a întreprinderii

Formarea sistemului de gestionare strategică a competitivității întreprinderii trebuie să fie determinată de următoarele principii:

- gradul de deschidere a sistemului de gestionare;
- adaptabilitate;
- existența unei direcții strategice;
- reactivitate;
- abordarea sistemică a gestionării.

Gradul de deschidere a sistemului asigură posibilitatea gestionării întreprinderii în corespundere cu modificările mediului extern și determină argumentarea elaborării și realizării deciziilor. Deschiderea sistemului de gestionare strategică presupune realizarea gestionării și organizării activității întreprinderii, luând în considerare cerințele consumatorilor reali și potențiali, acțiunile concurenților, condițiile de concurență pe piață și toate caracteristicile mediului extern, care, într-o măsură sau alta, influențează și pot determina, ulterior, activitatea și starea întreprinderii. Deci, gradul de deschidere a sistemului de gestionare a întreprinderii trebuie să corespundă caracterului modificărilor mediului extern.

Asigurarea principiului de deschidere a sistemului de gestionare strategică necesită nu numai determinarea celor mai importanți factori externi ce determină activitatea întreprinderii într-o perioadă lungă, dar și alegerea corectă a periodicității de planificare, ținând cont de caracterul ramurii în care funcționează întreprinderea, de specificul și dinamica pieței.

Un sistem deschis orientat spre satisfacerea necesităților consumatorilor și un nivel înalt al competitivității trebuie să fie orientate spre asigurarea **adaptabilității** organizării interne a întreprinderii la condițiile mediului extern de concurență.

Orientarea strategică a întreprinderii determină posibilitatea activității eficiente într-o perioadă lungă de timp și caracterul activității întreprinderii. Acest principiu este asigurat prin însăși abordarea gestionării strategice, când parametrii de funcționare se formează prin planurile întreprinderii pe o perioadă lungă în cadrul strategiei sale.

Principiul **reactivității** determină necesitatea formării sistemului de gestionare, capabil să reacționeze repede la modificarea mediului concurențial extern, corectează strategia întreprinderii și

realizează, operativ, direcțiile strategice de gestionare, ce determină parametrii de funcționare ai întreprinderii pe o perioadă lungă. Principiul, de asemenea, determină orientarea deciziilor și acțiunilor întreprinderii în mediul extern, drept cerință necesară în condițiile actuale ale luptei concurențiale.

Principiul **abordării sistemice** a gestionării are un rol determinant în asigurarea efectului pozitiv în interdependența diferitelor domenii de activitate a întreprinderii și se realizează în cadrul unei strategii unice de reacționare la modificările externe, unei gestionări complexe a resurselor. Deci, formarea sistemului de gestionare strategică a competitivității întreprinderii necesită crearea unor mecanisme speciale de gestionare și scoaterea în evidență a unui subsistem corespunzător în cadrul sistemului de gestionare a întreprinderii. Astfel de subsisteme trebuie să asigure informarea la timp despre modificările mediului extern, analiza acestora, și elaborarea deciziilor de gestionare în direcția majorării nivelului de competitivitate al întreprinderii. Analiza trebuie să includă:

- determinarea misiunii întreprinderii;
- determinarea scopurilor întreprinderii;
- analiza mediului intern al întreprinderii;
- analiza mediului extern al întreprinderii;

Determinarea misiunii și scopurilor este asigurată prin formularea indicatorilor calitativi și cantitativi, termenilor de atingere a acestora, determinarea responsabililor și a resurselor. Planul strategic trebuie să elucideze scopurile și direcția de acțiuni ale întreprinderii și include următoarea informație:

- studierea complexă a pieței (cercetări și analize în sferile de promovare, desfacere, publicitate);
- colectarea și prelucrarea informației;
- analiza operațiunilor;
- studierea activității concurenților;
- determinarea și elaborarea structurii sortimentale a producerii;
- adaptarea caracteristicilor tehnice ale producției la necesitățile consumatorilor prin perfecționarea acestora și elaborarea produselor noi;
- alegerea canalelor de distribuție;
- realizarea producției în rețeaua comercială;
- depozitarea;
- transportarea;
- analiza dinamicii distribuției;
- analiza comercializării după gama sortimentală;
- publicitatea prin toate mijloacele de informare;
- stimularea consumatorilor;
- stimularea personalului responsabil de distribuție.

Folosind metodologia elaborată de estimare a competitivității întreprinderii în calitate de instrument al gestionării strategice, se poate să se evalueze gradul de influență al unor factori economici asupra activității întreprinderii și să se determine conținutul și direcția acțiunilor de majorare a nivelului de competitivitate al întreprinderii și corespunzător, de creat o bază informațională pentru elaborarea strategiei concurențiale a întreprinderii.

Majorarea nivelului de competitivitate al întreprinderii trebuie să aibă la bază un plan strategic al întreprinderii. Gestionând o întreprindere, este ușor de început implementarea unei strategii contradictorii, ce poate conduce la micșorarea competitivității întreprinderii și la pierderi financiare. În legătură cu aceasta, sarcina de estimare a competitivității (ce ține de analiza mediului extern și intern, de funcționarea întreprinderii și formularea acțiunilor de gestionare) facilitează elaborarea și realizarea planurilor strategice.

Este important de menționat că formarea sistemului de gestionare strategică a competitivității întreprinderii, bazată pe principiile sus-menționate, în cea mai mare parte, este determinată de necesitatea abordării gestiunii ca un proces informațional și necesită evidențierea etapei de colectare a informației, cu scopul asigurării informaționale a sistemului de gestionare a întreprinderii despre starea mediului concurențial extern. Această sarcină în condițiile actuale este dificilă și necesită atragerea mijloacelor specifice și metodelor de colectare și prelucrare a unor informații enorme. Soluționarea problemelor ce țin de colectarea și prelucrarea informației despre mediul concurențial extern trebuie să fie făcută de departamentul de marketing al întreprinderii. Scopul funcționării unui astfel de

departament constă în formarea suportului informațional de analiză și elaborarea deciziilor strategice de majorare a nivelului de competitivitate al întreprinderii. Procesul de gestionare a competitivității întreprinderii ține de formarea, prelucrarea, interpretarea datelor despre funcționarea întreprinderii, a firmelor concurente și modificarea mediului extern ce influențează nivelul competitivității întreprinderii.

Generalizând cele expuse, e necesar să constatăm că soluționarea problemelor ce țin de competitivitatea întreprinderii necesită funcționarea eficientă a departamentelor specializate și anume:

- a departamentului de marketing, ale cărui funcții de bază sunt colectarea și sistematizarea informației despre mediul extern al întreprinderii, în special, activitatea firmelor concurente;
- a departamentului de gestionare strategică, ale cărui funcții de bază sunt estimarea stării întreprinderii în corespundere cu cerințele mediului concurențial extern (estimarea potențialului întreprinderii, a eficienței utilizării acestuia și a nivelului de competitivitate a întreprinderii) și elaborarea deciziilor în direcția majorării nivelului de competitivitate al întreprinderii.

Bibliografie:

1. Voiculescu Dan. *Competiție și competitivitate*. - București: Editura Economică, 2001.- 208p.
2. Ciobanu I., Ciulu R. *Strategiile competitive ale firmei*. - Iași: Editura Polirom, 2005.- 335p.
3. Фатхутдинов Р.А. *Стратегический маркетинг*. - СПб: Питер, 2003.-347с.

EFECTELE DEFICITULUI BALANȚEI COMERCIALE ASUPRA ECONOMIEI NAȚIONALE

Conf. univ. dr. Aliona Bălan, ASEM

Any modern economy can be considered viable if it has a trade balance, excess or at least balance in the dynamics, if the average of annual export exceeds that of the import, which is an important factor in GDP growth, the stability of national currency and foreign exchange reserves, etc. From 1997 - 2010 has been a major increase in trade deficit (more than 10 times), the main reason being pace faster growth of imports compared to exports, and low competitiveness of national economy. '

Economia oricărei țări, indiferent de mărimea acesteia și nivelul de dezvoltare, are conexiune cu lumea externă prin mecanismul schimburilor comerciale externe. Nivelul exporturilor și importurilor are impact asupra prețurilor interne, cursului valutar, ratelor procentuale, volumului cererii agregate și PIB, deci, asupra echilibrului macroeconomic în ansamblu.

Comerțul exterior este important pentru Republica Moldova din diferite considerente, în special ținând cont de piața locală relativ îngustă, precum și de faptul că baza internă de materii prime și resurse energetice este insuficientă pentru acoperirea necesităților țării – atât pentru consumul intermediar (producerea de bunuri și servicii), cât și pentru cel final (consumul gospodăriilor casnice, al administrației publice și private), ceea ce determină un nivel înalt de dependență față de importuri. Structura comerțului exterior reprezintă un factor important, capabil să influențeze direct și indirect nu doar asupra nivelului de dezvoltare economică la general, dar și asupra calității vieții cetățenilor țării.

Rezultatele anuale pentru 2009 cu privire la comerțul exterior au fost, mai mult sau mai puțin, previzibile, urmând tendințele anilor precedenți în direcția deteriorării soldului balanței comerciale. Între anii 1997-2009, a avut loc o creștere majoră a deficitului balanței comerciale (mai mult de 10 ori), cauza principală fiind un ritm de creștere a importurilor mai rapid, comparativ cu cel al exporturilor, precum și competitivitatea scăzută a economiei naționale.

Aceeași situație s-a menținut și în perioada ianuarie-noiembrie 2010, decalajul considerabil în evoluția exporturilor și importurilor a determinat acumularea unui deficit al balanței comerciale în valoare de 2020,0 mln. dolari SUA, cu 262,5 mln. dolari SUA (+14,9%) mai mare față de cel înregistrat în perioada corespunzătoare din anul 2009.

Deficitul a început să crească brusc după anul 2003, odată cu majorarea importurilor generată de explozia consumului. Producătorii locali n-au putut să acopere cererea de consum tot mai mare, alimentată de sporirea remitențelor și salariilor, ca urmare importatorii au fost aceia care au acoperit acest gol. În consecință, în ultimii cinci ani, importurile au crescut de aproape trei ori ca valoare, iar gradul de acoperire a importurilor prin exporturi s-a redus de la an al an, până la o cifră de 34,1% în noiembrie 2008, iar în ianuarie-noiembrie 2010 fiind de 40,9%, față de 39,7% în perioada similară a anului 2009.

Pe parcursul ultimului deceniu, au fost adoptate un șir de reforme ce au favorizat deschiderea economiei față de economia regională și globală. Însă, cu toate că R. Moldova dispune de așezare geografică favorabilă, în condițiile unei economii slab dezvoltate, exporturile și importurile Republicii Moldova au reacționat în mod diferit la această deschidere, generând, în final, doar creșterea deficitului comercial, ce constituie circa 20% din PIB, ajungând în 2008 până la 3301,6 mln USD, iar în 2009 reducându-se până la 1980,6 mln USD (figura 1).

Astfel, importurile au înregistrat o creștere de la 1171,2 mln. \$ SUA în 1997 la 3278,3 mln. \$ SUA în 2009, iar în ianuarie-noiembrie 2010 însumând 3415,5 mln. dolari SUA, volum superior celui realizat în perioada similară a anului 2009 cu 17,1%, situație cauzată de criza economică mondială, a producției interne limitate, asociată cu influxuri de venituri provenite de la emigranți.

În timp ce exporturile din R. Moldova au crescut în proporție mai lentă de la 874,0 mln. \$ SUA, la 1297,7 mln. \$ SUA în 2009, iar în perioada ianuarie-noiembrie 2010 însumând 1395,5 mln. dolari SUA, cu 20,4% mai mult față de aceeași perioadă a anului 2009, ele fiind frânate de producție slab dezvoltată, șocuri macroeconomice, climatice și politice, implementare lentă a reformelor structurale, concentrare geografică puternică către CSI, blocadă economică pentru băuturile alcoolice din 2006 și criza economico-financiară mondială din anul 2008 cu efectele sale asupra economiei naționale în anii 2009 și 2010.

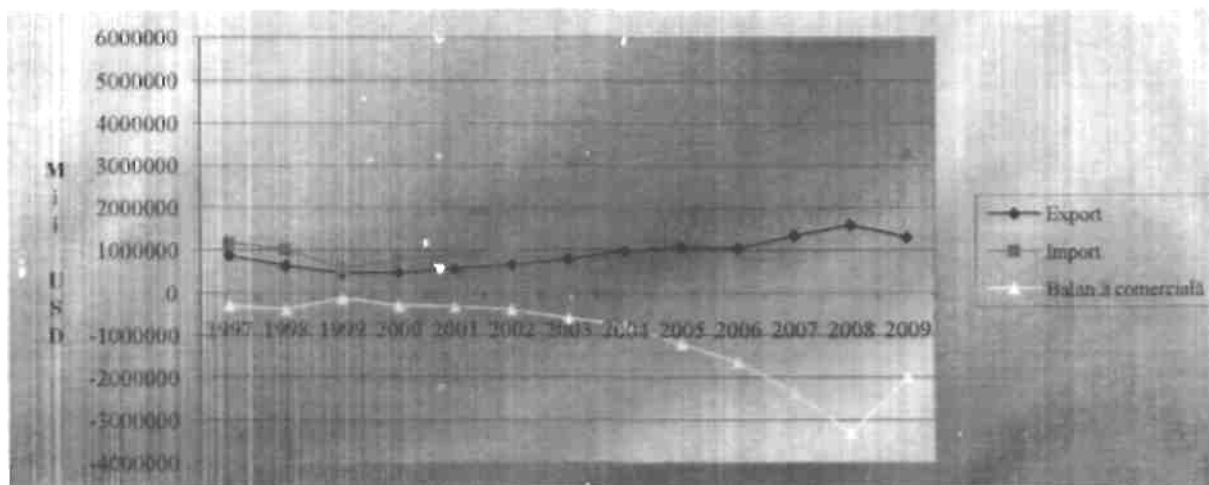


Figura 1. Evoluția volumului exporturilor, importurilor și balanței comerciale

Cu toate că performanța economică a principalilor parteneri comerciali ai Moldovei a condus la o creștere rapidă a exporturilor (în medie, 20% din creșterea anuală în perioada 2001-2009), creșterea consumului a contribuit la o creștere la fel de rapidă a importurilor.

Consumul populației s-a majorat pe baza creșterii transferurilor de peste hotare care a condus la aprecierea monedei naționale dezavantajând astfel exportatorii moldoveni care obțin pierderi în urma convertirii în lei moldovenești a veniturilor obținute din comercializarea mărfurilor cu partenerii lor din țările terțe.

O influență nefastă asupra deficitului balanței comerciale a Republicii Moldova este exercitată de reducerea mai intensă a ritmurilor de creștere a exporturilor, comparativ cu cea a importurilor. Această evoluție este explicată prin intrarea în recesiune a economiilor din zona euro, spre care sunt îndreptate mai bine de jumătate din livrările de mărfuri din R. Moldova și turbulențele care iau amploare în spațiul ex-sovietic.

Creșterea deficitului comercial este firească în condițiile profilării și influenței tot mai accentuate a unor factori de risc asupra comerțului exterior al Republicii Moldova. Cu siguranță majorarea

deficitului comercial va contribui, în continuare, la deteriorarea contului curent al balanței de plăți a Republicii Moldova. Principalele riscuri ale evoluției deficitului de cont curent sunt produse de evoluția deficitului comercial, dinamica curentă a transferurilor curente nete și de aprecierea exagerată a valutei naționale.

Creșterea considerabilă a importurilor este datorată creșterii veniturilor populației, cu părere de rău, nu pe baza dezvoltării economice a țării, ci pe baza influxului de venituri de peste hotare, creșterea căruia este de circa 8 ori în perioada 2001-2009, dar a exporturilor în aceeași perioadă doar de 2,8 ori, ceea ce ne sugerează ideea că cea mai bună „marfă” spre export, pentru republica noastră, este forța de muncă. Totodată, efectele crizei financiare globale din anul 2008 s-au răsfrânt asupra economiei Republicii Moldova într-un mod pluridimensional: scăderea volumului de remitențe, ca urmare a acestora, s-a diminuat consumul, s-a redus volumul importurilor, dar și a exporturilor.

Ponderea exporturilor orientate către CSI a scăzut de la 60% în 2001 până la 40% în 2006, concomitent cu creșterea ponderii exporturilor destinate UE în aceeași perioadă de la 32% până la 51%. Astfel, începând din 2006 și până în 2009, cel mai important partener comercial al Republicii Moldova este Uniunea Europeană, atât creșterea cât și micșorarea exporturilor moldovenești fiind, practic, în aceeași proporție.

În structura geografică a importurilor moldovenești, în aceeași perioadă, Uniunea Europeană a devenit partenerul principal al Republicii Moldova. Inversarea situației a avut loc încă în perioada 1995-2001, când importurile din țările CSI au scăzut de la 70% până la 38%.

Ca rezultat, analiza efectuată ne permite să remarcăm că modificările care au avut loc în ultimul deceniu se apreciază pozitiv, dar reorientarea comerțului exterior de la vest spre est se explică prin capacitatea de absorbție a pieței europene mai pronunțată, precum și datorită faptului că aceasta din urmă posedă mai multe particularități ale mecanismului de piață.

Dar sunt și anumiți factori endogeni care pot cauza destabilizarea echilibrului comercial.

Unul dintre acești factori poate fi creșterea exagerată de importuri condiționată de intensificarea cererii interne de anumite produse, care pot fi doar importate sau sunt mai calitative decât cele produse pe teritoriul Republicii. Pentru a exclude această cauză din lista celor posibile, este necesară creșterea nivelului competitivității produselor autohtone prin îmbunătățirea calității.

Insuficiența de acoperire a cererii interne este un alt factor care contribuie la creșterea deficitului comercial. În prezent, cererea internă, în Republica Moldova, poate fi acoperită doar prin importuri. Importurile pot fi acoperite doar prin exporturi. Prin urmare, odată cu creșterea cererii interne și reducerea competitivității produselor autohtone pe piața internațională apare posibilitatea neacoperirii importurilor cu exporturi. Cu părere de rău, anume această situație și este caracteristică economiei naționale.

Reducerea exporturilor va avea efecte negative atât asupra balanței comerciale, cât și asupra întregii economii naționale influențând direct produsul intern brut. Care sunt cauzele diminuării exporturilor? Prima și cea mai importantă este diminuarea competitivității externe a produselor fabricate pe teritoriul Republicii. Dacă cetățenii noștri încă acceptă produsele autohtone, nivelul concurenței fiind mai mic, atunci pe piața internațională concurența este atât de puternică, încât produsele noastre, care se caracterizează prin calitate scăzută și prețuri ridicate, nu rezistă.

Prin urmare, economia R.M. are nevoie de promovare și stimulare a exporturilor pentru a nu se trezi în situația unui deficit comercial excesiv, imposibil de a-1 finanța. Unul din instrumentele capabile să stimuleze exporturile moldovenești este politică comercială atât tarifară, cât și cea netarifară eficientă. Stimularea exporturilor poate fi realizată prin diferite metode care se concretizează în subvenții de export, credite de export subvenționate, facilități fiscale, asigurarea și garantarea creditelor de export etc. Toate acestea conduc la reechilibrarea balanței comerciale. Promovarea exporturilor include: susținerea financiară sau logistică a participării la târguri și expoziții internaționale pentru companiile locale, încheierea de tratate comerciale, acorduri de navigație sau comerț, crearea de zone de liber schimb sau uniuni vamale, crearea de centre de informare în țară menite să sprijine activitatea de export sau intensificarea reprezentării comerciale în străinătate.

O altă politică care trebuie perfecționată în vederea atingerii unei dinamici pozitive în export este politica bugetară. Obiectivele acestei politici trebuie să fie orientate spre acordarea unor subvenții producătorilor autohtoni pentru îmbunătățirea și creșterea calității, astfel mărind nivelul competitivității economiei naționale pe plan internațional, acordarea subvențiilor întreprinderilor care se ocupă cu exportul mărfurilor, facilitarea procesului de legalizare a activității de export.

Atragerea de investiții străine directe și de portofoliu contribuie la reechilibrarea balanței de plăți prin capitalul străin injectat în economie, care poate reduce din presiunile asupra cursului de schimb generat de o balanță comercială deficitară. Atragerea investitorilor străini se poate face prin acordarea de facilități, cum ar fi concesionarea de terenuri, spații comerciale, clădiri, utilități sau stimulente fiscale, pe de o parte (reduceri la impozitul pe profit, reduceri sau scutiri la impozitele indirecte), dar și prin promovarea imaginii în străinătate, pe de altă parte. Este evident că oricâte facilități s-ar oferi investitorilor străini și eforturi s-ar întreprinde pentru a face cunoscută țară-gazdă, lipsa unui cadru adecvat de dezvoltare propice a afacerilor va ține la distanță investitorii străini.

Așadar, intervenția statului poate fi efectuată prin diverse pârghii și mecanisme-scopul de bază fiind reechilibrarea balanței comerciale. Intervenția statului apare necesară în condițiile imposibilității ajustării automate a balanței comerciale care are efecte negative asupra întregii economii. Balanța comercială apare ca principalul mijloc de măsurare a valorii și competitivității externe a unei economii, fiind, în același timp, un instrument deosebit de util pentru configurarea principalelor politici macroeconomice. În abordarea macroeconomică a nevoii de finanțare a unei economii, balanța de plăți externe reprezintă cel mai important instrument de analiză.

În final, putem afirma că cadrul instituțional al Republicii Moldova necesită unele modificări esențiale, care ar conduce, pe termen lung, la micșorarea acestui deficit cronic al balanței comerciale care agravează situația economică a Republicii Moldova.

Bibliografie:

1. Sută, N. *Comerț internațional și politici comerciale contemporane* / București, Editura Eficient, 2000.
2. www.mec.md
3. www.statistica.md

FUNCȚIILE RISCULUI ȘI FACTORII CE DETERMINĂ MODIFICAREA ACESTUIA LA NIVEL DE ÎNTREPRINDERE

Conf. univ. dr. Neli Muntean, ASEM

In this article there are described the risks functions and the factors that influence on risk. There is not a certain opinion about risks factors; it is too difficult to establish a unique criterion of risks factors classification. That is why the author proposes this type of classification of risks factors that lets to determine the place of the analyzed factor; with the help of this classification the analyzed factor can be described very thoroughly.

Mecanismul economic creat în Republica Moldova, orientat spre relațiile de piață, dezvoltarea tuturor formelor de proprietate și implementarea metodelor noi de gestiune presupun apariția diferitelor tipuri de riscuri. Ca urmare, orice activitate economică se desfășoară în condiții de risc, care, la rândul său, pot fi mai mult sau mai puțin grave, mai mult sau mai puțin cunoscute, mai ușor sau mai greu de evitat. Cunoașterea insuficientă a acestor riscuri, a funcțiilor ce le caracterizează, evaluarea lor nesatisfăcătoare, lipsa unei protecții adecvate împotriva factorilor ce le determină afectează, în mod direct, rezultatul final al activităților desfășurate.

În astfel de condiții, crește semnificativ necesitatea de determinare a funcțiilor riscurilor și, respectiv, a factorilor ce determină apariția acestor riscuri la întreprindere.

Comportamentul antreprenorului, în condițiile economiei de piață, se bazează pe alegerea programului individual al activității de antreprenoriat, ce se va desfășura pe propriul risc și în limitele posibilităților ce nu contravin prevederilor legislației în vigoare. Orice agent economic, de la bun început, este lipsit de parametrii, în prealabil, cunoscuți și stabiliți, de o siguranță în succes: asigurarea cotei de piață, accesul la resursele de producție cu prețuri fixe, stabilitatea puterii de cumpărare a valutei convertibile, permanența normelor și normativelor și a altor instrumente economice de conducere.

Riscul antreprenorului, de regulă, se orientează în obținerea unor rezultate esențiale prin metode netradiționale. Astfel, el permite depășirea conservatismului, dogmatismului, stagnării, a barierelor psihologice, a obstacolelor de implementare a inovațiilor. Capacitatea de a risca este calea spre o activitate profitabilă. Prin aceasta se reflectă forma constructivă a **funcției de reglare** a riscului în activitatea de antreprenariat.

Concomitent, riscul poate lua forma unei aventuri, atunci când decizia se adoptă în baza unei informații incomplete, fără o examinare corespunzătoare a caracterului legislativ de manifestare a fenomenului. În acest context, riscul apare ca un factor al instabilității.

Majoritatea întreprinderilor, companiilor obțin succes, devin competitive în baza unei activități economice de inovare legată de risc. Deciziile, metodele riscante de management conduc spre o activitate de producție mai eficientă, în urma căreia câștigă atât antreprenorul, cât și cumpărătorul, clientul și societatea în întregime. Deci riscul în activitatea de antreprenariat îndeplinește **funcția de inovare**.

Funcția de protecție a riscului se manifestă prin faptul că, dacă pentru întreprinzător, riscul reprezintă o stare obișnuită, ar trebui să persiste un comportament adecvat și la obținerea pierderilor. Conducătorii cu spirit de inițiativă și ingenioși, necesită apărare socială, garanție politică, economică, juridică, care, în caz de insucces, i-ar scuti de pedeapsă și ar justifica riscul. Întreprinzătorul trebuie să fie sigur că greșeala posibilă (riscul) nu ar putea compromite activitatea și imaginea lui, deoarece ea a avut loc ca urmare a unui risc nejustificat, dar, în același timp, preconizat.

Existența riscului în activitatea de antreprenariat reprezintă, de fapt, reversul libertății economice, o plată specifică pentru ea. Libertatea unui întreprinzător este însoțită, în același timp, de libertatea altor întreprinzători, ca urmare, pe măsura dezvoltării relațiilor de piață, în țara noastră, vor evolua incertitudinea și riscul antreprenorului. Înlăturarea incertitudinii pe viitor în activitatea de antreprenariat este imposibilă, deoarece ea reprezintă elementul activității obiective.

Depistarea riscului presupune necesitatea alegerii unei sau a altei decizii, așa încât persoana ce ia hotărârea, în procesul de luare a deciziei, analizează toate alternativele posibile, optând pentru cea mai rentabilă și mai puțin riscantă. În dependență de conținutul concret al situației de risc, aspectul alternativ posedă un nivel distinct de dificultate. De aceea, în situațiile economice dificile pentru alegerea unei decizii optimale sunt utilizate metode speciale de analiză. Respectiv, putem evidenția și **funcția analitică** a riscului.

Funcțiile riscului în activitatea de antreprenariat ne permit să tragem următoarea concluzie: în pofida existenței unui potențial semnificativ al pierderilor, uneori imanente riscului, acesta din urmă, reprezintă, totodată, sursa posibilului profit. De aceea, sarcina principală a antreprenorului nu este de a renunța la risc în întregime, ci de a alege, în baza unor criterii obiective, deciziile ce presupun riscul, și anume de a determina limitele de activitate a antreprenorului care recurge la risc. Este necesar, deci, de a nu evita, ci a prevedea riscul, tinzând la optimizarea lui în cadrul fiecărei situații concrete.

Menționăm că existența riscului, ca element indispensabil al procesului economic, cât și specificul acțiunilor de gestiune folosite în acest domeniu au determinat ca gestionarea riscului, în unele cazuri, să devină o activitate profesională independentă. Acest tip de activitate este practicat de instituții profesionale, de specialiști în domeniu, companii de asigurări, cât și de managerii financiari, managerii de risc, specialiști în asigurări.

O altă problemă, în procesul identificării riscului, constă în evidențierea factorilor, care determină apariția riscului la nivel de întreprindere.

După conținut, acești factori pot fi grupați în felul următor (figura 1).

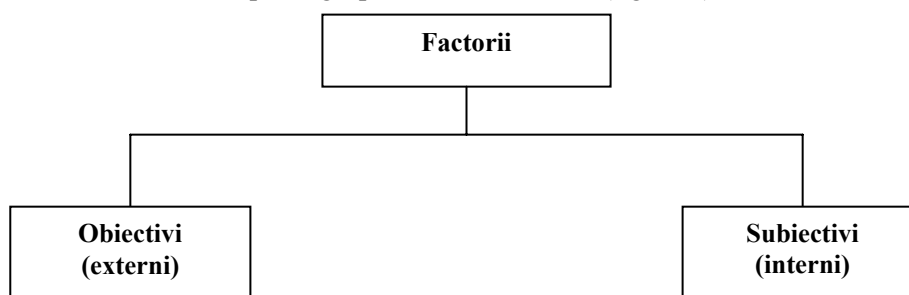


Figura 1. Factorii ce determină apariția riscului la nivel de întreprindere

Sursa: Elaborată de autor.

De regulă, **factorii obiectivi** nu depind nemijlocit de întreprindere: inflația, anarhia, crizele politice și economice, ecologia, taxele vamale, existența regimului unei favorizări mai mari. Ei sunt factori asupra cărora întreprinderea nu poate exercita o influență directă, dar schimbarea semnificației cărora poate fi prevăzută sau este posibil de a influența indirect asupra semnificației acestora. Factorii externi pot fi grupați în cinci segmente, fiecare cu influențe directe și indirecte asupra rezultatelor activității întreprinderii, respectiv:

- 1) piața,
- 2) concurența,
- 3) tehnologia,
- 4) societatea,
- 5) guvernele.

Factorii subiectivi caracterizează nemijlocit întreprinderea dată din mai multe puncte de vedere: potențialul productiv, asigurarea tehnică, nivelul specializării intuitive și tehnice, organizarea muncii, alegerea tipului de contracte cu investitorii sau clientela. Concomitent, factorii subiectivi, denumiți și interni, sunt factori asupra cărora întreprinderea poate nemijlocit exercita o influență. Prin urmare, putem distinge următorii factori interni care pot determina apariția și dezvoltarea unui risc la nivel de întreprindere:

- 1) potențialul uman,
- 2) potențialul tehnico-material,
- 3) potențialul financiar etc.

Bibliografie:

1. Codul Civil al Republicii Moldova nr.1107-XV din 06.06.2002 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.82-86/661 din 22.06.2002.
2. Legea contabilității nr.113 din 27.04.2007 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.90-93 din 29.06.2007.
3. Standarde Internaționale de Raportare Financiară (IFRSTM), inclusiv Standarde Internaționale de Contabilitate (IASTM) și Interpretări la 1 ianuarie 2005.//București, Editura CECCAR, 2005.–2422 p.
4. Adams John, *The Management of Risk and Uncertainty*. // Policy Analysis, no.335, March 4, 1999. – p.50-67.
5. Muntean N., Balanuță V. *Analiza și evaluarea riscurilor la nivel de întreprindere: Aspecte teoretice și aplicative*. Chișinău: ASEM, 2010, 207p.
6. Грабовый П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.И., Романова К.Г., Хрусталёв В.Б., Яровенко С.М., *Риски в современном бизнесе*.// М.: «Аланс», 1994.- 200 p.
7. Кинев Ю.Ю., *Оценка рисков финансово-хозяйственной деятельности предприятия на этапе принятия решений*.// Управленческий консалтинг.// М.:Интерэксперт, 1999.
8. Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г., *Риски в предпринимательской деятельности*.// М.: Инфра-М, 1996.- 224 p.
9. Лобанов А., Чугунов А., *Тенденции развития риск – менеджмента мировой опыт*.// Рынок ценных бумаг., 1999. - №18.- p.59-65.
10. Сирополис Николас К., *Управление малым бизнесом. Руководство для предпринимателя*: Пер. с англ. // М.: Дело, 1997. - 234 p.

ACTIVITATEA DE OUTSOURCING – BENEFICII ȘI RISCURI

Conf. univ. dr. Igor Melnic, ASEM
Drd. Vitalie Rapcea, ASEM

This article treats an important subject for the enterprises' activity – the outsourcing activity. The article presents and explains this term through specialists' points of view. There are given and analyzed the most important benefices and risks which imply the outsourcing activity.

Termenul de outsourcing este definit în literatura de specialitate în funcție de contextul în care acesta este utilizat, precum și în dependență de serviciul cărui îi este atribuit. Faptul dat denotă atât complexitatea termenului, cât și un număr impunător de interpretări. Pe lângă aceasta, multe din definițiile întâlnite în literatură pun accentul pe consecințele pe care le poate avea outsourcingul asupra unei companii, focalizându-se astfel pe trăsăturile sale pozitive sau negative. Spre exemplu, în timp ce unii consideră outsourcingul drept delegarea unor sarcini în afara companiei, cât și a țării, apelând la o forță de muncă ieftină (ceea ce, de fapt, presupune off-shoring), alții, și în special consultanții IT, prezintă beneficiile outsourcingului și contribuția sa la dezvoltarea afacerilor. În cele din urmă, mesajul transmis de aceste definiții variază de la un outsourcing sceptic la un outsourcing plin de entuziasm.

Cu toate acestea, literatura academică aduce mai mult echilibru în această situație și ne prezintă următoarele definiții ale outsourcingului:

1. „Apelarea unor agenți externi pentru executarea unei sau mai multor activități organizaționale”.
2. „Transferul unor servicii sau funcții, inițial, realizate în cadrul organizației, unui furnizor din afara acesteia”.
3. „Procesul în care activitățile tradițional efectuate în interiorul companiei sunt contractate în afara acesteia către un furnizor extern”.
4. „Outsourcingul este definit drept procurarea unor produse sau servicii de la surse externe unei organizații. Transferarea unor servicii, de regulă, presupune transferarea unui control operațional furnizorului”.
5. „Outsourcingul presupune actul de subcontractare a unor sau a tuturor părților componente unei funcții unei părți terțe”.

Discuția cu privire la outsourcing devine și mai controversată, dacă plasăm acest termen în domeniul și contextul public. Astfel, aplicat sectorului public, outsourcing-ul presupune transferul controlului, unui furnizor privat, asupra unui serviciu sau funcții care, în principiu, ar putea fi realizată de către stat. Această abordare extinde enorm domeniul de activitate al outsourcingului, iar sectorul privat fiind o concretizare a externalizării pentru sectorul public.

Astfel, în Statele Unite ale Americii, outsourcingul este privit drept contractarea unei companii private pentru executarea unor anumite activități sau beneficiere de noi servicii, pe care statul le-ar putea realiza de sine stătător [1, pag. 42-51]. În alte state, totuși, se face o clară distincție chiar între „contractarea în afară” și „outsourcing”. Se menționează faptul că pot fi contractate în afară însărcinări de scurtă durată sau anumite proiecte specifice, în timp ce outsourcingul este utilizat în contextul unor contracte multianuale pentru funcții și procese complexe. Astfel, în Marea Britanie și Australia, o bună parte dintre executori ar spune că outsourcingul are loc atunci când un proces al sectorului public este trecut spre executare sectorului privat.

În pofida acestor deosebiri, atât în SUA, cât și în Marea Britanie, terminologia admite egalele oportunități ale celor două sectoare, privat și public, în câștigarea și realizarea unei activități. În raportul său, Compania de Consultanță „Accenture” (2003), recunoaște aceste aspecte sensibile și concluzionează următoarea definiție: „Outsourcingul presupune contractarea unei firme din sectorului privat pentru ca aceasta să poarte răspundere pentru o funcție sau un proces pentru care statul îi rămâne dator”.

Dilema de a cumpăra sau a produce, de cele mai dese ori, se bazează pe evaluarea costurilor și a beneficiilor pe care le poate genera fiecare dintre cele două opțiuni. Pentru a avea o clară și profundă înțelegere asupra factorilor ce determină opțiunea sus-menționată, este necesar de a evalua atât *avantajele* (beneficiile), cât și *dezavantajele* (costurile) pe care le implică în sine conceptul de outsourcing.

Beneficiile potențiale ale outsourcingului. În urma unei sinteze a materialului informativ cu privire la outsourcing, în sectorul privat și public, putem determina un șir de *beneficii* pe care le poate obține o firmă sau o instituție, iar cele mai importante pot fi numite următoarele:

Reducerea costurilor. Unul dintre cele mai dese ori enunțate beneficii ale outsourcingului este cel legat de reducerea costurilor, acesta fiind valabil atât pentru sectorul privat, cât și pentru cel public. Economiiștii neoclasiци confirmă raționalitatea outsourcingului, în acel caz, în care contractarea unei firme pentru producerea sau prestarea anumitor servicii presupune obținerea unor costuri comparativ avantajoase. Explicația adusă de economistul David Ricardo la posibilitatea de beneficiere pe urma costurilor comparative se bazează pe astfel de mijloace, precum specializarea și schimbul de experiență. Astfel, specializarea duce la economiile de scară, care cel puțin din punct de vedere teoretic, poate duce la reducerea costurilor de producție. Un studiu realizat, de către compania de consultanță

PriceWaterhouseCooper, printre purtătorii de decizii ale corporațiilor vestice a ajuns la concluzia ca marea lor majoritate au recurs la outsourcing, în special, ca la un instrument de reducere a costurilor pe o perioadă scurtă de timp [2, pag. 42-48]. Domberger a ajuns la aceeași concluzie în urma unui studiu în sectorul public. Acesta din urmă a observat că reducerea costurilor este un efect de externalizare, în sectorul privat, a funcțiilor inițial realizate intern. De asemenea, este demn de menționat că literatura de specialitate indică o înregistrare de la 10% la 30% reducere de costuri, în marea majoritate a cazurilor de outsourcing [1, p. 29-34].

Focalizarea și specializarea. Companiile pot să se concentreze pe o gamă mai largă de segmente de business, în timp ce unele detalii operaționale sunt lăsate pe seama unui expert extern. Pentru multe companii, singurul motiv pentru care apelează la outsourcing constă în faptul că diferite tipuri de activități necesită o mare parte din timpul și atenția conducerii companiei. De cele mai multe ori, rezolvarea problemelor generate de aceste activități se blochează undeva într-un așa-numit „decision gridblock”, la nivelul managementului. Acest lucru generează pierderi financiare care pot afecta viitorul companiei. Teoreticienii Prahalad și Hamel au studiat mai amănunțit importanța focusării și au încercat să determine ce face parte din grupul competențelor de bază ale unei companii. Astfel, cei doi autori au elaborat o listă, compusă din trei principii-test, care contribuie nemijlocit la identificarea competențelor de bază a unei structuri organizatorice [2, p. 79-91]:

- o competență de bază oferă acces pe diferite și variate piețe de desfacere;
- o competență de bază contribuie semnificativ la perceperea de către consumator a beneficiilor produsului final;
- o competență de bază trebuie să fie greu de imitat de către concurență.

Cunoștințe specializate. Apelând la serviciile unor furnizori specializați, companiile au acces implicit la investițiile acestora în tehnologie, metodologie și oameni. Posibilitatea furnizorilor de a face investiții mai mari și pe perioade de timp considerabile se datorează economiilor de scară, precum și faptului că anume serviciul externalizat reprezintă pentru furnizor un serviciu de bază. Printre capacitățile acestor furnizori, se înscrie și experiența câștigată în domeniul respectiv, prin lucrul cu diverși clienți cu necesități similare. Un studiu realizat de către Compania de Consultanță „Accenture” oferă o evaluare pozitivă a avantajului cunoștințelor specializate obținute în urma outsourcingului de către intervievați: 89 procente dintre aceștia au raportat îmbunătățiri în procesul de obținere a cunoștințelor și capacităților. De asemenea, studiul concluzionează că avantajul cunoștințelor specializate este semnificativ în special pentru organizațiile tinere, care consideră accesul la experiența furnizorilor drept cea mai rentabilă (cost-eficient) modalitate de obținere a cunoștințelor specializate [3, p. 26].

Flexibilitate. În marea majoritate a literaturii de specialitate, privind beneficiile potențiale ale outsourcingului – principiul flexibilității este menționat drept un avantaj. Conform lui Domberger este mult mai ușor pentru o companie să contracteze și, deja, după necesitate, să schimbe furnizorul, decât să mențină realizarea serviciului la nivel intern. Autorul, de asemenea, evaluează prelungirea medie a unui contract de tip outsourcing până la cinci sau șapte ani [1, pag. 25-28]. Economistul Bragg subliniază rolul outsourcingului drept un amortizor împotriva fluctuațiilor de piață [1, p. 12-18]. Astfel, prin contractarea în afară, o companie poate transforma costurile sale fixe în costuri variabile, ceea ce o face mai puțin vulnerabilă vis-à-vis de neprevăzutele schimbări de piață. Outsourcingul funcțiilor mai puțin relevante oferă un grad mai mare de flexibilitate companiilor, din moment ce compania are posibilitate să ajusteze cantitatea sau volumul serviciilor procurate la necesitățile curente.

Raționalizarea alocării resurselor. Avantajul privind raționalizarea alocării resurselor contribuie la îmbunătățirea capacității unei companii de a-și direcționa resursele disponibile, atât financiare, cât și non-financiare, spre ariile ce merită o atenție și prioritate mai mare la un anumit moment. Acest avantaj are o valoare egală avantajului anterior, dar cu mici modificări. Avantajul flexibilității are o conotație mai mult operațională și tactică, în timp ce avantajul raționalizării resurselor subliniază efectul investițiilor de lungă durată [4, p. 98-102].

Împărțirea riscurilor. Companiile care apelează la outsourcing devin în scurt timp mai flexibile, mai dinamice și mai dispuse să se schimbe pentru a face față noilor transformări impuse de economia actuală. Riscurile asociate investițiilor, pe care o companie le face în diverse zone de business, sunt enorme. Piețele de desfacere, competiția, legislația, condițiile financiare și tehnologiile se schimbă cu o viteză amețitoare. A ține pasul cu aceste schimbări – îndeosebi cu cele ce presupun investiții semnificative în resurse – este foarte dificil. În momentul în care se apelează la outsourcing, aceste riscuri se împart între mai multe companii. Un furnizor de servicii specializate nu face investiții în numele unei singure companii, ci în

numele tuturor clienților săi. Prin partajarea acestor investiții, riscurile suportate de o singură companie se reduc considerabil [5, p. 147-162].

Îmbunătățirea produsului sau a serviciului livrat. Cele șase avantaje identificate și menționate anterior contribuie nemijlocit la îmbunătățirea calității produsului sau a serviciului livrat. Atribuit sectorului public, avantajul dat reprezintă o prioritate pentru administrațiile publice. Economistul Beaumaunt afirmă: „răspłata reală a outsourcingului nu constă în costuri reduse, dar în calitate îmbunătățită – calitate ce rezultă din procesul de reproiectare, îmbunătățirea serviciilor, accesul la cunoștințele unor experți și atenuarea riscurilor” [6, p. 14-31].

Costuri și riscuri potențiale ale outsourcingului. Literatura de specialitate prezintă, pe lângă avantajele outsourcingului, și dezavantajele acestuia, menționând că, adesea, beneficiile așteptate sunt greu de atins. Într-o publicație a sa, economistul Johnson afirmă: „unele companii se găsesc la un moment dat blocate într-un contract de lungă durată ce nu mai este competitiv. Altele s-au aventurat atât de mult în externalizarea serviciilor, încât sunt deja în situația de a apela la consultanți pentru evaluarea și renegocierea afacerilor eronate” [7, p. 34-48]. Astfel, în acest sens, pot fi prezentate următoarele riscuri și costuri potențiale ale outsourcingului:

Relația contractuală. În procesul de outsourcing unul dintre cele mai importante elemente de reglementare a relațiilor dintre cele două părți participante la proces este contractul. Riscul în această situație constă în asimetria informațională dintre contractanți. Se consideră că una dintre cele două părți – de cele mai deseori furnizorul – este în poziția de a cunoaște mai mult despre procesele afacerii decât cea de a doua parte, în acest caz, crescând șansele unui comportament oportunist [8, p. 305-360]. Mecanismele existente de aliniere a performanțelor agentului la interesele companiei ce decide să externalizeze (monitoring detaliat, evaluarea indicatorilor de ieșire etc.) nu întotdeauna oferă o soluție plauzibilă a problemei date. Astfel, existența unei informații ascunse din partea ambelor părți ale relației contractuale constă nu doar în mărirea costurilor tranzacționale, dar, de asemenea, și în dificultățile aferente determinării criteriilor și principiilor, în baza cărora relația dată ar putea fi gestionată și evaluată. De cele mai dese ori, afacerile de outsourcing au luat sfârșit anume din aceste considerente.

Costurile ascunse sau imprevizibile. În pofida așteptărilor, un șir de studii au ajuns la concluzia că reducerile de costuri prin recurgerea la outsourcing sunt greu de atins. În plus, contractele de outsourcing au condus, în unele cazuri, la o mărire a costului de prestare a serviciului sau produsului. De cele mai multe ori, decepționarea se datorează incapacității companiei solicitante de a anticipa costurile ascunse ale outsourcingului. În literatura de specialitate, sunt prezentate patru tipuri de costuri ascunse: costuri referitoare la selecția și evaluarea furnizorului, costuri legate de transmiterea activităților furnizorului, costurile condiționate de administrarea eforturilor de outsourcing și, nu în ultimul rând, costurile aferente schimbării furnizorului sau reintegrării a activității externalizate [3, p. 60-69; 9, p. 108-111].

Supraaprecierea calității produsului sau serviciului. Externalizarea unui serviciu poate consta și în înrăutățirea calității acestuia sau a produsului final. Interesul de minimizare a costurilor de către furnizor poate, de fapt, prevala interesul de a îmbunătăți calitatea, în special, în situațiile când nivelul de calitate este dificil de măsurat sau nu este specificat, acest fapt fiind în detrimentul companiei sau instituției externalizatoare. În astfel de cazuri, specialiștii sugerează ca, în cazurile în care furnizorul este contractat pentru realizarea unui număr de diferite însărcinări, efortul trebuie să fie asupra acelor însărcinări, care sunt cel mai ușor de măsurat și evaluat (respectiv remunerat).

Reducerea locurilor de muncă. Inevitabila diminuare a existenței forței de muncă în cadrul unei companii este una dintre cele mai simțitoare și primare consecințe dezavantajoase ale outsourcingului. Reducerea locurilor de muncă este considerat a face parte din categoria efectelor sociale negative. Astfel, reducerea personalului (excepție făcând cazul când acesta este contractat de către compania furnizoare) poate duce la revoltarea și deci declanșarea unor proteste și greve, precum și a altor degenerări ale moralului organizațional.

„Scurgerea de creiere”. Un alt efect asociat procesului de outsourcing este cel privind pierderea capacităților produse în interiorul unei companii. La acest moment, distingem două subefecte. Primul dintre acestea se referă la incapacitatea organizației de a administra o activitate reintrodusă în activitățile de bază. Teoria costurilor tranzacționale atribuie situației date așa-zisele *costuri „îneacătoare”* (sunk costs) [3, p. 60-69]. Termenul dat presupune că investițiile făcute de către companie în relația sa cu furnizorul nu mai pot fi recuperate în momentul în care aceasta din urmă se decide asupra reluării activității externalizate. Cel de al doilea risc, după cum a fost menționat anterior, ține de incapacitatea companiei externalizatoare de a monitoriza relația creată cu furnizorul, datorită asimetriei de informație și cunoștințe dintre cele două părți.

Astfel, din moment ce o companie furnizoare preia răspunderea asupra unei activități sau funcții, competențele, cunoștințele și capacitățile necesare companiei solicitante pentru realizarea acestei funcții sau activități, de sine stătător, sau cel puțin de a monitoriza realizarea acestora, scad gradual.

Pierderea controlului. Pierderea controlului asupra operațiunilor zilnice ce au fost externalizate în afara companiei este un alt efect negativ pentru compania-client. În acest context, putem identifica două riscuri majore: (1) incapacitatea organizației client de a exercita influența sa asupra proceselor externalizate, excepție fiind cazul când există un sistem de verificare specializat, și (2) ireversibilitatea funcției contractate în afară, situație datorată dependenței înalte stabilite față de contractor [10, p. 3-19]. Reintegrarea unei funcții contractate în afară presupune cheltuieli adiționale semnificative. Incapacitatea organizației-client de a supraveghea direct executarea funcției externalizate cere un sistem efektiv de evaluare și un management bazat pe aprecierea rezultatelor. În acest sens, este foarte important de a stabili o metodă relevantă de evaluare, în special atunci când vorbim de outsourcingul unor funcții sau responsabilități mai puțin tangibile. Adesea, pentru evaluare și monitorizare, se apelează la o companie de consultanță specializată în acest domeniu.

În figura 1.1, este prezentată o generalizare a beneficiilor și riscurilor pe care le poate avea o companie ce recurge la outsourcing. Reieșind din specificul avantajului și al riscului, outsourcingul poate avea un impact atât la nivel strategic, cât și la nivel operațional. Astfel, cu cât rezultatul este mai ușor de măsurat și cuantificat, cum ar fi cazul reducerii costurilor, sau îmbunătățirii calității produsului, cu atât impactul acestuia poartă un caracter operațional. Rezultate, precum focalizarea companiei asupra activităților de bază, sau în același timp pierderea controlului asupra acestora, are un impact strategic.

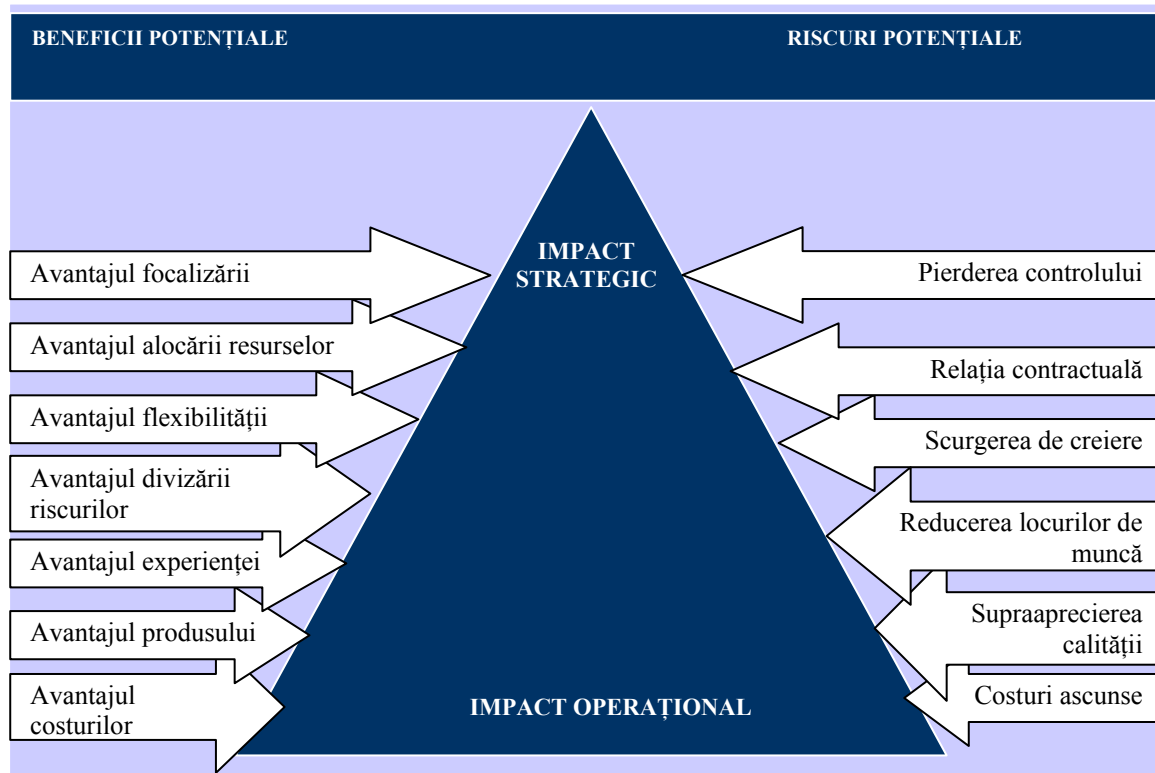


Figura 1.1. Potențialele riscuri și beneficii ale outsourcingului

În concluzie, abordarea teoretică a activității de outsourcing permite înțelegerea mai clară a acestui principiu, iar cunoașterea avantajelor și a dezavantajelor pe care le poate avea acesta poate contribui nemijlocit la adresarea dilemei de a produce sau a procura.

Bibliografie:

1. Domberger S. *The contracting organization: A strategic guide to outsourcing*. Oxford. Oxford University Press, 1998.
2. Prahalad C.K., Hamel G. *The core competence of the corporation*. Harvard Business Review, 68(3), 1990.

3. Barthelemy J. *The hidden costs of IT outsourcing*. Sloan Management Review, 42(3), 2001.
4. Jacobs J. *Systems of survival*. New York. Vintage Books, Division of Random House, Inc. 2001.
5. Logan M.S., Faught K.C. & Ganster D.C. *Outsourcing a satisfied and committed workforce: A trucking industry case study*. International Journal of human Resource Management, 15(1), 2001.
6. Beaumaunt N., Costa C. *Information Technology outsourcing in Australia*. Information Resources Management Journal, 15, 2002
7. Johnson M. *Outsourcing in Brief*. Oxford. Butterworth-Heinemann, 1997.
8. Jensen M.C., Meckling W.H. *Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs, and ownership structure*. Journal of Financial Economics, 3, 1997.
9. Williamson O.E. *Markets and Hierarchies: Analysis and Antitrust Implications*. New York. The Free Press, 1975.
10. Hood C. *A Public Management for All Seasons*. Public Administration, 69(1), 1991.

EXPANSIUNEA INVESTIȚIONALĂ CHINEZĂ – FACTOR RELEVANT AL GLOBALIZĂRII

Conf. univ. interimar dr. Eduard Calancea, ASEM

The author underlines the impact, tendencies and trends of China's investments abroad. A decade ago China urged its companies to expand under the slogan "go out". Now the control of world's stock in foreign direct investment (FDI) including takeovers and greenfield investments tends to reflect country's economic muscle. Rejecting China's advances could be a disservice to future generations.

Din punct de vedere al teoriei economice, proprietatea în cadrul economiei capitaliste este un factor irelevant. Cu toate acestea, activitatea economică reală demonstrează că proprietatea, de obicei, reprezintă un factor controversat. Dovada este dată de expansiunea investițională internațională a companiilor chineze.

Care este cauza că această expansiune contravine conceptelor clasice ale capitalismului? Există mai multe raționamente în acest sens:

În primul rând – *statul chinez este actorul investițional dominant*. Până nu demult, companiile chineze controlate de stat erau privite doar ca niște *creaturi nedezvoltate* – destinația lor fiind privatizarea ulterioară. Totuși, combinația unor factori, cum ar fi: acumulările considerabile de capital, pierderea confidenței în modelul economic al pieței libere și expansiunea masivă, a condus la renașterea și relansarea, la o nouă treaptă, a capitalismului de stat chinez. Din punct de vedere istoric, rolul statului ca actor economic de forță în expansiunea economică a unei țări a fost exemplificat prin demersul statului Singapore și cel al Coreei de Sud. Totuși, în Republica Populară Chineză (RPC), acest fenomen se prezintă cumva diferit. Actualmente, această economie se plasează pe locul doi după SUA, iar companiile chineze gigant, orientate inițial către piața domestică, manifestă interes din ce în ce mai sporit pentru valorificarea resurselor disponibile în proiecte investiționale din străinătate. Companiile din RPC dețin actualmente 6% din investițiile globale realizate pe plan internațional. Ponderile cele mai relevante au fost înregistrate de Marea Britanie și SUA cu 45% și 50% în 1914, respectiv 1967.

Raționamentele de bază pentru care companiile chineze manifestă interes pentru expansiunea economică externă sunt achiziția de know-how tehnologic, accesul la sursele de materii prime și la piețele de desfacere.

Unde își caută hrana dragonul roșu? Tabelul nr. 1 exemplifică expansiunea regională a investitorilor chinezi ce se cuantifică la 319,8 mlrd. USD pentru perioada 2005-2010. Datele prezentate nu cuprind tranzacțiile în hârțiile de valoare de stat și analizează ISD ale Chinei prin prisma activităților investiționale de achiziție și fuziune (M&A), cât și contractuale. America, Asia de Vest și Africa Subsahariană au fost destinațiile predominante, iar ponderea cea mai mare, la nivel de o singură țară, este înregistrată de Australia cu 34 mlrd. USD.

Care este hrana preferată a dragonului roșu? Din punct de vedere sectorial, apetitul companiilor chineze se concentrează în domeniul exploatării, explorării și prelucrării materiilor prime (în special, resurse energetice fosile și industria metalurgică) reprezentând aproximativ 60% din valoarea investițională totală (tabelul 2).

Tabelul 1

Destinațiile-cheie pentru investițiile din RPC¹

Regiune	Țară de relevanță	Valoare, mlrd., USD	Pondere (%)	Scor/țară
America de Nord și de Sud:		89,8	28,4%	
	SUA	28,1	8,9%	2
	Brazilia	14,9	4,7%	5
	Canada	10,2	3,2%	7
	Venezuela	8,9	2,8%	10
Asia de Vest:		45,2	14,3%	
	Iran	15,1	4,8%	4
	Kazahstan	11,4	3,6%	6
	Rusia	6,7	2,1%	15
Africa Subsahariană		43,7	13,8%	
	Nigeria	15,4	4,9%	3
	RSA	6,2	2,0%	17
	RD Congo	5,9	1,9%	18
Țările Arabe		37,1	11,7%	
	Algeria	9,2	2,9%	9
	Arabia Saudită	8,1	2,6%	12
	Iraq	4,3	1,4%	20
Europa		34,8	11,0%	
	Maria Britanie	8,5	2,7%	11
	Elveția ²	7,2	2,3%	13
	Grecia	5,0	1,6%	19
Australia		34,0	10,8%	1
Asia de Est		31,6	10,0%	
	Indonezia	9,8	3,1%	8
	Singapore	7,0	2,2%	14
	Vietnam	6,4	2,0%	16
Alte regiuni		2,7	0,8%	21
	TOTAL:	318,9		

Sursa: Heritage Foundation Dataset, China's Outward Investment, (ianuarie 2005 – decembrie 2010), date prelucrate de autor.

Lista piețelor investiționale țintă ale Chinei include țări fie cu zăcămintele naturale semnificative, fie cu mediu investițional și economic propice. Unele țări-gazdă pot oferi ambele posibilități simultan. De exemplu, SUA, în pofida faptului că dispune și de resurse considerabile de cărbune, gaze naturale, zăcămintele de metale feroase, oferă relativ puțin spațiu de manevră companiilor chineze. Comparativ cu PIB-ul anual înregistrat investițiile chineze directe în economia SUA prezintă valori ne semnificative (figura 1). În revanșă economia kazahă devine din ce în ce mai dependentă vis-à-vis de investițiile chineze directe și ar putea deveni chiar captivă pentru anumite piețe, inclusiv pentru piața forței de muncă.

¹ Nu sunt incluse investițiile în hârtii de valoare de stat.

² Achiziționat Addax Petroleum, companie fondată în 1994. Activități de explorare și exploatare a zăcămintelor petroliere în Africa de Vest (în special, Nigeria), valoarea tranzacției - 7,2 mlrd. USD.

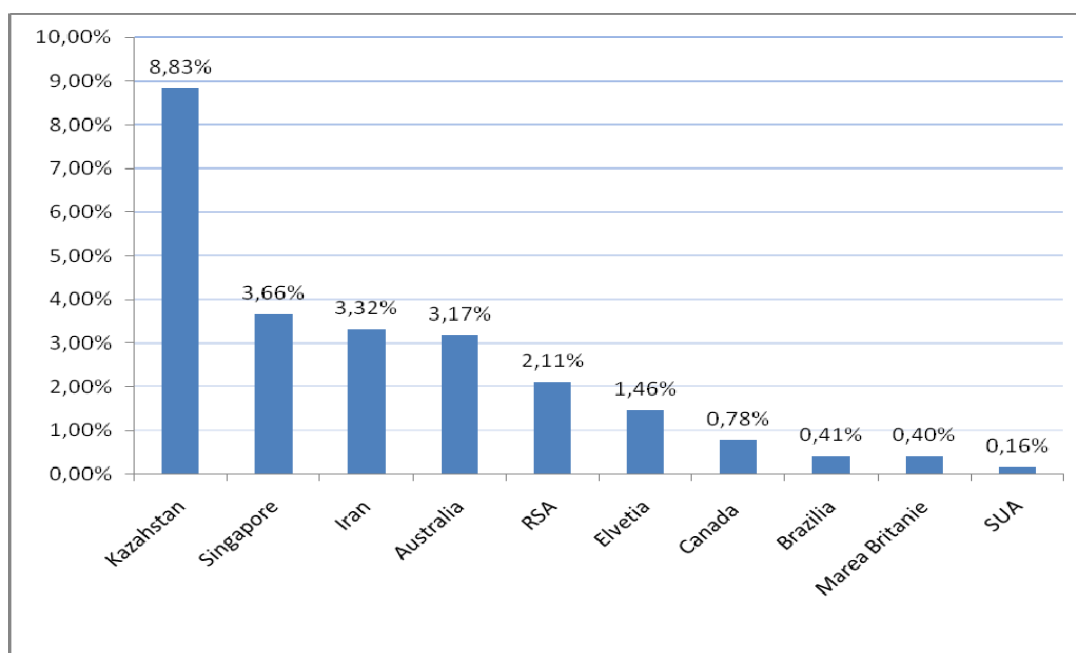


Figura 1. Ponderea investițiilor chineze raportate la PIB-ul unor țări-gazdă (2005-2010)

*Sursa: International Monetary Fund, World Economic Outlook Database
<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2010/02/weodata/download.aspx>*

Situația investițiilor chineze directe în SUA s-ar putea și ea metamorfoza într-un mod dramatic. Actualmente, grosul fluxurilor investiționale chineze sunt cele monetare în hârtii de valoare de stat cu dobândă redusă (treasury bills), care totalizează peste 90%. Parțial, aceasta se datorează comportamentului restrictiv al autorităților federale pentru investițiile directe de origine chineză și faptului că autoritățile chineze interzic companiilor lor să utilizeze rezervele valutare pe piața domestică, urmând o politică monetaristă strictă. Conversia a numai 5% din valoarea alocată în obligațiunile statului american ar cvadrupla la circa 90 mlrd.USD suma investițiilor directe chineze. Din punct de vedere economic, acumulările investiționale chineze în hârtii de valoare ale statului american nu creează afaceri noi, locuri de muncă noi, perspective de creștere și dezvoltare, dar reprezintă mai mult o modalitate de protecție a economiei americane contra expansiunii chineze și un plasament lipsit de risc pentru rezervele valutare acumulate de entitățile chineze.

Din ce în ce mai mult, chinezii optează pentru investiții în tehnologie (creșterea realizată în anul 2010, față de anii precedenți, este de 25%) chiar și prin achiziție de drepturi de proprietate intelectuală, ceea ce le poate asigura trecerea la un nou nivel al proceselor de producție. Este de remarcat faptul că anume așa gen de tranzacții sensibilizează guvernele țărilor-gazdă prin aplicarea restricțiilor și barierele investiționale. În ceea ce privește investițiile în industria extractivă, majoritatea companiilor achiziționate devin captivele pieței chineze ca sursă de materii prime pentru creșterea economică.

Avantajele gestiunii statului, în ceea ce privește expansiunea externă pentru firmele chineze, sunt reprezentate de accesul la fonduri financiare importante; piața de desfacere garantată (în special, pentru companiile ce activează în explorarea și exploatarea materiilor prime și a resurselor energetice); un lobby politic considerabil în țările-gazdă; susținerea unor proiecte investiționale de durată și cu profitabilitate relativ redusă, dar necesare pentru crearea unor premise de dezvoltare ulterioară și creare de sinergie cu alte companii chineze.

Repartizarea sectorială a tranzacțiilor investiționale realizate de RPC

	Valoarea tranzacțiilor, mln. USD	Nr. tranzacțiilor investiționale
Explorări și exploatare resurse energetice fosile	\$121 090	73
Metalurgie și extracție minieră	\$67 970	67
Transport și infrastructură	\$42 750	35
Finanțe și bănci	\$32 830	21
Energie electrică	\$31 700	36
Investiții imobiliare	\$11 140	22
Tehnologii și telecomunicații	\$4 610	14
Agricultură	\$3 490	8
Industrie chimică	\$100	1
Turism	\$3 210	6
TOTAL:	\$318 890	283

Sursa: Heritage Foundation Dataset, China's Outward Investment (ianuarie 2005 – decembrie 2010), date prelucrate de autor.

Cu toate aceste avantaje, economiștii moderni susțin că ingerința statului chinez în activitatea companiilor prezintă și aspecte mai puțin favorabile¹. În primul rând, opacitatea modului în care sunt luate deciziile în cadrul companiilor din RPC; doi – decizii de alocare a resurselor economice care țin nu numai de factori obiectivi de piață, dar sunt și politic nuanțate; trei – pericol pentru securitatea națională a țărilor-gazdă în cazul unor investiții în sectoare-cheie sau de sensibilitate pentru economia și securitatea națională, inclusiv probleme de ordin social.

Aspectul al treilea este dat de numeroase cazuri când investițiile chineze nu primesc acceptul în ultimă instanță de la autoritățile statului-gazdă. Spre exemplu, SUA a blocat tranzacția de vânzare (M&A) a companiei **3com** și **Motorola** de către **Huawei Technologies Co** (echipament de telecomunicații, valoarea tranzacțiilor – 600 mln. USD și respectiv 1300 mln. USD); în sectorul energetic, aceste prohibiții sunt și mai elocvente: Federația Rusă blochează în anul 2005 vânzarea unei cote Rosneft companiei CNPC (valoarea tranzacției 2500 mln. USD); SUA – tranzacția M&A a companiei chineze CNOOC cu compania americană Unocal (valoarea tranzacției 18000 mln. USD); Angola – tranzacția M&A a companiei chineze Sinopec cu compania Sonagol (valoarea tranzacției 3400 mln. USD) etc. În general, în perioada 2005-2010, valoarea tranzacțiilor investiționale inițiate de către companiile chineze și eșuate din anumite considerente se ridică la cifra de 140 mlrd. USD (56 de tranzacții) și reprezintă 44% din valoarea tranzacțiilor investiționale realizate. În plus, Phil Rivett, liderul asigurării serviciilor financiare globale de la Pricewaterhouse Coopers menționează că 70%-80% din achizițiile din străinătate ale RPC nu-și ating obiectivele scontate². Una din cauzele subperformanțelor constă în inabilitatea companiilor chineze de a menține cadrele din companiile preluate. Expertiza tehnică și locală reprezintă, în acest sens, o parte importantă a valorii companiei achiziționate. Acest deziderat este depășit mult mai bine de competitorii Chinei pentru piața internațională – India și Brazilia. Aceste țări, în virtutea unei culturi cosmopolite mai bune și a faptului că sectorul privat, și nu cel de stat, asigură demersul investițional, sunt capabile să valorifice mai bine atuurile pe care le prezintă personalul local.

¹ The Economist, Nov 13-th-19th, China buys up the world, p. 11.

² Phil Rivett; Chinese companies advised to research before M&A; www.caijing.com.cn

Companiile chineze pot aduce beneficii considerabile economiei mondiale sub formă de energie complementară afacerilor în declin. Bineînțeles chinezii vor trebui să se adapteze specificului local: prin implicarea/menținerea, în gestiune de vârf a companiilor achiziționate, a cadrelor din țările-gazdă; vor trebui să reducă din opacitatea în ceea ce privește procesul decizional al companiilor de stat; vor trebui să încurajeze participarea mai activă a companiilor chineze private la procesele de internaționalizare. Iar pericolul că capitalul chinez ieftin poate submina pozițiile economiilor rivale poate fi canalizat întru fortificarea competiției și nu la descurajarea investițiilor. Este important ca autoritățile țărilor-gazdă să mențină o politică de flexibilitate fie prin negocieri directe cu autoritățile chineze a unor acorduri bilaterale de lungă durată, fie prin asigurarea unui cadru propice de încurajare, dar și monitorizare a investițiilor chineze.

Bibliografie:

1. Lin Anthony; *Chinese M&A on the Rise*, August 19, 2010, <http://amlawdaily.typepad.com/amlawdaily/2010/08/china-ma.html>
2. Scissors Derek, Ph.D., *China Global Investment Tracker: 2011*, Asian Studies Center at The Heritage Foundation, January 10, 2011.
3. Global Times, *China's M&A market in 2010 in prosperity*; January 27, 2011
4. Xinhua; *China leads emerging economies in WEF competitiveness ranking*; Septembrie 09, 2009.

TRATAREA MIGRAȚIEI ÎN LITERATURA ECONOMICĂ

Lect. sup. Angela BELOBROV, ASEM

This paper reviews the economic literature on international migration in world. This review will focus on the economic implications of migration, while recognizing that migration also may have important social and political impacts.

Fenomenul migrației internaționale a început să fie cercetat mai intens, începând cu anii '60, în cadrul modelelor de creștere economică. Necesitatea cercetării fenomenului de bază pe considerația că circulația internațională a forței de muncă, ca factor de producție, influențează ritmul creșterii economice. Studiile erau de tip explorator, cu tentative de formulare a unor serii de ipoteze și opțiuni teoretice asociate fie cu caracterul sistemic al migrației, fie cu dezvoltarea unei „culturi a migrației” la nivel comunitar, cu plasarea deciziei de migrație la nivelul familiei/gospodăriei, cu ideea migrației externe ca reacție de răspuns la riscul perceput asupra gospodăriei, de ideea extinderii și dezvoltării migrației clandestine pe baza rețelelor sociale și ideea apariției proceselor de instituționalizare a migrației pe măsura dezvoltării fenomenului. În marea majoritate a cazurilor, motivația principală a migrației forței de muncă o constituia existența diferențelor dintre nivelul plăților salariale în diverse țări.

În valoroasa lucrare „**The laws of migration**” (1885), Ernest George Ravenstein, în baza unor cercetări efectuate în Marea Britanie, a scos în evidență factorii care atrag sau resping persoanele în fluxul migrator. Această lucrare l-a consacrat pe E. G. Ravenstein drept „părinte” al economiei migrației, pentru că se consideră că el a delimitat acest domeniu de cercetare. Rezultatele cercetărilor au fost prezentate sub forma câtorva „legi” ale migrației, care au constituit baza tuturor cercetărilor ulterioare.

„Legile” migrației formulate de E.G. Ravenstein¹:

- I. Cel mai important determinant al migrației pentru muncă este distanța scurtă.
- II. Aceasta îndreaptă fluxurile de migranți spre centrele comerciale mari.
- III. Fiecare flux are un reflux compensatoriu în direcție opusă.
- IV. Ambele fluxuri comportă caracteristici similare.

- V. Mișcările la distanțe lungi sunt direcționate spre centrele comerciale mari.
- VI. Oamenii din localitățile urbane migrează mai puțin decât cei din localitățile rurale.
- VII. Bărbații migrează la distanțe mai mari, iar femeile migrează la distanțe mai mici.
Mai târziu, el a completat aceste legi cu încă două:
- VIII. De regulă, migrația se produce în prima parte a vieții active, între vârstele de 20-34 de ani.
- IX. „Dezvoltarea” locuințelor urbane este inadecvată pentru fluxul de migranți, ca urmare se formează ghetourileⁱⁱ.

Fenomenul migrației forței de muncă este abordat și în lucrarea **„Principiile economiei politice și ale impunerii”**, scrisă de marele economist David Ricardo, reprezentant al liberalismului economic. D. Ricardo analizează migrația forței de muncă ca reacție de răspuns la echilibrarea capitalului foarte productiv din țara de destinație. Acest fenomen apare ca un rezultat al salariilor mai mari din aceste țări, comparativ cu cele din țările de origine ale muncitorilor,ⁱⁱⁱ fapt ce servește drept stimulent al deplasării migranților.

Unii autori argumentează faptul că mobilitatea internațională a forței de muncă trebuie să fie deplină, încât să poată fi obținute avantaje asemănătoare celor din comerțul internațional. Astfel, Pritchett evidențiază faptul că mobilitatea internațională a forței de muncă poate conduce la bunăstare mondială.^{iv} Kahanec și Zimmermann arată că soluționarea problemelor demografice și economice la nivelul UE ține de fenomenul liberei circulații, de fenomenul brain-drain (circulația „creierelor”); migrația liberă nu trebuie să mai fie considerată în contradicție cu deschiderea pieței muncii și cu sistemele de securitate socială din UE.^v

Complexitatea proceselor (factorii push-pull, inflexiuni și întoarceri) induse de migrație și efectele acestora au atras specialiștii în cercetări în acest domeniu, ceea ce a condus la apariția unui număr mare de cercetări și studii.

În scopul prezentării, în ansamblu, a analizei materialelor științifice asupra migrației economice, considerăm elocventă prezentarea acestora structurate după două principii, dialogul rămânând deschis:

- principiul esenței apariției migrației sau cauzei declanșatoare a fenomenului și
- principiul permanenței fenomenului migrației forței de muncă (figura 1.).
-

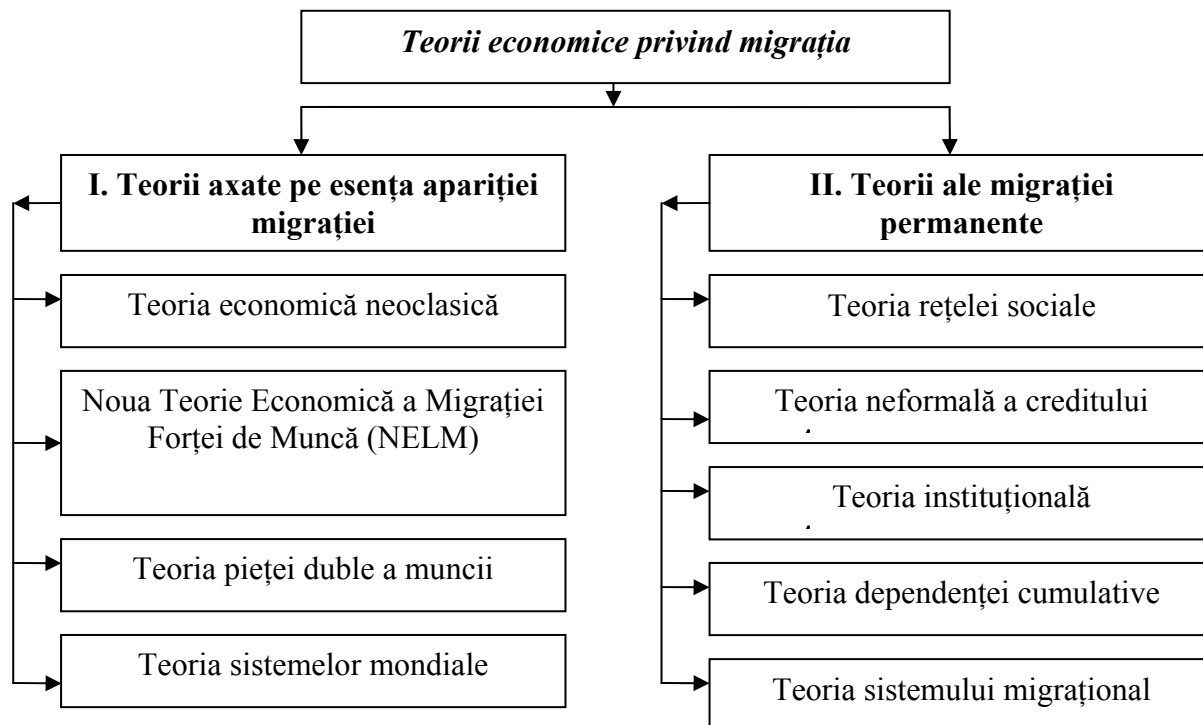


Figura 1. Teorii economice privind migrația

Sursa: elaborat de autor

I. În lucrările științifice, axate pe cercetarea naturii fenomenului, migrația se analizează ca un fenomen benefic, în principal, pentru indivizii-migranți și familiile/gospodăriile lor, iar obiectul cercetărilor îl constituie determinarea factorilor ce determină apariția migrației.

În lucrările lui William Arthur Lewis, „**Economic Development with Unlimited Supplies of Labour**” (1954); Michael P. Todaro, „**International Migration in Developing Countries: A Review of Theory, Evidence, Methodology and Research Priorities.**” (1976) și Joaquin Arango, Professor of Sociology, Complutense University of Madrid „**Explaining migration: a critical view**” (2000), sunt conturate mai multe principii, care corespund celor ale teoriei economice neoclasice.

Viziunea lui William Arthur Lewis, economist influențat puternic de teoria laissez-faire, referitoare la geneza migrației, se bazează pe un model de analiză bisectorială. Se plasează într-un cadru dualist, în antiteză, sectorul „tradițional” (agricol), în care productivitatea marginală a muncii se află în proximitatea lui zero, și sectorul „modern” (industrial), în care productivitatea marginală a muncii este strict pozitivă. Aceste idei au pornit de la faptul că el a constatat existența unui surplus de forță de muncă în zona rurală. Surplusul menționat este absorbit continuu de orașe prin intermediul migrației, care furnizează mână de lucru sectorului industrial în plină expansiune. Acest mecanism contribuie la alocarea optimă a factorului muncă. Fenomenul migrației, în paralel, prezintă și urmări sociale benefice.

În același domeniu, Michael P. Todaro a elaborat un model ce prefigurează procesul migrației din sate spre orașe, chiar în condițiile unui nivel simțitor al șomajului în orașe. În concluzie, putem remarca faptul că, în lucrările atribuite de noi la această teorie, analiza se axează doar pe factori macroeconomici, ca: deosebirile geografice ale regiunilor de origine și destinație ale migranților, structura vârstnică a populației, nivelul ocupării forței de muncă și posibilitățile de ocupare a forței de muncă.

Adepții teoriei economice neoclasice privilegiază rolul factorilor economici în explicarea apariției fluxurilor de migrație (la nivel macro) și a deciziei de migrație (la nivel micro).

Conform lucrării „**Explaining migration: a critical view**” (2000), decizia de migrație reprezintă rezultatul unui proces prin care individul evaluează rațional beneficiile migrației internaționale.

Inconvenientul acestor cercetări constă în neglijarea faptului că creșterea în sectorul industrial era susținută de acumularea rapidă a capitalului și progresul tehnic, și nu doar de factorul muncă.

Lucrarea lui Oded Stark și D. Bloom, „**The new economics of labor migration**” (1985), a prezentat viziuni revoluționare asupra migrației la acea vreme. În lucrare, au fost puse bazele unei noi teorii asupra migrației: *Noua Teorie Economică a Migrației Forței de Muncă*, cunoscută sub abrevierea *NELM* (New Economics of Labor Migration), dezvoltată și în alte lucrări, precum și de alți cercetători în decursul timpului.

Oded Stark și D. Bloom consideră că motivația migrației pentru muncă este de natură economică și se datorează, în cea mai mare parte, unor factori macroeconomici, ca instabilitatea și eșecurile piețelor locale (agricole), lipsa posibilităților de asigurare a riscurilor culturilor și altor mijloace de viață, protecția prețurilor și lipsa accesibilității creditului, dar și de factorii socio-culturali.

În lucrarea lui Michael J. Piore, „**Birds of Passage: Migrant Labor and Industrial Societies**” (1979), pentru prima dată, se întâlnește *teoria pieței duble a muncii*, care neglijează motivele și deciziile luate la nivel „ne-individual”.

Michael J. Piore consideră că motivul principal al migrației îl constituie factorii de nivel macroeconomic – cererea structurală a economiilor moderne din regiunile de destinație (orașe mari, țări străine). În centrul cercetării, se află factorii atractivi ai regiunilor de destinație, inclusiv reducerea structurală a ocupării la nivelul de jos al ierarhiei profesionale, la lucrări prost plătite și neprestigioase. Diferențele dintre nivelurile de salarii reflectă stratificarea socială, scopul oamenilor fiind accederea la locuri de muncă de alt nivel decât locurile de muncă aflate la nivelul inferior, care, ulterior, trebuie ocupate de migranți. Printre factorii atractivi fundamentali ai societăților regiunilor de destinație, M. Piore enumeră: (1) inflația structurală: așteptările sociale formale și neformale și mecanismele instituționale care asigură că salariile corespund ierarhiei de prestigiu și că scăderea salariilor pentru muncile calificate este improbabilă, deoarece cauzele inflației rezidă în salarii; (2) problemele motivaționale: puțini nativi doresc locuri de muncă cu salarii mici, deoarece ei dispun de recompense financiare, generate de statutul lor de băștinași; (3) dualismul economic: o bifurcație a forței de muncă are loc din cauza dorinței capitaliștilor de a folosi munca permanentă și munca de rezervă, pe măsură ce economia fluctuează (fie și pe sezoane); lucrătorii *capital intensive* (eng.) sunt mai costisitori și

pierd pe o piață a muncii primară sau câștigă în altele. grație avantajelor și caracteristicilor specifice; (4) problemele demografice de furnizare a forței de muncă: factorii de mai sus creează (și, totodată, furnizează) o cerere permanentă a lucrătorilor necalificați.

Pilonul teoriei constă în existența unei piețe a forței de muncă duale, incluzând *un sector primar*, caracterizat, în principal, de un serviciu stabil, condiții bune de muncă, beneficii secundare și posibilitatea mobilității ascendente și *un sector secundar*, cu serviciu necalificat și instabil, condiții grele sau periculoase de muncă și slabe posibilități de mobilitate ascendentă pe scara ierarhică. Această teorie prezintă o serie de avantaje indiscutabile în explicații, unul dintre cele mai importante fiind conjugat cu justificarea aparentei contradicții dintre migrația forței de muncă și șomajul ridicat în cazul unor țări de destinație, însă prezintă o serie de limite: (i) Teoria pieței duble a muncii explică doar ce se întâmplă în țara de destinație, furnizând o motivație convingătoare pentru apariția programelor de tip *guest worker* și răspunzând, oarecum, anticipat dezbaterii publice despre imigrație și temerilor fundamentale, potrivit cărora imigranții ajung să concureze cu nativii în ocuparea locurilor de muncă. (ii) Teoria înaintată prezintă o viziune exclusivă din perspectiva societății, al cărei mesaj general poate fi tradus în termenii: avem nevoie de imigranți pentru lucrurile pe care nu le putem/nu dorim să le facem, ei nu sunt o amenințare pentru noi, deoarece n-au acces la segmentul primar. Problemele sociale ale imigranților rămân în umbra ideii primare. (iii) Teoria pieței duble a muncii denotă că migrația internațională este dirijată de cererea de forță de muncă și, sub acest aspect, nu poate să explice decât o parte a realității. Ea explică doar cazul migrației bazate pe recrutarea forței de muncă, fără a mai fi, în aceeași măsură, adecvată fluxurilor „spontane”, ce caracterizează perioada care a urmat după anii ‘70 ai secolului trecut.

În lucrările lui Immanuel Wallerstein, „**The Modern World System I: Capitalist Agriculture and the Origins of the European World Economy in the Sixteenth Century**”(1974) și Douglas S. Massey „**Social Structure, Household Strategies, and the Cumulative Causation of Migration**” (1989), expunerea problematicii corespunde principiilor *teoriei sistemelor mondiale*.

În aceste lucrări, principala cauză a migrației o constituie globalizarea economică și politică. Globalizarea provoacă transformări sociale și influențează raporturile tradiționale dintre patron și angajat. Și, anume, globalizarea contribuie, în cea mai mare măsură, la introducerea mijloacelor de producere moderne, ce se soldează cu concedierea lucrătorilor necalificați.

Exponentul cel mai cunoscut al curentului, Immanuel Wallerstein, formulează existența a trei zone concentrice: *centrul* (puterile dominante), *semi-periferie*, *periferie*, cu referire la roluri distincte în diviziunea internațională a muncii.

În acest context, migrația internațională asigură fluxurile forței de muncă de la periferii spre centrele economice, fiind facilitate de legăturile materiale (dezvoltarea transportului și a telecomunicațiilor), pe care țările de origine ale fluxului de capital (centrul) sunt interesate/forțate să le dezvolte pentru a-și derula investițiile. Factorii, ce declanșează migrația, sunt de natură structurală, în afara celor economici, răspândirea, prin diverse mijloace (mass-media având un rol major), a valorilor și informației despre stilul de viață occidental, creează aspirații greu de împlinit în spațiul țărilor periferice.

Cercetările lui I. Wallerstein și D. Massey nu acordă atenție deciziilor adoptate la nivel micro – de individ, familie/ gospodării.

II. Conturul generalizat al unui șir de lucrări științifice, ale căror teze principale argumentează faptul că factorii care provoacă migrația se deosebesc de cei care fac migrația permanentă, sugerează că aceste lucrări ar putea fi încadrate în șirul *teoriilor migrației permanente*.

Teoria rețelei sociale atribuie rolul de actor al procesului migraționist rețelelor sociale. Această idee se întâlnește în lucrările lui G.J. Hugo „**Population Movement in Indonesia during the Colonial Period**” (1981) și Douglas, S. Massey „**The Social and Economic Origins of Immigration**”(1990a) și „**Social Structure, Household Strategies, and the Cumulative Causation of Migration**” (1990b) și este susținută, în prezent, de mai mulți cercetători, precum Ivan Light și Stavros Karageorgis, Universitatea din California; Parminder Bhachu, Clark University.

Lucrările se axează pe analiza factorilor de nivel micro. Autorii consideră că legăturile dintre migranți și cei rămași acasă, familiile și prietenii, inițiază noi mișcări migraționiste. *Rețeaua de migranți* este „un set de legături interpersonale care leagă migranți, foști migranți și non-migranți din țara/regiunea de destinație și cea de origine prin intermediul legăturilor de rudenie, prietenie și origine comună („*shared community origin*”, în original)^{vi}. Astfel, rețelele sociale minimizează riscurile și

cheltuielile noilor sosiți. Răspândirea acestor rețele atât în regiunile/țările de origine, cât și în regiunile /țările de destinație ale migranților contribuie la majorarea potențialelor fluxuri de migranți. Limitele migratorii sunt dictate doar de timp, așa cum regiunea de destinație a migrantului pentru care se adoptă decizia, suferă schimbări în timp, devenind mai puțin atractivă pentru următorii migranți.

În lucrarea lui Bernard Poirine, „**A Theory of Remittances as an Implicit Family Loan Arrangement**” (1997), remitențele se analizează din punctul de vedere al teoriei financiare și se cercetează sub aspectul plasării unui împrumut în familie, care se realizează în trei trepte. Din punctul de vedere al teoriei economice, lucrarea se atribuie la *teoria neformală a creditului*.

Conform interpretării prin prisma teoriei neformale a creditului, remitențele sunt niște împrumuturi neformale pentru dezvoltarea capitalului uman, în condiții de rambursabilitate implicită. Familiile investesc inițial în educația/pregătirea viitorului migrant, așteptând ca rata de rentabilitate a investiției în capitalul uman să fie mai mare decât la alte investiții (ca în agricultură)^{vii}.

În lucrările: S. Massey, R. Alarcon, H. Gonzalez, J. Durand „**Return to Atzlan: The Social Process of International Migration from Western Mexico**” (1987); Thomas Faist „**The Volume and Dynamics of International Migration and Transnational Social Spaces**” (2000) ș.a., se remarcă conturul *teoriei instituționale a migrației*.

Aceste studii se delimitează de altele, prin faptul că se consideră că nu individul sau familiile generează procesele migratorii, cauza acestora constituind-o procesele de macronivel.

Teoria instituțională consideră că permanența migrației se datorează existenței unor instituții/infrastructuri obștești, prin aceasta recunoscându-se existența și importanța rețelelor sociale, care sunt organizații implicate în dirijarea fluxurilor de migranți clandestini (fără documente) și pentru care această activitate (traficul de ființe umane) apare ca un business. Scopul acestor întreprinzători este satisfacerea cererii create de decalajul dintre numărul mare de persoane care încearcă să intre într-o țară bogată („capital-rich country”, în original) și numărul limitat de vize de imigrare, pe care aceste țări, în mod obișnuit, le acordă. Ei speculează și, implicit, încurajează indirect tendințele internaționale de migrație ilegală în scopul obținerii profitului.

Pentru prima dată, Gunnar Myrdal, în lucrarea „**Economic Theory and Under-Developed Regions**” (1957), a prezentat o altă teorie - *teoria dependenței (determinării) cumulative*.

Cercetarea acordă atenție majoră proceselor social-economice la nivel macro. Fiecare eveniment de migrație provoacă modificări ale contextului social, în care se adoptă decizii despre migrațiile viitoare, făcând migrațiile noi mai posibile. Există șase factori social-economici în regiunile de origine care se supun influenței, generând noi fluxuri migratorii: (1) distribuția veniturilor, (2) distribuția terenurilor, (3) distribuția regională a capitalului uman, (4) organizarea agriculturii, (5) cultura migrației, (6) importanța socială a muncii pe diferite genuri de activități în parte.

Cercetarea fenomenului migraționist a constituit obiectul lucrării autorilor Mary M. Kritz, Lin Lean Lim și Hania Zlotnik, „**International migration systems: a global approach**” (1992), în care a fost elaborată *teoria sistemului migrațional*.

Problema-cheie a economiei migrației o reprezintă determinarea și cercetarea fluxurilor migratorii stabile între regiunile de origine (ieșire) și instalare (gazdă) în scopul explicării apariției și prezenței permanente a migrației. „Sistemul migrațional internațional” se compune din totalitatea principalelor regiuni primitoare de migranți din țările de destinație și totalitatea principalelor regiuni donatoare de migranți din țările de origine. Problema constă în aprecierea, studierea corelației și raporturilor dintre procesele migratorii în regiunile de origine și cele de destinație. Procesul de luare a deciziilor la nivel micro (de individ sau gospodărie) se consideră de o importanță majoră în permanența migrației.

Dacă, în a doua jumătate a secolului XX, cercetările privind tematica migrației economice se axau pe cercetarea cauzelor migrației, atunci, la începutul secolului XXI, cercetătorii din întreaga lume s-au axat pe efectele procesului migraționist. În acest context, gestionarea eficientă migrației a devenit o prioritate politică atât pentru țările dezvoltate, cât și pentru țările în curs de dezvoltare.

Bibliografie:

- i. Ravenstein, E. (1885). *The laws of migration*. // Journal of the Statistical Society of London, 48, 167–235. Citat după <http://www.seiselt.com/smutheory/David%20Willers/Ravenstein.html> (vizitat 20.01.2006).

- ii. Ghetou – cartier al unui oraș în care erau constrânși să trăiască evreii sau alte nații din unele țări // Dicționarul Explicativ al Limbii Române. – București: Univers Enciclopedic, 1998. – 1192p.; p. 421.
- iii. Ricardo, D. *Opere alese*, vol. I. Chișinău, 1993. 336 p.
- iv. Pritchett, L. (2006), *Let Their People Come: Breaking the Gridlock on Global Labor Mobility*, Washington, DC: Center for Global Development. (citată după <http://ipsnews.net/news.asp?idnews=34730>). (vizitat 01.12.2009).
- v. Kahanec, M., Zimmermann, K.F., eds. (2009), *EU Labor Markets after Post-Enlargement Migration*, Springer, Berlin et al. [/http://www.iza.org/en/webcontent/publications/books/flyerEUbook.pdf](http://www.iza.org/en/webcontent/publications/books/flyerEUbook.pdf) (vizitat 01.12.2009).
- vii. Douglas, S. Massey. *The Social and Economic Origins of Immigration*. 1990. Citată după <http://www.jstor.org/pss/1046794> (vizitat 01.12.2009).
- viii. În loc să participe la obținerea unei părți din veniturile familiei lucrând în gospodărie sau afacerea familiei viitorul migrant este trimis la studii. Familia suferă costul studiilor și ratează posibilele venituri, în special, când trebuie finanțat traiul și consumul studentului pe perioada când acesta locuiește separat de familie.

SPIRITUL ANTREPRENORIAL - VOCAȚIE SAU CALITATE DOBÂNDITĂ

Conf. univ. dr. Ghenadie Ciumac

A fi antreprenor, la etapa actuală și la condițiile contemporane, înseamnă a crea, a fonda, a dezvolta, a genera fenomene economice în scopul reproducerii capitalului.

Întrebarea, care s-a ridicat, care a fost analizată și la care s-a încercat să se ofere un răspuns univoc a fost „ce determină o persoană să devină întreprinzător?”. Este, oare, o stare de spirit, o posibilitate de a te manifesta, necesitate dictată de prezent, un exemplu preluat de la părinți sau, totuși, o pregătire profesională în domeniul economic. Deci, cum s-a menționat, un răspuns univoc nu s-a putut da, ba și mai mult, atunci când se ridică problema în cauză, întotdeauna s-au trezit mai multe păreri și dezbateri. Fiecare savant, cercetător, reprezentant al unui curent și domeniu științific au avut propriul punct de vedere precum și argumentele care au fost expuse în încercarea de a profila portretul unui întreprinzător. Din aceste considerente, în lucrarea respectivă, nu s-a pus scopul de a da un răspuns cert la întrebare, dar, totuși, s-a încercat de a cerceta fenomenul în cauză și de a expune determinantele principale în manifestarea „spiritului antreprenorial”.

„Întreprinzătorul, scria economistul francez Jean-Baptiste Say, deplasează resursele economice de la un nivel de productivitate și randament dat, la un nivel superior”. Cu toate că această definiție nu ne spune cine este el, însă, din definiția expusă, care a fost creată cu două secole în urmă, se subînțelege că întreprinzătorul este diferit de contemporanii săi, el are un obiectiv și capacități personale de a plasa resursele economice în așa mod, încât să obțină o productivitate și randament mai înalt. Dar J.B. Say nu precizează este, oare, acest obiectiv rezultat din experiența acumulată sau e un spirit antreprenorial ce determină persoana în cauză de a fi superioară față de ceilalți.

Totuși, se pune întrebarea este „**spiritul antreprenorial**” **vocație** sau **calitate** dobândită?

Conform definiției din Dicționarul explicativ al limbii române noțiunea „vocație” semnifică aptitudine deosebită pentru o anumită artă sau știință, chemare, predispoziție pentru un anumit domeniu sau pentru o anumită profesiune.

Calitate dobândită ar însemna o trăsătură obținută prin muncă, eforturi și perseverență.

Literatura de specialitate ne oferă diverse exemple unde se încearcă de a prezenta persoana ce are acel spirit antreprenorial, care-l ghidează pe parcursul activității sale antreprenoriale. Iată unul din ele.

„Spre exemplu, cuplul care deschide o brutărie sau un restaurant cu specific arab într-un anumit cartier național își asumă anumite riscuri. Ceea ce fac ei s-a făcut de zeci de ori înaintea lor. Ei mizează pe cererea unor astfel de produse în cartierul respectiv, dar ei nu satisfac și nici nu creează o

nouă cerere de consum. Sunt ei întreprinzători? Se întreabă autorul. Tot el și răspunde: „Din acest punct de vedere, ei nu pot fi considerați întreprinzători, chiar dacă au creat o nouă întreprindere”.

„Dimpotrivă, societatea Mc Donald face operă de întreprinzător. Desigur, ea nu a inventat nimic. Produsul său final corespunde exact cu ceea ce întâlnim și în alte restaurante. Dar, aplicarea conceptelor și tehnicilor de management (a se întreba, de pildă, care sunt așteptările consumatorului), standardizarea producției, concepția asupra procesului de fabricație, experimentarea bazată pe analiza muncii depuse și definirea normelor necesare au permis firmei Mc Donald să crească productivitatea într-o manieră considerabilă, să creeze o nouă piață și un nou tip de clientelă. Acesta este spirit de întreprinzător.

Toate micile întreprinderi create au numeroase puncte comune. Nu este, însă, suficient să fie noi pentru a face operă de întreprinzători. Întreprinzătorii reprezintă, de fapt, o minoritate printre noile întreprinderi, o minoritate ce creează ceva nou, diferit și care provoacă o schimbare, o mutație de valori”.

Deci, din exemplul prezentat mai sus, se explică clar că persoana cu spirit de întreprinzător, în mod obligatoriu, trebuie să creeze ceva nou (produs, metodă, cerere, consumatori). Dar, nu putem să fim de acord că persoana care, din start, a inițiat o afacere, ce are tangențe cu altele în ceea ce privește și produsul, și metoda de management nu este și ea întreprinzător, pentru că odată ce și-a exprimat dorința și disponibilitatea de a se avânta în jocul economic, odată ce a acceptat regulile dure ale economiei de piață, odată ce a creat locuri de muncă și și-a asumat o responsabilitate economică și socială, această persoană poate fi clasat în categoria oamenilor cu spirit antreprenorial.

Spiritul antreprenorial nu se limitează la sfera economică de unde, de fapt, provine. El se raportează la toate activitățile umane de tip „social”. Fie că este vorba de învățământ sau de sectorul sănătății, întreprinzătorul face aproape același lucru, întrebuițează aceleași instrumente, întâlnește aceleași probleme ca și întreprinzătorul ce conduce o afacere. Întreprinzătorul percepe crearea și schimbarea ca o normă obișnuită. El depune toate forțele interioare (capacitățile fizice și morale) și exterioare (condițiile mediului ce-l înconjoară) pentru a întreprinde ceva, pentru a adapta „lucrarea sa” la condițiile și cerințele prezente, iar toate rezultate să le exploateze ca o oportunitate.

Așa deci, dacă ne referim la „*spirit antreprenorial*”, atunci există o categorie de savanți, cercetători, inclusiv oameni de afacere care susțin că apariția acestui spirit este datorată faptului existenței „*genului antreprenorial*”. Această întrebare a frământat mai multe categorii de persoane, luând în considerație faptul că tot aceste persoane susțin că a iniția o afacere este posibil doar cu prezența unei înclinații proeminente către business și interese economice.

Așadar, un grup de savanți, din cadrul instituției londoneze „Saint Thomas Hospital”, au efectuat o cercetare asupra unui grup de gemeni. Ca exemplu, s-au luat câte o pereche de gemeni care, prin starea lor de spirit erau foarte diferiți, deoarece unii erau gata să se aventureze în jocurile dure ale lumii afacerilor, ceilalți erau cei mai disciplinați funcționari în cadrul organizațiilor. Realizând studii în acest segment, savanții susțin ca au descoperit o pereche de gene, ulterior, au și fost numite „*genul antreprenorului*”, care și determină manifestarea spiritului de antreprenor sau spiritul de inovație, schimbare și acțiune. O altă grupă de sociologi, care, după o serie de experimente, au determinat existența acestui gen, susțin că doar 10% de populație au acest „gen al antreprenorului”. S-a realizat o cercetare și o anchetă în rândul oamenilor din diferite domenii, cu un nivel diferit de calificare care susțin că unul din factorii importanți în inițierea unei afaceri este aptitudinea de a fi antreprenor sau dacă îl numim cu o determinantă aceasta este „*spiritul de antreprenor*”.

Cred că anumite afirmații nu putem să le negăm. Dar, dacă ne axăm pe faptul că doar **10% din populație are „spiritul antreprenorial”**, atunci, cu siguranță, includem în această grupă asemenea personalități ca Bill Gates cu corporația Microsoft, dinastia Ford, familia Michelin, Renault, Agnelii etc. care au generat o tradiție de creare a unor întreprinderi noi, plecând de la zero până a le transforma în industrii deloc neglijabile în prezent și cu o impunere impresionantă pe arena mondială economică. Cu certitudine putem afirma că așa personalități, care au fost enumerate mai sus, într-adevăr, constituie 10% din populație.

Specialiștii niponi au plecat, însă, mai departe. Astfel, ei, în scopul valorificării mai productive a potențialului uman, au elaborat o teorie întregă despre importanța grupei sangvine a individului. Interesul față de această temă a apărut în Japonia în anii – 20, iar principiul „**Particularități funcționale în funcție de grupa de sânge**” a fost încercat în al Doilea Război Mondial, în practica de completare a regimentelor de elită ale armatei nipone. Actualmente, în Japonia, sunt folosite pe larg

cursuri speciale pentru manageri la această temă, iar lucrările vestitului cercetător Tositaka Nomi au cunoscut, deja, un tiraj de peste 6 mln. exemplare.

Conform acestei teorii, deși sunt și sceptici ce n-o recunosc, niponii sunt convingși, și această convingere a lor este pe larg utilizată, că:

1. **purtătorii grupei O (I)** sunt, de regulă, persoanele cu o natură puternică, perseverente, cu scopuri bine determinate, entuziasmate și optimiste, devotate businessului în orice formă ar fi, și cu încredere în victoria lor.
2. **purtătorii grupei sangvine A(II)** sunt persoanele predispuse anumitor ordine și orânduieii stricte, cu un pedantism extrem, migăloși în amănunte și atenți în acțiuni.
3. **purtătorii grupei B (III)** sunt persoane influențabile și flexibile, docile și tolerante, cu o asiduitate aparte și creatoare, posedând o iscusință de a se concentra.
4. **purtătorii grupei AB (IV)** sunt persoane, de regulă, cu o grupa de sânge mai rară. Aceste persoane au un raționalism și vocație evidentă, cu aptitudini de a fi lider, capacități majore de organizare și individualitate expresivă și prudentă.

Cum putem observa, din cele expuse anterior, persoanele care posedă grupa de sânge O, AB au evidente caracteristici de a fi întreprinzători pentru că au natură puternică, au scopuri bine determinate, aptitudini de lider. Teoretic, această categorie de oameni poate încerca să-și manifeste aptitudinile lor în afaceri, dar această nu le dă garanția că ei vor obține beneficii sporite din activitatea lor antreprenorială. Este evident faptul că reușitele în afaceri depind de mult prea mulți factori, ca să putem afirma cu certitudine despre succesul lor. Totodată, nu s-a realizat o cercetare în rândul oamenilor de afaceri, care ne-ar putea informa ce grupe de sânge posedă întreprinzătorii care ar afirma cele expuse anterior.

Din cele expuse anterior, rezultă că există o categorie de oameni care, din start, posedă anumite calități care i-ar determina să înceapă o activitate antreprenorială.

Dar practica demonstrează că, în jocul economiei de piață, în lumea afacerilor, se avântă persoane care nu posedă acele caracteristici enumerate mai sus, dar posedă anumite calități dobândite în decursul unei perioade de viață pe diferite căi (educația în instituția de învățământ, practica de la serviciu, exemplul părinților, motivația de a reuși și modul de a se autorealiza prin activitate antreprenorială). Deci, trebuie cercetată și această categorie de persoane, care, în pofida faptului că nu posedă o anumită grupă de sânge sau nu posedă acel „gen antreprenorial” sau nu au un anumit temperament, au început o activitate antreprenorială.

Ca și la întrebarea anterioară, literatura de specialitate ne dă răspuns și de data aceasta. O persoană medie ce aparține unei comunități întotdeauna își are propriile aspirații, obiective și un anumit scop și punct unde el tinde să ajungă. Și dacă facem referință la teoria lui Maslow, care clasează toate necesitățile într-o anumită ierarhie, cele de bază și medii sunt: confortul psihologic (inclusiv și necesitățile vitale), securitatea (care se materializează în securitatea proprie, a familiei sale, a resurselor materiale), apartenența la o anumite comunitate (dragoste, respect, recunoștință). Astfel, odată ce aceste necesități sunt identificate, persoana în cauză caută să le satisfacă cu anumite resurse: materiale, fizice, morale, întreprinzând anumite acțiuni care le-ar asigura satisfacerea. Acele acțiuni care duc la satisfacerea necesităților sunt materializate în diferite procedee, cum ar fi întemeierea familiei, instruire și calificare, angajarea la serviciu sau, nu în ultimul rând, de a întreprinde o afacere, rezultatele căreia răspund la mai multe necesități ale individului: ocupație, sursă de venit, stabilitate, auto - realizare etc.

Nevoia de stabilitate, **nevoia de reușită și motivația** de a se autorealiza, în mare parte, și determină un individ de a întreprinde și de a-și identifica spiritul antreprenorial intern.

Dar și aceste caracteristici nu prezintă același grad de intensitate. Gradul diferă de la un individ/comunitate la alta. Acest fapt a fost concluzionat de Mc Clelland. Concluzia a fost dată publicării, după ce s-au studiat numeroase anchete efectuate în diferite țări. Deci, el a formulat următoarele:

1. Nevoia de reușită diferă de la o persoană la alta, după cum și colectivitățile se diferențiază în aceeași manieră: țări, grupuri religioase, grupuri etnice, clase sociale epoci istorice au niveluri diferite de motivare și reușită.
2. Analiza dezvoltării economice a unui număr de țări industrializate, între anii 1925 și 1950, a arătat că, în țările unde, în 1925, s-a identificat o puternică motivație de reușită s-a realizat o expansiune și dezvoltare economică mai rapidă decât în altele.

3. Analizele făcute unor epoci istorice diferite arată că o motivație de reușită ridicată precedă imediat o perioadă de dezvoltare economică și că motivația de reușită se diminuează în momentul în care dezvoltarea economică atinge un nivel ridicat, iar o descreștere a motivației de reușită antrenează o regresie economică.
4. Dacă **motivația de reușită acționează ca un factor de dezvoltare economică**, explicația constă în faptul că **ea este un element fundamental al spiritului economic întreprinzător**, mai exact al mentalității de „întreprinzător”, indiferent de structura socială a comunității respective.

Însă, Mc Clelland a ridicat, totodată, și altă întrebare: ce conduce la o puternică motivație de reușită la anumite persoane și la altele nu, la anumite comunități și la altele nu? La această întrebare, Mc Clelland răspunde că, dacă motivația de reușită este o trebuință psihică, o trăsătură de personalitate, totuși, ea nu este un fenomen psihic. Și el ajunge la concluzia că **nevoia de realizare**, respectiv performanțele, **nu este ereditară, iar oamenii pot fi învățați să-și dezvolte o motivație puternică în acest sens.**

O cale în dezvoltarea motivației de reușită o constituie condițiile mediului social. Printre cele mai relevante sunt următoarele:

1. Educația primită în familie. Aceasta nu în sensul că copiii trebuie să aibă nevoia de reușită la nivelul părinților lor. Dimpotrivă, se observă că părinții care au avut o puternică dorință de reușită, au tendința să dezvolte la copiii lor o slabă trebuință de reușită. Educația cea mai favorabilă trebuinței de reușită este cea care dezvoltă suficient de repede la copil autonomia personală, stăpânirea de sine, ambiții precise, încredere de sine.

2. Clasa socială, din care fac parte părinții, influențează nevoia de reușită. În opinia lui Mc Clelland, necesitatea de reușită cea mai ridicată este în rândul claselor mijlocii.

3. Ambiția de reușită și dorința de a-și ameliora situația și șansa să spere într-o schimbare veritabilă. Individul trebuie să stabilească anumite obiective, realizabile, iar obiectivul foarte îndepărtat este defavorabil motivației de reușită.

4. Climatul ideologic. Este vorba de un climat ideologic ce provoacă redefinirea unei colectivități și a scopurilor sale antrenând la nivel de masă o mare dorință de a reuși. Drept exemplu, Mc Clelland prezintă metamorfoza Chinei și numește exemplul „trei Chine”: China Republicană(1920-1929), China Naționalistă (1950-1959) și China Comunistă în perioada actuală. El constată un nivel slab al dorinței de reușită în prima perioadă, un nivel ridicat în a doua perioadă și motivația cea mai puternică în ultima perioadă.

Deci, s-au prezentat principalele premise și, anume, condițiile care contribuie la dezvoltarea nevoii de reușită, care, la rândul său, este fundamentul „spiritului antreprenorial”. Din cele expuse anterior, putem constata că, totuși, acest spirit poate fi dezvoltat. Dar programul de dezvoltare este un proces de lungă durată și care antrenează generații. Este foarte important ca oficialitățile, părinții, profesorii să motiveze generația care precedă, creându-le un sistem de valori și motivații de genul: *motivații economice și profesionale, motivații de autorealizare, motivații psihologice.*

Pe lângă elementele enumerate anterior, care dezvoltă motivația de reușită, literatura de specialitate ne prezintă și factorii favorizanți în calea dezvoltării spiritului antreprenorial și anume:

- **mediul economico-social favorabil dezvoltării unei afaceri:** legislație, liberă concurență, cadru financiar stimulat și stabil, protecția proprietății (inclusiv cea intelectuală)

- **educația primită în familie.** Un copil obișnuit cu negocierile, cu asumarea unor riscuri, cu preocupări inovative, cu părinți inițiați într-o afacere au mai multe șanse de a deveni antreprenori. Exemplul părintesc reprezintă o sursă, un model și o influență majoră pentru alegerea și dezvoltarea în cariera sa antreprenorială.

- **existența unei culturi proactive a antreprenoriatului,** gradul de credibilitate, acceptabilitate și de respect acordat de populație, persoanelor de succes care își gestionează propria afacere, reprezintă un stimulent moral deosebit.

- **educația antreprenorială în școli,** universități sau într-un sistem de formare continuă adresată adulților, metodele prin care doritorii pot asimila cunoștințe și aptitudini specifice antreprenoriatului

Deci, dacă am ajuns la concluzia că „spiritul antreprenorial” poate fi educat și dezvoltat, atunci există cauze și motive care împiedică valorificarea lui. Printre cele mai semnificative obstacole sînt factorii psihologici, factorii politici și factorii economici.

1. Factorii psiho-sociali. Sunt acele elemente introductive în viața fiecărui individ, de stabilirea și instituirea cărora sunt responsabili părinții, pedagogii, comunitatea. Este foarte important ca la fiecare copil să fie identificate corect înclinațiile și aptitudinile sale, iar greșeala cea mai mare este inhibiția lor. Totodată, la copil trebuie dezvoltat simțul autonomiei, responsabilității, încrederea în sine, ambiții precise. De asemenea, trebuie dezvoltate aptitudinile de adaptabilitate, de concentrare și capacitatea de a găsi soluții mai puțin standarde. Totodată, trebuie dezvoltat și sentimentul de responsabilitate. Un puternic simț de răspundere trebuie să persiste la toate persoanele pentru că fiecare din noi are o responsabilitate și o obligație față de persoanele ce ne înconjoară (familie, copii, colegi). Acestea sunt elemente elementare care, dezvoltate și educate corect, ar contribui la creșterea unei generații care va dori o schimbare în plan economico-social-politic, cu un sistem de valori bine determinat și cu o dorință de a acționa, de a crea, de a întreprinde. Ignorarea acestor elemente va aduce la faptul ca va crește o generație inertă, lipsită de inițiativă și cu o indiferență totală față de prezent și viitor.

2. Factorii politici sunt o altă categorie de factori care nu pot fi ignorați și care determină cursa principală de dezvoltare în domeniul politicii externe și interne. În condițiile actualei globalizări, e foarte important ca statul să promoveze o politică pentru dezvoltarea concurenței, democrației economice, exprimată prin pluralismul formelor de proprietate, cu o pondere semnificativă a proprietății private, și o democrație politică ce servește la crearea statului de drept. Este important să fie creat un cadru juridic adecvat, care stimulează și, totodată, protejează inițiativa, proprietatea privată, concurența și activitatea economică. Odată ce aceste elemente sunt perturbate și statul nu acordă sau nu poate asigura o stabilitate politică și economică, orice încercare de a crea, iniția sau „explora” spiritul antreprenorial este inhibată.

3. Factorii economici. În această categorie de factori, intră atât politicile economice promovate de către autorități, cât și mediul de afaceri al unei comunități. O politică fiscală austeră sau politică monetară de constrângere cu certitudine va influența în mod negativ economiile populațiilor și decizia de a investi sau de a iniția o afacere. De aceea, orice decizie la nivel macroeconomic trebuie corelată cu obiectivele și necesitățile individului la nivel microeconomic.

Din categoria factorilor economici distingem următoarele elemente relevante: nivelul de dezvoltare a economiei, politica salarială și mediul de afaceri.

1. Nivelul de dezvoltare a economiei. Au fost realizate mai multe observații, în urma cărora s-au tras anumite concluzii și anume atunci când economia unei țări se află în expansiune sau se atestă o anumită creștere economică, atunci se observă o diminuare a manifestării spiritului antreprenorial, și viceversa, când economia unui stat e în recesiune, atunci se atestă o intensificare în manifestarea spiritului antreprenorial. Se explică acest fenomen prin faptul că individul, care activează într-un stat ce se dezvoltă, are anumite avantaje economice și sociale și statul îi garantează o anumită stabilitate financiară pe viitor. În astfel de condiții, spiritul antreprenorial este puțin valorificat și probabilitatea manifestării lui este mai mică decât în cazurile când se atestă o recesiune economică, salariile, condițiile și siguranța păstrării unui loc de muncă devin foarte nesigure. În astfel de condiții, se observă că populația devine receptivă la condițiile nesigure și activă la valorificarea spiritului antreprenorial.

2. Politica salarială este alt element relevant ce-și aduce contribuția la manifestarea spiritului antreprenorial. În acest caz, dezvoltarea spiritului antreprenorial este invers proporțională cu politica salarială în cadrul unei economii sau, cu alte cuvinte, cu cât e mai mare salariul, cu atât persoana în cauză va manifesta o dorință redusă de a se avânta în sfera businessului. Odată ce individul, având calitate de angajat în cadrul unei organizații, este remunerat cu un salariu ce satisface necesitățile și așteptările lui, el renunță sau refuză de a-și asuma riscuri suplimentare când are calitatea de antreprenor. Însă, odată ce salariul devine puțin atractiv, iar mărimea lui nu corespunde așteptărilor individului, atunci acesta caută noi posibilități de a obține nivelul dorit de venituri și, în cele mai multe cazuri, un răspuns la situație este dezvoltarea propriei afaceri.

Deci, politica salarială, în cadrul unei organizații sau stat, prezintă influențe majore asupra dezvoltării spiritului antreprenorial.

3. Mediul de afaceri, creat datorită unui mix de elemente economico-sociale-juridice, are o influență majoră asupra dezvoltării spiritului antreprenorial. Mediul de afaceri se formează la interacțiunea politicilor și reglementărilor promovate de către autorități și reacțiile ce parvin de la populația activă implicată în sfera afacerilor. La rândul său, gradul de dezvoltare sporit al unui mediu

de afaceri poate constitui o oportunitate pentru antreprenori, fiind un „teren” favorabil de activitate. Deci, dacă mediul de afaceri este atât de important, ar fi cazul să se studieze elementele acestui mediu, care defavorizează dezvoltarea spiritului antreprenorial. Conform unui studiu sociologic, care a avut ca obiect de cercetare „Mediul antreprenorial. Probleme și perspective” și realizat de către „Asociația pentru dezvoltarea micului business” din Rusia, au fost publicate principalele piedici în dezvoltarea afacerilor. Au fost interviewate diferite categorii de persoane, care, deja, și-au întemeiat o afacere sau care intenționau de a o face, susțin că principalele piedici sunt:

- a) cadrul economic instituit într-o economie: inflația, productivitatea scăzută, înrăutățirea disciplinei de stingere a obligațiilor financiare față de parteneri, resursele de creditare scumpe, protejarea juridică insuficientă a antreprenorilor;
- b) nivelul redus de cunoștință al antreprenorilor în domeniul juridic și cel economic, cu alte cuvinte cunoștințe și pregătirea profesională insuficientă și lipsa unei etici antreprenoriale;
- c) cadrul economico-juridic: birocrația, corupția, impozitele, lipsa informației concentrate, lipsa experienței, prețurile materiei prime, care sunt în permanentă creștere, lipsa infrastructurii adecvate, lipsa spațiilor de producție, intervențiile Băncii Centrale, monopolul statului în anumite domenii, puterea slabă de cumpărare a populației, dificultăți în distribuirea produsului finit, îndeplinirea unor rapoarte și dări de seamă complicate etc.

Toate elementele enumerate persistă la economiile de piață în formare sau economiile ce trec de la un stadiu de dezvoltare la altul (ex., economia de comandă la economia de piață). Și de multe ori ele sunt unele din principalele motive ale stopării dezvoltării spiritului antreprenorial. De aceea, sarcina principală a autorităților aflate la guvernare este de a înlătura aceste fenomene cu conotație negativă, și crearea mediului de afaceri sănătos cu încurajarea concurenței rezonabile, cu introducerea elementelor economiei de piață.

Dacă facem un rezumat la cele expuse în acest paragraf, atunci putem să constatăm următorul fapt, chiar dacă manifestarea „*spiritul antreprenorial*” se exprimă prin caracter, dorința de a reuși și acțiune, ceea ce atestă dispoziția psihologică a individului, aceasta **nu este doar o componentă psihică a individului și nu are o origine ereditară**. Dezvoltarea spiritului antreprenorial are la bază un proces complex de formare, de interacțiune a diferiților factori socio-economico-politici și de reacționare (un fel de feed-back) la mediul ce înconjoară un individ.

Astfel, datorită acestei îmbinări de elemente eterogene, spiritul antreprenorial poate fi dobândit de la mediul înconjurător (părinți, societate, mediu economic), educat prin diferite programe (în cadrul programelor școlare, universitare) și susținut prin diferite proiecte organizate de autorități publice și organisme financiare specializate.

VALORIFICAREA INOVAȚIEI ȘI CREATIVITĂȚII ÎN MANAGEMENTUL ANTREPRENORIATULUI DIN REPUBLICA MOLDOVA

Prof. univ. dr. hab. Ion Paladi, ASEM

„Synopsis: the present and the future construct changes in the theory and practice of efficient management, therefore one need to adopt the motto “Nothing lasts forever” and “Almost nothing is predictable”. National and international competitiveness of enterprises is based on the enterprise ability to generate and apply pioneering ideas. In case of the Republic of Moldova, novel ideas should be the main source of economic rehabilitation and restart. Small and Medium enterprises account for 97,6% of the total number of businesses in the republic of Moldova, the SME-s being considered the engine of the national economic growth. Due to this fact, there is a tendency in the field of the novel business ideas to solidify the position of SMEs as the leading “innovation nucleus” within science teams. An efficient and effective indigenous entrepreneurship model of the future can be accomplished by adopting and exploring an “innovation and creation policy”, coupled with the ability and desire to change, adapt and engage in a life long learning process of the modern manager.

Prezentul și viitorul configurează schimbări în teoria și practica managementului, astfel concurența și climatul de incertitudine constituie noi perspective pentru managerii avizați. Aprecierile făcute de John Naisbitt și Patricia Aberdene pun în evidență provocarea, ca o nouă caracteristică a managementului, într-un mediu al schimbărilor tehnologice, al comprimării duratei ciclurilor de producție, al competiției globale, când acestea se transformă în forțe care cer inovarea și schimbarea. În Republica Moldova, datorită specificului și condițiilor sale de activitate, managementul inovațional s-a dezvoltat mai mult intuitiv, sub forme empirice, neformalizate, teoretic slab fundamentate. Pe parcurs, experiența conducerii din domeniul cercetare-dezvoltare, elaborările științifice în ale conducerii au servit bază pentru crearea unui management specific, numit management inovațional.

Ciclurile de înnoire devin din ce în ce mai scurte, iar o supremație decisivă într-un domeniu durează cel mult 18 luni. Datorită acestui fapt, în sfera inovațională din Republica Moldova, se evidențiază tendința de intensificare a rolului firmelor mici și mijlocii ce activează în sfera inovațională și cea de formare a „nucleului inovațional” al colectivelor științifice majore cu propriile instalații de producție experimentală și pilot, finanțate, în principal, din mijloacele bugetare și colaborarea în activitatea lor cu rețeaua de companii mici și mijlocii inovaționale. În dezvoltarea științifico-tehnologică și inovațională a Moldovei, rolul principal le revine IMM-urilor, care au capacitatea de a utiliza rezultatele cercetării rapid, flexibil și eficient. În prezent, în Republica Moldova (conform datelor Biroului Național de Statistică pentru anul 2010), sectorul IMM-urilor constituie aproximativ 97,8% din numărul total de întreprinderi, numărând 43,7 mii de întreprinderi. Acestea, la rândul lor, trebuie să se preocupe de îmbunătățirea continuă a produselor și serviciilor existente și lansarea de noi produse, servicii prin: ridicarea calității serviciilor la nivelul standardelor internaționale; promovarea inovației permanente cu ciclu scurt de aplicare; căutarea de noi piețe; promovarea spiritului creativ; acumularea continuă de noi cunoștințe; contactul continuu cu clienții.

Pentru practicarea unui management eficient trebuie luate în considerare devizele: „Nimic nu e permanent” și „aproape nimic nu este previzibil”. Competitivitatea națională și internațională a întreprinderii se bazează, în măsură sporită, pe capacitatea acestora de a genera și asimila ideile noi. Pentru R. Moldova, ca una dintre cele mai sărace țări din Europa, inovațiile constituie o posibilitate importantă de dezvoltare a economiei. Având în vedere că Republica Moldova este o țară agrară, activitatea inovațională în agricultură își are particularitățile sale: dependența mare a eficienței implementării rezultatelor cercetărilor științifice de condițiile climaterice; diferențierea considerabilă a zonelor climatice după condițiile de producere și eficiența a inovațiilor; mulțimea de soiuri cultivate în țară, caracterul sezonier; riscul legat de calamitățile naturale; dependența eficienței inovațiilor de factorul limitativ. În actuala situație, agricultura are nevoie de un produs inovațional în domeniul organizării eficiente, creării parcurilor științifico-tehnologice și inovaționale, a incubatoarelor, centrelor inovaționale, serviciilor de extensiune, organizațiilor de engineering, centrelor de marketing.

Competiția a devenit, efectiv, foarte vie într-o economie a ofertei generalizate. Pentru a-și asigura dezvoltarea, întreprinderile naționale trebuie, în permanență, să anticipeze cererea viitoare și să întreprindă acțiuni inovante și creative pentru a răspunde satisfăcător la cererea estimată. În situația Republicii Moldova, cunoștințele constituie punctul de reper ce necesită credite și dotații mai avansate, comparativ cu alte tehnologii. Ideea apare după ce, inițial, informația a fost analizată și sesizată. Un instrument de informare, în acest sens, pentru țara noastră, este Codul Republicii Moldova cu privire la știință și inovații (Legea nr. 259-XV din 15 iulie 2004) ce reglementează raporturile juridice privind elaborarea și promovarea politicii de stat în domeniul științei și inovațiilor, privind activitatea în domeniul cercetărilor științifice, inovațiile și transmiterea de tehnologii, informația științifico-tehnologică pentru crearea infrastructurii complexe ce asigură implementarea rezultatelor activității științifice în circuitul economic. Măsurile și mecanismele prevăzute în Cod trebuie să contribuie la crearea și întărirea infrastructurii de susținere a activității antreprenoriale inovaționale prin crearea centrelor de engineering, incubatoarelor de afaceri, parcurilor tehnice, centrelor inovațional-tehnologice, oficiilor de transmitere a tehnologiilor. Centrele și incubatoarele de afaceri prestează servicii de consultanță în următoarele domenii: elaborarea business-planurilor, analiza stării financiare a întreprinderilor, obținerea creditelor, aplicarea legislației fiscale, activitatea în baza patentei de întreprinzător, dezvoltarea turismului rural. Dar, în așa raioane, cum ar fi Briceni, Donușeni, Glodeni, Rezina, nu există nici centre consultative, nici centre informaționale. Implementarea centrelor informaționale și incubatoarelor de afaceri în aceste raioane ar genera un

efect de schimbare eficientă și progresivă a situației economice în aceste localități.

Pentru Republica Moldova, inovațiile sunt una din principalele surse care ar permite economiei să se relanseze și să se reabiliteze. De aceea, în cadrul întreprinderilor autohtone, trebuie să se conceapă și dezvolte, prin acțiunile managerilor avizați și întregului personal, o politică de stimulare a inovației organizaționale care să încurajeze generarea de idei valoroase și să ușureze fluxul acestora până la stadiul de comercializare. „Valoriser les capacites intellectuelles de leurs employes et de leurs organisation: voila la reelle responsabilite des managers”, gestiunea cunoștințelor și a capacității intelectuale devine indispensabilă pentru formarea unui capital inovativ. Republica Moldova, din 180 de țări, se plasează pe locul 80-90, ceea ce înseamnă că avem un potențial inovativ foarte mare. Capacitatea de dezvoltare inovațională a economiei naționale este determinată de prezența în țară a unui potențial științific suficient – 68 de organizații de cercetare (41 de instituții de cercetare științifică, 10 birouri de proiectare, 3 organizații de proiectare și design, 12 instituții de învățământ superior, o unitate – bază experimentală și o companie industrială care desfășoară activități de cercetare științifică).

Adaptarea întreprinderilor la evoluția piețelor și a tehnologiilor pune problema valorizării competențelor la salariați. Se vede bine că întreprinderea trebuie să lanseze produse noi atunci când produsele sale vechi nu mai sunt cerute pe piață, deoarece nu mai satisfac cerințele clienților. Pentru încurajarea personalului de a accepta noile schimbări, în R. Moldova, s-a conturat „Conceptia Antreprenoriatului Inovațional”. Aceasta presupune: oferirea suportului subiecților activității inovaționale în certificarea personalului conform standardelor sistemelor managementului calității ISO 9001:2000 și implementarea, la întreprinderile din RM, a standardelor internaționale de calitate la produsele finite; pregătirea cadrelor științifice cu potențial inovațional prin crearea și funcționarea clusterului științific de instruire „UnivER SCIENCE”; organizarea pregătirii cadrelor în domeniul antreprenoriatului inovațional de către instituțiile de învățământ superior prin acordarea sprijinului din partea statului; îmbunătățirea calificării personalului în cadrul companiilor, în organizațiile de consultanță până la nivelul standardelor internaționale; pregătirea specialiștilor calificați în sectorul high-tech al economiei Moldovei. Scopul principal al acestei concepții este crearea infrastructurii eficiente, care contribuie la dezvoltarea rapidă a activității inovaționale în domeniul antreprenoriatului în Republica Moldova.

Aplicarea schimbării în conducerea antreprenoriatului reprezintă „înlocuirea, modificarea, transformarea sau prefacerea și/sau de conținut a unui obiect, produs, lucrare, serviciu, activitate sau proces”, față de care conducerea și personalul trebuie să aibă o atitudine favorizantă. Astfel, pentru încurajarea schimbărilor și cultivarea spiritului inovativ și creativ a antreprenoriatului autohton în cadrul Forumului tradițional, Ministerul Economiei al Republicii Moldova și Organizația pentru Dezvoltarea Sectorului Întreprinderilor Mici și Mijlocii organizează Conferința Internațională a Întreprinderilor Mici și Mijlocii. În cadrul programului de afaceri, se vor desfășura, un șir de mese rotunde, seminare, traininguri la teme actuale pentru dezvoltarea sectorului: „Administrarea fiscală și vamală: realități și perspective”, „Asistența proiectelor naționale și internaționale în scopul dezvoltării sectorului IMM”, „Avantajele certificării sistemelor de management în conformitate cu cerințele standardelor ISO”, „Proprietatea intelectuală în sprijinul IMM”, „Produse creditate pentru IMM”, „Utilizarea Bazei de Date Kompas pentru a căuta cumpărători și furnizori”, „Eficiența Energetică și Competitivitatea IMM”, „Consolidarea sectorului de consultanță întru dezvoltarea IMM” etc. În asemenea condiții, „rezistența la schimbare” va fi diminuată, deoarece oamenii vor simți că au posibilitatea de a participa la adoptarea și implementarea noului proces și de a-și exprima părerile asupra metodelor, tehnicilor și instrumentelor utilizate în acest scop. Este normal ca oamenii să se opună schimbării, dar există un sfat practic pentru orice manager ce se confruntă cu o astfel de situație și anume de „a merge în sensul curentului”. Acest sfat pare ilogic, dar poate da rezultate, deoarece oamenii din organizație vor conștientiza singuri necesitatea schimbării ca urmare a situației dificile create în firmă. Receptivitatea la schimbare este creată cel mai adesea de sentimentul că nu există alternativă, ca în majoritatea cazurilor celebre. Revoluția ce are loc, în prezent, în management poate fi exprimată prin tranziția de la „a vrea să faci” la „a trebui să faci”.

Managerii gestionează fluxul de cunoștințe, având aceeași rigoare ca-n gestionarea fluxurilor de capitaluri, de piese și de materiale. Societatea informațională este o formă nouă a civilizației umane ce contribuie la o dezvoltare social-economică durabilă, reducerea gradului de sărăcie, îmbunătățirea calității vieții și constituie o premisă pentru integrarea Moldovei în Uniunea Europeană. În acest context, putem oferi ca un exemplu viabil compania StarNet, care a participat la Forumul Internațional al Întreprinderilor Mici și Mijlocii, ediția a X-a, 2010, în Pavilionul Central al CIE „MoldExpo”. Expoziția cu genericul „Inovații. Modernizare. Management Performant” a fost organizată sub patronajul Guvernului Republicii Moldova. În cadrul expoziției, StarNet a prezentat oferte speciale

pentru companiile mici și mijlocii: conectare individuală la rețeaua Internet la prețuri avantajoase, scutirea de plată pentru utilizarea serviciilor Internet pentru o perioadă de 2 luni, realizarea ofertei comerciale „StarNet Triple Play”, care cuprinde trei servicii digitale: Internet, Telefonie fixă și Televiziune digitală. Forumul Internațional al Întreprinderilor Mici și Mijlocii, desfășurat anual sub patronajul Guvernului Republicii Moldova, este un instrument important de stimulare a sectorului IMM-urilor. Forumul este un instrument eficient de atingere a obiectivelor prevăzute de Programul de Stat pentru susținerea dezvoltării întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2009-2011, Strategiei Naționale de Dezvoltare și asigurarea procesului de implementare a angajamentelor Republicii Moldova formulate în Acordul de Parteneriat și Cooperare și în Planul de Acțiuni „Republica Moldova – Uniunea Europeană”. În cadrul programului de afaceri, agenții economici vor obține informațiile necesare cu privire la dezvoltarea sectorului, vor studia și trasa direcțiile de perspectivă ale acestuia. Dezvoltarea durabilă a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii, asigurarea nivelului de competitivitate al acestora sunt de neconceput fără stimularea unei culturi inovaționale, orientate spre eficientizarea procesului de producere, a marketingului, sporirea calității produselor și serviciilor, însușirea noilor tehnologii avansate.

Pentru cei care cred în formarea unei noi economii mondiale, noile impresii sunt ca o adiere de aer proaspăt. Conceptul de adaptare a modurilor care schimbă, a fost înlocuit prin acela de: „Să inovăm împreună viitorul nostru”. Astfel, se naște ideea unui management de viitor mult mai performant, eficient, adoptând și exploatând o politică inovativă, creativă însoțită de fenomenul schimbării și de cel al asimilării permanente de noi cunoștințe, antrenat de procesul continuu al învățării. Potențialul intelectual și economic al Moldovei ar trebui să fie valorificat pe baze economice științific-fundamentate, pe temei de compensare din partea structurilor ce utilizează produsul științific al instituțiilor fundamentale ce generează idei și concepții teoretice noi. Aici trebuie accentuată, în mod special, elaborarea proiectelor, programelor cu asistență internațională, folosind experiența altor organizații printr-un proces al învățării, care contribuie la valorificarea produsului finit. Din această perspectivă, trebuie examinate posibilitățile ce decurg din Acordul de Parteneriat al Republicii Moldova cu Uniunea Europeană, ce șanse ar avea eventualele proiecte de dezvoltare a asociațiilor de producere în obținerea asistenței din fondurile UE pentru dezvoltarea științei în regiune. Programul-Cadru 7 al Uniunii Europene pentru cercetare și dezvoltare tehnologică (PC7) este principalul instrument pentru finanțarea cercetării științifice în Europa și se derulează în perioada 2007-2013. PC7 are drept scop de a contribui la dezvoltarea economiei și societății bazate pe cunoaștere în Europa, prin consolidarea Spațiului European de Cercetare. Aderarea Republicii Moldova la acest program reprezintă o premisă pentru integrarea și alinierea economiei naționale la standardele Uniunii Europene. În Republica Moldova, Academia de Științe a Moldovei reprezintă instituția-gazdă a Punctelor Naționale de Contact pentru PC7. Aceste Puncte Naționale de Contact au rolul de a informa, consulta și asista potențialii candidați în procesul de înaintare a proiectelor la PC7. În acest context, economia națională este antrenată de către dinamica caleidoscopică și apariția unor noi tehnici de management fondate pe principiile creației, aplicării ideilor noi și originale în practică, constituind astfel un proces de inovație.

Orientarea spre integrarea în spațiul comunității europene presupune racordarea la standardele internaționale în constituirea creativității inovaționale, în formarea mecanismelor de interacțiune dintre structurile ramurilor complexului agroindustrial al Republicii Moldova. În decursul anilor 2000-2007, la Institutul de Cercetări Științifice pentru Porumb și Sorg „Porumbeni”, din Republica Moldova, au fost create și omologate 124 de soiuri și hibrizi ai culturilor legumicole, porumb, sorg, plante medicinale, menționate în registrele de stat a 9 țări. În ultimii ani, în testările de stat, se află 44-120 de soiuri și hibrizi; pe parcursul acestei perioade au fost transmise pentru implementare 151 de elaborări științifice. Astfel, în cazul R. Moldova, este necesar ca proiectarea să colaboreze strâns cu cercetarea științifică, să însușească realizările, să stimuleze continuu creșterea potențialului de creație proprie și să determine o contribuție sporită a acesteia la implementarea progresului tehnic în economie. Managementul creativ trebuie să dispună de un fond de cunoștințe prin intermediul căruia să poată coordona și antrena ansamblul factorilor de producție de care dispune firma. Creșterea rapidă a „mecanismului concurențial” în comerț și în producția industrială este utilizată ca o motivare a dorinței de a înțelege mai profund procesele creative. Ultimii 10-12 ani au devenit, pentru știința Moldovei, o perioadă de depășire a crizei, în urma căreia s-a manifestat lipsa necesității de lucrări științifice și nivelul scăzut al activității inovaționale a întreprinderilor autohtone. Scoaterea IMM din impas poate fi realizată doar prin intermediul unei gândiri creative, care să stimuleze idei noi de gestionare și de evitare a insolabilității. Odată cu diversificarea nevoilor consumatorilor, a tehnologiilor moderne și a concurenței, inovația de producție, cea de procedeu, comercială și organizatorică a devenit vitală pentru orice companie. Pentru susținerea și încurajarea întreprinderilor ce sunt adepți ale schimbărilor și inovațiilor în Republica Moldova, în ultimii cinci ani (2004-

2009), au fost puse bazele sistemului de sprijin din partea statului pentru întreprinderile inovaționale. În acest scop, a fost creat cadrul juridic: Codul cu Privire la Știință și Inovare al Republicii Moldova (2004), Legea cu privire la Parcurile Științifico-tehnologice și Incubatoare de Inovare (2007); a fost creată o infrastructură de susținere a afacerilor inovaționale, inclusiv 3 parcuri științifico-tehnologice și un incubator de inovare: Parcul științifico-tehnologic „Academica”, cu specializare universală; Parcul științifico-tehnologic „Inagro”, specializat în agricultura intensivă și ecologică; Parcul științifico-tehnologic „Micronanoteh”, specializat în domeniul microelectronicii și nanotehnologiei; Agenția pentru inovare și transfer tehnologic; Incubatorul de inovare „Inovatorul” cu specializare universală; a fost realizată trecerea de la măsuri individuale la metoda programului-țintă de sprijin al antreprenoriatului mic, inclusiv al antreprenoriatului inovațional.

Odată ce schimbările ce generează un grad de noutate au fost adoptate și implementate, inovația, creativitatea, stilul învățării continue necesită o consolidare și o susținere permanentă. Pentru stimularea și menținerea durabilă a schimbării și inovațiilor din sectorul întreprinderilor mici și mijlocii, în Republica Moldova, s-a inițiat acordarea premiilor de stat companiilor autohtone pentru obținerea de către agenții economici a unor rezultate excelente și a calității superioare a produselor și serviciilor, pentru asigurarea inofensivității acestora, pentru implementarea metodelor noi de management al calității, a tehnologiilor avansate, pentru promovarea de noi produse competitive pe piața externă. În cadrul Forumului, anual, se face bilanțul Concursului republican „Cel mai bun antreprenor din sectorul întreprinderilor mici și mijlocii”. Câștigătorii Concursului sunt distinși cu diplome și premii ale Guvernului Republicii Moldova. Așadar, organizațiile și întreprinderile autohtone sunt încurajate și susținute de stat în adoptarea unei politici deschise și orientate spre: schimbare, inovație, învățare continuă și spre creativitate.

Un management de viitor al economiei Republicii Moldova mult mai performant, eficient se poate realiza adoptând și exploatând o politică inovativă, creativă, însoțită de fenomenul schimbării și de cel al asimilării permanente de noi cunoștințe, antrenat de procesul continuu al învățării.

Bibliografie:

1. Amidon M. Debra, *Inovation et management des connaissances*, Editions d'organisation, Paris, 2001.
2. Avram Viorel, *Managementul procesului de creare a valorii în contextul guvernării întreprinderii*, Editura Economică, București, 2003.
3. Cornescu Viorel, Drucă Elena, *Întreprindere. Management. Profit.*, Editura All Beck, București, 2005.
4. Hoffman Oscar, *Management. Fundamente socio-umane*, Editura Victor, București, 1999.
5. Naisbitt J. și Aberdene P., anul 2000, *Megatendințe*, Editura Humanitas, București, 1993.
6. Gavrilă T., Lefter V., *Managementul general al firmei*, Editura Economică, București, 2002.
7. Thomas J. Peters – *Putting Excellence into Management*. In: „*Business Week*”, July 21.
8. Bragg. A., *Managementul inovației*, Ed. Eficient, București, 1995.
9. Frenez-Walch Sandrine, Ramon Francois, (2009, *Dictionaire du management de l'innovation*, Ed. Vuibert, Paris, 2009.
10. Nagîț Gh., *Inovare tehnologică*, Ed. Tehnică INFO, Chișinău, 2001.
11. Burduș E., Căprărescu G., Androniceanu Armenia, Milles Michael, *Managementul schimbării organizaționale*, Ediția a II-a, Editura Economică, București, 2000.
12. Amidon Debra. M., *Innovation et management des connaissances*, Editions d'organisation. Paris, 2001.
13. Ramon Francois, *Le management de l'innovation. Essai de modelisation dans une perspective systemique*, Ecole centrale Paris, 2003.
14. Ignat Ion, Luțac Gheorghe, Pohoată Ion, Pascariu Gabriela, *Economie politică*, Ed. A 2-a., Editura Economică, București, 2002.
15. Jaba Octavian, *Managementul producției industriale*, Editura Teora, Iași, 2005.

Secția II. MANAGEMENT ȘI MARKETING

IMPACTUL MANAGEMENTULUI RESURSELOR UMANE ASUPRA PERFORMANȚEI ECONOMICE A ORGANIZAȚIEI

Conf. univ. dr. Alic Bîrcă, ASEM

This article talks about the impact of human resource management on economic performance of the organization. In this sense, it describes a range of relevant practices in human resources management that have a direct impact on the performance of the organization including: workplace safety, effective employment policy, self-managed work teams, organizational rewards based on performance, training of employees, reduce differences in status and distribution information. Following implementation of these human resource management practices will be observed effect on economic performance of the organization.

Performanța economică a oricărei organizații este influențată de o multitudine de împrejurări, factori și practici manageriale care poate fi afectată, direct sau indirect, cu repercusiuni asupra evoluției ulterioare a acesteia. Din start trebuie să menționăm că performanța economică a organizației nu depinde doar de administrarea eficientă a angajaților, însă, această activitate nu trebuie neglijată de către managementul superior. Aceasta, și datorită faptului că resursele umane sunt acelea care fac diferența între organizații în materie de performanță economică și, totodată, asigură succesul competițional al acestora.

Specialiștii în domeniu, Robert Buzell și Bradley T. Gale, au evidențiat că practicile inovative în domeniul resurselor umane pot să contribuie la îmbunătățirea performanței economice în următoarele situații:

- când angajații posedă cunoștințe teoretice și practice pe care managerii nu le au,
- când angajații sunt motivați să aplice aceste cunoștințe teoretice și abilități practice printr-un efort lăsat la discreția lor,
- când afacerile sau strategia de producție a organizației nu pot fi realizate decât atunci când angajații depun un asemenea efort discreționar [5; 49].

Bineînțeles, cantitatea de efort pe care angajații îl depun discreționar este afectată de practicile manageriale la care sunt supuși. Aceasta ne va permite să înțelegem când anume managementul eficient al resurselor umane va fi mai mult sau mai puțin un determinant important al performanței economice a organizației. Specialistul în domeniu Huselid a realizat un proiect de cercetare a efectului pe care îl produc practicile de management al resurselor umane asupra performanței organizației. În urma studiului realizat la 968 de firme americane, Huselid a constatat că dacă firmele își sporeau practicile de muncă de înaltă performanță, se înregistrau reduceri semnificative ale ratei fluctuației personalului și creșteri semnificative ale productivității și profitului. În afară de acesta, există și alte studii care demonstrează rolul managementului resurselor umane asupra performanței economice a organizației.

În continuare, vom încerca să abordăm principalele aspecte ale managementului resurselor umane cu implicații directe asupra performanței organizaționale.

Primul aspect îl reprezintă **siguranța locului de muncă**. Cu toate că este dificil să promiți siguranța locului de muncă angajaților, mai ales în prezent când concurența este tot mai dură, organizațiile încearcă să aplice această practică managerială pentru a spera la o performanță economică acceptabilă. Aceasta se explică prin faptul că angajații sunt predispuși spre performanțe în muncă, deoarece vor avea de câștigat siguranța locului de muncă și o carieră profesională de lungă durată în organizație. Mai mult decât atât, siguranța locului de muncă menținută în timp ajută la dezvoltarea încrederii între angajați și angajator, ceea ce poate conduce la o cooperare mai activă, înțelegerea de a nu forța pentru creșterea salariilor.

Adoptarea unei politici privind garantarea siguranței locului de muncă poate ajuta organizația să evite luarea unei decizii costisitoare, aceea de a disponibiliza angajații, care are beneficii pe termen

scurt și costuri pe termen lung. Spre exemplu, când perioada de timp în industrie este mai dificilă, bunul simț sugerează că acesta este momentul potrivit pentru recrutare, în vederea dezvoltării propriei forțe de muncă. Prin angajarea atunci când timpurile sunt dificile și prin elaborarea unui set de politici care să includă și asigurarea că angajații vor fi reținuți, o organizație poate deveni un angajator preferat, iar organizația nu va fi nevoită să intre pe piață la momentul când aceasta este la apogeu, pentru a-și obține forța de muncă necesară. În cele mai multe situații, organizațiile abordează o politică contrarie: disponibilizează angajații în perioadele de declin ale ciclului economic, ca peste o anumită perioadă de timp, în perioada de creștere a industriei când personalul este mai dificil de găsit și de atras, acestea lansează oferte mai puțin avantajoase, pentru a reangaja competențele profesionale pe care chiar ele, cu nu foarte mult timp înainte, le-au disponibilizat.

Asigurarea locului de muncă poate conferi și un alt beneficiu, prin aceea că încurajează angajații să-și construiască o perspectivă de o durată mai lungă asupra locului de muncă și a performanței organizaționale.

Al doilea aspect se referă la *politica eficientă de angajare*. Organizațiile care doresc să obțină profituri prin oameni, adică prin proprii angajați, își vor spori eforturile necesare pentru a se asigura că angajează persoane de care au nevoie chiar de la bun început. Pentru aceasta, organizațiile trebuie să aibă, în primul rând, un număr foarte mare de candidați din care să poată alege cele mai potrivite persoane. În acest sens, organizațiile trebuie să aplice diferite metode de recrutare care le-ar asigura un număr suficient de mare de candidați, în vederea participării ulterioare a acestora la procesul de selecție.

În al doilea rând, organizația trebuie să fie explicită în legătură cu competențele de care are nevoie pentru a-și constitui grupul de candidați. Noțiunea de a se încerca găsirea „angajaților buni” nu este foarte utilă – organizațiile trebuie să știe din start competențele pe care le caută.

În al treilea rând, cunoștințele și abilitățile celor angajați trebuie să fie evaluate atent și să corespundă cerințelor specifice ale postului. Angajarea pur și simplu a „celor mai buni și mai deștepți” poate să nu aibă sens în toate împrejurările. Într-o anumită măsură, candidații trebuie apreciați și selectați și în funcție de personalitatea lor și pentru disponibilitatea de a activa în cadrul organizației.

În al patrulea rând, organizațiile trebuie să verifice, în principal, existența unor competențe importante care sunt dificil de schimbat prin instruire și trebuie să pună accentul pe calități care, de fapt, îi diferențiază pe candidații unii de ceilalți. În ultimul timp, organizațiile, în procesul de angajare, pun accentul mai mult pe capacitățile elementare și pe atitudinea candidatului și mai puțin iau în calcul abilitățile tehnice specifice ale candidaților, care sunt mai ușor de dobândit. Aceasta este, de fapt, practica japoneză care o aplică majoritatea organizațiilor din această țară. În organizațiile japoneze, recrutarea caută să găsească persoana cu caracterul potrivit care se poate instrui. În loc de a căuta candidați cu cunoștințele și abilitățile profesionale necesare pentru post, accentul este pus pe mediul social de proveniență, pe temperament și pe recomandări referitoare la caracter.

Procesul de selecție prin care trec candidații trebuie să cuprindă mai multe runde de interviuri, deoarece vizează mai multe avantaje. În primul rând, asigură faptul că cei care au fost selectați au fost atent verificați. În al doilea rând, asigură faptul că cei angajați în final vor dezvolta un anumit atașament față de organizație, datorită procesului îndelungat de selecție la care au participat. În al treilea rând, un astfel de proces de selecție încurajează sentimentul pentru cei care au fost angajați că fac parte dintr-o elită și dintr-un grup special, un sentiment care îi face să intre în organizație cu un înalt nivel de motivație și încredere.

Al treilea aspect se referă la *echipele autoadministrate*. Potrivit unor studii în domeniu, echipele autoadministrate se bucură de o mai mare autonomie și putere de decizie, iar acest efect se traduce în recompense intrinseci și satisfacție mai mare la locul de muncă. De asemenea, echipele autoadministrate au performanțe mai bune decât grupurile supervizate în mod tradițional. Echipele autoadministrate oferă mai multe avantaje. În primul rând, în echipele autoadministrate controlul ierarhic este substituit cu controlul la nivel egal. În loc să fie nevoie ca managementul să dedice timp și efort pentru a controla direct angajații, aceștia se controlează singuri, iar, de multe ori, controlul acestora poate fi mai eficient decât supravegherea ierarhică. Prin urmare, presiunea pentru performanță vine, mai degrabă, dinspre colegi, decât din partea managementului superior și vine sub forma competiției interne.

În al doilea rând, echipele autoadministrate oferă angajaților posibilitatea să-și expună ideile pentru a găsi soluții mai bune și mai creatoare la problemele care apar. Spre exemplu, compania

Chrysler Corporation asigură un cadru în care muncitorii se ajută reciproc cu mai mare ușurință și își împărtășesc mai liber cunoștințele și abilitățile profesionale, precum și unele secrete ale meseriei care sunt vitale în procesele de producție.

În al treilea rând, echipele autoadministrate permit renunțarea la niveluri întregi de ierarhie și absorbirea de sarcini administrative care anterior erau îndeplinite de specialiști, evitând astfel cheltuieli substanțiale cu personalul, a cărui unică sarcină este de a-i urmări pe cei care realizează nemijlocit sarcinile de muncă, respectiv obiectivele organizației. Eliminând niveluri ierarhice de management, prin instituirea echipelor autoadministrate, se economisesc resurse financiare considerabile. De asemenea, echipele autoadministrate pot aborda sarcini anterior îndeplinite de personalul specializat, eliminând astfel excesul de personal și, la fel de important, punând deciziile critice în mâinile celor care sunt probabil mai aproape de informația relevantă. Crearea echipelor autoadministrate vine în contradicție cu prima dimensiune ce se referă la siguranța locului de muncă, deoarece presupune eliminarea de niveluri ierarhice și chiar de posturi. Însă, eliminarea de posturi nu trebuie să presupună și eliminarea angajaților care îndeplinesc sarcinile atribuite acelor posturi, aceștia fiind redistribuiți pe alte posturi, pentru a îndeplini alte sarcini de muncă care oferă mai multă valoare organizației.

Al patrulea aspect se referă la **recompense mari în funcție de performanța organizațională**. Recompensa în funcție de merit are un loc important în cele mai multe sisteme de muncă de înaltă performanță. Această recompensă se poate acorda sub diferite forme: participarea la profit, deținerea de acțiuni ale companiei, plata pentru instruire etc.

În ultimul timp, schemele de încurajare a deținerii de acțiuni ale companiei de către angajați au devenit tot mai la modă, deoarece acestea au avantaje pentru impozite și sunt ușor de administrat. În afară de aceasta, deținerea de acțiuni de către angajați funcționează cel mai bine ca parte a unei filosofii sau culturi mai cuprinzătoare care încorporează și alte practici. În acest sens, specialistul în domeniu, David Jacobson menționa: „...o cultură a proprietății angajaților este un loc de muncă de înaltă performanță, unde fiecare angajat devine proprietar și îi sunt acordate anumite drepturi în schimbul asumării unor noi responsabilități. O asemenea cultură este realizată prin urmarea ideii de proprietate a angajaților, de tip „lucrează pentru tine însuși”, în asociere cu o mulțime de practici care au ca scop crearea unei organizații nebirocratice, mai puțin ierarhice, concentrată asupra performanței”.

Un număr foarte mare de organizații folosesc împărțirea profitului cu un mare efect, mai ales atunci când este extins la nivelul întregii organizații. De asemenea, împărțirea profitului face recompensa mai variabilă, permițând ajustări salariale fără o eventuală disponibilizare a personalului. Când organizația se află în recesiune, mărimea profitului care trebuie împărțit se reduce, prin urmare, se reduc și cheltuielile legate de forța de muncă. Această componentă variabilă a costurilor salariilor, realizată prin împărțirea profitului, a permis companiei Lincoln Electric să depășească o substanțială descreștere a vânzărilor fără să disponibilizeze angajați din cei acoperiți de regula garantării locului de muncă.

Plata pentru achiziționarea de cunoștințe și abilități profesionale îi încurajează pe angajați să însușească cerințele a cât mai multor și variate locuri de muncă, ceea ce le va permite să devină mai flexibili.

Așadar, recompensa în funcție de performanță este importantă din anumite motive. În primul rând, ține de echitate și corectitudine. Dacă o organizație produce venituri mai mari, prin implicarea mai mare a angajaților săi, adevărul sugerează că o anumită parte a acestor venituri trebuie să fie adăugată câștigurilor celor care au produs rezultatele, în loc să meargă exclusiv către acționari sau administrație. Dacă angajații depun mai mult efort și mai multă ingeniozitate, iar aceasta se observă în rezultatele mai bune obținute de organizație urmare aceluși efort, dar nu primesc nimic în schimb, există probabilitatea ca aceștia să renunțe să mai depună eforturi substanțiale.

În al doilea rând, recompensa în funcție de performanță ajută la motivarea efortului, deoarece angajații știu că vor participa la rezultatele muncii lor. Presiunea angajaților din partea colegilor este stimulată de împărțirea profitului, iar deținerea de acțiuni ale companiei îi încurajează să se identifice cu organizația și să muncească pentru aceasta.

Al cincilea aspect se referă la **instruirea profesională**. În foarte multe cazuri, instruirea este privită ca o activitate ne semnificativă de foarte multe organizații și trebuie redusă pentru a atinge obiective fixate, în vederea obținerii de profituri în situații de instabilitate economică. Însă, anume în

astfel de situații instruirea este o componentă esențială a sistemelor de muncă de înaltă performanță, deoarece aceste sisteme se axează pe cunoștințele și abilitățile profesionale și pe inițiativa unor angajați de valoare pentru: a identifica și rezolva probleme, a iniția schimbări în metodele de muncă, a-și asuma responsabilitatea ce ține de calitatea producției. În acest sens, specialiștii în domeniu, John Paul MacDuffie și Thomas Kochan menționau: „A avea o forță de muncă policalificată, adaptabilă la circumstanțe care se schimbă rapid și cu o largă cunoaștere conceptuală asupra sistemului de producție este esențial pentru funcționarea unui sistem de producție flexibil. Procesul de învățare care generează aceste capacități umane este parte integrală a modului de funcționare a sistemului, nu o activitate de instruire separată” [5;101].

În cele mai multe cazuri, bugetele pentru instruire profesională fluctuează în funcție de situația economică a organizației, ceea ce conduce la dezvoltarea unei scheme ciclice de instruire. Adică, fondurile pentru instruire sunt mai mari atunci când organizația se află în perioada de creștere economică și se reduc atunci când aceasta trece în faza de recesiune economică. Aceasta creează o situație paradoxală în organizație. Când organizația se află în faza de creștere economică, angajații sunt mult mai ocupați, având de îndeplinit cu mult mai multe sarcini de muncă și, în consecință, își pot permite cel mai puțin să urmeze programe de instruire profesională în exteriorul organizației. Prin contrast, atunci când organizația se află în perioada de recesiune economică, aceasta își reduce activitatea, angajații sunt mai puțin ocupați, activând într-un program redus de ore. Prin urmare, angajații dispun de mai mult timp pentru a-și dezvolta cunoștințele și abilitățile profesionale în cadrul unor programe de instruire profesională. Însă, aceasta se întâmplă atunci când instruirea este cel mai puțin probabil să fie asigurată.

Instruirea mai este privită ca o investiție în personalul organizației care necesită un anumit calcul, în vederea evidențierii profitului față de investiție. Însă, asemenea analize sunt dificil, dacă nu imposibil de realizat. Organizațiile de succes care pun accent pe instruire fac asta din obligație și ca pe un act de credință, datorită încrederii lor în legătura intrinsecă dintre angajați și profitul organizației. Nici chiar compania Motorola care investește anual în instruire 140 mln dolari americani nu a reușit să calculeze profitul obținut din această activitate. Compania obligă la 40 de ore de instruire pe an pentru fiecare angajat și privește instruirea ca o componentă a procesului managerial general, iar rezultatele instruirii se observă în perspectivă.

Al șaselea aspect se referă la **reducerea diferențelor de statut**. Premisa fundamentală a sistemelor manageriale de înaltă performanță este că organizațiile au o performanță mai ridicată atunci când sunt în stare să folosească ideile, competențele și efortul tuturor resurselor umane proprii. Una dintre modalitățile de a face acest lucru, s-a menționat deja, se referă la organizarea angajaților în echipe de muncă. Însă, nici persoanele care activează individual și nici echipele de muncă nu se vor simți confortabil sau încurajate să-și ofere contribuția propriei gândiri, precum și energia lor fizică, unei organizații, dacă aceasta a trimis semnale că ei nu sunt nici valoroși și nici prețuiți. Pentru a-i ajuta pe toți membrii unei organizații să se simtă importanți și să se angajeze în îmbunătățirea operațiunilor organizaționale, majoritatea sistemelor manageriale trebuie să reducă diferențele de statut.

Aceasta se poate realiza prin două modalități. Prima modalitate se referă la folosirea limbajului și a etichetelor, a spațiului fizic și a îmbrăcăminte specifice. A doua modalitate se referă la reducerea gradului de inegalitate salarială în organizație, în special la scara diferitelor niveluri. Prin aplicarea unei astfel de politici salariale, personalului din vârful piramidei i se oferă mai multe acțiuni ca valoarea dividendelor să compenseze nivelul salariului din timpul anului.

În mod clar, practicile de reducere a diferențelor de statut sunt în acord cu recompensele în funcție de performanță – atât timp cât aceste recompense bazate pe performanță sunt aplicate la nivel de grup sau organizațional astfel ca stimulentele performanței celor mulți să nu fie acordate drept recompensă celor puțini. Reducerea diferențelor de statut, prin reducerea inegalității salariale, limitează într-adevăr capacitatea organizației de a folosi stimulente individuale în măsura în care aplicarea de recompense individuale sporește diferențele dintre salarii.

Al șaptelea aspect se referă la **distribuirea informației**. Distribuția informației este o componentă esențială a sistemelor de muncă de înaltă performanță din două considerente. Primul considerent se referă la faptul că distribuția informației cu privire la performanța financiară, strategia de dezvoltare a organizației, sistemele operaționale transmit angajaților ideea că se are încredere în ei. În acest sens, John Mackey, directorul executiv dintr-o firmă americană menționa: „...dacă încerci să

crezi o organizație de mare încredere, o organizație unde angajații sunt toți pentru unul și unul pentru toți, nu poți avea secrete” [5;108].

Al doilea considerent este legat de faptul că angajații motivați și instruiți nu pot contribui la îmbunătățirea performanței dacă nu au informații cu privire la dimensiuni importante ale performanței și, în plus, nu dețin competențe pentru folosirea și interpretarea informațiilor respective.

Când organizațiile țin secrete, acestea țin secrete față de proprii angajați. Când angajații nu știu ce se petrece în organizație și nu înțeleg principiile și teoria de bază ale afacerilor, nu te poți aștepta de la ei să influențeze performanța în sensul dorit de managementul superior al organizației. Distribuirea informației și asigurarea instruirii pentru înțelegerea și folosirea acesteia pentru a lua decizii mai bune este o abordare care oferă rezultate favorabile pentru organizație.

Practicile menționate anterior ar putea să nu aibă efect sau chiar să fie contraproductive dacă acestea sunt implementate separat. Spre exemplu, sporirea angajamentului organizației pentru activitatea de instruire nu va rezolva multe probleme decât dacă sunt realizate schimbări în procesul de muncă ce le-ar permite implementarea cunoștințelor și abilităților profesionale însușite. Dacă salariile sunt inferioare, iar stimulentele pentru recunoașterea performanței economice sunt mici sau lipsesc, angajații mai bine instruiți se vor orienta spre organizațiile concurente. La fel, siguranța locului de muncă poate fi contraproductivă dacă organizația nu angajează persoane care se vor potrivi cu cultura acesteia, iar performanțele înalte nu sunt recompensate corespunzător.

În mod cert, este nevoie de timp pentru a implementa și a vedea rezultatele de pe urma acestor practici. Spre exemplu, necesită timp pentru ca angajații să creadă în siguranța locului de muncă și pentru ca acea convingere să genereze încrederea care apoi produce niveluri mai ridicate de inovație și efort. La fel, necesită timp să distribui angajaților informațiile necesare financiare și operaționale dar și să fii sigur că aceștia știu cum să înțeleagă și să le folosească în luarea deciziilor. Durează să instruiști și să actualizezi cunoștințele și abilitățile profesionale ale angajaților, dar și mai mult timp este necesar pentru a vedea beneficiile economice ale acestei instruirii care pot fi sub formă de fluctuații reduse de resurse umane, motivație mai mare în realizarea sarcinilor de muncă, performanță în muncă mai mare etc.

Indiferent de configurația sau numărul practicilor de resurse umane implementate într-o anumită organizație, practicile individuale trebuie să fie coordonate una cu alta și să fie în acord cu arhitectura organizațională, dacă este să aibă în cele din urmă efect asupra performanței firmei. A avea o perspectivă pe termen lung a dezvoltării și creșterii unei organizații devine cel puțin util, dacă nu absolut esențial pentru implementarea aranjamentelor organizaționale de înaltă performanță.

Bibliografie:

1. Armstrong, Michael, *Managementul resurselor umane*, Editura CODECS, București, 2003
2. Huselid, Marc, Becher, Brian, Beatty Richard – *Оценка персонала*, Editura «I.D.Wiliams», 2007
3. Manolescu, Aurel, *Managementul resurselor umane, ediția a treia*, Editura Economică, București, 2003
4. Milkovich, G. T., Boudreau, J. W. – *Personnel/Human Resource Management, A Diagnostic Approach*, Business Publications, Texas, 1988
5. Pfefer G., *Resursele umane în ecuația profitului*, Editura CODECS, București, 2009

ПРЕОДОЛЕНИЕ ГЕНДЕРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ КАК ФАКТОР РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ ЖЕНЩИН В БИЗНЕСЕ

*Доцент, к.э.н. Марина БЕЛОСТЕЧНИК,
Соискатель Анна МИКОЛИШИНА*

Study of gender in modern conditions of market relations has become more important. This is due to the fact that business can only be effective if fully implemented provisions embodied in the labor and management capacity of workers and, in particular, women in business organizations. Held in the country reaching economic and social transformation can really meet the standards of democratic reforms and the quality of life, if a woman has in them with equal opportunities and rights to apply their talents to the improvement and development.

Исследование гендерных аспектов в современных условиях развития рыночных отношений приобретает все большую актуальность.

Это обуславливается, во-первых, тем, что бизнес может быть эффективным только, если в полной мере реализуются резервы, заключенные в трудовом и управленческом потенциале работников и, в частности, женщин, занятых в бизнес-организациях. Во-вторых, проводимые в стране широкие экономические и социальные преобразования могут действительно отвечать стандартам демократических преобразований и качества жизни, если женщина в них располагает равными с мужчинами возможностями и правами применять свои способности к совершенствованию и развитию, преодолевая таким образом имеющиеся на этом пути проблемы.

Важнейшие из них связаны с существующими ограничениями для женщин, например, в сфере занятости. Так, уровень занятости среди женщин в 2008 году составил 41,0% в городе и 39,6% – в сельской местности против более высокого значения данного показателя у мужчин – 48,6% и 42,8% соответственно. При этом уровень безработицы среди женщин ниже (3,4%), чем среди мужчин (4,6%). Фактор образования благоприятно складывается для женщин. Доля женщин среди студентов всех форм обучения достигает 58,9% от их общего числа [2]. Но на рынке труда для них продолжают действовать известные ограничения. Так, в сфере трудоустройства существует разрыв в заработной плате мужчин и женщин. Среднемесячная заработная плата женщин на протяжении многих лет продолжает оставаться на уровне 70-74% оплаты труда мужчин [2,3]. Причинами этих различий являются сферы и отрасли деятельности, в которых преобладают женщины – «женские» отрасли. К ним, как известно, относятся здравоохранение, образование. Оплата труда женщин в них ниже, чем у мужчин в секторах, считающихся «мужскими» – строительство, транспорт, некоторые отрасли промышленности и услуг, доля мужчин в которых высокая. Наименьшая представительность женщин по сравнению с мужчинами наблюдается и в высших звеньях системы управления бизнесом, где оплата труда менеджеров значительно выше заработной платы руководителей и сотрудников более низких уровней менеджмента, в которых преобладают женщины. Численность женщин превышает число мужчин в «номинации» государственных служащих низшего ранга, также характеризующимися более низкими зарплатами.

Мужчины, как очевидно, в большем своем числе располагаются в высших «эшелонах» государственной управленческой пирамиды. Ограниченные возможности участия женщин на рынке труда отмечаются из-за недостатка видов услуг для женщин с маленькими детьми. Допускается разрыв в уровне пенсионного обеспечения женщин и мужчин, как правило, в пользу последних. Продолжают действовать структурные барьеры культурного, экономического и социального характера на продвижение женщин на руководящие должности и их участие в процессах принятия решений в политической и публичной жизни, а также в управлении бизнесом [2].

Для преодоления названных и других, связанных с ними проблем, в стране был принят Закон «Об обеспечении равных возможностей для женщин и мужчин» [1].

Претворение в жизнь норм закона, формирующих основу политик и действий в области гендерного равенства, связано с их гармонизацией с действующими международными

документами в этой области: Конвенцией о политических правах женщины (1952), Конвенцией о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин (1979), Пекинской Декларацией и Платформой действий (1995), Декларацией тысячелетия (2000) и др.

Стратегия продвижения Республики Молдова по пути интеграции с Европейским Союзом определила присоединение страны к соответствующим европейским документам в гендерной области – к Декларации «О равенстве между женщинами и мужчинами как фундаментальном критерии демократии» (4^а Европейская министерская конференция о равенстве между женщинами и мужчинами, Стамбул, ноябрь, 1997), к Амстердамскому соглашению (1999 г.), Резолюции об осуществлении гендерного равенства: вызов для прав человека и предпосылка экономического развития (6^а Европейская министерская конференция о равенстве между женщинами и мужчинами, Стокгольм, июнь, 2006 г.), Дорожной карте равенства между женщинами и мужчинами (2006-2010 гг.) и др.

Ситуацию с гендером в стране отражают не только представленные выше тенденции, характеризующие нормативные рамки, но и сформированные в последние годы предпосылки для развития соответствующих политик в области гендерного равенства. Созданы институциональные структуры с особой компетенцией: Правительственная комиссия по гендерному равенству, Управление политик по предотвращению насилия в рамках Министерства труда, социальной защиты и семьи, гендерные единицы в рамках некоторых отраслевых министерств.

Для достойного обеспечения возможностей и условий продвижения гендерного равенства в стране были разработаны и утверждены Постановлением Правительства Национальная программа по обеспечению гендерного равенства на 2010-2015 годы и План действий по внедрению этой программы на 2010-2012 годы. В них сформулированы цели, задачи, необходимые меры, установлены порядок мониторинга и контроля и обозначены ожидаемые результаты.

Важно подчеркнуть, что основная цель Национальной программы в области гендерного равенства увязывается со значением фактора обеспечения устойчивого развития страны и создания адекватных условий для повышения качества жизни людей. Сформулированы также конкретные задачи и ожидаемые результаты в сферах занятости и трудовой миграции, сфере участия женщин в процессе принятия решений, бюджетной сфере, в сферах социальной защиты и семьи, здравоохранения, образования, искоренения насилия, повышения уровня публичного гендерного сознания.

Например, предусматривается повышение уровня занятости женщин и сокращение разрыва в уровне оплаты труда женщин и мужчин, устранение всех форм дискриминации на рынке труда по признаку пола, разработка гендерно-чувствительных бюджетов, внедрение гендерного подхода к развитию предпринимательства, продвижение на рынке труда нетрадиционных профессий для женщин и мужчин с целью исключения разделения труда по гендерному признаку, разработка рекомендаций об отпусках по отцовству и расширение участия мужчин-отцов в семейной жизни.

Важной, на наш взгляд, должна стать разработка мер для продвижения равного участия женщин в управлении бизнесом с учетом присущего им управленческого потенциала. В этом плане следует отметить значение предусматриваемых в Национальной программе решений и действий по информированию населения, формирующих менталитет населения относительно гендерных ролей женщин и мужчин в обществе и семье, способствующих преодолению гендерных стереотипов. Далее представим систематизацию некоторых, на наш взгляд, распространенных гендерных предубеждений.

Существует множество других мифов. Их преодоление также требует внимательного осмысления и работы менеджера, способствующих формированию привлекательного образа женщины в процессе принятия управленческих решений в бизнесе. Представляется также важным обращение к следующим из них.

Гендерные стереотипы: через их преодоление к реализации потенциала женщин и увеличение их занятости в управлении бизнесом

Гендерные стереотипы (предубеждения и мифы)	Суть и опровержение мифов	Расширение и увеличение занятости женщин в системе управления организацией
1	2	3
<p>1. Женщины не обладают качествами, соответствующими успешной управленческой деятельности. Они уступают мужчинам:</p> <ul style="list-style-type: none"> • в интеллектуальном плане • в конкурентности • в лидерстве 	<p>Специалисты признают различия между мужчинами и женщинами в интеллектуальном плане, объясняя их различием мышления, обусловленного различием обмена информацией между правым и левым полушариями мозга у мужчин и женщин. По этой причине мужчинам присуще дедуктивное мышление – от общего к частному (зрительно-пространственный интеллект и конкретно-образное мышление, предопределяющее их технические способности).</p> <p>Женщинам больше свойственен индуктивный метод – от деталей и частных признаков к общему образу. В этой связи присущей женщинам в большей степени, чем мужчинам, вербально-эмоциональный интеллект и связанные с ними способности восприятия проявляются в большей степени, чем у мужчин, альтернативности видения проблем и трактовки их решений.</p> <p>Отсутствие у женщин качеств конкурентности увязывают с тем, что в менталитете женщин наличествует запрет на проявление агрессии, репрессивных методов и подавляющего влияния, считающихся проявлением силовых качеств или конкурентности.</p> <p>Альтернативность мышления, свойственная женщинам, и их внимание к деталям является основой их потенциала в принятии сложных, с высокой степенью новизны и риска проблем.</p> <p>Данный миф увязывается с тем, что женщине свойственно выбирать стратегию следования за лидером (мужем). В большинстве случаев статус замужней женщины определяется статусом ее мужа. Вследствие чего женщина чувствует себя защищенной. Но в то же время в силу присущих женщинам качеств эмпатии, эмоциональности, открытости гармоничными для них оказываются такие стили лидерства, которые в наибольшей степени, как считают специалисты, соответствуют тенденциям лидерства и менеджмента в XXI веке.</p>	<p>Альтернативность видения проблем, свойственная женщинам, обуславливает возможность их успешного участия в комитетах и других подразделениях высшего уровня по бизнес-планированию и в переговорах с бизнес-партнерами по планированию совместных проектов, развитию бизнеса, завоеванию новых сегментов рынка.</p> <p>В их интеллектуальном мышлении преобладает внимание и восприятие деталей. Это обуславливает реальность рассматриваемых проблем.</p> <p>Увеличение занятости женщин в высших звеньях управления компанией при обсуждении вопросов, касающихся выработки конкурентных стратегий диверсификации и фокусирования. Последние, как известно, требуют принятия рискованных, но реальных решений. Чувство реальности, свойственное женщинам, обусловлено их вниманием к деталям в процессе мышления и восприятия.</p> <p>Преодоление этого мифа указывает на то, что женщины обладают высшей компетентностью в лидерстве, определяющей современные стили лидерства – обучающийся, интерактивный, эмоциональный и сервисный.</p> <p>Улучшение занятости женщин в менеджменте становится возможным в связи с поощрением в организации неформального лидерства женщин с последующим назначением их на должности руководителей подразделений (групп, служб) высшего и среднего звеньев.</p>

<p>2. Деловая карьера – это удел одиноких женщин</p>	<p>Женщины делают свой выбор в пользу семьи или деловой карьеры в ранней молодости. Считается, что выбрав первую стратегию, женщина теряет способность ко второй – деловой карьере. Но следует учитывать то, что карьера женщины, по оценкам специалистов, с 20 лет стабилизируется к 35 годам. Далее она имеет тенденцию к росту, достигая своего апогея к 40 годам. Поэтому те женщины, которые изначально выбрали семейную карьеру, но обладая талантом и личностным качеством, к этому возрасту приобретают качества экспериментирования с социальными ролями и поиска новой социальной идентичности, отвечающей внутренним устремлениям или потребностям в самореализации. По мере приобретения зрелости и достижения детьми самостоятельности, происходит переориентация женщин с семейных ролей на деловые. Женщины к определенному возрасту (40 годам) проявляют интерес к профессиональной деятельности и получают удовлетворение от своей компетентности. Зависимость от социума у женщины сменяется возрастающим значением самоменеджмента. Это обуславливает наряду с эмоциональностью, свойственной женщинам, усиление рационального подхода. Он отвечает задачам последовательного рассмотрения проблем и объективному представлению фактора внешней среды.</p>	<p>Улучшение занятости женщин достигается за счет более активного включения в управленческий резерв не только женщин, изначально «штурмующих» деловую стратегию, но и женщин в возрастной группе от 40 до 55 лет, обладающих личным и профессиональным ресурсом для управленческой карьеры. В этом возрасте женщинам свойственна высшая социальная и этическая ответственность. Она хорошо справляется с этическими дилеммами и помогает другим их разрешать.</p> <p>Совершенствование занятости женщин в менеджменте возможно за счет их участия в принятии решений в линейных и коллегиальных органах менеджмента. Взвешенность и качество принимаемых ими решений обуславливается достижением женщинами к определенному возрасту сбалансированности интуиции и логики.</p>
<p>3. Женщины слишком эмоциональны. Они уступают мужчинам в рационализме</p>	<p>Различая карьеру и как средство обеспечения, и как форму самореализации женщины в том и другом случаях, увязывают их с базовыми потребностями. Они придают деловой карьере значение стабильности в своих качествах и безопасности существования, реализации потенциала. Это способствует глубокому взгляду на складывающиеся сложные ситуации в менеджменте и рациональному подходу к решению проблем.</p>	<p>Для реализации потенциала женщин и повышения их занятости в менеджменте следует осуществлять управление персоналом с ориентацией на усиление значения базовых потребностей, связанных с деловой карьерой. В этой связи целесообразно развивать и использовать ценностно-мотивационную модель менеджмента.</p>
<p>4. Руководить бизнесом должен мужчина. В деловой культуре – это патернализм. Организацию должен возглавлять сильная конкурентная личность – хозяин</p>	<p>Следствие мифа в том, что женщина-руководитель, даже обладая качествами для осуществления мягкого, гуманного стиля, начинает копировать агрессивный маскулинный стиль руководства. Копия всегда хуже оригинала. Женщина-руководитель в роли мужчины проигрывает. Такой стиль оказывается непривлекательным для сотрудников – как для мужчин, так и для женщин. Наряду с этим, отметим, что в отличие</p>	<p>Женщина должна рассматриваться в организации проводником симбиотического или андрогинного стиля, сочетающего в себе как мягкий, так и жесткий подходы к руководству. Для этого в бизнес-организациях необходимо использование коучинга саморазвития стиля. Коучинг позволяет снять противоречие между маскулинностью и фемининностью, рациональностью и эмоциональностью,</p>

	<p>от мужчин, для которых профессиональная деятельность является не только ведущей, но часто единственной сферой самореализации, женщины приобретают опыт сочетать семейные и профессиональные роли и вместе с этим приобретают качества андрогинии, позволяющие снять противоречия между маскулинностью и фемининностью в менеджменте.</p>	<p>сохраняя собственные личностные ресурсы, обеспечивающие синергичность в руководстве.</p>
<p>5. В управлении бизнесом многое зависит от множества других людей. В этой связи у преуспевающих менеджеров преобладает «калейдоскопное» или фрагментарно-деловое мышление и поведение</p>	<p>Женщинам же свойственно последовательное, связанное с воспитательным началом поведение, по сути, означающее более высокий уровень социальной ответственности и этики. Более того, женщины воспринимают карьеру как самореализацию и поэтому не всегда придают значение факторам делового окружения на информационном уровне (система деловых связей). Мужчины же понимают под карьерой престижные и перспективные должности. <i>Следствие:</i> женщины чаще, чем мужчины занимают менее престижные, менее квалифицированные, а значит, менее оплачиваемые должности. Разделение видов деятельности условно на мужские и женские виды деятельности во многом является следствием данного предубеждения, которое влечет за собой некоторую неуверенность женщин в освоении новых для нее видов деятельности.</p>	<p>Женщины в организации должны проявлять активность и возглавить «движение» за социально-ответственное поведение:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разработка и внедрение этического кодекса; • внедрение в корпоративные документы стандартов социальной ответственности и этики. <p>Для преодоления проблем, связанных с мифами, в организации необходимо создание соответствующей организационной культуры, способствующей:</p> <ul style="list-style-type: none"> • переосмыслению значения андрогинного стиля менеджмента и лидерства • разработке стандартов и правил поведения соответствующих андрогинии.

Систематизировано авторами на основе источников [5,6]

Женщинам легче сделать карьеру. Преодоление предубеждения относительно того, что женщина продвигается по служебной лестнице, пользуясь тем, что она более заметна благодаря одежде, косметике, своей эмоциональности, обуславливает необходимость усиления внимания в организации к сути и значению делового этикета: введению дресс-кода в компании; формированию личностных качеств посредством коучинга; улучшению организационного поведения с учетом андрогинии.

Женщины более зависимы от других, чем мужчины. Суть мифа сводится к тому, что женщины, воспринимаясь в большей степени, чем мужчины, объектом внешних влияний, утрачивают в процессе развития управления значительную долю своего независимого существования. Напротив, специалисты подчеркивают, что смысл женственности сводится к консолидированному началу в любом коллективном образовании. Обеспечение женщинами взаимной дополнителности во взаимоотношениях сотрудников на различных уровнях и звеньях управления возможно посредством включения в их состав женщин – не менее 30%-40% от общей численности.

Исследование авторов подтверждает актуальность освоения в отечественных бизнес-организациях симбиотического или андрогинного стиля руководства (лидерства, поведения).

Подчеркнем, что андрогинный тип личности характеризуется сбалансированностью маскулинных и фемининных черт поведения. Носителям андрогинного стиля свойственен творческий подход, адаптированность и гибкость в решении проблем в бизнесе в условиях постоянных изменений внутренних и внешних факторов организации. Им также присущи

наибольшее психологическое благополучие и позитивность восприятия окружающих явлений и событий, вследствие чего в организации достигается синергетический эффект, выражаемый известной формулой $2 + 2 = 5$. Женщины обладают потенциалом такого синергетического по своей сути андрогинного стиля поведения. В отличие от него и маскулинный, и фемининный стили заключают в себе и демонтируют те или иные гендерные предубеждения (мифы и стереотипы). Подчеркнем, что для увеличения занятости женщин в управлении бизнесом, означающим преодоление существующих проблем женщин в бизнесе, необходимо освоение и расширение применения андрогинного стиля менеджмента.

Решение сформулированной задачи, на наш взгляд, целесообразно увязывать с внедрением ценностно-мотивационной модели менеджмента. Суть и значение модели развития андрогинного стиля заключается в создании условий и ситуаций в организации, при которых, во-первых, потребности персонала, отражающиеся в ценностной структуре личности, будут удовлетворяться. Во-вторых, личностные ценности сотрудников будут совпадать с организационными, предопределяющими нормы и правила поведения людей в компании. В-третьих, достижение такой степени сбалансированности и гармоничности личностной и организационной систем ценностей, при которой появляется синергетический эффект в организации.

Поэтому одной из важных задач менеджеров при внедрении ценностно-мотивационной модели менеджмента для развития андрогинного стиля лидерства должны стать выбор и использование соответствующих методов сравнительного анализа личностной и организационной систем ценностей и на этой основе создание условий в организации, при которых обе системы совпадут.

В этой связи значение предлагаемой модели управления, способствующей разрешению проблем женщин в бизнесе и продвижению гендерного равенства, проявляется еще и в том, что данная модель рассматривается не только определяющим, но и стимулирующим фактором эффективной организации за счет снижения гендерной асимметрии.

При обосновании ценностно-мотивационной модели менеджмента важным, на наш взгляд, является выбор методики исследования структуры личностных и организационных ценностей.

В литературе имеет место описание многочисленных методов. Среди них мы выделили разработку П. Ханзейкера и Э. Александра [7]. На наш взгляд, она является наиболее гармоничной решаемым в настоящем исследовании задачам.

Ключевым диагностическим конструктом в ней приняты ценности, относящиеся к двум разнонаправленным группам – духовно-нравственные, систематизированные по параметру взаимодействие, или контактность, и эгоистически-престижные, или прагматические, сгруппированные в рамках такого параметра, как «самоутверждение».

К первой группе ценностных факторов отнесены: уверенность в себе, склонность к многословию, чувство (степень) риска, эгоцентризм, беспокойство, скорость принятия решений и поступков, самостоятельность, стремление к доминированию, склонность к контролю, настойчивость в достижении целей, высокая самооценка, наличие собственного и ясно излагаемого мнения, четкая позиция, наличие яркого и узнаваемого имиджа.

Вторую группу ценностей составили: поддержка хороших отношений с окружающими, открытость, общительность, предпочтение неформальных отношений с коллегами, проявление интереса к мнению окружающих, сопереживание, учет эмоционального состояния других, предпочтение групповой (командной) работе, раскрепощенное поведение, адаптированность к ситуации, инициативность в установлении и развитии отношений, оказание доверия, гибкость в поведении, склонность к импульсивным и спонтанным решениям, стремление к компромиссам, заинтересованность в работе с людьми.

Важность каждого из предложенных респондентам утверждений (выборку составили 57 мужчин и женщин – сотрудников из ряда отечественных предприятий: „Eralit” SA, „Reipiens” SA, „Macon” SA, „Floare-Carpet” SA) оценивались ими по шестибальной шкале. В соответствии с присвоенными им индексами значимости и подсчитанным количеством баллов по двум группам анализируемых ценностных факторов была определена структура ценностей сотрудников исследуемых предприятий с учетом гендера. В процессе исследования выяснились различия в направленности деятельности женщин и мужчин по параметрам контактности (взаимодействие) и самоутверждения (см. рис.1).

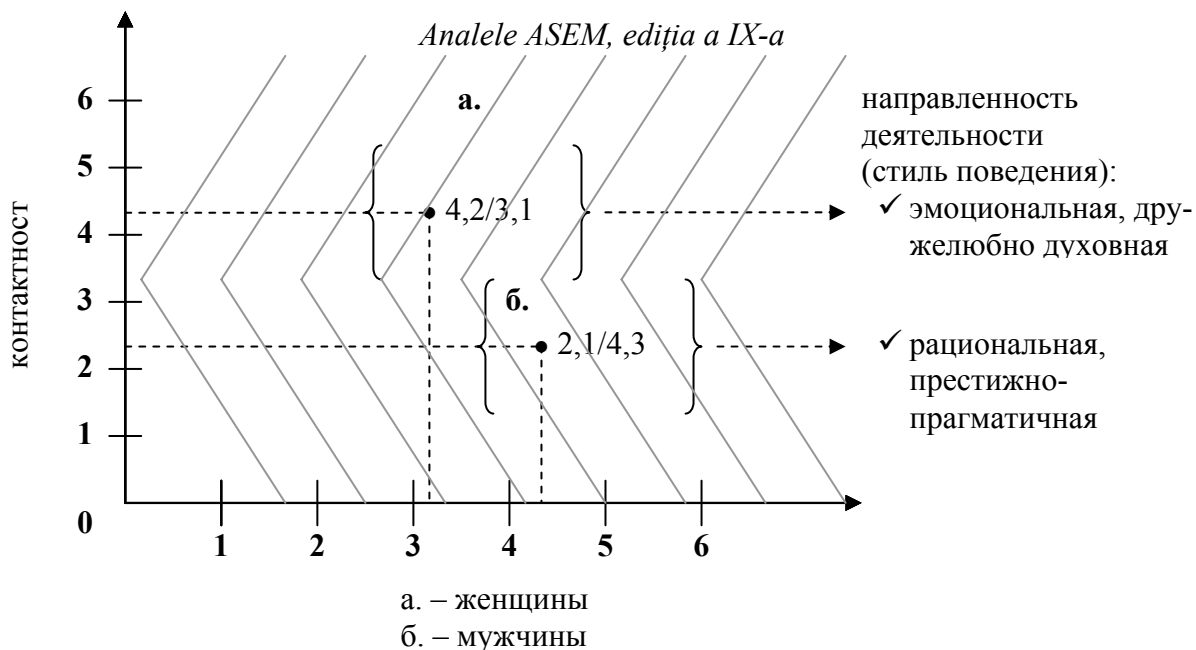


Рисунок 1. Направленность деятельности сотрудников в гендерном контексте

Составлено авторами на основе источников [7,8]

Таким образом, проведенное авторами исследование на ряде отечественных предприятий позволило получить системное описание внутриорганизационных процессов, отражающих компоненты ценностно-мотивационной системы сотрудников с учетом гендерного фактора и на этой основе обосновать направления разрешения проблем женщин в бизнесе, связанных с гендерной асимметрией.

Ключевыми из них, на наш взгляд, являются: моделирование и управление карьерой женщин в организациях на основе саморазвития посредством профессионального коучинга, обучение лидерству и включение женщин в управленческий резерв для расширения их участия в принятии решений и карьерного продвижения с учетом достижения гендерного равенства.

Библиография

1. Закон РМ «Об обеспечении равных возможностей для женщин и мужчин». Закон №5-XVI от 9 февраля 2006 года. «Мониторул Официал», 2006, № 47-50.
2. Постановление Правительства РМ «Об утверждении Национальной программы по обеспечению гендерного равенства на 2010-2015 годы». Постановление №933 от 31.12.2009. «Мониторул Официал», № 2, 5-7, 2010.
3. Anuarul statistic al Republicii Moldova „Статистический ежегодник”. Statistical Yearbook of the Republic of Moldova / Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova. Chișinău: Statistica, 2010 (F.E.-P. „Tipogr. Centrală”).
4. Армстронг М. Стратегическое управление человеческими ресурсами. М.: ИНФРА-М, 2002.
5. Горчакова В. Мифология женской карьеры. Управление персоналом, №3, 2003.
6. Бендас Т. Гендерная психология. СПб.: Питер, 2006.
7. Яхонтова Е. Эффективные технологии управления персоналом. СПб.: Питер, 2003.
8. Померанцева С.П. Модели управления персоналом: исследование, разработка, внедрение. М.: Вершина, 2006.

СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «ИННОВАЦИЯ»: ОБЗОР ТОЧЕК ЗРЕНИЯ

Д.э.н. Оксана САВЧУК,
Аспирантка Елена РАЙЛЯН

Various approaches for understanding the definition of "innovation" and the significance of this phenomenon in the development of the society. We consider the classification of innovation and the characteristics of the main classifications.

Инновация представляет собой научный феномен и является одним из неперенных условий развития общества. Многие ученые изучали значимость инноваций для общества. Адам Смит в конце XIX века писал, что «производительная сила одного и того же количества рабочих может быть увеличена только за счет увеличения или модернизации машин и орудий, облегчающих и сокращающих труд» [16, с.253].

Экономический рост на 70-80% зависит от создания и освоения нововведений, включая качество менеджмента, что и определяет повышение жизненного уровня, конкурентоспособность национального хозяйства, его позиции на мировом рынке [18, с.19]. Данное утверждение подтверждается исследованиями Р. Солоу, П. Самуэльсона, В. Нордхауса, Ж.Ж. Ламбена, А. Литтла, которые в своих работах доказывают значимость инноваций в приросте ВВП в развитых странах.

Именно способность страны извлекать интеллектуальную ренту от внешней торговли при одновременном повышении эффективности собственной производственной базы вывела многие индустриальные страны в лидеры на мировом рынке [8, с.22]. Так, многие индустриально развитые страны, не обладающие богатыми природными ресурсами, смогли занять лидирующие позиции на мировом рынке благодаря эффективному использованию инноваций в экономике, политике государства, выражающейся в стимулировании инновационной деятельности. К таким странам относятся Япония, Сингапур, Дания, Словения и др. Изучение опыта этих стран актуально для Молдовы, так как инновационный путь развития является единственно возможным в реально сложившихся условиях хозяйствования.

Ученые различных областей знания все чаще обращаются к проблемам *инноватики* – междисциплинарного научного направления интегрирующего знания в целях повышения практической эффективности инновационной деятельности организаций [1, с.4].

Значимость инноватики для эффективного развития многих областей человеческой деятельности подвигла нас к классификации понятий, упорядочению терминологического аппарата, т.к. это является неперенным условием эффективного существования и развития какой-либо области знания.

В мировой практике существует большой спектр определений инновации в зависимости от предмета и объекта исследования. Слово «инновация» имеет латинское происхождение (от *innovāre* – обновлять, заменять чем-либо новым, изменяться = *in* – предлог *в* + *novāre* пересматривать, произв. от *novus* новое) и означает: 1) что-либо новое или иным образом нововведенное; 2) акт введения нового, внедрение новых вещей или методов [15, с.46]. Впервые оно упоминается в 1540-50 гг. как производная от глагола «*innovate*» – вводить что-либо новое [15, с.46].

Ввел в обращение определение «инновация» австрийский экономист Й. Шумпетер, который рассматривает инновацию как новую научно-организационную комбинацию производственных факторов, мотивированную предпринимательским духом [15, с.46]. П. Друкер, последователь Й. Шумпетера, говоря о характерных качествах инноватора, отметил его «способность объединять в систему то, что другим представляется несвязным набором разрозненных элементов» [7, с.186].

Зарубежные ученые, такие как Н. Мончев, И. Перлаки, В. Хартман, Э. Мэнсфилд, Р. Фостер, Б. Твисс, Э. Роджерс и другие трактуют это понятие в зависимости от объекта и предмета своего исследования. Например, Б. Твисс определяет инновацию как процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание. Б. Санто считает, что *инновация – это такой общественно-техничко-экономический процесс, который через практическое использование идей и изобретений приводит к созданию лучших по своим*

свойствам изделий, технологий, и в случае, если инновация ориентирована на экономическую прибыль, ее появление приносит добавочный доход. Ф. Никсон считает, что инновация – это совокупность технических, производственных и коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных промышленных процессов и оборудования. По мнению П. Дойля, изобретение – это новый продукт, а инновация – новая выгода [6]. Румынские авторы, Р. Бойер, например, трактует инновацию как изменение, И. Петреску – как систему.

В соответствии с международными стандартами **инновация определяется как конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам** [22].

Российская интерпретация данного определения имеет определенную специфику, связанную с лингвистической особенностью перевода понятия «innovation» на русский язык. В русском переводе «innovation» имеет значение «инновация», «нововведение», «новшество», т.е. вместо одного понятия используются три. Данное терминологическое разнообразие несет в себе определенные преимущества и недостатки. Использование этих трех понятий иногда вызывает путаницу в понимании процесса инновационной деятельности. Преимущество заключается в том, что понятия новшество и нововведение позволяют упорядочить существующие точки зрения: новшество является результатом инновационной деятельности, а нововведение представляет собой процесс внедрения его в деятельность компании.

Некоторые российские экономисты, например А.А. Кутейников, считают расчленение понятия инновация на три понятия неправомерным, мотивируя это тем, что, во-первых, понятие нововведение и новшество в советской хозяйственной практике были тождественны, а во-вторых, в английском языке нет термина «новшество», и это различие на западе остается непонятным.

По нашему мнению, понятия инновация и нововведение являются синонимами.

Анализ отечественной и зарубежной литературы по проблемам инноваций позволяет нам обобщить имеющиеся определения в четыре большие группы (рис.1). Инновации рассматриваются как: система; процесс; результат; изменение.

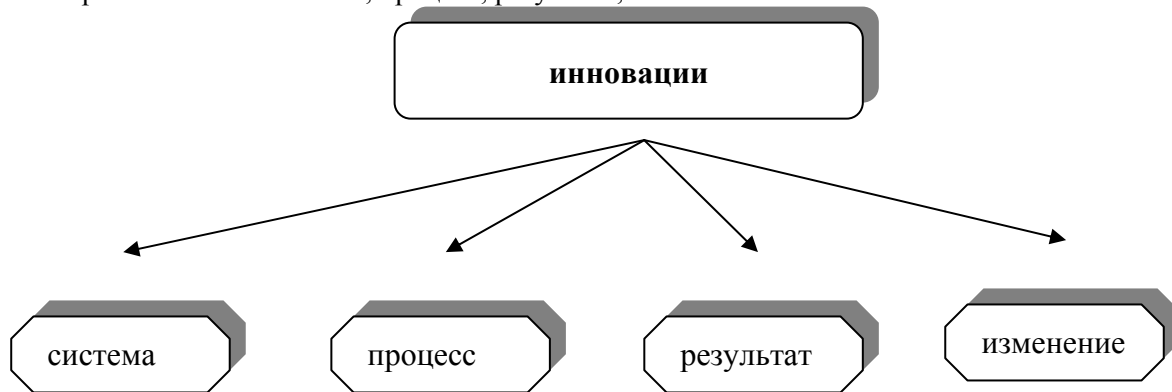


Рисунок 1. Основные направления определения инноваций

● Инновацию как систему рассматривают Й. Шумпетер, П. Друкер и др. Вот одно из определений:

1. Совокупность технических, производственных, коммерческих мероприятий, приводящих к появлению на рынке новых и улучшенных процессов и оборудования [12].

Недостаток данного определения заключается, на наш взгляд, в том, что в нем не отражен процесс от возникновения идеи до ее реализации, не отражен процесс использования новых видов сырья для получения новых продуктов.

● Инновацию как процесс рассматривают Б. Санта, Б. Твисс, А. Койре, В.С. Кабаков, В. Раппопорт, Г.М. Гвишиани, И.П. Пинингс и др.

1. Процесс, в котором изобретение или идея приобретает экономическое содержание [17].

Недостаток определения – не упоминается об организационных и др. инновациях.

2. Общественный, технический, экономический процессы; практическое использование идей, изобретений, которое приводит к созданию лучших по свойствам изделий, технологий; ориентировано на экономическую выгоду, прибыль, доход; охватывает весь спектр видов деятельности – от исследований и разработок до маркетинга [14].

Недостаток. Наиболее полное на наш взгляд определение, однако, в нем не отражены производственные кадры, структура производства.

● Инновацию как результат рассматривают А. Левинсон, В. Берзан и др.

1. Конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [5].

Недостаток – не показан процесс от возникновения идеи до ее практического воплощения.

2. Конечный результат инновационной деятельности, получивший воплощение в виде нового или усовершенствованного продукта, внедренного на рынке, нового или усовершенствованного технологического процесса, используемого в практической деятельности, либо в новом подходе к социальным услугам [5].

Недостаток – не показан процесс от возникновения идеи до ее практического воплощения.

● Как изменение инновацию рассматривают Ф. Валента, В.Ю. Яковец, Ф.Г. Гуревич, Р. Бойер, Е. Хрищев и др.

3. Качественные изменения в производстве могут относиться как к технике и технологии, так и к формам организации производства и управления [21, с.95].

Недостаток – не упоминается об экономическом эффекте от использования инновации. Не отражен в определении путь от зарождения идеи до ее реализации.

Попытки классифицировать инновации предпринимались специалистами различных областей знаний. Спектр мнений по структуре, составу и характеристике классификационных признаков инноваций варьируется и достигает более двух десятков. Однако мы считаем, что общих классификационных признаков не может быть много.

Исходным пунктом для разработки всех используемых в настоящее время классификаций служит классификация Й. Шумпетера, в которой им выделены базисные и вторичные нововведения. Инновации в общем виде делятся на две основные категории: **технологические и нетехнологические**. Наибольшее внимание исследователями всегда уделялось технологическим инновациям, поскольку они характеризуют интенсивность развития инновационного производства и являются сутью и главной целью научно-технического прогресса. Нетехнологические инновации отражают изменения, происходящие в среде, обслуживающей основные производственные процессы, и охватывают инновации организационного, управленческого, правового, социального, экологического и др. характера [4].

Таким образом, **по содержанию инновации** принято объединять в следующие группы:

- продуктовые (новая техника, машины, приборы, инструменты, товары и услуги);
- технологические (модификация способов производства);
- экономические инновации (новые методы, показатели, подходы в экономике);
- управленческие инновации (организация труда, управление, техника менеджмента);
- правовые инновации связаны с разработкой новых систем, норм правовых актов;
- социальные инновации (мотивация труда, внутриколлективные отношения и т.д.);
- психологические инновации связаны с психологическим отбором и оценкой кадров;
- педагогические инновации (новые методы образования, технологии преподавания);
- информационные инновации связаны с новыми информационными системами и технологиями.

Столь подробное деление инноваций по содержанию предлагает Е.Л. Пархоменко в своей монографии «Качество инновационного продукта» [13].

Однако на практике инновации носят комплексный характер, включая в себя несколько компонентов. Например, социально-экономические, организационно-технические, экономико-

организационные и т.д. [13]. С точки зрения комплексности некоторые авторы, например Н. Воронов, делят инновации на **первичные и вторичные**.

Важным классификационным признаком является **научно-инновационный потенциал**. Такой признак выделил А.Н. Пригожин и отождествил с понятием «уровень новизны». Новизна является важным классификационным признаком, который определяется как совокупность свойств, характеризующих радикальность изменений объекта и дающих ему право называться новым [4].

Признак новизны может использоваться применительно к технологиям, к использованию на рынке, к потребителю, к производителю, к посреднику. Большое количество исследователей выделяют данный признак как первостепенный. Согласно этому признаку инновации делятся на: базовые, улучшающие, псевдоинновации.

Базисные инновации являются основой для возникновения новых отраслей, рынков и являются по своей природе макроэкономическими. Вторичные, или улучшающие нововведения, являются производными от базисных и отражают уровень рационализации новшеств в пределах данного поколения техники и технологии производства [13].

Использование базисных инноваций является определенным показателем прогрессивности производства, демонстрирует высокий уровень новизны. Использование базисных инноваций повышает конкурентоспособность организации на рынке. Псевдоинновации представляют собой усилия по улучшению и обновлению продукции, находящейся на последней стадии жизненного цикла [13].

По масштабу нововведений – второй признак – выделяют единичные и диффузные инновации. Единичные инновации используются на одном объекте, в то время как диффузные широко применяются в виде лицензий, ноу-хау. Однако часто на практике в нашей стране, в силу ограниченности ресурсов, диффузные инновации оказываются единичными.

Некоторые специалисты предлагают разделять инновации на **завершенные и незавершенные** и проводить анализ причин данного явления для повышения эффективности инновационной деятельности.

По местам возникновения и распространения выделяют: внутриорганизационные, внутриотраслевые, внутригосударственные, межорганизационные, межотраслевые инновации.

Инновации классифицируют также **по источнику их инициации**. Некоторые авторы делят их на заказные и авторские. Существует другое наименование этих инноваций: по инициативе потребителей и по инициативе производителей. Ж.Ж. Ламбен в своей работе «Менеджмент, ориентированный на рынок» называет данный вид инноваций как: *втягиваемые спросом*, т.е. напрямую отвечающие имеющимся потребностям, и инновации, *вталкиваемые технологическим прогрессом*, т.е. возникающие в результате деятельности НИОКР. Эти инновации необходимо различать, так как они предполагают совершенно разные стратегии маркетинга. Исходящие от рынка инновации требуют маркетинга-отклика, а проталкиваемые технологическим прогрессом инновации – маркетинга-предложения. Во втором случае перед маркетингом стоит задача создания рыночного спроса. По этой причине данный вид инноваций является более рискованным [9, с.499].

Фундаментальные исследования в области инноваций, как правило, касаются нововведений в науке, экономике, материальных услугах, т.е. рассчитаны на экономический эффект. Оценка результатов данных инноваций конкретна и прагматична.

Относительно понятий «инновационная деятельность» и «инновационная политика» существует мнение, что они тождественны. Некоторые исследователи считают, что научно-технический прогресс и инновационная деятельность по сути одно и то же. На наш взгляд, понятие инновационная деятельность более широко, так как охватывает все виды человеческой деятельности, как в производственной, так и в непроизводственной сфере. Эту деятельность целесообразно рассматривать применительно к тому уровню управления, который интересует конкретного исследователя. Инновационная политика представляет собой комплекс мер, приемов и средств достижения целей инновационной деятельности, позволяющих наиболее полно реализовать их с учетом интересов конкретных общественных групп и государства в целом [4, с.289].

Таким образом, можно сделать следующие выводы:

- термин *инновация* имеет широкое значение и в зависимости от предмета и объекта рассматривается как: процесс, система, результат и изменение;
- анализ литературы по данному вопросу привел нас к пониманию новшества, как оформленного результата фундаментальных, прикладных исследований, разработок или экспериментальных работ в какой-либо сфере деятельности по повышению ее эффективности. Понятие же *инновации* и *нововведения* считаем синонимами, опираясь в своем решении на мнения Н.А. Воронова, А.А. Кутейникова;
- множество попыток классифицировать инновации позволяет выделить основные классификационные признаки, присущие всем инновациям. Это такие, как: степень новизны для компании, природа инновационной концепции, происхождение инноваций и по масштабу нововведений.

Библиография

1. Березин И.С. Маркетинговый анализ. Рынок. Фирма. Товар. Продвижение. Москва: Вершина, 2008. 480 с.
2. Berzan V. Activitatea inovatională: premise de intensificare // Fin-Consultant. 2008. Nr.10. P.38-44
3. Boier R. Inovare și succes: Strategii de marketing pentru produse noi. Iași, 1997/
4. Воронов Н.А. Управление инновационной деятельностью предприятий машиностроения. Автореферат диссертации канд. экон. наук. Ижевск, 2003. 27 с.
5. Гохберг Л.М. Статистика науки и инноваций: Краткий терминологический словарь. Москва: ЦИСН, 1996. 290 с.
6. Дойль П. Менеджмент – стратегия и тактика. Санкт-Петербург: Питер, 1999. 560 с.
7. Друкер П. Эффективное управление. Экономические задачи и оптимальные решения. Москва: ФАИР-ПРЕСС, 1998. 288 с.
8. Криворучко Н.Г. Совершенствование государственного регулирования инновационной деятельности в промышленности: Дис.канд.экон.наук. Хабаровск, 2006. <http://www.500rublei.ru/?p=5164&page=12>.
9. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок: стратегический и операционный маркетинг. Санкт-Петербург: Питер, 2006. 796 с.
10. Медынский В.Г., Шаршунова В.Г. Инновационное предпринимательство: Учеб. пособие. Москва: ИНФРА-М, 1997. 240 с.
11. Молчанов И.Н. Инновационный процесс: Организация и маркетинг. Санкт-Петербург: СпбГУ, 1995. 144 с.
12. Никсон Ф. Инновационный менеджмент. Москва: Экономика, 1997. 240 с.
13. Пархоменко Е.Л. Качество инновационного продукта. Тамбов: Изд-во Тамб. Гос.тех.ун-та, 1995. 77 с.
14. Санто Б. Инновация как средство экономического развития. / Пер.с венгер. Москва: Прогресс, 1990. 296 с.
15. Семенов И., Кубахов П. Стратегическая инновация и маркетинг: от противоположности к единству. В: Маркетинг, 2005, №5, с. 46-55.
16. Смит А. Исследование о природе и причине богатства народов. Москва: Наука, 1993. 575 с.
17. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями. Москва: Экономика, 1989. 285 с.
18. Фатхутдинов Р.А. Инновационный менеджмент: Учеб.пособие. Санкт-Петербург: Питер, 2005. 435 с.
19. Хрищев Е.И. Инновационный менеджмент. Кишинэу: МЭА, 2001. 556 с.
20. Шумпетер И. Теория экономического развития. Москва: Прогресс, 1982. 418 с.
21. Яковец Ю.В. Ускорение научно-технического прогресса: Теория и экономический механизм. Москва: Экономика, 1988. 335 с.
22. <http://innovation-management.ru/osnovnye-ponyatiya>.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОБЛЕМ СОПРОТИВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫМ ИЗМЕНЕНИЯМ

Доцент, д.э.н. Ирина ДОРОГАЯ

На сегодняшний день многие компании по-разному относятся к проведению организационных изменений. В зарубежной практике существует два кардинально отличающихся подхода: так называемый, революционный подход, или реинжиниринг, и подход, основанный на эволюционных преобразованиях. Оба этих подхода сталкиваются с большим количеством проблем, связанных как с недостатком финансовых средств для проведения изменений, так и с проблемами, в основе которых находится «человеческий» фактор. Эти проблемы и представляют «силы сопротивления», мешающие любой организации действовать согласно намеченной модели изменений.

Если детальнее анализировать эти полярные подходы, то необходимо отметить, что революционному подходу свойственны более масштабные и глубинные проблемы, что связано с кардинальностью изменений. Соответственно, в эволюционном подходе меньше рисков, связанных с крупными потерями финансовых средств, однако с сопротивлением персонала менеджмент часто встречается и при подобных изменениях. Поэтому, прежде чем приступать к разработке модели организационного изменения, необходимо тщательно исследовать проблемы, существующие на данный момент на предприятии, а также факторы, воздействующие на возникновение конфликтных ситуаций.

По нашему мнению, для проведения такого рода исследований, необходимо использовать определенный инструментарий – конкретную методику, которая поможет идентифицировать существующие проблемы и установить взаимосвязи.

Предлагаемая **методология** состоит из нескольких **этапов**.

Первый этап – подготовка исследования, заключающаяся в разработке программы исследования и отборе источников информации, которыми могут быть предприятия, действующие в подобной отрасли, если менеджмент решает провести исследование с помощью методов бенчмаркинга или эталонного тестирования с предприятиями – лидерами отрасли.

Вторым этапом исследования является сбор вторичной информации. На данном этапе проводится исследование отчетности и других внутренних данных предприятия за последние несколько лет, после которого логически обосновывается необходимость проведения организационного изменения на предприятии.

На третьем этапе исследования проводится анализ вторичной информации по интересующей отрасли деятельности или по отдельным предприятиям, отобранным на предыдущем этапе, после которого логически исходит следующий этап.

Четвертый этап – это сбор первичной информации с помощью различных методов исследования.

На пятом этапе исследования происходит подготовка и обработка полученных первичных данных.

Шестой этап – анализ обработанной информации, обоснование и формулировка выводов и рекомендаций.

Схематично этапы исследования можно представить следующим образом (см. схему):

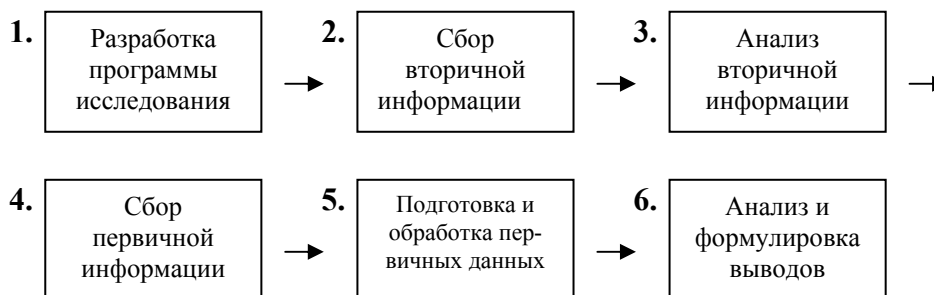


Схема. Этапы исследования проблем организационных изменений

Программа исследования включает:

1. Обоснование и формулировка проблемы исследования

Необходимость в проведении данного исследования связана с осознанием неприемлемости существующей модели менеджмента, присущей большинству предприятий Республики Молдова и необходимости изменения её с помощью конкретных методов на совершенно новую во всех отношениях модель, которая послужит конкурентным преимуществом фирмам, выбравшим её. С целью получения целостных, реалистичных, а также практически значимых данных в исследовании необходимо выявить следующие проблемы:

- ✓ *когнитивные проблемы* изменений, основанные на необходимости изучения и глубинного исследования сущности природы процессов изменений, получения информации об изменениях, происходящих на национальных предприятиях, а также тенденциях развития этих изменений;
- ✓ *временные проблемы*, то есть проведение программы изменений и исследование последствий проведенных изменений в кратко- и долгосрочной перспективе;
- ✓ *культурные проблемы*, появление которых связано с учетом культурных особенностей в процессе преобразований на различных исследуемых предприятиях;
- ✓ *предметные проблемы* изменений бизнес-процессов, связанные с различными точками зрения на процесс преобразований, а также с различиями в интересах заинтересованных групп.

2. Обоснование цели исследования

Целью исследования является получение информации (первичной и вторичной) для обоснования выводов и рекомендаций по осуществлению проекта изменений. В исследовании предлагается преследование целей трех типов:

- 1) *описательные цели*, или описание явлений и процессов, происходящих на современных предприятиях, а также описание и уточнение проблем, с которыми сталкивается предприятие от использования устаревшей модели менеджмента;
- 2) *поисковые цели*, с их помощью определяются базовые бизнес-процессы на различных предприятиях и выявляется, какие из них необходимо преобразовать в первую очередь и с помощью какого инструментария;
- 3) третий вид целей – это *экспериментальные*, то есть цели, предусматривающие проверку гипотезы об определенной причинно-следственной связи, которая будет описана ниже.

3. Объект и предмет исследования

Объектом исследования является персонал исследуемого предприятия.

Предметом исследования – организационные изменения, происходившие и потенциальные.

1. Определение исследуемой совокупности

Объект, предмет и цели настоящего исследования в ограниченные сроки делают резонным использование квотной выборки для предприятия. Ссылаясь на различные руководства по проведению социологических исследований, достаточную репрезентативность представляют 10% генеральной совокупности.

5. Источники исследования для сбора вторичной информации:

- во-первых, источником вторичной информации может служить внутренняя документация (балансовые отчеты предприятий, отчеты о прибылях и убытках, показатели сбыта продукции, контракты с поставщиками и клиентами и т.д.);
- во-вторых, источником изучения вторичной информации являются статистические справочники, представляющие обобщенные данные о демографических, экономических, социальных и других макроэкономических данных Республики Молдова, а также различные публикации в периодических изданиях об исследуемых предприятиях и об их существующих и потенциальных конкурентах и партнерах.

Направления исследования вторичной информации:

1. Исследование основных финансово-экономических показателей,
2. Исследование основных процессов, происходящих на предприятиях.

6. Анализ вторичной информации предлагается проводить по следующей схеме:

1. сведение полученных данных в таблицы;
2. расчет основных показателей, необходимых для дальнейшего исследования;
3. сравнение основных показателей исследуемых компаний с нормативными показателями или показателями компаний-конкурентов, то есть применение на практике принципов бенчмаркинга.

7. Выбор направлений, по которым предполагается проводить сбор первичной информации или информации, впервые собранной для изучения предприятий с конкретной целью – исследование проблем организационных изменений. Выбор направлений исследования полностью зависит от целей, описанных в п.2.

7.1. Логический анализ предмета исследования начинается с изучения существующей организационной структуры, взаимосвязей между уровнями управления, особенностями принятия решений на исследуемых предприятиях, а также исследования проблем, возникающих при этих процессах.

Следующей ступенью сбора первичной информации является определение и дальнейшее изучение основных бизнес-процессов, приоритетных для эффективной деятельности и соответствующих стратегическим целям предприятия.

Далее исследование первичной информации определяет критерии создания эффективной команды для осуществления преобразований.

Следующим аспектом исследования, на наш взгляд, являются проблемы эффективного лидерства, как фактора успешного проведения реинжиниринга бизнес-процессов.

Согласно этим направлениям исследования будут достигнуты два вида целей: *описательные и поисковые*.

7.2. Выдвижение гипотезы, согласно которой будут выполняться экспериментальные цели исследования. Предполагается выявление следующей гипотезы:

- *Гипотезы* – предположения о том, что система предприятия, которая будет действовать после проведенных преобразований, станет более прогрессивной и более эффективной системой менеджмента, чем существующая, при использовании которой предприятие сможет получить результаты, в несколько раз превышающие затраты. При этом необходимо учитывать современные аспекты менеджмента изменений, важнейшими аспектами которого являются: интегрированный подход к применению современных информационных технологий, командообразование, лидерство, выход на клиента через качество и уникальные особенности товаров.

В соответствии с вышеназванными целями и гипотезой основными задачами исследования являются:

- изучение существующей структуры и системы управления;
- определение основных стратегических целей предприятия;
- определение основных направлений позиционирования товаров и услуг;
- определение основных бизнес-процессов;
- выявление основных проблем, возникающих при построении новой системы менеджмента;
- определение основных критериев построения команд;
- определение критериев для выявления лидера команды;
- определение возможного эффекта от организационной перестройки.

8. Выбор инструментария исследования

При проведении исследования необходимо использовать широкий спектр количественных (так называемых жестких) и качественных (мягких) методов, так как только количественные методы не могут дать исчерпывающего понимания поведения конкретных людей, их малых групп и коллективов. Поведение субъектов социальной жизни определяется не только не зависящими от них объективными социальными законами, но и многими факторами, имеющими субъективный характер и оказывающими серьезное воздействие на процесс управления. Процесс организационных изменений представляет совокупность значительных преобразований, которые требуют предварительного исследования мотивации, отношения к командной работе, проблемам лидерства. На наш взгляд, познавательные функции

качественной социологии, другими словами микросоциологии, как нельзя лучше раскрывают субъективные значения человеческого поведения путем анализа конкретных ситуаций социального взаимодействия. Таким образом, сочетание количественных и качественных методов исследования дополнит представление о положении дел на исследуемых предприятиях.

Сбор первичных данных можно предложить осуществлять при помощи трех методов исследования:

- наблюдения;
- эксперимента;
- опроса.

Наблюдение может проводиться на начальном этапе сбора первичной информации путем непосредственного наблюдения за деятельностью персонала организации, клиентами, а также обстановкой, доминирующей на этих предприятиях.

Следующим этапом сбора первичных данных послужит *опрос*, который проводится при непосредственной связи с контактной аудиторией, а также при помощи анкет, интервью, тестов различной тематики, связанной с особенностями изменений. Кроме этого, на предприятиях необходимо проводить тренинги и семинары с персоналом (элементы так называемого коучинга) на различных управленческих уровнях.

Составление и апробация анкет может осуществляться по следующему сценарию:

- разработка макета анкеты (необходимое требование – содержание в анкете закрытых, открытых, гипотетических вопросов);
- размножение анкет для пилотажного этапа исследования;
- пилотаж (апробация) анкеты;
- обработка данных пилотажного опроса;
- доработка анкеты с учетом данных пилотажа;
- тиражирование анкеты и проведение основного опроса;
- обработка данных.

Тренинги и семинары по исследуемой теме помогут более детально рассмотреть проблемы изменений на предприятиях, а также будут иметь двустороннюю направленность в том смысле, что послужат толчком для осознания этих проблем респондентами и будут способствовать развитию и обучению последних.

- Вышеупомянутые дискуссии предлагается проводить согласно методике ***интеграции экспертных оценок***, то есть, по сути, использования приемов перевода количественного анализа этих оценок в качественный. Другими словами, интеграция оценок экспертов, являясь вполне самостоятельным способом качественного анализа информации, в данном случае соединяет в себе другие качественные методики анализа. Реализация данного метода исследования предполагает проведение некоего алгоритма различных исследовательских операций:

- установление мнений экспертов по исследуемым проблемам путем анкетирования (то есть предыдущий этап исследования);
- шкалирование выявленных мнений экспертов, то есть сопоставление показателей их отношения к предмету экспертизы по ранговой шкале;
- согласование мнений экспертов по технике Дельфи, предусматривающей повторение опросов экспертов и информирование на каждом новом этапе опроса о результатах предыдущего опроса, а также сообщение экспертам о мнении большинства и аргументирование собственного мнения, то есть его совпадение или расхождение с тем, которое претендует на господствующую роль. Каждый этап завершается статистической обработкой полученных от экспертов данных. Типичных выразителей крайних мнений приглашают для участия в последующих процедурах интегрирования экспертных оценок;
- очное выяснение отношений экспертов к предмету исследования, а именно изменениям, обсуждение проблем в групповой дискуссии. Обсуждения рекомендуется проводить согласно следующим методикам:

- *Мозговой штурм.* Данная методика предполагает устранение субординационных границ между участниками дискуссии, запрет критики любых идей, поощрение свободного выражения любых мнений и комбинирование идей друг друга, выдвижение необычных предложений, раскрепощение творческого мышления участников дискуссии. Благодаря этому методу удастся выяснить оригинальные подходы к изучаемой проблеме, разнообразие её возможных решений, определить наиболее оптимальный вариант, сблизить мнения экспертов, добиться определенного консенсуса в понимании обсуждаемой проблемы.

- *Синектическая методика дискутирования и согласования мнений экспертов.*

Участникам «синектической группы» ставятся задачи:

1. четко выразить свое понимание проблемы;
2. внимательно выслушать мнения других;
3. поставить себя в положение тех участников дискуссии, которые выражают противоположную точку зрения, и проявить эмпатию (постараться понять, почему их мнение таково);
4. скорректировать свою позицию с учетом резонности позиций других.

Нередко в данном случае возникают серьезные проблемы, которые можно преодолеть с помощью:

♦ Третьей методики – ИПИД (индуцирования психоинтеллектуальной деятельности) – специальной методики проведения дискуссии. Цель ИПИД – выработка единого понимания проблемы, обеспечение единства действий участников дискуссии по решению обсужденного вопроса. Ее следует применять не для выявления разных позиций дискуссионщиков, а в условиях, когда эти позиции уже установлены другими методами. Для этого используются разнообразные техники выработки консенсуса, проявления эмпатии и многие другие.

– Следующим этапом экспертного исследования является *синтезирование экспертных оценок в форме минитеории*, т.е. непротиворечивого научно-доказательного объяснения изученного явления, его причин и тенденций изменения, возможностей влияния на него со стороны различных субъектов социальной жизни. Эта операция требует серьезной аналитической работы, теоретической подготовки и научной достоверности. Она призвана обобщить все оценки экспертов, отразить не только достигнутый уровень их согласия, но и мнения, выпадающие из общей их картины.

– *Комплексирование экспертных оценок* – последняя исследовательская операция по интеграции мнений экспертов. Ее конечный результат – комплексная программа решения изученной проблемы (или нескольких вариантов такой программы). Она логично вытекает из выше охарактеризованной минитеории и содержит перечень мер, реализация которых обеспечит решение исследованного вопроса.

С помощью эксперимента будет проходить последний этап сбора первичной информации. Выявление причинно-следственной связи поможет при обосновании последующих выводов.

Такое разнообразие выбранных методов исследования объясняется необходимостью сопоставления результатов, полученных путем непосредственной беседы с сотрудниками предприятий как в плане субъективного восприятия реальности, так и с объективной частью исследования, то есть с финансово-экономическими и другими данными, относящимися к вторичной информации.

9. Обработка информации может проводиться при помощи математических и статистических методов.

На основе полученных данных формируются выводы по поводу проблем, возникающих на пути проведения преобразований на любом предприятии.

В заключение следует отметить, что представленная методика была использована при исследовании проблем проведения реинжиниринговых преобразований на 18 объектах национальной экономики, в котором участвовали 386 сотрудников этих предприятий. В результате проведенного исследования были выявлены факторы эффективных преобразований, разработана и предложена модель изменений для исследуемых предприятий. Таким образом, предложенная методика исследования должна послужить менеджменту компаний начальным этапом осуществления изменений на своих предприятиях.

Литература:

1. Mania A. *Benchmarkingul, sisteme, metode și tehnici manageriale ale organizației*. București: Ed. Economică, 2000. 270 p.
2. *Как провести социологическое исследование*. Москва: ИНФРА-М, 1990. 195 с.
3. Сидоренко Е. *Методы математической обработки в психологии*. Санкт-Петербург: Речь, 2001. 350 с.
4. Туфкечи М. *Проблемы и факторы эффективного лидерства на предприятиях Республики Молдова*. Tz. pentru conferirea tit. șt. de dr. în st. econ. Chișinău, 2004. 179 p.
5. Dorogaia I. *Problemele reengineeringului business-proceselor în crearea unui sistem managerial efectiv la întreprindere*. Tz. pentru conferirea tit. șt. de dr. în st. econ. Chișinău, 2006. 152 p.

РЕАЛИЗАЦИЯ ПОТЕНЦИАЛА КОМАНД В БИЗНЕС-ОРГАНИЗАЦИЯХ

Конф. унив., д-р Людмила Билаш

The present article examines the essence and the importance of teams and team work in organizations. The issues of change management are examined in the present paper. The stages of change management process, their goals and essence are analyzed. The main reasons for appearance of staff resistance to changes at the company are characterized. The conclusions are made on coping with this problem through the organizational development and corporate culture with an example of the range of national enterprises.

The attention is focused on the formation and development of efficient teams, team roles and the possibility of using of team's importance as a strategic factor for business organizations efficiency.

Вопрос о том, как наилучшим образом задействовать потенциал командной деятельности в бизнес-организациях, является востребованным как со стороны углубления теоретических исследований, так и со стороны практических менеджеров. В этой связи возрастает значение прикладного аспекта науки *менеджмент* – организационного поведения, способствующего успешному применению командных концепций и принципов в практике работы современных деловых организаций [42, 51, 62, 63].

Исследователи менеджмента, увязывающие эффективность с компаниями, основанными на командных принципах, считают, что за такими организациями будущее, так как именно командная организация деятельности компании способствует проявлению ими адекватной и своевременной реакции на изменения [1, 2,5].

По мере смещения акцента с индивидуальной организации работ на командную менеджерам следует уметь определять, анализировать и разрешать проблемы, все более опираясь на значения командных процессов в организации.

Суть концепции командного менеджмента сводится к тому, что структурообразующим элементом деловых организаций становятся не отдельные менеджеры или талантливые сотрудники, а их коллективное предпринимательство в форме команд. В достижении эффективного сотрудничества в организации посредством команд заложены возможности эффективности и результативности бизнеса [см. библиографию].

Поэтому, анализируя в настоящей работе вопросы командного менеджмента, подчеркнем, что их важность и востребованность обуславливают задачи развития как теоретических аспектов данной темы, так и разработки их прикладного аспекта, позволяющих адаптировать теорию команд к ситуационным обстоятельствам, складывающимся в той или иной отрасли, организации, стране. К ним же можно отнести особенности кризисной ситуации.

Подчеркнем, что актуальность командной проблематики менеджмента в теоретическом и практическом отношениях, безусловно, не является исключением и для отечественных предпринимателей и менеджеров.

Работа в командах и ее необходимость отмечается как популярная тема в корпоративных формальных и неформальных дискуссиях, исследуемых в рамках данной статьи отечественных

предприятий.

Обратимся к определению команд, содержащемуся в книге одного из самых авторитетных ученых в области менеджмента Дафта Р. Оно сводится к тому, что «команда – это группа из двух и более человек, которые для достижения осуществляемой цели регулярно взаимодействуют и координируют свои трудовые усилия» [2, с.561].

Наряду с этим, отметим точку зрения также известных исследователей в области менеджмента и лидерства Канценбах Д. и Сантамария Дж. Они определяют эффективную команду в отличие от просто группы как «... небольшое число людей, имеющих взаимодополняющие навыки и стремления к достижению общей цели, промежуточных результатов, а также несущих взаимную ответственность за это».

Далее представим некоторые характеристики команд, отличающих их от групп.

Так, руководство командами осуществляется теми членами команд, которые лучше других ориентируются в решаемых текущих вопросах. Другими словами, командам присуще переходящее лидерство. Руководство же группой осуществляет формально назначенный менеджер.

Цели и планы в команде формируются в процессе обсуждения их альтернатив всеми членами команды. В группах цели и планы определяются менеджером после консультаций с высшим по иерархии руководителем.

Результативность команд – это функция эффективной совместной работы членов команды. Результативность групп чаще достигается вследствие достижения успехов отдельными исполнителями.

В литературе по менеджменту подробно представлены различные типологии команд. При этом выделяются функциональные команды, межфункциональные, самоуправляемые, проектные, виртуальные и др. Всех их объединяет то, что построение бизнес-организаций на основе команд в наибольшей мере соответствует задачам достижения конкурентоспособности компаний.

Для определения фактического состояния и уровня организации командной деятельности на отечественных предприятиях было проведено исследование. Оно осуществлялось посредством наблюдения, анкетирования и устного интервьюирования работников следующих предприятий – акционерных обществ: «Macon», «Viorica Cosmetic», «Moldavidromaș», «Floare Carpet», «Feek», «Eralit», «Radiator», «Reinpis». Общая выборка по ним составила 153 человека. Среди них – менеджеры и сотрудники высшего, среднего и низшего звеньев управления, составившие не менее 10% из общего числа занятых на каждом из перечисленных выше уровней менеджмента.

Из общего числа обследованных сотрудников женщины составляют 57,04%, мужчины – 42,96%.

Распределение респондентов по уровню образования представлено на диаграмме (рис.1).

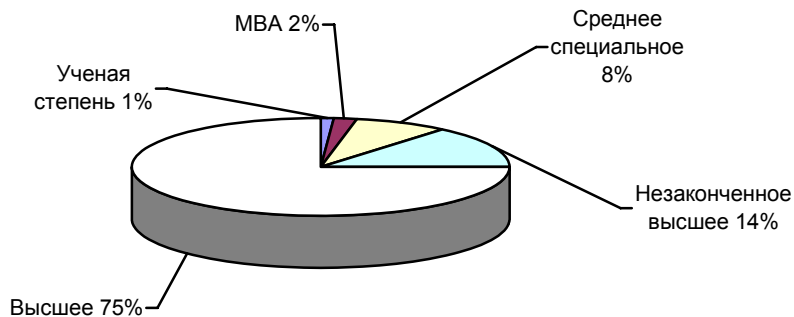


Рисунок 1. Характеристика выборки по уровню образования (в % к числу опрошенных)

Наибольшее число лиц – 115 человек – это лица с высшим образованием. Кроме того, отметим, что топ-менеджмент составляют руководители с высшим образованием. Среди менеджеров и специалистов среднего уровня лица с высшим образованием составляют 86,90%, руководители и сотрудники низшего уровня менеджмента с высшим образованием – 55,93%.

Характеристика выборки по возрасту представлена на диаграмме (см. рис.2).

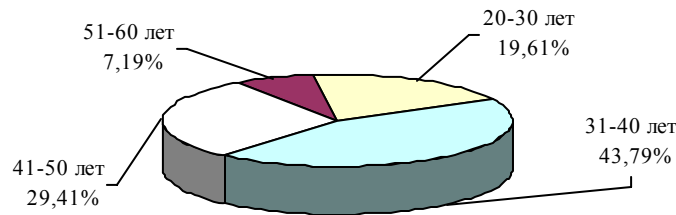


Рисунок 2. Характеристика выборки по возрасту (в % к числу опрошенных)

Наиболее многочисленная группа (43,79%) – это руководители и специалисты в возрасте 31-40 лет, далее – 29,41% составляют работники в возрасте 41-50 лет, около 20% в выборке обследованных предприятий составляют молодые люди от 20 до 30 лет.

Таким образом, обоснованная с позиций различных количественных и качественных характеристик – возраст, гендер, образование, уровни менеджмента, обследованная совокупность работников изучаемых предприятий – позволила получить достаточно полное представление о сложившихся на них командных процессах и уровне командной деятельности.

Такой подход к исследованию также способствовал получению взвешенных оценок сотрудников, наиболее полно отражающих эволюцию и возможности совершенствования организаций на командной основе. Так, в обследованных организациях около 73% респондентов отметили, что отделам и службам, в которых они работают, в большей степени свойственна групповая (командная) организация.

На наш взгляд, такое понимание респондентов увязывается с командами, являющимися частью действующих на предприятиях организационных структур. По результатам исследования 70,71% как раз и являются руководителями таких формальных коллективных образований.

Результаты опроса менеджеров показали, что 37,7% из них осуществляют руководство группами численностью 3-5 непосредственно подчиненных. 29,31% являются менеджерами подразделений (отделов, служб) с численностью 6-7 человек. 20,69% руководят подчиненными, составляющими группы из 8-10 человек. Наименьшее число лиц – 6,90% является руководителями групп, состоящих из 11 и более человек. Примерно столько же руководителей – 6,03% являются менеджерами социальных образований с минимальным числом людей – из 2^x лиц.

Из общего числа опрошенных, работающих в различных по численности и составу группах, 21,05% удовлетворены имеющей место в них такой командной характеристикой, как участие в принятии решений в группе. Еще 11,84% респондентов скорее удовлетворены, чем нет, качеством партисипативного менеджмента. В то же время около 60% не удовлетворены или скорее не удовлетворены своим участием в процессе принятия решений в подразделениях, в которых они работают.

Всего чуть более 49% респондентов высказали свое позитивное отношение к взаимозаменяемости в группах, взаимоподдержке и сплоченности.

Кроме того, значительная часть опрошенных работников на обследованных предприятиях – до 60,53% не удовлетворены условиями и организацией труда, включая делегирование полномочий и мотивированность индивидуального и командного результатов деятельности.

Из 152 респондентов удовлетворены названными отношениями в группах от 16 до 22 человек (10,53% – 14,47%). Безусловно, что сложившийся низкий уровень развития названных организационных командных характеристик обуславливает и невысокий потенциал команд на обследованных предприятиях.

Один из важнейших показателей эффективности командных отношений и процессов в организации, который анализировался на обследованных предприятиях, – это коммуникации. На наш взгляд, в эффективной команде они должны отвечать формуле «выигрыш – выигрыш».

Деловая коммуникация с коллегами и руководителем в подразделениях на изучаемых предприятиях строится по названной формуле у 56,67%.

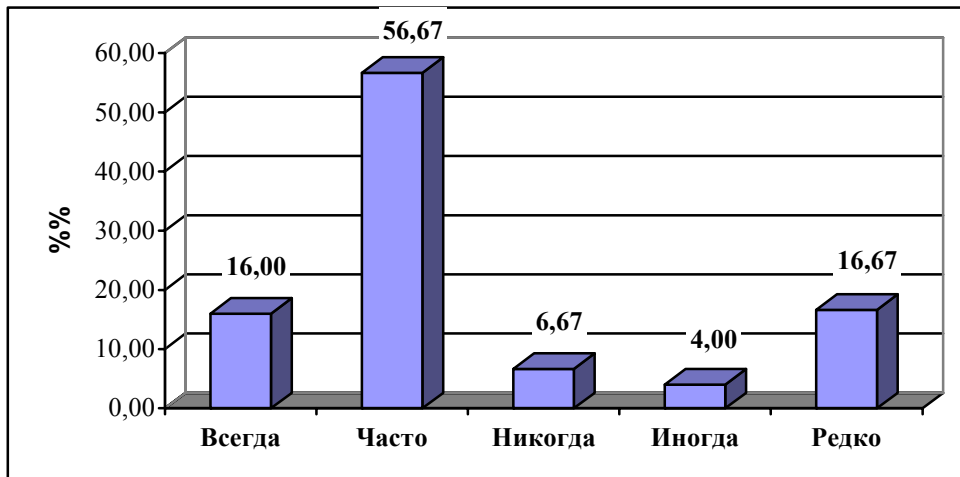


Рисунок 3. Внутрикормандная коммуникация по формуле «выигрыш – выигрыш» (в % к числу опрошенных)

Недостаточный уровень развития конструктивных коммуникаций проявляется в наличии и деструктивных конфликтов в группах (отделах, службах, организации).

Соотношение конструктивных и деструктивных конфликтов представлено на диаграмме (см. рис.4).

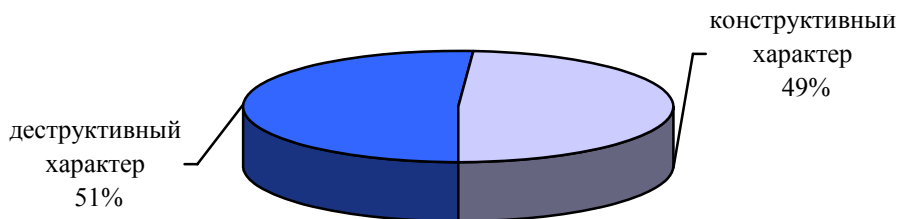


Рисунок 4. Конструктивные и деструктивные конфликты: их соотношение

Исследование показало, что 51% респондентов отмечают в большей степени в подразделениях, в которых они работают, наличие деструктивных конфликтов. Их последствия состоят в том, что затягивается решение проблемы, возрастает напряженность во взаимоотношениях, возможен стресс и разрушение деловых и межличностных отношений. Последствием же разрешения конструктивных конфликтов является решения проблемы, отсутствие напряженности во взаимоотношениях, взаимообогащение опытом, действием, информацией, знаниями. Конструктивные конфликты являются динамической составляющей процесса нововведений в организации. В этой связи следует отметить, что также немногим более половины респондентов – 54,30% отметили, что существующая организация взаимоотношений в отделе (службе, организации) часто способствует успешным нововведениям.

Особенно напряженность конфликтных ситуаций свойственна сотрудникам при решении вопросов на межфункциональной основе.

В этой связи актуальной и обоснованной, на наш взгляд, рекомендацией является определенная в процессе исследования позиция относительно состава и численности участников межфункциональных команд.

Наибольшее число респондентов (81-82%) выразили свое отношение к составу и численности команд следующим образом: в командах с численностью от 2 до 12 человек, состоящих из сотрудников с различными профессиональными навыками, – представители различных подразделений или функциональных областей менеджмента (маркетинг, финансы, бухгалтер, операции и др.). В них должны иметь место регулярные взаимодействия по поводу выполнения совместного трудового задания. При этом участники команды должны быть

привержены общей цели – миссии, стратегии, реализовывать командную и индивидуальную ответственность.

Преимущества межфункциональных команд необходимо увязывать со следующими факторами:

1. Созданием в команде творческой атмосферы вследствие инициации новых идей или новых методов решения традиционных проблем;
2. Самоуправлением в компаниях (найм работников, ротация, внутренняя координация, адаптация команды к общеорганизационным целям и стратегиям;
3. Концентрацией командных усилий на удовлетворении потребностей клиентов в срок и с соблюдением бюджета с учетом принципов тотального качества;
4. Повышением индивидуальной ответственности за качество труда как следствие самореализации участников команды, этики и доверительных отношений в команде;
5. Реализацией ответственности за достижение командного результата, связанного с удовлетворением потребностей клиента за счет: повышения уровня вовлеченности в процесс труда; обогащения содержания труда; развития коммуникаций; делегирования полномочий, соответствующих организационному контексту (бизнес-процессу);
6. Преодолением недостатков функциональной структуры вследствие реинжиниринга бизнес-процессов организации;
7. Развитием лидерства в организации через обучение и коучинг.

Библиография:

1. Burduș Eugen. Tratat de management. – București: Editura Economică, 2005.
2. Дафт Р. Менеджмент. 8-е издание. – СПб.: Питер, 2009.
3. Льюэлл А. Нордстрем, Йонас Риддерстрале. Бизнес в стиле панк. Капитал пляшет под дудку таланта. Издание четвертое. Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2001.
4. Гуляр Фрэнсис Ж., Келли Джеймс Н. Преобразование организации // Пер. с англ. – М.: Дело, 2000.
5. Джон Ньюстром, Кейт Дэвис. Организационное поведение. – СПб.: Питер, 2000.

БИЗНЕС-РЕПУТАЦИЯ В СИСТЕМЕ МЕНЕДЖМЕНТА КОМПАНИИ

Доцент, д.э.н. Алла ПАРФЕНТЬЕВА, МЭА

Under conditions of world economic crisis the reputation of organization takes an added value. The reputation itself becomes the engine of business development. In the article the difference of notion image and reputation is given. Reputation is being considered as important non-material active that brings considerable revenue to organization. The system of measures to manage the reputation is proposed.

*Если вы потеряете деньги компании, я
отнесусь к этому с пониманием. Если
вы потеряете ее репутацию, нет вам прощения.*

Уоррен Баффет

В условиях развития рыночной экономики повышается роль нематериальных составляющих капитала: интеллектуального капитала, качества и эффективности менеджмента, репутации компании. Сегодня репутация организации, это, казалось бы, неосязаемое понятие, становится ее ценнейшим стратегическим активом.

Ценность хорошей репутации организации сложно переоценить. Она придает товарам и услугам организации дополнительную психологическую ценность; выступает мощным отличительным преимуществом в условиях жесткой конкуренции на рынке однотипных товаров и услуг; увеличивает эффективность работы сотрудников, которые получают удовлетворение от самого чувства принадлежности к организации с позитивной репутацией; помогает привлечь наиболее

квалифицированные кадры; повышает доверие к рекламе организации; выступает своеобразным кредитом доверия в кризисных ситуациях, что является особенно актуальным в сложившейся обстановке. Таким образом, репутация сильной и успешной организации увеличивает ценность всего, что она делает и о чем говорит.

Всем ясно, что репутация – это очень важный аспект деятельности любой фирмы, над которым следует работать постоянно. При этом трудно найти компанию, в которой существует программа по защите репутации и улучшению ее характеристик для своих внутренних и внешних аудиторий. Чаще всего это происходит по одной простой причине – понятие «репутация» подменяется понятием «имидж», на формирование и развитие которого и ориентируется вся деятельность компании.

Деловая репутация представляет собой объективно сформировавшуюся совокупность мнений о компании представителей заинтересованных сторон, так или иначе связанных с данной компанией (сотрудников, инвесторов, кредиторов, потребителей, представителей власти, аналитиков, СМИ и т.д.). Деловая репутация на практике выглядит как «доброе имя» компании, она формируется под влиянием множества факторов и оценивается по различным параметрам.

Не следует отождествлять «имидж» и «деловую репутацию» организации, хотя эти категории тесно связаны.

Имидж (образ) – достаточно поверхностное, зачастую искусственно созданное за сравнительно недолгое время представление об организации, которое складывается в сознании людей. Поскольку люди имеют разную информацию о компании, разные взаимоотношения с фирмой, образ одной и той же компании у разных людей формируется различный. Имидж может не отражать глубинных экономических и социальных характеристик компании, особенностей ее поведения на рынке и последствий ее деятельности. Имидж можно существенно изменять, при этом практически ничего не меняя в самой компании.

Репутация – это динамическая характеристика поведения компании, формирующаяся в обществе в течение достаточного периода времени. Она складывается на основе совокупности информации о том, каким образом и какими методами строит свое поведение фирма в определенных ситуациях. Имидж – это то, что организация сама о себе думает и хочет, чтобы так думали другие, а репутация – сумма мнений, общественная оценка организации со стороны. То есть, имидж – это «автообраз», а репутация – образ более объективный. Имидж – это позиция, которую организация спланировала и продвигает в целевые группы, а репутация – это воспринятая аудиторией действительная позиция фирмы, «сухой остаток имиджа фирмы».

Таким образом, репутация представляет собой отражение продвигаемой организацией позиции (имиджа) в сознании групп общественности.

Если благоприятный имидж привлекает новых партнеров и потребителей, то создаваемая годами репутация заставляет их оставаться верными однажды сделанному выбору. Репутация гарантирует, что организация не подведет.

Имидж создается и изменяется относительно быстро. Главным инструментом формирования и корректировки имиджа выступают связи с общественностью, прежде всего, рекламные и PR-компании в СМИ. Устойчивая репутация строится значительно дольше, зато дольше и «эксплуатируется». Построение репутации осуществляется в процессе всей деятельности организации, затрагивая взаимоотношения со всеми группами контрагентов, и в конечном итоге имеет своей целью формирование положительного общественного мнения о компании, которое становится фактором, побуждающим к взаимодействию с ней.

Оптимальным является вариант, при котором имидж и репутация не противоречат друг другу, когда имидж формируется естественным образом параллельно с репутацией. При этом формирование имиджа можно рассматривать как локальный тактический прием, в то время как построение репутации есть более сложная, многоходовая стратегическая задача. Если процесс исчерпывается рекламой и PR в течение ограниченного промежутка времени, можно с уверенностью говорить об имиджевой компании. Если же реализуется многоходовая комбинация, рассчитанная на длительную перспективу, основанная на стратегическом анализе и планировании, если процесс охватывает все аспекты деятельности организации, можно говорить о построении репутации.

Репутация компании направлена прежде всего на потребителей и отражает стремление компании сделать их лояльными к ней и выпускаемым ею продуктам. Высокая репутация компании служит для потребителя гарантией качества продаваемой продукции или

предоставляемых услуг. Потребители считают, что компания с хорошей репутацией не будет продавать продукцию ненадлежащего качества. Уверенность представителей общественности в том, что компания с положительной репутацией не продаст товар ненадлежащего качества, отражается на увеличении скорости и объемов реализации товаров.

Так как компания нацелена на саморазвитие и адаптацию к условиям работы на рынке продукции и услуг, возникает закономерный кругооборот (см. схему на рис.1). Практика показывает, что наиболее эффективные компании характеризуются именно адаптивной организационной культурой.

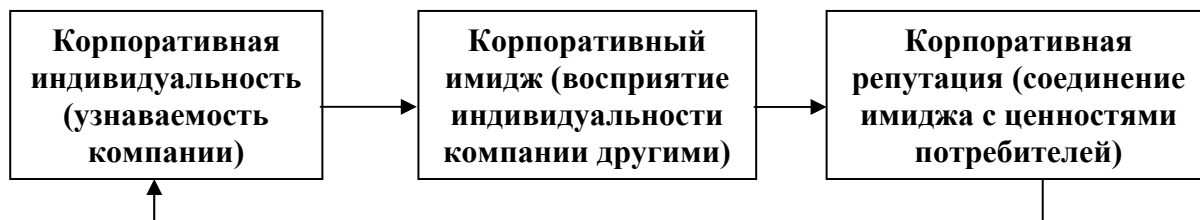


Рисунок 1. Модель взаимосвязи имиджа организации с репутацией

Деловая репутация компании, работающей в условиях информационного (постиндустриального) развития бизнеса, является ее главным нематериальным активом, который имеет значительную стоимость и формируется за счет таких активов компании, как: репутация, имидж и финансовая устойчивость.

Деловая репутация компании представляет собой разницу между ценой приобретения бизнеса и балансовой стоимостью активов, уменьшенной на величину обязательств. Если акции компании котируются на бирже, ущерб репутации будет измеряться понижением стоимости акций как результата снижения доверия к компании акционеров и потенциальных инвесторов.

Деловая репутация должна оцениваться экспертами на следующих основаниях:

- этика в отношениях с внешними партнерами – выполнение обязательств, ответственность, кредитная история, порядочность, открытость;
- этика в отношениях с внутренними партнерами (корпоративное управление) – ответственность менеджеров перед акционерами, финансовая прозрачность бизнеса;
- эффективность менеджмента – рентабельность, наращивание оборотов, рыночная экспансия, инновации;
- качество продукции, услуг;
- репутация топ-менеджеров.

За последние 15 лет доля стоимости деловой репутации в общей стоимости западных компаний возросла от 18 до 82%. Повышение индекса деловой репутации фирмы на 1% дает прирост ее рыночной стоимости на 3% [4, с.129]. Стоимость деловой репутации предприятия увеличивается, если она стимулирует доверие потребителей к выпускаемой продукции.

Как показывает зарубежная практика, цена, уплаченная за приобретаемую фирму, может превышать рыночную оценку всех ее активов и обязательств. Так, корпорация Nestle приобрела фирму Rowntry за 2,55 млрд. долл. США, что более чем в 5 раз превысило балансовую стоимость фирмы, а корпорация Morgis купила фирму Craft почти за 13 млрд. долл. США, что в 4 раза больше балансовой стоимости этой фирмы [4, с.130].

Возникающая при этом разница именуется в зарубежном бухгалтерском учете **гудвиллом** (goodwill), или деловой репутацией. Таким образом, в соответствии с международными стандартами бухгалтерского учета гудвилл, возникающий при приобретении компании, представляет собой разницу между покупной и рыночной ценами предприятия, уменьшенную на величину обязательств.

Различают положительный и отрицательный гудвилл.

Положительный гудвилл означает, что стоимость предприятия превышает совокупную стоимость его активов и пассивов, что предприятию присуще нечто такое, что не определяется стоимостью его активов и пассивов: наличие стабильных покупателей, выгодное географическое положение, репутация качества, навыки маркетинга и сбыта, технические ноу-хау, деловые связи, опыт управления, уровень квалификации персонала и т.п. Эти факторы

обеспечивают более высокий уровень прибыли, чем тот, который может быть получен при использовании аналогичных активов и пассивов, но в отсутствие отмеченных нематериальных факторов.

Когда компания продается за цену ниже рыночной стоимости, имеет место отрицательный гудвилл, или badwill. Он может возникнуть при завышении стоимости активов, занижении стоимости обязательств или при недостаточной информированности об истинной стоимости компании. Согласно международным и молдавским стандартам учета гудвилл относится к нематериальным активам. Однако данный объект учета обладает целым рядом особенностей, отличающих его от «традиционных» нематериальных активов:

- деловая репутация не существует отдельно от предприятия. Это неотчуждаемое имущество, которым нельзя распоряжаться отдельно от предприятия; оно не может быть самостоятельным объектом сделки, поскольку не принадлежит компании на праве собственности;
- отсутствие у деловой репутации вещественной формы не вызывает сомнения, в то время как у других нематериальных активов элемент вещественности присутствует: товарные знаки имеют графическое изображение, фирменные наименования и лицензии оформлены документально, ноу-хау подтверждаются технической документацией;
- все нематериальные активы отражаются в бухгалтерском учете по первоначальной стоимости по сумме фактических затрат, связанных с приобретением, или каким-либо другим образом – в зависимости от способов оплаты. Однако стоимостный измеритель деловой репутации является довольно условным. В отчетах некоторых британских компаний можно встретить статью «Деловая репутация», в которой проставлена символическая сумма в 1 доллар (при измерителе баланса в 1000 долларов). Это означает, что репутация имеется или была, но ее стоимость не определена или списана.

В Молдове применение методов учета и оценки деловой репутации осложнено вследствие того, что в НСБУ 13 «Учет нематериальных активов» о репутации не упоминается, т.е. она не признается нематериальным активом.

Итак, репутация является нематериальным активом, который сложно оценить в стоимостном выражении, но который обуславливает дополнительные существенные доходы и иные экономические выгоды организации.

В связи с этим возникает вопрос о формировании, поддержании и защите репутации компании, то есть о разработке системы мер управления репутацией.

Управление репутацией представляет собой неотъемлемый элемент конкурентного поведения компании. Это планомерный процесс, который в идеале имеет своей целью приобретение компанией «добраго имени» через ее самосовершенствование. Управление репутацией – важнейшая предпосылка благополучия фирмы, поскольку положительная репутация является свидетельством того, что фирма обладает уникальными деловыми качествами и способностями, позволяющими ей успешно вести конкурентную борьбу на соответствующем рынке товаров/услуг. Репутация, с одной стороны, формирует своеобразный конкурентный иммунитет компании, а с другой стороны, способствует эффективному конкурентному сосуществованию, налаживанию прочных отношений. Репутация работает на повышение устойчивости компании и увеличение ее стоимости. Инвестиции в этот вид нематериальных активов иногда бывают более эффективными по сравнению с вложениями в профильный бизнес. Качественная программа управления корпоративной репутацией – это высокоэффективное вложение, которым в будущем компания может воспользоваться.

Управление репутацией начинается с постановки ряда вопросов и разработки программы действий в зависимости от полученных ответов. Вопросы эти выглядят следующим образом:

1. Какова репутация компании в глазах ваших контрагентов?
2. Чем репутация вашей компании отличается от конкурентов?
3. Какие характеристики репутации особенно актуальны для наиболее важных групп контрагентов?
4. Какую репутацию компании хотелось бы иметь?
5. Какие характеристики потенциально могли бы стать основой для формирования репутации компании?

6. Каковы объем и рентабельность вложений в репутацию, т.е. какие выгоды они принесут компании по каждой группе контрагентов? Что необходимо изменить, чтобы получить этот результат?

Если необходимость и эффективность вложений не вызывают сомнения, инвестиции в репутацию осуществляются. Далее разрабатывается долгосрочная программа, определяющая комплекс мероприятий, механизм ее реализации и основные инструменты.

Представляется, что репутационная стратегия должна разрабатываться по инициативе и при непосредственном участии первых лиц компании. Реализация программы по управлению репутацией также должна находиться в поле зрения руководства: курировать эти вопросы может, например, заместитель руководителя, в ведении которого находятся связи с общественностью, реклама. В идеале компания может иметь собственных специалистов по репутационному менеджменту, при отсутствии таковых возможно обращение к сторонним специалистам за консультациями по частным вопросам или разработкой комплексной стратегии построения или коррекции репутации.

Одним из ключевых моментов управления корпоративной репутацией является поддержание эффективных и постоянных связей с общественностью. Формированию репутации компании в значительной степени способствует его паблисити.

Паблисити (publicity – публичность, гласность) – это широкая позитивная известность и признание компании, ее персонала и деятельности. Паблисити формируется путем широкого использования СМИ и представляет собой внешнюю известность предприятия. Для создания паблисити современные компании проводят следующие мероприятия, впоследствии широко освещаемые в СМИ и укрепляющие их репутацию:

- акции, рассчитанные на целевую аудиторию;
- благотворительная деятельность, меценатство;
- спонсорская поддержка конференций, семинаров, форумов;
- организация визитов на предприятие правительственных делегаций, приемов представителей государственных органов власти, зарубежных коллег;
- тренинги, бизнес-школы, конференции, семинары для представителей целевых аудиторий;
- организация компанией профессиональных клубов, члены которых – его клиенты и сотрудники;
- издание газеты или журнала компании;
- участие в выставках;
- создание профессиональных ассоциаций.

К другим внешним методам управления репутацией компании следует отнести формирование ожиданий партнеров по бизнесу и построение взаимоотношений с ними; построение отношений с поставщиками на основе доверия и взаимного уважения; создание доверия у потребителей.

Внутри организации управление репутацией следует осуществлять по следующим направлениям:

- разработка миссии и философии компании;
- создание и внедрение корпоративного кодекса поведения;
- формирование имиджа первых лиц и топ-менеджмента компании;
- разработка позиции социальной ответственности компании;
- развитие системы управления компанией с позиций «человеческого капитала», бережного отношения к сотрудникам.

Подводя итоги выше изложенного можно сделать следующие выводы:

- репутация является важным стратегическим ресурсом компании, капиталом, который должен работать наиболее эффективно в условиях рыночной экономики;
- репутационный капитал – часть общей стоимости компании;
- он является частью нематериального (интеллектуального) капитала фирмы;
- он формируется (накапливается) в течение долгого времени;
- он выражает ценностные аспекты деятельности компании;
- он определяется отношением значимых для организации аудиторий, целевых групп;

- репутационный капитал трудно оценить по причине сложной многофакторной природы;
- его общие размеры можно определить при продаже компании;
- выявление доли репутационного капитала в общей стоимости компании – одна из задач репутационного аудита (методологически организованный сбор информации о репутации компании).

Работа с репутацией – это достаточно кропотливая и тонкая работа, затрагивающая многие уровни, процессы и людей в организации, но в условиях рынка и жесткой конкуренции без этого не обойтись. Именно репутация становится двигателем бизнес-развития, работая на повышение устойчивости и эффективности компании.

Библиография

1. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности. М.: Консалтинговая группа «Имидж-Контакт», 2003.
2. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование. Формирование. Продвижение. – СПб.: Питер, 2000.
3. Михайлец Г.П. Практическая имиджелогия: управляй своей репутацией! – М.: Вершина, 2008.
4. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании. М.: ИНФРА-М, 2009.
5. Шарков Ф.И. Имидж фирмы: технологии управления. М.: Академический Проект, 2006.
6. Фисун А.В. Репутация должна работать, особенно в эпоху перемен // Менеджмент сегодня, № 4, 2009.

MOTIVAREA PERFORMANȚELOR INDIVIDUALE ALE ANGAJAȚILOR

Conf. univ. dr. Marina Baieșu, ASEM

A company remains competitive only if there is an efficient management in using resources. Human resources are as important and expensive in every organization. Within this resource, individual performance must be sufficiently large for organization to achieve excellence. Individual performance depends on the employees desire to do the necessary effort in work, on improvement and employees training, and their ability to execute what is requested from them.

Practica a dovedit, adesea, că organizarea și dezvoltarea de noi produse și servicii de calitate nu garantează întotdeauna succesul. O problemă o reprezintă stabilirea cauzei pentru care munca nu se desfășoară corespunzător, nu este de calitate, cu toate că organizarea este bună. Acest aspect este cauzat de faptul că unii angajați devin apatici și își pierd motivația.

În acest context, este necesară identificarea procedurilor de motivare a angajaților să muncească mai eficient, făcându-i să-și mențină spiritul de inițiativă și atitudine pozitivă. Orice agent economic nu poate obține rezultate remarcabile dacă angajaților săi le lipsește motivația.

MOTIVAȚIA reprezintă un factor principal al performanței. În general, motivația muncii este determinată de importanța acordată în muncă următorilor factori: câștigul, promovarea, menținerea locului de muncă, evitarea sancțiunilor și a criticii, consultarea de către șeful direct când se iau decizii ce privesc colectivul, prestigiul și stima din partea colegilor, climatul de înțelegere din cadrul colectivului, munca bine făcută și utilitatea ei.

Forme ale performanței individuale

Performanța profesională poate fi exprimată prin următoarele forme: productivitatea, inovarea și loialitatea.

Productivitatea poate fi analizată la nivel individual, organizațional și național.

Multe dintre activitățile managementului resurselor umane sunt legate de productivitatea individuală. Plata și sistemele de evaluare a personalului, instruirea și perfecționarea, selecția, stimulentele sunt determinate direct de productivitate.

Productivitatea individuală este influențată de efortul depus, de educația și experiența pe post și dotarea tehnică. Ea este sinonimă cu eficiența, cu randamentul.

Productivitatea la nivel de organizație determină, în mare măsură, competitivitatea și profitabilitatea firmelor prin profit și costuri totale. O productivitate scăzută poate duce la măsura lichidării unei întreprinderi. O modalitate des utilizată în aprecierea productivității în unele țări este costul total al muncii pentru o unitate de produs, determinat prin raportarea salariului mediu al lucrătorilor la nivelul productivității. Se poate observa că o firmă ce plătește salarii mari poate fi competitivă doar dacă realizează și un nivel ridicat al productivității.

La nivel național, productivitatea are următoarele implicații: o productivitate ridicată duce la un nivel ridicat de trai. Apoi, o creștere a salariului mediu pe economie fără o creștere a productivității duce la inflație și la scăderea puterii de cumpărare. În al treilea rând, o rată scăzută a productivității dată de un nivel înalt al costului pe unitatea de produs și o competitivitate scăzută plasează defavorabil produsele naționale pe piață.

Inovarea este o altă formă importantă a performanței obținută în numeroase domenii. Multe organizații dezvoltă inovarea ca o cale sigură de atingere a succesului. Stimularea și menținerea inovației este obiectivul central pentru toate organizațiile ce se confruntă cu mediul concurențial în continuă schimbare.

Nevoia de inovare se poate analiza și din perspectiva relațiilor umane, prin limitele ce pot apărea, în primul rând, tendința de rezistență la schimbare. Nu toate inovațiile vor fi acceptate de angajați și consumatori, însă unele idei creative se pot implementa cu succes. În al doilea rând, unele inovații, care s-au dovedit neproductive sau foarte costisitoare, se datoresc și faptului că în acest domeniu rezultatele nu pot fi preconizate. Inovarea conține un element real de risc, care îi preocupă pe manageri, însă, adevărul este că cine nu acceptă acest risc nu poate inova.

Loialitatea determină, dar și explică, performanța atât de mult dorită de manageri. O persoană loială este un câștig pentru organizație. O sănătate economică pe termen lung depinde în multe organizații de stabilitatea și calificarea personalului. Loialitatea este elementul ce dă stabilitate personalului.

Lipsa de loialitate arată că resursele umane sunt predispuse să părăsească organizația. Cei ce nu părăsesc organizația sunt predispuși la sabotaj, furt, absentism și nu fac nici un efort în atingerea obiectivelor organizației.

Recompensarea angajaților

Un sistem de recompensare are următoarele obiective majore:

- să asigure recunoașterea angajaților care au o contribuție deosebită și care îi încurajează și pe ceilalți să se perfecționeze;
- să evidențieze aprecierea pe care organizația o are față de performanțele superioare;
- să asigure avantaje maxime de pe urma procesului de recompensare printr-un sistem eficient de comunicare care să-i scoată în evidență pe indivizii recunoscuți;
- să asigure mai multe modalități de a-i recompensa pe angajați pentru eforturile și performanțele lor și să stimuleze creativitatea conducerii în materie de recompensare;
- să convingă conducerea că diversitatea mărește efectul procesului de recompensare;
- să îmbunătățească moralul prin utilizarea adecvată a recompenselor;
- să stimuleze modelele de comportament pe care conducerea dorește ca angajații să-l urmeze în continuare;
- să asigure că angajații recunoscuți beneficiază de recunoaștere și din partea colegilor lor.

Studiile efectuate arată că salariații excelează în munca lor atunci când sunt fericiți, satisfăcuți și simt că cineva le apreciază munca. Sistemul de acordare a unor recompense tangibile și intangibile este important pentru îndeplinirea acestor necesități atunci când este folosit în mod adecvat.

Sistemul de recompensare trebuie gândit astfel, încât să stimuleze comportamentele dorite deja existente și comportamentele noi dorite. Încurajarea schimbărilor de comportament este mai dificilă decât menținerea metodelor care fac deja parte din cultura organizației. Din acest motiv, trebuie acordată o atenție sporită sistemului de recompensare, pentru a încuraja oamenii să adopte noile modele de comportament.

Este important ca angajații să fie consultați când este elaborat sistemul de recompensare, pentru a include acele recompense care sunt apreciate de ei. În acest scop, trebuie selectat un lot reprezentativ de angajați.

Pentru a stimula comportamentul dorit, recompensați oamenii cât se poate de repede. Cel mai bine este dacă puteți să-i recompensați chiar atunci când realizează acțiunea.

Un studiu al Fundației Naționale pentru Știință din SUA arată că: soluția pentru a avea angajați care sunt atât satisfăcuți, cât și productivi este motivația; asta înseamnă stimularea și întreținerea dorinței de a lucra eficient – a avea muncitori care sunt productivi nu pentru că sunt forțați, ci pentru că sunt devotați. Studiul respectiv continuă: Dintre toți factorii care contribuie la mulțumirea angajaților, principalul pare a fi acela că performanțele să fie recunoscute și recompensate – sub o formă care să însemne ceva pentru individ din punct de vedere financiar sau psihologic.

Sisteme de recompensare

Pentru a fi cât mai eficient, sistemul de recompensare trebuie să combine diferite mijloace de recompensare, profitând astfel de efectele pozitive ale fiecăruia și compensându-le dezavantajele. De exemplu, un demers poate fi apreciat prin oferirea unui CEC și a unei plachete într-un cadru festiv.

Avantajele și dezavantajele diferitelor sisteme de recompensare sunt prezentate în tabelul următor.

Mijlocul de recompensare	Avantaje	Dezavantaje
Recompense în bani.	Valoarea lor este percepută de toată lumea. Sunt ușor de folosit. Cel recompensat poate alege cum să-i utilizeze.	Odată cheltuite, s-au dus. Dacă sunt folosite prea des, pot fi percepute ca parte a sistemului de salarizare. Sunt greu de oferit într-o manieră atrăgătoare. Adesea, nu sunt împărțite cu familia.
Recompense în bunuri.	Pot fi împărțite cu toată familia. Au valoare de trofeu. Pot fi folosite ca recompensă progresivă (de exemplu, angajatul primește puncte care pot fi valorificate sau acumulate pentru a obține un bun de valoare mai mare). Nu se pot confunda cu salariul.	Ridică unele probleme administrative. Trebuie să existe o gamă variată de bunuri disponibile pentru recompensare. Este posibil ca cel recompensat să nu prefere bunuri.
Recompense prin plachete/trofee.	Sunt legate direct de comportamentul dorit. Durează mult timp și nu se consumă niciodată. Sunt individualizate (adesea, numele recompensatului este gravat pe ele).	Pot să nu fie apreciate de cel care le primește. De obicei, nu sunt utile. Adesea, nu sunt apreciate de familie.
Recompense prin anunțuri publice.	Pot fi foarte precise. Sunt receptate de mai multe persoane. Sunt un mod necostisitor de a-l recompensa pe individ. Durează mult timp.	Nu au o valoare concretă. Pot reduce cooperarea și genera invidie. Pot fi percepute proporționat de către individ, în contribuția totală avută pe o perioadă mai mare.
Recompense prin comunicare verbală.	Caracter personal. Poate fi oferită pe loc. Cea mai puțin costisitoare.	Nu este tangibilă. Poate fi înțeleasă greșit.
Recompensare prin privilegii (de exemplu, participarea la o conferință, la o călătorie de afaceri, zile suplimentare de concediu, echipament nou ș.a.).	Angajatului i se dă posibilitatea de a alege. Pot satisface necesități unice ale angajatului. Foarte apreciate de angajați. Pot fi folosite și în interesul organizației.	Pot produce invidie. Pot afecta activitatea în organizație când angajatul nu este disponibil. Pot fi costisitoare.

Banii dau individului sentiment de siguranță și de putere, de autorespect. Banii îi dau individului un statut social râvnit. Asta nu înseamnă că banii pot compensa defectele personale, dar lipsa lor poate de multe ori să împiedice individul să-și valorifice întregul potențial.

Implementarea sistemului pentru recompensare

Pentru a avea un sistem de recompensare eficient trebuie să se țină seama de mai mulți factori. Măsurile următoare vor ajuta eliminarea unor posibile erori în crearea acestui sistem:

- Fondul de premiere – Organizația trebuie să rezerve o anumită sumă pentru a fi folosită în sistemul de recompensare. Această sumă va stabili limitele în care poate funcționa sistemul de recompensare.
- Echipa de recompensare – Această echipă va concepe și/sau va actualiza sistemul de recompensare.
- Sistemul actual de recompensare – Echipa de recompensare va trebui să întocmească o listă cu toate formele de recompensare, oficiale și neoficiale, care se folosesc în organizație.
- Comportamentele dorite – Echipa de recompensare trebuie să întocmească o listă cu comportamentele dorite.
- Analiza sistemului actual de recompensare – Sistemul actual de recompensare trebuie reexaminat pentru a se identifica recompensele care contravin culturii și concepției de viitor a organizației.
- Analiza comportamentelor dorite – Fiecare comportament dezirabil este raportat acum la formele de recompensare pentru a identifica care forme trebuie folosite pentru stimularea comportamentului respectiv. Pentru fiecare comportament trebuie să existe, cel puțin, două forme de stimulare pentru cei care îl practică.
- Ghidul de folosire a recompenselor – Când este stabilit sistemul de recompensare, trebuie întocmit și un ghid pentru folosirea recompenselor. Acest ghid trebuie să definească scopul fiecărei forme de recompensare și procedurile care trebuie respectate la acordare. Acest ghid va ajuta conducerea și angajații să înțeleagă procesul de recompensare și să uniformizeze modul de folosire a acestora în întreaga organizație.
- Instruirea conducerii – Una dintre laturile cele mai neglijate în instruirea managerilor este tocmai folosirea sistemului de recompensare. Ca urmare, mulți manageri sunt mult prea conservatori în concepția lor cu privire la recompensare, în timp ce alții îl folosesc greșit. De aceea, este necesară instruirea managerilor în acest domeniu.

Sistemul de recompensare susține toate elementele procesului de management. El este liantul care susține procesul de îmbunătățire a activității.

Fără un sistem de recompensare adecvat, angajații au doar impresia că fac ceea ce trebuie, pe când un asemenea proces asigură feed-back-ul pozitiv care le confirmă că schimbările pe care le efectuează satisfac așteptările organizației.

Numeroase studii efectuate asupra factorilor motivaționali au relevat mereu ca principal factor motivațional – recompensarea materială a salariaților.

Sentimentele oamenilor în raport cu munca ce o desfășoară pot fi foarte diferite, mergând de la emoțiile plăcute, pozitive, rezultate din reușitele recunoscute pe plan profesional și recompensate corespunzător sub aspect material, până la profunde nemulțumiri.

EVALUAREA PERFORMANTELOR FUNCȚIONARILOR DIN SECTORUL PUBLIC

Conf. univ. dr. Angela Boguș, ASEM

Professional performance rating is based on all personnel decisions and can alter on the activity of human resource management and, in turn, have an important impact on further development of the institution. Performance evaluation of public institutions has an apart peculiar conditioned by reduced efficiency of its employees work other than the private sector. In public office not all goals are possible to measure accurately. In many cases, the assessment of clerk's effectiveness is an issue more subjective than objective.

Sfârșitul mileniului întâi a fost caracterizat de o serie de reforme ale managementului resurselor umane în sectorul public. Acestea au fost determinate de constrângerile economice asupra sectorului public și de necesitatea creșterii calității și eficienței serviciilor publice. În acest context, Administrația publică nu poate conserva stilul, modul de organizare, sistemele de relații interne și filosofia care au caracterizat-o până în prezent.

Pentru a face față cu succes provocărilor pe care le impune astăzi societățile moderne, o instituție publică trebuie să se dezvolte continuu. Acest lucru presupune un permanent efort de schimbare și adaptare a organizației, astfel încât să poată răspunde cu succes nevoilor clienților săi.

Noul management public necesită de a fi orientat spre formarea unei culturi a performanței în sectorul public, fiind caracterizat prin eficiență, eficacitate și calitatea crescută a serviciilor publice, de înlocuire a structurilor organizatorice ierarhice, puternic centralizate, cu structuri descentralizate.

Complexitatea naturii umane obligă managerul la o analiză atentă a tuturor membrilor organizației, în scopul desfășurării activităților de către acesta în mod constant la standarde de performanță cât mai înalte.

Evaluarea performanțelor personalului este o necesitate pentru toate organizațiile, deoarece în condițiile concurenței existente nu ne putem permite un personal cu o pregătire inadecvată, cu rezultate slabe la locul de muncă care pot afecta rezultatele întregii organizații, mai cu seamă în sectorul public. Totodată, este nevoie de o evaluare a performanțelor cât mai corectă și cât mai veridică pentru a putea ști cu exactitate calitatea resurselor umane de care dispune instituția publică.

Se consideră că performanța este un concept abstract multidimensional, a cărui măsurare depinde de o mare varietate de factori, iar pentru o mai bună înțelegere a ceea ce semnifică evaluarea performanțelor este importantă înțelegerea exactă a **noțiunii de performanță**.

„**Performanța**” este un cuvânt frecvent utilizat în limbajul curent al fiecăruia. Aparent el are aceeași semnificație pentru toată lumea, adică **performanța echivalează cu rezultate**. Dar nu rezultate singulare, ci obținute constant și repetat. De asemenea, rezultatul (performanța), nu înseamnă mare lucru dacă nu există de fiecare dată un termen de comparație: un record personal în sport, spre exemplu, înseamnă rezultatul cel mai bun al unui sportiv, în raport cu rezultatele sale anterioare, iar o cifră de afaceri impresionantă pentru o organizație reprezintă o performanță numai dacă este obținută constant și este mai mare decât cifrele de afaceri obținute în perioadele anterioare sau comparativ cu alte firme similare etc.

Așadar, obținerea de performanțe constituie mobilul existenței organizațiilor și motivul întregii activități a managerilor, deoarece indică nivelul la care se ridică realizările individuale sau colective într-un domeniu specific. Performanța este, în același timp, un rezultat al funcționării organizației.

Pentru individ, evaluarea performanței are și o componentă emoțională sau psihologică deosebită, deoarece în procesul de evaluare, individul trebuie să se raporteze atât la el însuși, cât și la ceilalți membri ai organizației în care își desfășoară activitatea.

Gestiunea performanței constă într-o abordare sistematică a managementului resurselor umane, în general, și a evaluării performanței, în special, folosind obiectivele, performanțele, aprecierile, feedback-ul ca mijloace de motivare a angajaților pentru a înțelege și a folosi la maximum potențialul lor creator. În condițiile unui sistem al managementului performanței corespunzător, angajații cunosc, care sunt prioritățile lor, care trebuie să fie acțiunile curente, obiectivele lor, precum și cum trebuie să contribuie acestea la performanța echipei sau a organizației.

Evaluarea performanțelor profesionale este o activitate care în zilele noastre cunoaște o arie de răspândire foarte largă. Statisticile menționează că ritmul de penetrare în viața organizațională a practicilor de evaluare a personalului a cunoscut o dinamică pe care puțini au bănuțit-o. De fapt, cerința de a evalua personalul unei organizații este impusă de ritmul accelerat de dezvoltare științifico-tehnică, de implementare a noilor tehnologii și, firește, de internaționalizarea pieței concurențiale. În acest context, competența se impune tot mai mult ca un propulsor al economiei unei țări. Or, evaluarea competențelor a devenit, în prezent, o cerință pe care o reclamă organizațiile și nu, în ultimul rând – cele publice.

Evaluarea performanțelor profesionale se află la baza tuturor deciziilor de personal, oferind posibilitatea identificării elementelor de progres sau regres profesional, precum și a necesității unor cursuri de formare și perfecționare profesională.

Evaluarea performanțelor este realizată în scopul stabilirii modului și a măsurii în care angajatul își îndeplinește sarcinile și responsabilitățile ce revin postului ocupat, comparativ cu standardele stabilite și comunicarea rezultatelor către angajați.

Gestiunea resurselor umane în administrația publică reprezintă unul din aspectele cele mai criticate în funcționarea administrației, din cauza ineficacității, iresponsabilității, lipsei inițiativei personale și a relațiilor personalizate etc.

În perioada actuală caracterizată prin imperative de ordin profesional de înaltă tehnică ce determină restructurări importante în domeniul politicilor de resurse umane din cadrul serviciilor publice, toate instituțiile administrației publice se confruntă cu necesitatea creșterii performanței în muncă. ***În general, pentru analiza eficienței unei acțiuni se compară rezultatele obținute cu efortul depus.***

În rețeaua administrației publice, evaluarea este un exercițiu care necesită timp și, de aceea, se face anual. Evaluarea anuală permite asigurarea unei continuități în aprecierea modului de îndeplinire a obiectivelor fixate pe o perioadă suficientă pentru o corectă edificare, evitând impresia lăsată în imediata apropiere a momentului de evaluare.

Evaluarea performanței funcționarilor publici este una din cele mai importante metode de **cuantificare a eficienței** atât la nivel individual, cât și pe ansamblul întregii instituții, motiv pentru care atât instrumentele folosite în cadrul evaluării, cât și criteriile după care se realizează aceasta, trebuie să reflecte în mod cât mai obiectiv imaginea și ierarhia performanțelor funcționarilor publici, precum și aspectele socio-afective care pot contribui la creșterea acestor performanțe.

Autoritatea sau instituția are nevoie de un personal calificat, performant și corespunzător poziției date și atunci stabilirea exactă a ceea ce prezintă angajatul are o importanță enormă atât pentru instituția respectivă, cât și pentru societate.

După cum atestă unele cercetări efectuate asupra domeniului administrativ, întregul efort de reformă în administrația publică din țara noastră, alături de alte aspecte importante pentru domeniul respectiv, întâmpină două obstacole majore: **statutul personalului din administrația publică și regulile bugetare**. Cu referință la primul obstacol putem menționa că **statutul funcțiunii publice** trebuie să aibă în vedere:

- Asigurarea securității locului de muncă, care să confere funcționarilor independența față de interesele particularilor, recrutarea prin concurs, accesul egal al cetățenilor la funcțiile administrative.
- Nivelul de salarizare a personalului care să nu fie direct legat de productivitate, ci de interesul general de satisfacere a cerințelor cetățenilor.
- Caracterul public al organizației administrative care să le ofere cetățenilor mijloacele de control, în vederea garantării utilizării în bune condiții a banului public.

Modul de gestiune a personalului din sectorul privat este opus celui din sectorul public, deci și statutul personalului diferă. În cea mai mare parte din cazuri, gestiunea personalului este abordată prin prisma noțiunilor de drept.

Gestiunea personalului în instituțiile publice operează într-un cadru care nu este perfect uniformizat și legiferat. Acest aspect reprezintă conținutul statutului general al funcționarului public.

Aceste constatări impune o valorizare a resurselor umane din administrația publică și folosirea unor metode actualizate de gestiune a personalului.

În acest sens, putem adapta tehnica auditului social și instrumentele de gestiune previzională a personalului. Experții în evaluarea externă a gestiunii resurselor umane au creat un ansamblu de măsuri, care, combinate cu analizele calitative, permit:

- ✓ Identificarea caracteristicilor majore ale situației inițiale;
- ✓ Inițierea de propuneri de acțiune, în vederea ameliorării condițiilor de muncă, a calității dialogului social, a circulației informației, a motivării și a creșterii eficacității personalului.

Expertul care realizează auditul social dispune de un ansamblu de date la care accesul nu este întotdeauna facil. Numai confruntarea documentelor ce provin din diferite surse permit o analiză pe cifre viabile.

Este important să remarcăm că bilanțul social, realizat cu precădere în cadrul grupurilor de firme private nu este obligatoriu pentru serviciile administrative sau organismele publice. Totuși, o privire mai atentă a lucrurilor, în acest sens, constată că într-un viitor nu foarte îndepărtat acest lucru va constitui o permanentă și în organismele publice.

Necesitatea adaptării evoluției personalului din administrație la creșterea cheltuielilor nu se poate

baza decât pe punerea în practică a unor instrumente de măsură care să permită anticiparea principalelor modificări ale mediului extern. Aceste elemente vor trebui luate în calcul în cadrul unei reflecții strategice, care să permită definirea structurii optime a personalului din administrație pe termen mediu și lung.

Evaluarea performanțelor nu trebuie percepută ca fiind în exclusivitate o sarcină formală prevăzută de lege, ci trebuie văzută ca un proces care ajută atât funcționarul, cât și pe superiorul său, să înțeleagă care sunt punctele forte / punctele slabe în activitatea curentă, ce potențial de dezvoltare există în cadrul instituției etc. Astfel, **directorul sau responsabilul de resurse umane** nu trebuie să se limiteze la aplicarea strictă a formularului de evaluare anuală, ci să alterneze modelele de evaluare cu: **ședințe de lucru în cadrul biroului, ședințe de brainstorming pentru rezolvarea unei probleme, activități de construcție a echipei, stimularea inițiativelor individuale și recompensarea, în măsura posibilităților, a celor mai bune soluții oferite** etc.

Deși unii specialiști consideră că rezultatele evaluării performanțelor angajaților sunt luate în calcul preponderent la recompensarea personalului, putem constata că aceasta are o importanță cu mult mai mare și se răsfrânge asupra unui spectru larg de activități din domeniul resurselor umane, printre cele mai evidente fiind:

1) efectuarea recompensării personalului. În acest sens, evaluarea performanțelor chiar dacă nu vizează direct mărimea salariilor, permite ca recompensarea personalului să fie percepută ca echitabilă, întrucât procesul dat duce la recompensarea eforturilor depuse. În unele organizații rezultatele evaluării performanțelor sunt aplicate pe larg la fixarea deferitelor elemente ale sistemului de salarizare sau a diferitelor recompense sau stimulente. Din acest punct de vedere, majoritatea angajaților consideră că performanța slabă trebuie recompensată la un nivel inferior, în timp ce realizarea unei performanțe înalte să-i permită angajatului obținerea unor recompense suplimentare pentru a spori motivația acestuia.

2) informarea angajaților privind nivelul performanțelor realizat. În cazul dat, angajații simt nevoia unei legături inverse cât mai eficiente care le-ar permite acestora să ia anumite decizii privind îmbunătățirea performanței. Feed-back-ul performanței dezvoltă un nou comportament individual și organizațional. Aceasta se datorează faptului că angajații doresc să cunoască în ce măsură își îndeplinesc sarcinile și responsabilitățile de muncă, cum răspund la solicitările organizației, ce progrese au înregistrat și de ce posibilități de îmbunătățire a performanțelor dispun. În același timp, organizația își creează o părere despre performanțele realizate de fiecare angajat și de potențialul de dezvoltare al fiecăruia.

3) identificarea nevoilor de pregătire și dezvoltare profesională. Un sistem corect de evaluare a performanțelor poate identifica unele neajunsuri în sistemul de pregătire al angajaților. De asemenea, pot fi semnalate punctele slabe ale angajaților, precum și determinarea potențialului angajaților care urmează să beneficieze de perfecționarea profesională. Plus la toate, evaluarea performanțelor poate fi folosită la stabilirea capacităților și aptitudinilor necesare pentru ocuparea unui anumit post.

4) elaborarea planurilor de dezvoltare a carierei individuale. Evaluarea performanței nu trebuie să indice doar cât de bine muncește angajatul sau care îi sunt performanțele, ci și modul de influențare, de îmbunătățire a rezultatelor muncii lui. Ea trebuie să ofere baza dezvoltării planului carierei individului în viitor. Pe baza performanțelor obținute, superiorul poate oferi unele sugestii subordonaților privitor la îmbunătățirea performanței profesionale, în vederea realizării obiectivelor carierei. În așa fel, evaluarea performanțelor permite fiecărui angajat de a cunoaște evoluția sa în carieră și care sunt posibilitățile de dezvoltare ulterioară a acesteia.

5) efectuarea procesului de recrutare și selectare a personalului. Sistemele de evaluare a performanțelor oferă informații necesare stabilirii criteriilor sau identificării cerințelor care vor fi utilizate în procesul de recrutare a candidaților. În afară de aceasta, rezultatele evaluării performanțelor pot fi utilizate și pentru validarea sistemului de selecție a candidaților, în vederea identificării persoanelor necorespunzătoare și evitării angajării acestora.

6) sporirea motivației angajaților. Sistemul de evaluare a performanțelor are un efect motivator deoarece generează un comportament pozitiv care încurajează inițiativa, dezvoltă simțul responsabilității, stimulează efortul pentru performanță etc. Astfel, aprecierea presupune informarea angajatului despre punctele sale tari și despre slăbiciunile sale și sugerarea nevoilor de modificare a

comportamentului, de creștere a îndemnării sau de îmbunătățire a cunoștințelor. Acest tip de feedback îl ajută pe angajat să-și clarifice așteptările cu privire la munca depusă și pe conducător să direcționeze eforturile colaboratorului său la locul de muncă. Evaluarea performanțelor are acest caracter motivator, mai ales la nivel individual. De asemenea, ea poate evidenția inclusiv potențialul de performanță, care stă la baza planificării carierei angajatului.

7) luarea unor decizii privind soarta angajatului în organizație. Datele și informațiile privind performanțele angajatului sunt luate în calcul în cazul transferării, promovării, retrogradării sau disponibilizării unei persoane. Persoanele care înregistrează performanțe înalte sunt luate în vizorul conducerii organizației, în scopul promovării sau transferării la un alt post care implică sarcini de muncă suplimentare și responsabilități mai mari. Angajații care înregistrează performanțe reduse pe o perioadă mai îndelungată de timp, pot fi retrogradați pe posturi mai inferioare sau chiar pot fi disponibilizați.

8) îmbunătățirea relațiilor superior-subordonat. Supravegherea zilnică de către superiori a comportamentului și a rezultatelor obținute de către subordonați, precum și consilierea angajaților, în caz de necesitate, permit îmbunătățirea relațiilor și a climatului dintre aceste două categorii de persoane. De asemenea, conduce la îmbunătățirea comunicării și intensificării colaborării dintre superiori și subordonați, deoarece evaluarea performanțelor constituie o bază a interacțiunii părților menționate care încep să se cunoască din ce în ce mai bine.

Așadar, evaluarea performanțelor are o semnificație deosebită care se poate răsfrânge asupra multor altor activități din domeniul managementului resurselor umane și care, la rândul lor, au un impact important asupra evoluției ulterioare a instituției.

În Republica Moldova Cadrul legislativ necesar desfășurării procesului de evaluare a performanțelor profesionale ale funcționarului public este reglementat de **Legea nr.158-XVI din 4 iulie 2008 cu privire la funcția publică și statutul funcționarului public**, precum și **Regulamentul cu privire la evaluarea performanțelor profesionale ale funcționarilor publici** recent aprobat (noiembrie 2009), care are drept scop reglementarea modalității de organizare și desfășurare a procesului de evaluare anuală a performanțelor profesionale ale funcționarilor publici.

Potrivit legii, evaluarea performanțelor profesionale ale funcționarului public se realizează prin compararea rezultatelor obținute în perioada evaluată cu obiectivele stabilite, în baza criteriilor de evaluare.

Conducătorii ierarhici superiori organizează și efectuează evaluarea performanțelor profesionale ale funcționarilor publici de conducere și de execuție, din cadrul autorității sau instituției pe care o reprezintă. **Astfel, constatăm** că autoritățile publice centrale și locale sunt cele care creează comisii de atestare, care acționează în baza unui regulament aprobat de Guvern.

Comisia de atestare apreciază activitatea funcționarului public, competența lui profesională, cultura juridică, capacitatea de a lucra cu oamenii și corespunderea funcției pe care o deține.

Programele de evaluare sunt proiectate în așa fel încât să asigure nu numai un control mai sistematic asupra comportamentului subordonaților, ci și pentru a controla comportamentul superiorilor.

Orice abordare sistemică a evaluării performanței, de regulă, începe cu:

1. Completarea unui formular adecvat, care, de fapt, reprezintă o etapă pregătitoare.
2. Cea de-a doua etapă constă în efectuarea unui **interviu**, în care managerul și angajatul supus evaluării discută posibilitățile de îmbunătățire a performanței.
3. Interviuul se finalizează printr-o **decizie de acțiune concretă**, pe care urmează s-o execute angajatul, fie de unul singur, fie împreună cu managerul său.
4. Acțiunea se materializează sub forma **unui plan de îmbunătățire a postului, promovarea pe alt post sau o majorare salarială.**

Procesul de evaluare a performanțelor profesionale ale funcționarului public se realizează în conformitate cu următoarele principii de bază:

a) *obiectivitate* – factorii implicați în procesul de evaluare a performanțelor profesionale trebuie să ia decizii, în mod imparțial, în baza argumentelor și faptelor concrete, astfel încât să redea cât se poate de exact atât meritele, performanțele, cât și deficiențele și nerealizările din activitatea celui evaluat;

b) *cooperare și comunicare continuă* – asigurarea unui mediu cooperant și menținerea unor relații de comunicare deschisă și permanentă între toți factorii implicați în procesul de evaluare a performanțelor profesionale;

c) *respectare a demnității* – asigurarea unui mediu în care este respectată demnitatea fiecărui funcționar public și a unui climat liber de orice manifestare și formă de hărțuire, exploatare, umilire, dispreț, amenințare sau intimidare.

Astfel, în urma evaluării performanțelor profesionale, funcționarului public i se acordă unul dintre următoarele calificative: „foarte bine”, „bine”, „satisfăcător”, „nesatisfăcător”.

Rezultatele evaluării performanțelor profesionale ale funcționarului public se iau în considerare la luarea deciziilor:

- a) cu privire la avansarea, menținerea sau retrogradarea în trepte de salarizare;
- b) cu privire la conferirea unui grad de calificare superior;
- c) cu privire la promovarea într-o funcție publică superioară;
- d) cu privire la eliberarea sau destituirea din funcția publică.

Făcând o analiză a stării de lucruri din domeniu, constatăm că funcția publică dispunea de mai mulți ani de un sistem complex de evaluare care implică realizarea de informații anuale de către șefii ierarhici superiori cu privire la activitatea personalului. Șefii ierarhici, la rândul lor, erau examinați de către propriii lor superiori. Evaluarea se concentra pe calitățile personale demonstrate de-a lungul anului și punea accent mai mult pe aptitudine decât pe rezultatele obținute la locul de muncă. Calificativul obținut cu această ocazie era un factor determinant pentru accesul persoanei respective la următorul eșalon ierarhic.

O examinare a politicii de personal ar fi recomandat o reformă care să armonizeze sistemele de dezvoltare a carierei și care să acorde importanță curentă rezultatelor obținute.

În prezent, funcționarul și superiorul său ierarhic definesc, de comun acord, obiectivele pentru perioada următoare și evaluarea se face în funcție de îndeplinirea obiectivelor.

Fără îndoială trebuie de menționat faptul că în funcția publică nu toate obiectivele sunt posibile de măsurat cu precizie. În multe cazuri, aprecierea eficacității unui funcționar este o problemă mai mult subiectivă decât obiectivă. De remarcă că toate sistemele de evaluare sunt legate de opinii și că este inutil să cauți un sistem obiectiv.

În pofida modificărilor semnificative, care s-au concentrat în ultimii ani, grupul de persoane care este evaluat și, ceea ce este poate mai important, cel care face evaluarea, rămâne același. Ne întâlnim aici direct cu o realitate: este mai ușor să facem să funcționeze un sistem care a fost experimentat și să obținem rezultate mici, decât să producem schimbări profunde, fundamentale.

În funcția publică, domeniul resurse umane aproape că nu a adoptat o orientare strategică. Majoritatea celor care au responsabilități în acest domeniu nu au calificarea necesară și mulți dintre ei nu ajung să se specializeze în această activitate pe tot parcursul carierei lor. Această deficiență a sistemului este cunoscută și sperăm că, cel puțin, astăzi, **odată cu schimbările noi guvernări**, se vor face eforturi pentru a o remedia printr-o specializare care constă în aceea că funcționarii trebuie să ocupe, de-a lungul carierei lor, diferite posturi care au legătură cu gestiunea de personal, chiar dacă trebuie, totodată, să ocupe și alte posturi pentru a cunoaște în profunzime *Administrația pe care o servesc*.

Totuși, procesul de specializare este atât de lent, încât devine aproape imperceptibil. În anumite cazuri, în numele unei mentalități administrative care nu ia în considerare calificările profesionale, specializarea nu pare să fie cel mai bun mijloc pentru a mări prestigiul departamentului de resurse umane. Schimbările produse în gestiunea resurselor umane păcătuiesc prin lipsa de atenție acordată aspectului uman al gestiunii de către guvern și de către anumiți înalți funcționari.

O problemă destul de serioasă, care apare, este cât de bine reflectă această evaluare realitatea. Chiar dacă sunt stabilite criterii clare pentru fiecare categorie de funcționari publici, subiectivismul evaluatorului poate fi mai greu înlăturat, cel puțin, deocamdată. Este adevărat că funcționarii publici trebuie motivați, dar chiar dacă s-au stabilit criterii, totul depinde de evaluator. Dacă vrei să obții anumite rezultate cu adevărat optime, atunci este nevoie de a evalua oamenii corect, în așa fel și evaluatorul personal ar trebui să aibă acea performanță.

Existența unei grile de salarizare pe baza unei clasificări profesionale constituie un aspect important și la nivelul organismelor publice.

Considerăm că, cu referință la funcția publică, evaluarea și-ar putea spori importanța odată cu introducerea *remunerăției în funcție de randament*. Numai că această măsură se cere a fi serios pregătită și criteriile de atribuire a primelor să fie foarte clare. Odată ce elementele de remunerare legate de randament ajung să devină permanente, funcționarii cu înalt randament pot să obțină salarii considerabil mai mari, în raport cu nivelul mediu pe care îl obțin ceilalți colegi.

O altă chestiune ce creează probleme în evaluarea performanțelor se referă la frecvența aprecierilor. Multe sisteme de evaluare sunt construite în jurul unei evaluări anuale. Excepție fac acele persoane proaspăt numite sau promovate pe un post, cazuri în care evaluarea va avea loc la intervale mai scurte, în timpul unei perioade de probă pentru a împiedica înmulțirea problemelor. Totuși, evaluarea anuală oferă două mari dezavantaje:

- resursele umane își intensifică efortul de a obține performanțe înainte de momentul efectuării evaluărilor;
- evaluarea se poate transforma într-un ritual, al cărui obiectiv se va pierde în timp.

O practică des întâlnită, în ultimii ani, în rândurile managerilor constă în evaluarea performanțelor în scopul disponibilizării, practică ce a transformat activitatea de apreciere într-un instrument de amenințare a siguranței managerului. Un asemenea sistem de evaluare are toate șansele să dea greș, deoarece constituie o evaluare momentană, irelevantă de cele mai multe ori, folosită în detrimentul dezvoltării resurselor umane.

Bibliografie:

1. Legea cu privire la funcția publică și statutul funcționarului public nr.158-XVI din 4 iulie 2008
2. Regulament cu privire la evaluarea performanțelor profesionale ale funcționarilor publici, Chișinău, 2009
3. Pitariu H.D., *Managementul Resurselor Umane. Evaluarea performanțelor profesionale*, Editura All, București, 1994
4. Profiroiu M., *Managementul organizațiilor publice*, Editura Economică, București, 2001

TEHNICI DE SUCCES FOLOSITE ÎN AFACERI

Conf. univ. dr. Raisa Borcoman, ASEM

Art de persuasion pour les directeurs des ventes est une combinaison de plusieurs facteurs, dont la capacité à former des normes personnelles qui laissent une empreinte sur les parties. Une compréhension approfondie de l'essence de l'art de persuasion est prochaine apparition : personnes ne prennent pas une décision spécifique que lorsqu'ils estiment qu'il est dans leur intérêt. Par conséquent, la base d'un processus de persuasion effectivement pas poursuit ce que vous voulez obtenir auprès du client. Maesters de persuasion, que je sais que le secret de l'art de persuasion est de se concentrer sur ce que peuvent vous offrir au client.

Arta persuasiunii pentru managerii de vânzări este o combinație de mai mulți factori, unul dintre ei fiind capacitatea de a forma standarde personale care își lasă amprenta asupra interlocutorilor. O înțelegere profundă asupra esenței artei persuasiunii vizează următorul aspect: *oamenii nu iau o anumită decizie decât atunci când simt că este în interesul lor*. Prin urmare, baza unui proces de persuasiune eficient nu este urmărirea a ceea ce dorești să obții de la client. Maeștrii persuasiunii știu că secretul acestei artei este să te concentrezi asupra a ceea ce poți tu să-i oferi clientului.

Principiul fundamental al abilității de a persuadea și convinge – pe care se sprijină întreg edificiul convingerii în afaceri – este *nivelul de credibilitate* în fața clienților sau partenerilor.

Un manager, înainte de a-și persuadea subalternii ori de a încheia un contract, sau un agent de vânzări, înainte de a obține o comandă, ar trebui permanent să se întrebe dacă este *crezut*. Pentru că, dacă nu ar avea destulă *credibilitate*, contractul nu va fi semnat.

Mai întâi de toate, vom identifica noțiunile de “*credibilitate*” și “*încredere*”.

Credibilitatea este însușirea unei persoane de a putea fi crezut. *Încrederea* este un sentiment de siguranță față de capacitatea, cinstea, sinceritatea cuiva. Deci, *credibilitatea* este de natură intelectuală, pe când *încrederea* este viscerela.

Marele filosof al Greciei antice, Aristotel, vorbind despre convingere, a plasat la baza ei *trei* componente: “*etos*”-ul, “*patos*”-ul și “*logos*”-ul, care, mai apoi, au devenit baza filosofiei occidentale. Un manager sau un agent de vânzări, pentru a fi convingător, trebuie să-și formeze abilități în aceste trei direcții:

1. Să câștige *credibilitate* în ochii clientului/partenerului, ca fiind baza convingerii, ceea ce înseamnă că:
 - a) agentul de vânzări este experimentat și credibil;
 - b) agentul de vânzări pare o persoană sinceră;
 - c) agentul de vânzări este interesat de satisfacerea dorințelor interlocutorului.
2. Să știe cum să-și proiecteze sentimentele legate de produs sau de serviciu, ceea ce se numește „*patos*” sau „*impact emoțional*”, calitate care creează încrederea;
3. Să știe să explice logic avantajele produsului sau ale serviciului, ceea ce se numește „*logos*” sau „*logică*”.

Vom examina, în continuare, câteva tehnici de comunicare care sunt benefice pentru construirea credibilității.

1. Tehnica adevărului. În afaceri, și nu numai, adevărul, oricând de crud ar fi, are o forță uimitoare. Cândva, am profitat de serviciile firmei notorii „Mazda”, pentru a-mi înlătura un defect la mașină. Peste o săptămână, am înțeles că angajații acestei firme, care susțineau că sunt cei mai mari și tari, au avut o atitudine neglijentă față de serviciul prestat, astfel că am fost nevoită să mă adresez unui mic autoservice, în care lucrau doar patru angajați. La întrebarea dacă nu au frică de concurență în acest domeniu, au susținut, nu fără mândrie, dar sincer, că, într-adevăr, sunt defavorizați de poziția lor pe piață, concurenții având utilaje mult mai performante, care le economisesc timpul. De aceea, ei sunt „*numărul doi*”, ceea ce-i determină însă să se „*străduie mult mai mult*”.

Poate că, fără să-și dea seama, ei au atins un punct foarte important în economia convingerii: *dacă indici dezavantajele, tot ceea ce spui în rest va părea mult mai credibil*.

Există patru motive solide pentru a prezenta și partea negativă a lucrurilor:

- Îl facem pe client să creadă că suntem obiectivi;
- Clienții se simt flatați și recunoscători că suntem sinceri cu ei;
- Suntem pregătiți din start să anticipăm posibilele obiecții și să aducem contraargumente;
- Suntem credibili în tot ceea ce spunem în continuare.

Străduința lor a fost relevantă și convingătoare: defectul mașinii a fost înlăturat, poate pentru totdeauna. Am recomandat, cu plăcere, această firmă mai multor cunoștințe.

2. Tehnica cifrelor exacte. Oamenii au mai multă încredere în cifrele exacte decât în cele rotunjite. Este mult mai ușor să se spună sau să se scrie că o anumită marcă de cafea „nu conține cofeină”, decât să se precizeze că ea nu conține cafea în proporție de 99, 3%. Ultima cifră însă exprimă mai multă încredere decât prima afirmare.

În această situație, ca tehnică de convingere, poate fi folosită verosimilitatea impusă de „*sindromul cifrelor impare*”. Să presupunem că trebuie să cumpărăm o proprietate imobiliară. Proprietarul cere 100000 de euro. Când oferi 100000 sau 95000, nu este atât de credibil ca atunci când spui: „*Am efectuat o evaluare atentă a proprietății și, după analizarea tuturor*

datelor, suntem siguri că prețul potrivit ar fi 95350 de euro". Proprietarul, în cele mai dese cazuri, va accepta oferta, fiind influențat de cifrele exacte.

Există mai multe șanse de reușită, dacă se afirmă că noul program de procesare-text va crește productivitatea serviciului de secretariat cu 86%, decât dacă se afirmă că îi va dubla performanțele.

3. Tehnica atenuării avantajelor proprii. Din mai multe experiențe, am observat că puterea de convingere scade drastic, dacă interlocutorul crede că partenerul sau vânzătorul are ceva sau mult mai mult de câștigat din afacerea dată. Dacă potențialul cumpărător cunoaște faptul că agentul de vânzări lucrează pe bază de comision, credibilitatea acestuia va scădea enorm, iar probabilitatea de a vinde se va micșora cu mult. Secretul este de a atenua importanța oricăror avantaje care îi revin agentului economic.

Strategia orientării spre produsul mai ieftin are la bază această tehnică. Agentul de vânzări te sfătuiește să economisești bani pentru cumpărarea unui model mai puțin sofisticat. Acesta sugerează că pune interesele clientului înaintea celor personale, deoarece va obține un comision mai mic. Aceasta oferă ocazia de a sublinia încă o dată avantajul pe care îl are clientul de la acest produs, în plus, i se taie calea de a mai cere o reducere.

Or, punctul cheie ar fi: dacă dorim să fim crezuți, trebuie să *subliniem faptul că nu avem nimic de câștigat*.

4. Tehnica „Joacă rolul unei persoane de succes”. Asumându-ne rolul unor persoane care nu ne subminăm imaginea cu lucrurile făcute doar pentru câștigul personal, vom atenua încă o dată importanța avantajelor noastre. Și în unele restaurante din Republica Moldova, chelnerii obțin bacșișuri din vânzare. Și atunci când la un restaurant ești asaltat de chelner cu sortimente scumpe, îți faci impresia că acesta își asigură un bacșiș mai mare. Însă dacă însuși proprietarul restaurantului s-ar apropia și ar zice: „*Trebuie neapărat să încercați aperitivul de prepeliță cu ananas. Sunt sigur că o să rămâneți încântat*”, am avea o altă atitudine față de recomandarea acestuia.

Vom fi mai puțin tentați să credem că proprietarul ne persuadează fiind mai interesat decât chelnerul. Chelnerul va lua un bacșiș de 15%, pe când proprietarul va obține 70% sau chiar mai mult, în funcție de politica de prețuri reglementată de restaurantul respectiv. La moment, fiind influențați de statutul persoanei, nu ne vom da seama de aceasta.

Avem tendința să credem proprietarul, să fim mai ușor convinși de către el, deoarece, în concepția noastră, oamenii ca el nu recurg la subterfugiile respective.

Astfel, prin statutul lui, prin stilul și felul adoptat în îmbrăcăminte, putem proiecta imaginea „omului de succes” – o persoană care nu se coboară la nivelul recomandărilor făcute exclusiv pentru beneficii financiare. În acest context, agenții de vânzări ar trebui să-și pună frecvent două întrebări: „*Cum ar trebui să se îmbrace?*” și „*Ce imagine ar trebui să-și proiecteze?*”. Răspunsul este: „*Destul de bine, de elegant, pentru a nu da impresia că are urgent nevoie de vânzarea respectivă pentru a supraviețui, însă nu atât de luxos, încât clientului să-i fie incomod să se apropie*”.

Așadar, suntem mai ușor convinși de persoanele care se îmbracă mai bine decât noi.

Freed a efectuat un experiment asupra ușurinței cu care oamenii pot fi convinși să ignore semnalul „Stop” la semafor. Când o persoană bine îmbrăcată a ignorat semnalul, 14% dintre persoanele care așteptau la semafor l-au urmat. Când aceeași persoană a repetat experimentul a doua zi – de această dată fiind îmbrăcat în haine neîngrijite – doar 4% dintre ceilalți l-au urmat.

5. Tehnica „Tratarea problemei în mod direct” constituie un mod eficient de a rezolva problema credibilității diminuate, din cauza factorului de câștig personal.

Să presupunem că un client ezită în privința investirii într-o nouă clădire administrativă.

Tehnica brokerului: „*Sunt sincer cu dumneavoastră, domnule Y. Să știți că lucrez pe bază de comision. Dacă nu investiți în această clădire, pierd comisionul. Cu toate acestea,*

adevărata problemă este că și dumneavoastră pierdeți, deoarece profitul potențial pe care vi-l poate aduce această clădire este imens. Amândoi pierdem. Deosebirea este că eu știu și ultimul bănuț pe care îl voi pierde, dacă nu investiți. Ce mă deranjează însă este că nu știu cât pierdeți dumneavoastră. S-ar putea să fie sute și mii de lei”.

Ultimul argument poate fi net hotărâtor în favoarea brokerului.

Sau poate exista și o altă situație. Să presupunem că este vorba de o întâlnire de afaceri cu un client/ un partener pe care trebuie să-l facem să accepte o achiziție sau să încheie un contract. Observăm că, în timpul persuadării, acesta nu ne ascultă atent. Aceasta o relevă limbajul corpului. Partenerul își ține capul într-o poziție verticală și se uită în ochi cu o privire absentă. Dacă ar fi atent, și-ar ține capul ușor înclinat, iar ochii i s-ar mișca, semn că reacționează la cele spuse. În această situație, trebuie să avem curajul să abordăm problema: „*Îmi dau seama că vă preocupă ceva. Vă pot ajuta într-un fel?*”.

Interlocutorul își va cere scuze și va veni cu solicitarea de a lua o decizie.

6. Tehnica „Puterea cuvântului scris”. Una dintre cele mai sigure modalități de construire a credibilității constă în folosirea materialelor tipărite. Cunoaștem că cele mai importante dintre cele cinci simțuri sunt simțurile *văzului* și al *auzului*. Însă ponderea persoanelor care se bazează pe primul dintre acestea este cu mult mai mare. Deci, suntem predispuși să credem ceea ce vedem scris decât ceea ce auzim.

Majoritatea oamenilor au o memorie preponderent vizuală: își amintesc mult mai ușor ceea ce au văzut decât ceea ce au auzit. În acest context, multe companii folosesc mape de prezentare atunci când își fac cunoscute produsele sau serviciile. Aceste articole sunt de mare ajutor și pentru agenții de vânzări la începutul carierei, deoarece nu va mai fi nevoie să memoreze toate detaliile.

Or, puterea cuvântului scris constituie un element-cheie în construirea credibilității.

7. Tehnica referințelor. Un principiu de bază folosit de maeștrii persuasiunii în construirea credibilității este abilitatea de a convinge interlocutorul că și altcineva, în afară de persoana care persuadează, crede că acesta oferă cel mai bun produs sau serviciu din lume. Acest principiu poate fi realizat în felul următor:

- Invocarea unei mape cu scrisori primite de la clienții sau partenerii mulțumiți de produs sau serviciu. Este important ca scrisorile să fie recente și să aibă numărul de telefon al clienților, pentru ca aceștia să poată fi sunați în cazul în care se dorește verificarea autenticității lor.

Cum se obțin aceste scrisori? Unele dintre ele sunt scrisorile de mulțumire oferite de înșiși clienții entuziasmați de ceea ce s-a făcut pentru ei. Însă, adesea, recomandarea clientului este solicitată de însuși vânzătorul sau gazda care prestează serviciile. Uneori, clienții vor ezita: „*Păi... nu prea știu ce să scriu...*”. Vânzătorul va avea ocazia minunată de a-i răspunde: „*Îmi imaginez cât de ocupat sunteți. Îmi spuneți ce v-a plăcut cel mai mult, iar eu voi redacta textul scrisorii. Dumneavoastră nu vă rămâne decât s-o citiți pentru a fi de acord s-o semnați*”.

8. Tehnica „Transformarea relației”. Principiul „clientul cumpără mai repede, dacă te apropie de el” joacă un rol important în formarea credibilității. Poate fi stabilită o legătură cu clientul/partenerul prin transformarea relației dintre aceștia: dintr-o relație de afaceri, ea poate deveni o relație amicală.

Iată care ar fi pașii:

- *Schimbarea subiectului* discuției: de la afaceri la ceea ce se întâmplă în viața clientului. Discuția poate fi concentrată pe hobby-urile, vacanțele sau familia acestuia. Dar, agentul de vânzări trebuie să dea dovadă de multă subtilitate în modul în care va face aceasta, mai ales în interpretarea reacției clientului. Dacă se întâmpină o rezistență din partea acestuia, încercarea se cere a fi abandonată. În cazul în care clientul continuă cu plăcere conversația, nelimitându-

se doar la răspunsuri la întrebări, ci trecând la expuneri și explicații, procesul de stabilire a relației amicabile poate fi continuat.

- *Întâlnirea de afaceri poate fi plasată undeva în afara biroului*, de exemplu, la o cafenea, unde schimbul de informații va fi mult mai degajat.

- *Clientul trebuie să simtă că agentului de vânzări îi pasă de el*, de emoțiile lui. Dacă clientul va spune: „*Celălalt furnizor nu și-a respectat angajamentele*”, ar trebui să-i răspundem: „*Cred că ați fost foarte dezamăgit!*”, ceea ce înseamnă că suntem pe aceeași undă cu el, căci ne pare foarte rău că mai există astfel de furnizori.

- Trebuie să încercăm *să le arătăm clienților că îi simpatizăm*, folosind formule de felul: „*Sunteți cel mai organizat client pe care l-am cunoscut până acum*”, „*Îmi face plăcere să vin aici*”, „*A fost o plăcere să vă cunosc*”, „*Știți de ce sunteți clientul meu preferat? Pentru că e clar că vă place ceea ce faceți*”.

9. Tehnica folosirii numelui interlocutorului. Tehnica constă în folosirea numelui unei persoane la începutul sau la sfârșitul unei fraze, atunci când se propune ceva sau se formulează o cerere. Este o tehnică de persuasiune simplă, dar care se transformă într-o metodă magică de formare a credibilității. Oamenii se simt flatați să-și audă numele rostit. Mai ales când aceasta este însoțită de o ușoară înclinare înainte a capului și de un zâmbet pe buze. Maeștrii persuasiunii cunosc faptul că înclinarea capului este o tehnică de comunicare elementară. Acest gest intensifică forța de persuasiune, deoarece relevă faptul dacă vorbitorul este ascultat cu atenție. Iar zâmbetul este pilula magică care poate face o persoană necomunicativă să se exteriorizeze. Combinând cele trei elemente: numele, înclinarea capului și zâmbetul, putem modifica substanțial imaginea pe care o au oamenii despre noi.

Pașii de urmat ai acestei tehnici sunt:

- *Folosirea numelui clientului/partenerului/angajatului la începutul sau la sfârșitul frazei;*
- *Formularea cererii/proponerii;*
- *Înclinarea capului și oferirea zâmbetului în timpul exprimării.*

Exemplu: Directorul de vânzări s-a hotărât să inițieze o modificare a politicii firmei, știind însă că nu va avea succes printre angajați. Pentru a convinge angajații că schimbarea este una necesară, managerul i-a selectat pe trei dintre ei – pe cei pe care îi cunoștea ca fiind mai agreați de către restul echipei – cu scopul de a le dezvălui intențiile sale înainte de a le face publice. Atunci când intră primul dintre ei, managerul i se adresează: „*La loc te rog. Vreau să implementez o nouă politică internă și aș dori să-ți cer sprijinul, Alexandru*”.

În niciun caz numele nu se va plasa la mijlocul solicitării, căci nu va avea efectul scontat.

Dar nici nu îndrăznim să spunem că această tehnică simplă s-ar putea să-l convingă pe Alexandru să sprijine imediat intenția managerului, indiferent de părerea proastă pe care și-o formează atunci când i se dezvăluie noul regulament. Dar obținerea sprijinului unei persoane nu depinde adesea de problema discutată. Sprijinul depinde adesea de nimic mai mult decât de atitudinea pe care și-o formează ascultătorul față de interlocutor atunci când este persuadat. Tehnica folosirii numelui este binevenită pentru a face interlocutorul să se arate receptiv la anumite propuneri.

Așadar, factorii subliminali ce determină o persoană să fie convinsă de alta se învață. Tehnicile și procedeele persuasiunii sunt inepuizabile. Cunoscându-le, vom fi mirați să aflăm că de multe ori am fost intenționat convinși de alții fără să conștientizăm aceasta.

Bibliografie:

1. Raisa Borcoman, Djulieta Rusu. *Comunicare persuasivă cu impact în activitatea managerială și de afaceri*, Editura ASEM, Chișinău, 2009;
2. Roger Dawson. *Secretele persuasiunii*. Polirom, 2006;
3. Salăvăstru Constantin. *Teoria și practica argumentării*, Editura Polirom, Iași, 2003.

ASISTENȚA PSIHOLAGICĂ ÎN PROCESUL MUNCII

Conf. univ. dr. Cezara Abramihin, ASEM
Conf. univ. dr. Liliana Eremia, ASEM

Work activity is an industrial psychologist, social engineering, ie an applied science in human and social problems that involve the following skills: cultural psychology, psychological tactics, and skill in tackling and solving problems of socio-human nature.

1. Funcțiile psihologului

Activitatea psihologului practician în cadrul organizațiilor se concentrează în jurul a **două direcții principale** de activitate:

- asigurarea unui climat psihosocial adecvat care să permită introducerea, asimilarea și funcționarea adecvată a structurilor organizatorice;
- identificarea și sugerarea unor remedii de înlăturare a eventualelor disfuncționalități pentru ameliorarea și optimizarea activității organizației respective.

Z. Bogathy grupa sarcinile practice ale psihologului într-o organizație industrială astfel [2]:

- 1) delimitarea cerințelor corespunzătoare fiecărei profesii și loc de muncă, precum și implicarea lui în elaborarea fișei posturilor;
- 2) alcătuirea bateriilor de teste psihologice utilizate pentru selecție, orientare sau reorientare profesională, sau chiar pentru promovare;
- 3) efectuarea examinărilor psihologice;
- 4) în cazul accidentelor de muncă, a bolilor profesionale, a necesității de reconversie profesională, asigurarea reorientării persoanelor din instituția respectivă;
- 5) evaluarea gradului de risc la nivelul diferitelor posturi și formularea unor recomandări și contraindicații pentru aceste posturi;
- 6) analiza psihologică a eventualelor avarii tehnice;
- 7) participarea la organizarea ergonomică a locului de muncă;
- 8) implicarea în formularea și aplicarea normelor de tehnică a securității muncii;
- 9) participarea la îmbunătățirea dispozitivelor informaționale și a organelor de comandă al echipamentelor tehnice și al tablourilor de comandă pentru a se ține cont de caracteristicile psihofiziologice ale operatorilor;
- 10) elaborarea dosarelor psihologice pentru toate persoanele angajate cu scopul repartizării profesionale, a promovării, evaluării, și a analizei unor conflicte intragrupale.

Cuprinsul unui dosar psihologic trebuie să conțină:

- fișa de primire care este completată la angajarea persoanei, de către psiholog (pregătire și experiență profesională, antecedente medicale, observații după interviu, rezultatele examenului psihologic);
 - fișa de apreciere a rezultatelor cursurilor de calificare, pe durata formării profesionale;
 - fișa de comportament profesional completată de către psiholog, în urma convorbirilor avute cu superiorii și colegii săi;
 - fișa de comportament psihosocial în întreprindere, familie și societate, care include aspecte din cadrul relațiilor interpersonale, abaterile de la normele de conviețuire socială, existența unor eventuale sancțiuni administrative sau penale.
- 11) studiul asupra relațiilor interpersonale a climatului psihosocial, și identificarea unor măsuri pentru ameliorarea acestora;
 - 12) acordarea de asistență psihologică angajaților pentru eventuale probleme personale (de serviciu, familiale, de altă natură).

Activitatea psihologului este justificată în fiecare dintre cele trei faze cunoscute ale ciclului funcțional-organizatoric al structurilor de producție, deoarece la oricare din cele trei nivele pot apărea fenomene și probleme ce țin de competența specialistului în psihologie.

Faza de proiectare a structurilor organizatorice poate sugera intervenția psihologului în următoarele etape:

- stabilirea ponderilor pe care le vor avea diverse activități în cadrul organizației;
- acțiunile de selecție de personal, formarea și promovarea celor angajați, consilierea psihologică;

- stabilirea numărului și a tipurilor de legături dintre compartimentele organizației, asigurând eficiența economică sau psihosocială prin stabilirea liniei ierarhice;
- asigurarea distribuției egale a activităților pe compartimente și angajați;
- îmbunătățirea comunicării interpersonale, fie că este vorba de comunicare pe orizontală, fie pe verticală.

Faza de implementare a noilor structuri organizatorice presupune implicarea directă a psihologului ca efect al:

- apariției unei intensificări a procesului informațional-comunicațional;
- modificărilor statutelor și rolurilor;
- schimbării sistemului de relații, ce presupune trecerea la un alt post de muncă, la un alt grup de muncă, fiind necesară adaptarea și integrarea în grupul respectiv;
- conturării unui climat psihosocial tonic, favorizant (apariția satisfacției în rândul angajaților în urma schimbărilor) sau a unuia inhibant (angajații nu sunt receptivi la nou, sunt neliniștiți în legătură cu schimbările ce vor urma).

La această etapă, fenomenele psihosociale pot constitui drept factori favorizanți sau stimulatori pentru introducerea noilor structuri organizatorice, iar studierea lor îi poate sugera psihologului nivelul de pregătire a angajaților pentru introducerea a acestor structuri noi. De aceea, ar trebui din timp de informat angajații despre caracteristicile și importanța schimbărilor ce vor fi efectuate.

Faza de asimilare și funcționare a structurilor organizatorice necesită intervenția psihologului prin observații, sugestii, informare cu privire la eventuale stări psihologice ale angajaților, sau la elaborarea organigramei reale, și confruntarea ei cu cea formală și formularea direcțiilor de îmbunătățire, toate acestea având drept scop formularea unor propuneri de ameliorare și corectare a lucrului acestor structuri.

Un loc aparte în cadrul sarcinilor practice ale psihologului îl deține preocuparea pentru relațiile interpersonale. Distincția, ce poate fi realizată în cadrul acestor relații, o constituie cele stabilite cu colegii (pe orizontală) și cele stabilite cu șeful ierarhic (pe verticală).

O bună integrare al fiecărui membru al colectivului de muncă, poate fi obținută prin relații bazate pe comunicare între lider și subordonați, între diferite trepte ierarhice, dar și în cadrul grupului restrâns. S-a observat că o repartizare inechitabilă a sarcinilor la locul de muncă afectează coeziunea de grup și produce variații individuale în timpul și ritmul muncii.

Interacțiunea socială existentă între membrii colectivului de muncă, prin conturarea unui profil specific grupului respectiv, deschide calea spre compatibilizare între membrii grupului și implicit spre sporirea eficienței. Această compatibilitate ține de sistemul motivațional utilizat și de natura motivelor dominante. Cercetările au demonstrat că acei muncitori care își raportează interesele atât la reușita personală, cât și la cea de grup, stabilesc relații optime atât pe verticală, cât și pe orizontală. Când orientările individuale sunt accentuate, se ajunge la competiție, iar când direcția este comună, consecința este colaborarea în grup.

Un alt aspect al grupului, de care psihologul ar trebui să țină cont, este cel al compoziției în funcție de vârstă și de sex. Acești doi factori sunt corelați cu cerințele sarcinii de muncă.

2. Psihoprofesiograma psihologului industrial

Având în vedere complexitatea activităților pe care psihologul le desfășoară în procesul muncii, se pot contura următoarele elemente ale psihoprofesiogramei psihologului:

1. Prezentarea profesiei de psiholog. Boghathy [1] aprecia următoarele elemente ce diferențiază profesia de psiholog de celelalte: condițiile de lucru, specificul meseriei, metodele și tehnicile folosite, cerințele psihologice impuse, în raport cu persoanele ce vor urma să exercite această profesie.

2. Obiectul muncii, în principal, cuprinde elementele: menținerea, corectarea sau restabilirea sănătății psihice, a personalității celor ce sunt implicați în procesul muncii, optimizarea și recăpătarea capacității de muncă.

Psihologul trebuie să se raporteze întotdeauna la fiecare angajat în cadrul relațiilor sale cu ceilalți angajați, având în vedere atât mărirea eficienței lui sociale, cât și a eficienței activității lui în unitatea respectivă. Aceste deziderate pot fi atinse prin activități concrete, precum: îmbunătățirea condițiilor de lucru ale angajaților, orientarea și selecția profesională, participarea la decizia de promovare, consilierea psihologică la nivel individual sau de grup.

3. Condițiile în care își desfășoară activitatea psihologul desemnează două arii principale: în laboratorul psihologic, dar și în secțiile și departamentele întreprinderii. Orice psiholog trebuie să țină cont de mediul

sociocultural caracteristic zonei în care își desfășoară activitatea. Psihologul are de stabilit relații armonioase, echilibrate nu numai cu fiecare angajat în parte, ci și cu managerii societății respective, de sprijinul și colaborarea cărora are nevoie.

4. Specificul muncii psihologului presupune următoarele tipuri de activități: administrarea probelor psihologice, prelucrarea datelor rezultate din testare, însușirea cunoștințelor referitoare la specificul muncii în instituția respectivă; conturarea unor sugestii pentru rezolvarea conflictelor în muncă; formularea unor propuneri pentru cei care vor urma cursuri de specializare; acordarea de asistență de specialitate pentru problemele personale ale angajaților. Astfel, sarcinile pe care psihologul le are de îndeplinit sunt: conturarea fișei pentru fiecare post în parte (cerințe specifice și psihosociale); elaborarea psihoprofesiogramelor și a monografiilor profesionale; stabilirea componenței ansamblului de probe psihologice care vor fi utilizate fie în recrutarea de personal, fie în reorientarea profesională; sugerarea măsurilor de reorientare sau de automatizare și chiar informatizare, atunci când s-au constatat accidente de muncă; determinarea criteriilor de validare, conturarea programelor de examinare pentru fiecare post.

5. Metodele, tehnicile și instrumentele utilizate de psiholog se aleg în funcție de situația de examinare, de criteriile urmărite pentru postul respectiv, precum și în funcție de persoanele ce vor fi examinate. În consecință, psihologul poate utiliza teste psihologice (de personalitate, de aptitudini speciale); probe a căror administrare presupune o bună cunoaștere a regulilor de aplicare, corectare, interpretare; observația psihologică, interviul, convorbirea; chestionare în cazul unor investigații psihosociologice; altă categorie din instrumentarul psihologului practician o constituie aparatura de laborator, simulatoarele sau probele de informatizare.

6. Cerințele profesiei de psiholog industrial. În continuare, vom prezenta viziunea lui A. Dicu [5] care prezintă trăsăturile esențiale pe care este indicat să le dețină psihologul industrial:

- gândirea psihologică operațională, capacitatea de analiză a problemelor legate de organizarea și conducerea producției, precum și a tuturor factorilor ce pot influența randamentul;
- capacitatea de cercetare, prin care să identifice nivelul diferitelor variabile, precum și posibilitățile de control ale acestora;
- cunoașterea sarcinilor operaționale ale conducerii și modalitățile de eficientizare a activității întreprinderii.

Având în vedere complexitatea muncii pe care o desfășoară psihologul practician, este recomandabil că acesta să dețină un nivel superior al flexibilității, pentru a putea trece cu ușurința de la un ritm la altul, în funcție de specificul activității respective.

7. Codul deontologic al psihologului. Acest cod desemnează ansamblul normelor ce delimitează cadrul moral în care se va desfășura profesia de psiholog, constituindu-se, astfel, reguli de comportament în cadrul exercitării acestei profesii, care se referă la respectarea demnității personale, a vieții personale, a intereselor și libertății sale. O primă formă a acestui cod a fost conturată în 1961, de către Societatea Franceză de Psihologie, având sediul la Sorbona și care stabilea următoarele direcții:

- raportarea permanentă a psihologului la etica impusă de profesia sa, atunci când sunt implicate normele etice existente în societate;
- păstrarea obiectivității;
- păstrarea secretului profesional în legătură cu rapoartele de examinare;
- evitarea atitudinii sau limbajului care ar putea leza demnitatea persoanelor cu care acesta lucrează;
- informarea permanentă asupra progreselor obținute în psihologie, precum și implicarea în aceste progrese;
- asumarea responsabilității în privința stabilirii bateriei de teste ce va fi folosită în evaluarea psihologică;
- neacceptarea condițiilor de lucru ce ar veni în contradicție cu principiile deontologice ale profesiei de psiholog.

În urma unei dezbateri largi, lansată în 1992 în Statele Unite ale Americii, la care au participat 679 de specialiști, Asociația Americană de Psihologie (APA) a adoptat o nouă formă a codului deontologic, aplicabil de la 1 decembrie 1992.

În această formulă, codul cuprinde principiile generale și standardele etice.

Principiile generale sunt următoarele: competență și integritate, responsabilitatea științifică și profesională; respectul pentru semeni; dreptatea și demnitatea; interesul pentru bunăstarea altora; responsabilitatea socială.

Standardele etice menționate în acest cod sunt: generale; evaluare, cunoaștere, intervenție; avertizare și alte declarații publice; terapie; intimitate și confidențialitate; predare, îndrumarea pregătirii, cercetare și publicații; activități juridice; rezolvarea problemelor etice (American Psychologist, 1992, nr. 12).

După cum se vede, codul deontologic, într-o formă sau alta, cuprinde referiri la constrângeri de conduită morală: păstrarea secretului profesional, respectul celorlalți, sporirea calificării profesionale, autonomia tehnică și cea profesională, sancționarea utilizării psihologiei ca instrument de represiune socială sau politică.

3. Organizarea laboratorului psihologic

Una din condițiile esențiale pentru desfășurarea activității psihologului într-o unitate industrială este existența unui laborator psihologic, ce are două direcții majore: măsuri aplicative imediate, pentru rezolvarea unor sarcini proprii, dar și participarea la unele probleme ce țin de alte departamente (analiza accidentelor de muncă, mărirea randamentului în muncă). A. Tabachiu subliniază chiar necesitatea organizării unui laborator de psihosociologie, întrucât o societate comercială poate fi prezentată ca un organism economic-social, iar problemele cu care se va confrunta sunt de natură socioumană și, ca atare, psihologul va lucra cu indivizii ce fac parte din echipe, departamente, secții de producție, având un evident conținut psihosocial [4].

Locul laboratorului în cadrul întreprinderii

În organigrama întreprinderii laboratorul psihologic este subordonat departamentului de resurse umane, care, la rândul său, este condus de un specialist în științe socioumane. Putem considera că laboratorul este locul în care își desfășoară activitatea psihologul, având rol de consilier al managerului de departament, sau chiar al întregii unități. În cazul în care aceste relații între psiholog și factorii decizionali sunt directe, nemijlocite, se poate vorbi de circulația operativă și adecvată a informațiilor între cele două departamente. În plus, acest gen de relații, nemijlocite, sunt stabilite cu toate celelalte departamente ale unității: cele funcționale (organizarea muncii, contabilitate, aprovizionare, desfacere, administrativ); departamentul de producție, cabinetul de protecție a muncii, atelierul de proiectare, cabinetul medical, secția de școlarizare, centrul de calcul, organizațiile sindicale, salariații întreprinderii. Aceste relații variate care se stabilesc cu toate departamentele și cu toți angajații îi oferă psihologului posibilitatea să evalueze toate caracteristicile întreprinderii și, de asemenea, să păstreze un nivel adecvat al relațiilor dintre membrii sau compartimentele acesteia.

Organizarea laboratorului psihologic

În privința locului de organizare a laboratorului specialiștii consideră că sunt necesare câteva condiții importante: izolarea fonică a încăperii unde au loc examinările, interviurile, existența unui mobilier adecvat, condiții ambientale favorabile desfășurării activităților specifice psihologului.

Obiectivele urmărite de fiecare laborator psihologic, precum și specificul posturilor din instituția respectivă, sunt factorii care determină configurația pe care laboratorul o va avea din punct de vedere al dotării tehnice. Întrucât există un avantaj larg de examinări pe care psihologul le poate derula sunt necesare cât mai multe categorii de probe, Boghathy amintindu-le pe următoarele [2]:

- aparate psihologice (timp de reacție, coordonare manuală, memorie, gândire tehnică, spațială, motricitate, acuitate vizuală);
- teste psihologice generale (de aptitudini, inteligență, dexteritate manuală);
- teste de personalitate (M.M.P.I., Chestionarul de anxietate Cattell, Woodworth-Matheus, TAT, instabilitate emoțională);
- chestionare psihosociale (de motivații, anchete de opinii).

La această listă s-ar impune și adăugarea unor teste sociometrice, foarte utile în evaluarea caracteristicilor grupurilor mici și, eventual, a tensiunilor ce se pot manifesta în cadrul acestor grupuri.

Ca momente ale zilei, se recomandă ca examinările psihologice să se desfășoare dimineața, apoi se poate continua cu cercetarea de teren și asistența psihologică.

Bibliografie:

1. Boghathy Z., *Îndreptarul psihologului industrial*, Ed. Științifică și Enciclopedică, București, 1985;
2. Boghathy Z., *Introducere în psihologia muncii* (curs), Tipografia Universității de Vest, Timișoara, 2002;
3. Herseni T. (coord.), *Laboratorul uzinal de psihologie, sociologie și pedagogie*, Ed. Științifică, București, 1969;
4. Tabachiu A., *Psihologia muncii* (curs), Editura Universității Politehnice, București, 1997;
5. Zlate M., *Introducere în psihologie*, Ed. Șansa, București, 1996.

„DEMERS MANAGERIAL” ÎN VEDEREA ATINGERII PERFORMANTELOR MANAGEMENTULUI ORGANIZAȚIEI

Lect. sup. dr. Maria Mancaș, ASEM

This article represents a „managerial step”, that requires communicational efficiency of the company’s leaders from The Republic of Moldova. Hence, some of the modern communicational technologies like „Dealing the tehnostress”, „Developing team spirit”, „Polls’ feed-back”, „Zero defects” aim to efficient the company’s management, in other words, to contribute to: preparing managers towards exercising their obligations, the improvement of the rendered services and the capacity of establishing and nurturing professional relationships through leadership.

În Republica Moldova, este tot mai evidentă tendința de a înființa întreprinderi mixte de prestări servicii (așa ca *ICS Soluziona SRL, SA Union Fenosa ICS, SRL Inverland (actualmente ProServicii SRL)*), a căror politică include și obiectivele: de a face schimb de experiență, de a înlocui vechea organizare a întreprinderii prin noua organizare, de a modifica puterea de producere și reproducere, de a fi lider pe piața de desfacere, de a fi lider în prestarea serviciilor respective etc. Pentru realizarea acestor obiective, managerii ar trebui să țină cont de următorii factori decisivi: *lipsa de tangențe în motivarea, consilierea, conducerea angajaților, direcționarea și configurarea proceselor de comunicare internă și externă. Și nu doar atât: conducerea unor întreprinderi mixte ignoră existența unei diferențe între mentalitatea persoanelor originare din diferite țări și, respectiv, modalitatea de percepere diferită a lumii.* Astfel, prin „demersul managerial” ne propunem „să solicităm” conducătorilor întreprinderilor sus-numite *eficiență comunicatională pe plan organizațional*. În acest context, să analizăm câteva tehnologii moderne de comunicare pertinente, ce ar eficientiza activitatea managerială a întreprinderilor investigate din Republica Moldova.

1. Tehnologia „Gestionarea tehnostresului”. Dat fiind faptul că schimbările tehnologice privind comunicarea managerială produc și anumite efecte negative în viața organizațională, este cazul să menționăm și *tehnostresul* – o formă de stres indusă de computerul organizației prin care se comunică anumite înștiințări, instrucțiuni etc. De nenumărate ori pot fi sesizate situații (la biroul de recepționare a reclamațiilor, la biroul de informații, la ghișeul de achitare a facturilor) în care se prezintă cineva și solicită o soluționare a problemei privind prestarea necalitativă a serviciului, pune o întrebare, al cărei răspuns poate fi găsit printr-o cercetare rapidă într-o bază de date de referințe, necesită verificarea facturilor din luna precedentă etc. Și în tot acest timp, responsabilii de relațiile publice nu știu cum să se descurce în cazul în care apar dificultăți cu o imprimantă sau cu un formular electronic, iar șeful tocmai ar dori să cunoască situația într-o problemă de achiziție de noi echipamente etc.

În opinia lui Craig Brod, *tehnostresul* este „...o boală modernă de inadaptare provocată de incapacitatea de a interacționa cu noile tehnologii de comunicare (informaționale) într-un mod sănătos. Ea se manifestă în două moduri distincte, strâns legate între ele: efortul de a accepta noile tehnologii și, într-o formă specifică, o supraidentificare cu acestea”[1, p.111].

Cele mai frecvente aspecte ale tehnostresului sunt: *stresul legat de computer* (fizic sau psihic, cel cauzat de o ergonomie proastă, soft-uri prost concepute); *comportamentul anxios* (teama pentru materialul cu care trebuie să operăm pentru a putea funcționa în lumea organizațională) *sau cel obsesiv* (eșecul, ideile irelevante care le distrag angajaților/managerilor atenția de la aspectele cu adevărat importante; sarcinile care se pot modifica de la o zi la alta etc.). Aceste efecte sunt vizibile în societatea noastră actuală, mai ales că sunt manageri cărora le face plăcere să le sugereze angajaților că oricum există solicitanți de a prelua sarcinile pe care aceștia refuză să le îndeplinească la modul cerut. În acest sens, managerii trebuie să știe să gestioneze *tehnostresul*, să le vorbească angajaților, să-i inițieze în particularitățile slujbei, să asigure o interacțiune sănătoasă cu noile tehnologii informaționale.

2. Tehnologia comunicării privind formarea spiritului de echipă. Indiscutabil, orice inovație managerială presupune o schimbare la nivel de întreprindere, mai ales că întreprinderile sunt departe de a fi statice. Și într-adevăr, schimbările pot avea un impact profund asupra serviciilor oferite de către o întreprindere, asupra clienților și, nu în ultimul rând, asupra comunicării. Dar, modul în care vor fi implementate, administrate este crucial pentru întreg personalul întreprinderilor sus-indicate.

Gary Johns, autorul lucrării „Comportament organizațional”, definește *schimbarea* ca fiind „implementarea unui program sau plan, pentru a deplasa o organizație și /sau membrii ei spre o stare mai satisfăcătoare, de mulțumire”[2, p.526]. Prin definiție, *schimbarea* implică o succesiune de evenimente organizaționale sau un proces psihologic care se desfășoară în timp.

De ce totuși o întreprindere are nevoie de schimbări? Răspunsul la această întrebare este, în opinia noastră, următorul: comunicarea managerială internă și cea externă deja generează în sine schimbări. Comunicarea managerială internă suferă și ea, la rândul ei, o schimbare. De exemplu, conflictele, productivitatea scăzută, absenteismul, fluctuația îi fac pe managerii de rang înalt să sesizeze necesitatea schimbării. Or, comunicarea managerială internă, care ridică multe probleme, apare ca răspuns al schimbărilor organizaționale menite să facă față comunicării manageriale externe. Astfel, de exemplu, conflictele între culturile întreprinderilor fuzionate (cum ar fi între SRL Inverland, actualmente ProServicii SRL, și alți concurenți potențiali) generează, nu rareori, creșterea competitivității și, din nou, schimbări. Să atragem atenția și asupra faptului că **Dezvoltarea Organizațională prin Comunicare** (noțiune pe care o vom abrevia ca **DOC**) nu este spontană ca schimbările, ci *planificată*, iar acolo unde este *planificare* este și *reexaminare*, deci din nou *schimbare*. În acest sens, este bine ca intervențiile **DOC** să poată incorpora nu numai legătura între procesele personale ca *leadership-ul*, *procesul decizional*, *eficiența*, ci și *atitudinile*, *comportamentul*, pentru ca, în final, întreprinderea dată să conștientizeze relațiile de comunicare și să fie pregătită pentru adaptare. **DOC** devine o preocupare a mai multor lideri profesioniști, manageri și consultanți. De exemplu, prin **DOC**, în activitatea întreprinderilor ICS Soluziona SRL (actualmente Indra Sisteme SRL, ca rezultat al incorporării sale în ICS Indra din Spania), SA Union Fenosa ICS se manifestă destul de clar orientarea umanistă și democratică bazată pe o comunicare managerială democratică.

3. Tehnica „Feed-back-ul sondajelor”, ca tehnică din categoria **DOC**, se definește drept *colectarea datelor de la membrii întreprinderii cu stipularea feed-back-ului rezultatelor*. Spre deosebire de tehnica precedentă, *feed-back-ul sondajelor* tinde să se concentreze mai degrabă pe relațiile dintre membrii întreprinderii și întreprinderea în ansamblu. De regulă, *feed-back-ul sondajelor* presupune *folosirea interviurilor și chestionarea* pentru strângerea datelor. Însă există un pericol în utilizarea *sondajelor standardizate*, din motivul că pot neglija domenii esențiale care solicită o abordare specifică. De aceea, varianta optimă este de a elabora, de a „proiecta” propriile sondaje, ajustate la client. O posibilă soluție pentru implicarea și realizarea feed-back-ului ar putea fi, după părerea noastră, *tehnica „(4C+U)=C”*, care își are originea în jurnalism, ceea ce explică și scopul acestei tehnici, și anume: *a aduna sistematic informații, date legate de o anumită problemă și de a oferi un cadru pentru adunarea sistematică a datelor relevante pentru problema în cauză. Formula celor „4 „C”+I „U””, poate fi redată schematic astfel:*

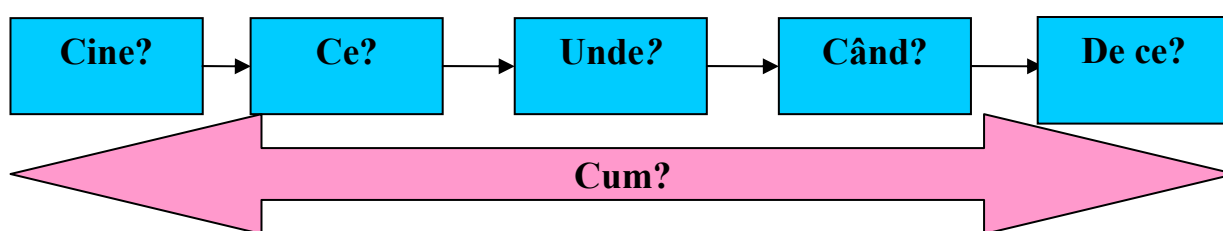


Figura 1. Formula feed-back-ului: $(4C+U) = C$

Sursa: Elaborată de autor.

Să analizăm această schemă în câțiva pași:

Pasul 1. Descrierea problemei sub forma: „Cum Am Putea?” (CAP...?).

Pasul 2. Consemnarea întrebărilor pentru problema formulată de tipul celor $(4C+U) = C$ indicate mai înainte, adică: „Cine? Ce? Unde? Când? De ce? = Cum?”. Aici trebuie de subliniat că, pe parcursul acestei acțiuni, nu se va trage nici o concluzie, nu se va adopta nici o viziune.

Pasul 3. Analiza răspunsurilor la întrebările menționate, fiind utilizate ca stimulente pentru redefinirea problemei în cauză.

Pasul 4. Consemnarea în scris a tuturor redefinirilor descrise mai sus.

Pasul 5. Alegerea redefinirii capabile să reflecteze cât mai lucid problema care necesită a fi soluționată.

Referitor la *disensiunile care apar între șefii de nivel ierarhic superior și salariații întreprinderii*, CAP poate fi aplicată ca **tehnică de prevenire a comunicării conflictuale**, mai ales că asemenea situații se înregistrează aproape în toate întreprinderile investigate. Nu sunt atât de profunde conflictele în cadrul *ICS Soluziona SRL*, cu toate acestea, capacitatea de a preveni un conflict este mult mai valoroasă decât a-l rezolva mai târziu. Așadar, *care ar fi tehnologia de prevenire a conflictelor?*

➤ **Cine sunt persoanele implicate în conflict?**

Răspuns: *salariații care nu sunt satisfăcuți de condițiile de muncă.*

Cine nu este satisfăcut, nemulțumit?

Răspuns: angajații care nu sunt conduși nemijlocit, cei care consideră că nu sunt plătiți după merite, care sunt plătiți prost.

➤ **Ce este satisfacție?**

Răspuns: satisfacția oferă condițiile necesare pentru a facilita ducerea la bun sfârșit a activității întreprinderii, la locul de muncă.

Ce îi motivează cel mai mult pe salariații întreprinderii?

Răspuns: sentimentele de realizare, de stimă, de siguranță, nevoile fiziologice și sociale.

➤ **Unde sunt motivați salariații să lucreze intens?**

Răspuns: în domeniul de activitate pertinent profesiei.

➤ *Unde nemulțumirea salariaților nu reprezintă o problemă?*

Răspuns: acolo unde nevoile personale și profesionale sunt satisfăcute.

➤ **Când sunt salariații nesatisfăcuți?**

Răspuns: atunci când simt că nu le este recunoscută și apreciată contribuția pe care o aduc; atunci când nu dispun de resurse necesare, adecvate pentru a-și îndeplini sarcinile și superiorii lor sau subalternii le impun aceste obligații fără nici o explicație, fără nici o stimulare; atunci când șefii sunt aroganți; atunci când ceilalți nu cooperează.

➤ *Când încearcă șefii să satisfacă așteptările salariaților, ale angajaților?*

Răspuns: *în timpul evaluărilor profesionale programate; în timpul când angajații greșesc; când salariații fac ceva bine; când sunt siliți să crească productivitatea.*

➤ **De ce trebuie să-i satisfacem, să-i mulțumim pe angajați?**

Răspuns: pentru a crește productivitatea; pentru a le spori veniturile personale prin participarea lor la repartizarea profitului; pentru a deveni competitivi față de întreprinderile concurente.

➤ *Cum pot fi satisfăcuți angajații?*

Răspuns: prin a-i recompensa, întrebându-i care le sunt așteptările și de ce au nevoie pentru a-și îndeplini sarcinile la locul de muncă.

Abordând cauzele rezistenței la schimbare, trebuie să punem în lumină următoarea probabilitate de acceptare a schimbării: dacă *neînțelegerea, lipsa de încredere sau evaluarea diferită a situației* sunt cele care provoacă *rezistența*, atunci se merită (și chiar e necesar) a căuta problema în *metodologia comunicării* adoptate în organizație, deci și a îmbunătăți comunicarea managerială.

4. Strategia „Zero defecte” poate fi aplicată *pentru satisfacerea corespunzătoare a așteptărilor clienților*, strategie, care, conform conceptului **TQM**, constă în faptul că *„totul trebuie făcut bine de prima dată și de fiecare dată”* [3]. Acest principiu se referă la desfășurarea *„fără erori”* a tuturor proceselor și activităților din organizație, ca premisă pentru realizarea de produse/servicii conforme cerințelor. Astfel, vom avea: *„zero întreruperi” în distribuția curentului electric*, *„zero greșeli” în cercetare, în prestarea serviciilor etc.* **Nu însă** și *„buget zero”, „zero rezultate pozitive”, „zero performanțe comunicative”*.

În opinia noastră, strategia *„Zero defecte”* e oportună pentru mediul întreprinderilor prestatoare de servicii (și nu numai), deoarece conduce la creșterea calității produselor/serviciilor ca urmare a îmbunătățirii desfășurării proceselor prin care se obțin acestea. *O politică preventivă și îmbunătățirea continuă a calității proceselor organizaționale și a rezultatelor respective cu adevărat poate deveni un obiectiv strategic.*





În vederea sporirii acțiunilor de motivație, performanță și eficiență în activitatea organizațională, propunem un *„scenariu managerial”*, al cărui scop constă în *a ghida, în măsura pertinentei și utilității tehnicilor abordate mai sus, realizarea obiectivelor comunicaționale din perspectiva utilizării tehnologiei de comunicare* (tabelul 1):

Legendă:

☺ – „poate fi utilizată spre perfecționarea activității manageriale”;

☹ – „e recomandată fără rezerve”.

Scenariul managerial în procesul comunicării

Scenariul managerial privind tehnologia de comunicare (strategii, tehnici, procedee etc.)	Denumirea întreprinderii (simbolizată)			
				
<i>Tehnologia „Gestionarea tehnostresului”</i>	☺	☺	☺	☺
<i>Tehnologia „Formarea Spiritului de Echipă”</i>	☺	☺	☺	👍
<i>Tehnica „Feed-backul sondajelor”</i>	☺	☺	☺	👍
<i>Strategia „Zero defecte”</i>	👍	👍	👍	👍

Sursa: Elaborat de autor.

Cu scopul de a consilia eficace „scenariul managerial”, obținând și performanțele comunicative solicitate, considerăm a fi oportune câteva procedee, modalități de creștere a eficienței muncii managerilor, care rezidă în:

A. Programarea muncii conform criteriilor:

- orarul de lucru;
- alocarea intervalului de timp pentru problemele de concepție;
- alocarea intervalului „tampon”, pentru soluționarea problemelor neprevăzute;
- asigurarea perioadei compacte de muncă;
- stilul de conducere prin comunicare;
- temperamentul managerului;
- mediul organizațional;
- problemele superioare-inferioare;
- ierarhizarea sarcinilor după gradul de urgență, importanță, efort, interes;
- agenda, lista de probleme, dosarul cu probleme complexe.

B. Apelul către colaboratorii subordonați, specialiști cu viziuni moderne:

- consultanți/experti în management;
- psihologi consacrați;
- specialiști în resurse umane;
- specialiști din diverse compartimente ale întreprinderii;
- șefi servicii informatice.

C. Utilizarea secretariatului:

- asistarea la lucrările/activitățile/procesele specifice (procesarea la calculator, organizarea ședinței, observarea pe teren, redactarea corespondenței etc.);
- programarea acțiunilor și evidența lor (actualizarea agendei, evidența facturării serviciilor, elaborarea și desfășurarea proiectelor etc.);
- realizarea sarcinilor de ordin administrativ (gestionarea echipamentelor de birou, de teren etc.);
- selectarea solicitărilor de întâlniri directe, a apelurilor telefonice din interior și exterior;
- clasarea și arhivarea documentelor, evidența documentelor;
- comunicarea deciziilor, documentarea interdisciplinară;
- primirea persoanelor din afara organizației; îndrumarea clienților, partenerilor către responsabilii de probleme;
- asigurarea și cultivarea pozitivă a ambianței profesionale;
- cunoașterea unei/mai multor limbi străine; cunoașterea redactării scrisorilor;

- rezistența fizică, psihică;
- posedarea calităților fizice (ținută, exterior fizic etc.), intelectuale (inteligență, memorie vizuală și auditivă, atenție), morale (conștiinciozitate, integritate, disciplină, sinceritate, toleranță, răbdare, discreție, bună dispoziție, optimism), umane (tact, modestie, sociabilitate).

În ceea ce privește **reglementarea eficientă a comunicării în raporturile ierarhice**, am propune managerilor din întreprinderile ICS Soluziona SRL, SA Union Fenosa ICS, SRL Inverland (actualmente ProServicii SRL), SA Moldovagaz, SA Moldtelecom să țină cont în activitatea lor și de câteva **reguli**:

1. *A practica contactul nemijlocit cu angajații din filiale*: a afla ce se întâmplă; a pune întrebări; a asculta punctul lor de vedere (pentru a cunoaște situația reală).
2. *A adopta „politica ușilor deschise”* (această tehnică încă mai funcționează): angajații au nevoie de sprijin și, la apariția oricărei probleme de serviciu, să aibă încrederea că pot consulta șeful.
3. *A asigura subalternii/angajații că nu toate veștile negative vor fi comunicate superiorilor*: a-și exprima dorința că trebuie știute și veștile bune, și cele rele; a căuta soluția împreună cu persoana în cauză (numai în cazul în care nu e posibil acest lucru, se va înștiința conducerea de vârf).
4. *A nu reacționa negativ atunci când se știe că ceva „nu merge bine”*: a nu-și exterioriza supărarea pe angajatul, subalternul care a adus vestea cea rea.
5. *A organiza, periodic, întâlniri neoficiale*: a lua masa împreună cu subalternii, a participa la petreceri organizate în comun, a desfășura întâlniri în grup (în măsura posibilităților și a circumstanțelor, evenimentele sociale, de exemplu, fac mai accesibile raporturile ierarhice ulterioare).
6. *A arăta personalului că au în față „firea omenească”*: a recunoaște propriile greșeli, a exprima scuzele de rigoare dacă cineva a fost ofensat în rezultatul comunicării (asemenea comportament fac mai abordabile relațiile șef – angajat, șef – subaltern, subaltern – angajat).
7. *Pentru a obține anumite rezultate în activitatea întreprinderilor și a controla rezultatele acestora*, managerii se văd implicați prin: comunicarea concentrată pe perfecționarea personalului și activitatea managerială fără deplasare. Trebuie însă de remarcat că o eventuală schimbare în cariera personalului, în viața organizației, presupune și anumite deplasări, de aceea implicațiile alternative ale managerilor vor putea, în acest context, să evite multe deficiențe în interacțiunile personale cu angajații și/sau partenerii. În acest context, li se poate recomanda ca recuperarea lipsei de interacțiune cu un anumit grup de interes și deficiențele de comunicare să fie nu numai prin intermediul poștei electronice, a Internetului, ci și a tehnicilor moderne interactive de video, urmate de comunicarea interpersonală. Comportamentul acestora, fiind, pe de o parte, cel de „semănător”, dovedește inteligență și idei inovatoare, iar, pe de altă parte, este și cel de „perfecționist”, care își exercită misiunea conștiincios și lucrează metodic. Alternarea comportamentelor elucidate cu cel de „coordonator” ar putea forma viitorii „consilieri” în activitatea managerială.

Bibliografie:

1. Garrido F. *Las claves de la comunicacion empresarial en el siglo XXI*. Barcelona: Gestión 2000, 2001, p.111.
2. Johns G. *Comportament organizațional*. București: Economica, 1998, p.526.
3. Oprean C., Țițu M. *Managementul calității în economia și organizația bazate pe cunoștințe*. București: AGIR, 2008. 446 p.
4. Popescu D., Chivu I. *Managementul afacerilor*. București: Economica, 2001. 264 p.

EVOLUȚIA MARKETINGULUI ÎN REPUBLICA MOLDOVA ȘI IMPACTUL ACESTUIA ASUPRA ECONOMIEI

Conf. univ. dr. Profira Cristafovici ASEM

Dans sette article est decrive l'evolutione du marketing dans la Republice Moldova.

Marketingul reprezintă activitatea necesară amplificării eficacității eforturilor depuse, întrucât el reunește concepte, politici, instrumente, strategii, metode și tehnici care permit fundamentarea unei conduceri eficiente a relațiilor întreprinderii cu mediul economico-social în general, cu piața în mod special, ceea ce-i oferă garanția că bunurile materiale create și serviciile prestate se vor vinde pe piață, satisfăcând necesitățile oamenilor cu valori superioare considerate de ei.

În literatura de specialitate se arată că marketingul face parte din sistemul economic al unei țări, indiferent de nivelul acesteia de dezvoltare, chiar mai mult, este „...o veritabilă locomotivă a accelerării dezvoltării economice în toate țările”[1]. Totodată, specialiștii consideră că marketingul funcționează și se dezvoltă potrivit ambianței și culturii specifice locale, având ca punct de plecare cunoștințele și experiența țărilor dezvoltate în domeniul dat.

Teoria și practica de marketing a început să se studieze în instituțiile de învățământ din Republica Moldova în anul 1991. Pe măsura înaintării țării noastre spre economia de piață, pregătirii specialiștilor, includerii treptate și crescânde a agenților economici în mediul competitiv, conceptul de marketing și-a găsit locul în ierarhia funcțiilor întreprinderii (celor care s-au orientat spre marketing), adaptându-se la specificul tranziției, contribuind el însuși la crearea condițiilor lui de funcționare.

Particularitățile esențiale ale adaptării și modului specific de implicare a marketingului în condițiile de tranziție a Republicii Moldova au fost următoarele:

1. Promovarea conceptului de marketing s-a început de la nivelul macro, prin crearea cadrului juridic și instituțional de marketing, organizarea studiilor de marketing în cadrul instituțiilor de învățământ, consultingul specialiștilor străini.
2. Pătrunderea treptată a marketingului în tot mai multe întreprinderi – conturarea marketingului extensiv – ca rezultat al pluralismului proprietății, descentralizării, creșterii numărului întreprinderilor și includerii lor în relațiile de piață.
3. Utilizarea limitată a instrumentarului marketingului, cele mai importante activități fiind studierea pieței după modele simple, reclama, promovarea vânzărilor, desfacerea mărfurilor, promovarea exporturilor, perfecționarea produselor și ambalajului, înnoirea sortimentală, îmbunătățirea designului produselor oferite pieței ș.a.

În anul 1999 în teza de doctor am menționat că implementarea și evoluția marketingului în Republica Moldova, în funcție de criteriile: evoluția ciclică a cererii pe termen lung, evoluția ciclică inovațională și integritatea (interfuncționalitatea) sistemului de marketing, va parcurge **trei etape**:

- 1. 1990-1996 –** etapa studierii teoriei și practicii marketingului, apariția primelor compartimente de marketing;
- 2. 1997-2003 –** implementarea parțială a marketingului strategic, caracterizată prin încorporarea marketingului în anumite direcții (export, promovare, inovare, perfecționarea produselor etc.);
- 3. din 2003 – până în prezent –** implementarea marketingului strategic în complex pe scară largă.

Analizând marketingul în retrospectivă, în prezent, putem menționa că în linii generale aceste etape s-au confirmat. Condițiile care au favorizat dezvoltarea marketingului, în opinia noastră, au fost: dezvoltarea cererii; saturarea pieței până la așa nivel, încât întreprinderile trebuie să țină seama de cerințele pieței; creșterea concurenței; inovarea potențiologică a întreprinderilor; orientarea tot mai profundă către specificul consumatorului-țintă ș.a.

Nivelul superior de implementare a sistemului de marketing în firme (etapa III) corespunde organizării activității economice orientate prioritar spre marketing și este caracteristic firmelor cu o

cifră de afaceri considerabilă și un nivel înalt de profitabilitate, ce permite efectuarea cheltuielilor necesare pentru activitatea de marketing. În condițiile actuale ale competitivității aspre implementarea sistemului de marketing în complex necesită surse financiare colosale și investiții de piață vaste, care nu pot fi efectuate de o singură întreprindere. De aceea a fost necesară crearea firmelor specializate în acordarea serviciilor de marketing, care pun la dispoziția agenților economici interesați informația în domeniul marketingului. În prezent, există circa 100 de firme de consultanță în afaceri care efectuează și cercetări de marketing. De asemenea, continuă dezvoltarea marketingului prin îmbunătățirea programelor de învățământ, organizarea conferințelor științifico-practice de către instituțiile de învățământ, agenții economici, organizațiile de stat în cadrul târgurilor și expozițiilor, meselor rotunde, seminare în rândul antreprenorilor cu discuții axate pe problemele actuale ale marketingului în Republica Moldova: probleme de funcționare a marketingului în perioada de criză globală; implementarea marketingului în mediul rural, organizațiile non-profit; insuficiența studiului de piață în diferite domenii; promovarea marketingului electronic, utilizarea comunicărilor electronice și a contractelor electronice în activitatea de vânzare-cumpărare a bunurilor și prestarea de servicii, inclusiv prin intermediul instrumentelor de plată electronice etc.

Totodată, în condițiile actuale de criză întreprinderile sunt nevoite să-și revadă portofoliile de activități, proiectele investiționale din lipsa resurselor financiare necesare întreprinderii, să părăsească piețe, din cauza reducerii considerabile a cererii de mărfuri și să reducă producția și personalul. În acest context, nu trebuie de concluzionat că scade importanța activității de marketing, ci invers, se impune o abordare a pieței prin **marketingul personificat**, mai complexă, de perspectivă, mai atentă față de problemele consumatorilor care își revizuesc obiectivele, își schimbă valorile, devin mai puțin toleranți, prudenți, frustrați și, totodată, imprevizibili în luarea deciziei de cumpărare. De aceea, crește importanța și necesitatea cercetărilor de marketing relațional, în domeniul comportamentului de marketing, în vederea elaborării planurilor strategice privind poziționarea întreprinderilor în mediul concurențial în baza unei analize strategice complexe a situației întreprinderii și a mediului extern al acesteia.

Prin urmare, dezvoltarea, în continuare, a marketingului presupune nu numai luarea în considerare a factorilor endogeni și exogeni ai întreprinderilor, dar și evaluarea previzională a acestora pentru o organizare mai eficientă a tuturor acțiunilor interne și externe ale întreprinderii, impusă de necesitatea racordării coerente și anticipate a producției la cerere. Aria cercetărilor de marketing se va deplasa în direcția cunoașterii exacte a segmentelor de piață și necesităților acestora, inovării globale și lansării produselor noi, implementării marketingului direct etc. în baza utilizării metodelor și tehnicilor de marketing modern, ținând seamă de rezultatele cercetărilor psiho-sociale în studiile comportamentului consumatorului, reconsiderarea valorilor acestora, accentuarea responsabilităților etice și sociale.

Studiile efectuate în țările dezvoltate evidențiază faptul că organizațiile de mare performanță sunt dedicate marketingului, inclusiv planificării strategice de marketing, în mai mare măsură, decât concurențele lor mai puțin rentabile și dovedesc mai mult entuziasm în acoperirea tuturor aspectelor legate de implementarea conceptului de marketing. În Republica Moldova, de asemenea, sunt recunoscute avantajele oferite de marketing, impactul favorabil al acestuia asupra activității întreprinderilor. La nivel național, principala tendință rămâne a fi sporirea rolului marketingului, a importanței lui, ca urmare a schimbărilor apărute în mediul economico-social în general, în mediul afacerilor în special, dar și a creșterii complexității afacerilor.

În prezent, marketingul își revizuieste premisele, conceptele, metodologia și sistemele, în scopul luării celor mai potrivite decizii. Schimbarea majoră de mentalitate în domeniul marketingului a reprezentat-o trecerea la conceptul marketingului de relație (CMR). Dacă în primele două etape ale evoluției sale marketingul în Republica Moldova era orientat, în principal, spre efectuarea tranzacțiilor, în prezent, se axează pe crearea, atragerea și menținerea pe termen lung a clientelei, adaptându-și continuu strategiile la schimbările mediului. În ultimii 10-15 ani procesul managerial al întreprinderilor din Republica Moldova a evoluat continuu în direcția conștientizării rolului și locului strategic al conducerii generale al firmei, definirii activităților de valoare productive și eficiente bazate pe avantaje concurențiale durabile înalt percepute și apreciate de către segmentele de piață-țintă, în vederea poziționării mai eficiente în mediul concurențial. Prin urmare, alternativele strategice de dezvoltare ale firmei trebuie să țină seamă ce indicatori financiari își dorește firma să atingă prin realizarea strategiilor generală, financiară, de marketing, de personal s.a. și ce câștiguri, avantaje

obține și va solicita în perspectivă cumpărătorul. De aceea în orice moment de timp conducerea firmei trebuie să cunoască legătura dintre efectul economic al obiectului cercetat și efectul la cumpărător pentru a aprecia corect competitivitatea și ce schimbări se urmăresc în perspectivă pentru a se poziționa mai eficient în perioada viitoare. Considerăm că analiza activității unei firme atât în ansamblu, cât și pe domenii de activitate strategică (DAS) poate fi efectuată prin prisma a trei dimensiuni principale care pot fi transpuse grafic într-un spațiu trivectorial:

- **efectul economic**, evaluat în baza rentabilității, lichidității, stabilității financiare, eficienței utilizării resurselor;
- **efectul de piață**, evaluat în baza cotelor de piață absolută și relativă, „activizmului” pieței și coeficientului de imprevizibilitate al acesteia;
- **efectul la cumpărător** evaluat prin prisma avantajelor percepute de către consumator, valorii oferite care, în opinia lui Ph. Kotler (4), reprezintă diferența dintre valoarea totală oferită clientului și costul total la client .

În cadrul acestor efecte se pot identifica trei delimitări: valori optime pentru firmă, inferioare și superioare acestora. Iar efectele scontate vor determina strategiile, proiectele și programele, inclusiv și de marketing, menite să conducă la realizarea acestora.

Măsura în care inteligența firmei îi va permite să identifice corect și să previzioneze efectele, să stabilească strategiile de realizare a acestora va fi determinantul principal al competitivității acesteia.

Bibliografie:

1. Demetrescu M.C. *Marketingul și dezvoltarea economică* // Marketing Management Studii, Cecetări. Consulting. AROMAR. 1999, Sinteza – p. 133-137
2. Ioan Ciobanu, Ruxandra Ciulu. *Strategiile competitive ale firmei*, Polirom, 2005
3. Ion Popa. *Managementul Strategic*, Editura Economică, 2004
4. Kotler Ph. *Managementul marketingului*. – București, Editura „Teora”, 2006

OUTSOURCING CA MODALITATE DE PRODUCȚIE ÎN ECONOMIA GLOBALĂ

Conf. univ. dr. hab. Natalia Lobanov

Les traits de l'étape actuelle de développement de l'économie globale ont créé des conditions favorables pour l'outsourcing offshore, qui contribue à une utilisation optimale des opportunités de la division mondiale de travail, le principe des avantages comparatives étant essentiel dans l'établissement des directions de spécialisation. On examine les raisons et les problèmes de l'outsourcing à l'étape de l'économie des connaissances et des technologies d'information.

Axarea întreprinderilor pe esențialul în misiunea lor, utilizarea la maximum a avantajelor sale competitive reprezintă o tendință mondială. Aceasta se justifică prin faptul că nici o întreprindere, indiferent de dimensiunile sale, nu poate să-și permită să consacre o parte semnificativă a mijloacelor sale unor sarcini operaționale curente, care nu contribuie la avantajele sale concurențiale. Outsourcingul este un element esențial al relațiilor economice internaționale care contribuie la dezvoltarea și diversificarea tranzacțiilor. În procesul outsourcingului compania-ordonator, în scopul reducerii costurilor și creșterii calității producției, delegează executantului realizarea proceselor (funcțiilor), care nu au importanță prioritară pentru companie.

Dacă facem o privire de retrospectivă, constatăm că, de la Revoluția industrială încoace, companiile se confruntă cu problema, cum ar putea exploata avantajele lor competitive pentru a extinde piețele și a majora profitul. De-a lungul secolului al XX-lea, îndeosebi în primele trei sferturi de veac, drept model servea o companie mare, integrată, capabilă să posede, să dirijeze și să controleze, în mod direct, capitalul său.

În anii 50-60 își găsea tot mai mulți adepți procesul de diversificare în vederea extinderii bazelor întreprinderii, pentru a profita de economii de scară. Diversificându-și activitățile, companiile sperau

să-și protejeze profiturile, chiar dacă expansiunea a generat multiple straturi administrative. Ca urmare, companiile rivale, pe parcursul anilor 70-80, la scară mondială, au fost handicapate prin lipsa de reactivitate, flexibilitate, din cauza structurilor administrative bombastice.

Deja în anii 70, în SUA, companiile informatice exportau registrele de personal către providerii de servicii exterioare pentru prelucrare. Tendința s-a accentuat în anii 80, când registrul personalului, prelucrarea textelor au devenit sarcini externalizate. Dar majoritatea din aceste lucrări erau încredințate provederilor din alte state americane și nu din străinătate, iar motivația outsourcingului ținea mai mult de obținerea unui cost mai mic, decât de remodelarea afacerii.

Mai târziu, spre sfârșitul anilor 80, constatăm emergența outsourcingului ca o forță cu potențial puternic în transformarea economiilor naționale. Pentru a-și majora flexibilitatea și creativitatea, mai multe din marile companii au dezvoltat o nouă strategie, ce ține de concentrarea asupra activității de bază, ceea ce a impus identificarea proceselor critice și decizia externalizării acestora sau unora din ele.

Anii 90 au fost marcați printr-o ascensiune importantă a politicii outsourcingului. Un studiu cuprinzând principalele 1000 din companiile americane (Fortune) arată că circa 80% din respondenți aplică outsourcingul anumitor funcții în domeniul tehnologiilor informației, adică outsourcingul apare ca un fenomen masiv.

Outsourcingul se încadrează într-o perspectivă strategică, rezultată dintr-o alegere chibzuită a managementului întreprinderii vizând dezvoltarea activităților creatoare de valoare, avantajelor concurențiale, precum și optimizarea exploatarea competențelor-cheie și resurselor sale. Toate acestea îi permit să se elibereze de dezagrementele referitoare la funcțiile sale, făcându-le mai performante.

Procesul de constituire a economiei globale influențează asupra procesului de outsourcing. În prezent, doar 37% din valoarea automobilelor de firmă americane sunt produse pe teritoriul național, 30% ale asamblării sunt delocalizate în Coreea de Sud, 17,7% ale achizițiilor de tehnologii moderne deține Japonia, Germania asigură designul și deține 7,5% din valoare, Singapore și Taiwan au 4%.

Outsourcingul este o decizie importantă pentru întreprindere, căci are impact direct asupra calității serviciilor prestate sau producției bunurilor vândute. El permite întreprinderii de a rămâne competitivă și de a se deschide spre noile piețe. Totodată, este necesar ca firma ce face apel la outsourcing să mențină o relație privilegiată cu furnizorii săi, pentru a păstra controlul asupra activităților sale, păstrându-și imaginea de marcă și renumele.

Așadar, printre rațiunile outsourcingului putem menționa:

1. Reducerea și controlul costurilor operaționale. Întreprinderea reduce costurile interne, de exemplu, costurile de cercetare sau de marketing, care, în final, sunt suportate de client. Prestatorul va reduce costurile de structură, realizând economii de scară și trăgând avantaje din specializarea sa.
2. Ameliorarea generală a situației întreprinderii – fiind liberă de sarcinile cu o valoare adăugată neesențială, întreprinderea își concentrează eforturile pentru a satisface cerințele clienților săi.
3. Accesul la noile competențe – prestatorii investesc permanent pentru a-și ameliora tehnologia, metodologia, competențele pentru a rămâne competitivi. Outsourcingul permite de a avea acces la aceste competențe fără a le dezvolta pe plan intern.
4. Disponerea de resurse ce lipsesc pe plan intern.
5. Accelerarea schimbărilor.
6. Delegarea activităților mai puțin performante.
7. Partajarea riscurilor.
8. Obținerea lichidităților.

Concomitent, se fac resimțite următoarele probleme:

- Eventuala reducere a calității serviciilor.
- Riscul de dependență. Totodată, la încheierea unui contract de outsourcing, ordonatorul trebuie să prevadă un plan de măsuri urgente, care conține măsurile aplicate în caz dacă furnizorul de servicii își va înceta activitatea.
- Incidența negativă asupra angajaților. Unele locuri de muncă vor fi pierdute, sau ordonatorul va decide să atragă angajații în alte servicii sau alte domenii de activitate. Personalul care rămâne poate avea mai puține șanse de avansare, din cauza că activitățile transmise spre outsourcing nu mai sunt disponibile.

Constatăm că restructurarea întreprinderilor moderne prin intermediul outsourcingului este o tendință. Un număr din ce în ce mai mare de companii își externalizează operațiunile, utilizând diferite soluții ale outsourcingului global. Peste 73% din cele 2000 companii Fortune menționează că acest model de afaceri reprezintă un compartiment important de strategii generale de creștere/competitivitate. Efectul outsourcingului global asupra structurii unei organizații moderne este profund și multilateral. În același timp, procesul de outsourcing a apărut ca o industrie globală importantă. Este una din cele 69 categorii de industrii „recunoscute” de Magazine Fortune, cu lideri, precum IBM, EDS, CSC, Solectron, Aramark și Ryder. Aproape fiecare companie este un client, dar și un furnizor de servicii de outsourcing în cel puțin o parte din afacerile sale.

Outsourcingul global creează și dezvoltă noi piețe, stimulează tranzacțiile internaționale, recunoaște avantajele unei economii globale, ameliorează creativitatea tehnologică și diversitatea. În general, are efecte sociale, financiare și economice.

Planificat corect, outsourcingul nu numai funcționează bine, dar poate fi un factor-cheie în inovarea și expansiunea întreprinderii. O companie ce utilizează modelul de outsourcing global operează într-un mediu global atât cultural, cât și financiar. Câteva exemple: Icici Bank a transformat operațiunile sale pentru a deplasa contactele cu clienții săi de la agenții spre sistemele Internet sau mobile. Astfel, a obținut cel mai mic raport costuri/venituri la scară mondială și înregistra 300 mii clienți lunar. La fel, observăm, cum cei trei giganti ai industriei auto din SUA (Ford, General Motors, Daimler-Chrysler) operează o reorganizare spectaculoasă pentru a-și mări competitivitatea. Care-i punctul comun al acestor întreprinderi? Credem că obiectivul competitivității mondiale. Ele tind să schimbe ceea ce vând și pe acei cărora le vând. Pentru a câștiga – se operează modificări în priorități pentru a profita de oportunitățile economiei globale în curs de constituire. Întreprinderile se debarasează de teama „prețului chinez”, ca să ofere ele însele un „preț chinez”. Căci acesta este prețul accesibil pentru cei ce se află la baza piramidei consumatorilor, circa 2 mld de consumatori din țările în curs de dezvoltare, în special, India și China, care se aliniază la economia globală postindustrială.

Dacă furnizorii profită de acest avantaj de preț, ei trebuie să determine modul cum să mențină rentabilitatea și creșterea, când o societate emergentă dintr-o țară în curs de dezvoltare stabilește un nou „preț chinez”. Al doilea moment constă în deplasarea accentului de la un serviciu calitativ la inovație. Optimizarea proceselor, calitatea și eficiența nu mai sunt suficiente pentru diferențiere. În al treilea rând, întreprinderile trebuie să înceteze să cheltuiască bani pentru a colecta informații – ceea ce se face de acum 20 de ani, pentru a începe să câștige. În sfârșit, întreprinderile trebuie să dezvolte o cultură a ciclului de producție pentru a profita de fiecare schimbare și nu doar să reacționeze.

Outsourcingul este o oportunitate de tranzacții pentru orice întreprindere publică sau privată ce dorește să se concentreze asupra competențelor sale de bază.

Printre liderii outsourcingului mondial se numără India, China, Filipine, Thailanda ș.a. Țările din Europa de Est, în special România, Bulgaria, Ungaria, Polonia și Cehia figurează și ele printre destinațiile favorite ale outsourcingului off-shore, în special pentru companiile din Europa de Vest.

McKincey subliniază mai multe avantaje ale zonei respective. Principalul factor de atractivitate sunt salariile care suportă o inflație relativ slabă, ce permite acestor țări să rămână competitive din punctul de vedere economic, cel puțin, încă 15 ani. Apoi, în comparație cu alte regiuni, investițiile în Europa de Est prezintă riscuri moderate, datorită infrastructurii fiabile existente. Alte atuuri: apropierea geografică și culturală de Europa de Vest, barierele lingvistice cvasi inexistente, grație cunoașterii bune de către populație a limbilor engleză, franceză, germană etc.

Aproximativ o jumătate din marile întreprinderi din Europa intenționează noi delocalizări în perspectivă. Cele cu sediul în Marea Britanie, Benelux și Germania totalizează 90% din noile locuri de muncă în serviciile, deja, delocalizate. Cu peste 60% din aceste locuri, societățile britanice sunt în fruntea topului dat. Proporția va fi în creștere, deoarece aproape o jumătate din întreprinderi intenționează să delocalizeze și alte servicii în perspectivă pe termen scurt.

Constatăm că concurența pe propriile piețe, la fel costurile și infrastructura sunt acele motive prioritare care impulsionează întreprinderile să delocalizeze serviciile, determinând o anumită țară de destinație. În același timp, alegerea acestor din urmă nu este determinată doar de date concrete (costuri, competența forței de muncă, decalajul orar), dar este influențată și de astfel de factori, precum comportamentul concurenților, campania de promovare în țara de destinație, influența pe plan intern din partea filialelor din străinătate etc.

În viziunea noastră, mediul industrial național, format în special din întreprinderi mici și mijlocii, cu resurse financiare limitate, ar avea de câștigat, dezvoltând și aplicând conceptul de outsourcing. În fond, orice agent economic valorifică diferite funcții (informatica, contabilitatea, logistica, transportul), care sunt instrumente de funcționare a întreprinderii, dar care nu fac parte din domeniul ei de specializare. Aceste preocupări consumă resursele umane și financiare ale întreprinderii fără ca să apară o plus-valoare tangibilă. Mai mult, ele prezintă mai degrabă inconveniente decât avantaje și întreprinderea ar câștiga, externalizându-le.

Practica națională a outsourcingului exclude, cel mai des, funcțiile considerate strategice pentru întreprindere. Obiectivul principal în traducerea în viață a strategiei de outsourcing de către firmele locale este înțelegerea conceptului și principiilor externalizării.

Etapa a doua urmează să permită participarea la dezvoltarea conceptului de outsourcing pentru a putea îmbrățișa ansamblul activităților pretutindeni, unde „externalizarea devine o necesitate”. În condițiile economiei de piață este necesar ca modelul de outsourcing să fie perceput ca o activitate de investiție. Căci, deseori, măsurile și acțiunile de susținere a activităților de outsourcing au un caracter declarativ, neavând un program bine definit.

Deși principiile de bază ale outsourcingului sunt asimilate de gestionarii întreprinderilor, peste 50% din contracte se soldează cu eșec și pentru 75% din ele valoarea prevăzută de părțile participante, nu este realizată. În plus, mai mult de jumătate din contracte sunt renegociate timp de 18 luni după semnarea lor, din motivul că se iscă divergențe semnificative între furnizor și client. Doi factori se află la soriginea acestor eșecuri:

1. Lipsa ajustării schimbărilor și aparatului de inovații pe parcursul contractului;
2. O slabă colaborare între partenerii implicați în strategia globală de outsourcing.

Acum 10 ani un contract de outsourcing era definit ca o relație exclusivă între un prestator și un client, constituită pe termen lung. Cele două părți porneau de la principiul că singurele ajustări posibile pe parcursul acestei perioade s-ar putea referi la tarificarea, performanțele și volumul serviciilor prestate, inclusiv platforma tehnologică a acestor servicii.

Toată gama serviciilor de la relațiile cu publicul până la serviciile administrative pot genera outsourcing. Finanțele, contabilitatea, informatica, gestiunea resurselor umane și alte servicii dețin circa 60% din proiectele actuale sau preconizate de outsourcing ale companiilor europene. O treime din ele au menționat outsourcingul serviciilor publice ca centre de apel destinate clienței. Societățile europene, totuși, sunt devansate în domeniul outsourcingului de concurenții lor din SUA, dar peste 50% din ele consideră că modelul de outsourcing american nu este aplicabil în Europa. Principalele diferențe invocate sunt reglementarea piețelor europene și diversitatea culturală. Întreprinderile ce procedează la outsourcing sunt convinse că țările lor profită de pe urma acestui proces, în special de o competitivitate sporită și reducerea prețurilor.

Totodată, pentru ca outsourcingul să nu se transforme într-o banală cumpărare de servicii, pentru utilizatorul lor este necesar de a stabili, care sunt competențele-cheie actuale și de perspectivă ale companiei, precum și de a determina procesele și motivele transmiterii lor spre outsourcing. El devine un avantaj concurențial în momentul, când apare sinergia, adică eficiența setului de procese, transmise spre outsourcing începe să depășească eficiența activității lor răzlețe în propria gestiune a companiei.

Strategiile de outsourcing ale întreprinderilor din Republica Moldova au început să se formeze în anii 90 prin prestații de servicii simple pentru a se extinde apoi la domeniile de activitate specializată și de o calificare înaltă. Inițial, outsourcingul viza, în special, serviciile de curățare și de securitate. La sfârșitul anilor 90, prestatori calificați se impun în domeniul informaticii și gestiunii de date.

După cum a fost menționat, outsourcingul nu poate fi improvizat. El trebuie conceput într-o viziune strategică, concomitent largă și ofensivă. Trebuie depășită viziunea pe termen scurt a outsourcingului, întreprinderea trebuie să-și afirme proiectul pentru a ameliora lanțul de valori. În plus, trebuie regândită strategia de diferențiere, integrând avantajele externalizării și formând alianțe, pentru a permite întreprinderii să-și mărească considerabil capacitățile.

Outsourcingul trebuie gestionat în mod specific. Miza economică socială și organizațională sunt suprapuse, și nu pot fi tratate separat. În fond, cu sau fără transfer de personal, externalizarea antrenează schimbări profunde. Acesta este, printre altele, motivul pentru care se aplică, în scopul de a provoca o ameliorare. Nu trebuie să fie nici o mirare față de reacția de frică sau rezistență. O soluție este negocierea, anticiparea, respectul salariaților care au și ei de câștigat.

Evoluția este ireversibilă spre o economie a cunoștințelor pe bază de alianțe, interdependență și responsabilitate reciprocă. Azi putem vorbi despre o mișcare evolutivă spre imaterial și conexiunea care generează noi factori de competitivitate, legați, în special, de capacitățile cognitive ale infrastructurii; asocierea web-ului și tehnologiilor clasice face să "explodeze" frontierele întreprinderilor, apar noi servicii de tip logistică electronică etc.

Aceste noi aspecte funcționale, rețele de interdependență și mobilități redefinesc formele contractului comercial și economic. Se avansează spre angajamente de rezultat și nu doar de mijloace. Toate acestea pun probleme de încredere și confidențialitate, de partajare a riscurilor și raportului de forțe, uneori, de proprietate intelectuală și evidențiază, în general, problema refacerii contractului social.

Obiectivul întreprinderii nu este „de a conduce mai bine”, dar, mai ales „de a crea mai repede și în alt mod”. În ultimul deceniu s-a constatat că recursul la subcontractare și outsourcing a sporit simțitor și, în special, în cazul marilor întreprinderi.

Totodată, într-o economie gestionată de adaptabilitatea afacerilor, informatizare și sofisticarea crescândă a produselor, întreprinderile mici și mijlocii sunt și ele tentate de a reduce costurile fixe și de a se concentra asupra activității de bază. La fel, și ele recurg tot mai des la externalizarea mai multor din activitățile industriale sau terțiare.

În plus, pot fi utilizate beneficiile acordate de țara gazdă. Pentru a pătrunde efectele outsourcingului, trebuie să fim la curent cu cadrul internațional al ISD, comerțul internațional, firmele multinaționale.

Dimensiunea întreprinderii nu este o piedică pentru outsourcing. În condițiile actuale, este necesar ca modelul de outsourcing să fie perceput ca o activitate de alocare a investițiilor, efectuând următoarele măsuri:

- De a defini un program complex de promovare și stimulare a conceptului de outsourcing ca business-model;
- De a elabora și de a gestiona strategiile naționale de utilizare a acestui model de afaceri prin intermediul reorganizării cadrului legislativ existent, ce ar avea efecte benefice pentru dezvoltarea economiei naționale;
- De a acorda suport și consultații profesionale privind diferite probleme în legătură cu utilizarea strategiei de outsourcing;
- De a organiza reuniuni de afaceri pentru a stimula schimbul de experiență reciprocă, inclusiv în formarea și recrutarea persoanelor calificate în domeniul respectiv.

Bibliografie:

1. Comité Economique et Social Européen. *La portée et les effets des délocalisations d'entreprises*. Bulletin 4, 2004.
2. Les délocalisations et l'emploi: tendances et impacts. Publishing Oecd – 2007, 220 p.
3. Nyahoho Emmanuel, Proulx Pierre-Paul. *Le commerce international: théories, politiques et perspectives industrielles. III-e édition*. Presses de l'Université du Québec, 2006, 824 p.
4. Belussi F., Gottardi G., Rullani E. *The technological evolution of industrial districts*. Kluwer Academic Publishers, 2003, 499 p.
5. Lobanov N. *Tranzacțiile comerciale internaționale în condițiile de constituire a economiei globale postindustriale*. Chișinău, Ed. ASEM, 2008, 325 p.
6. The Black Book of Outsourcing
<http://theblackbookofoutsourcing.com/topoutsourcingvendors.htm>

Secția III. FINANȚE. ACTIVITATE BANCARĂ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА КАПИТАЛОВ И НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ИХ ПРОЯВЛЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА

*Профессор, д-р хабилитат Родика ХЫНКУ,
Доцент, доктор экономики Нина ЖЕЛЕЗНОВА*

Trends as the main development tendency of world's capital market concentrate the positive experience of developed markets and in the long term, acquire the nature of economic laws. Knowing the signs that characterize one or another direction of development of the modern market, its specific forms of expression with respect to its individual parts, allows professionals to guide their actions to further progressive development of this market and the market economy as a whole.

Мировой рынок капиталов на каждом этапе развития экономики выделяет основные направления своего развития, формирует **тенденции**, которые как бы указывают всем его участникам, к чему необходимо стремиться, чтобы выполнить свою миссию. Выработка направлений развития рынка капиталов в будущем основывается на изучении его состояния в прошлом и настоящем.

Мировой рынок капиталов на каждом этапе развития экономики характеризуется определенными основными направлениями развития, сформировавшимися тенденциями. **Основными тенденциями** мирового рынка капиталов являются такие направления развития, как:

- централизация и концентрация капитала в форме ценных бумаг;
- национальная интеграция и международное сотрудничество;
- интернационализация и глобализация рынков капитала;
- дерегулирование и повышение роли регулирующих органов;
- секьюритизация и взаимопроникновение на другие сегменты рынка;
- внедрение новых информационных технологий, различных нововведений (новых инструментов, систем торговли, инфраструктуры);
- дематериализация финансовых инструментов и оформление их в виде записей на счетах.

Централизация капитала как рыночная тенденция – это процесс **постоянного возрастания** объемов капитала в одном центре путём объединения нескольких капиталов или поглощения одного капитала другим, обусловленного ростом экономики. С помощью выпуска ценных бумаг происходит объединение частных капиталов, позволяющее развивать новые технологии, предприятия, отрасли. **Концентрация** капитала на рынке ценных бумаг означает **сосредоточение** капитала в форме ценных бумаг в собственности относительно небольшого числа юридических лиц. При этом сосредоточение капитала в форме ценных бумаг происходит у юридических лиц путём объединения временно свободного капитала частных физических (и юридических) лиц в инвестиционных фондах, страховых компаниях, негосударственных пенсионных фондах, на рынке банковских услуг и т.п. По данным десятилетнего отчёта Международной Федерации Фондовых Бирж за 2000-2009 гг. объём капитализации мирового фондового рынка в 2000 году составлял 30956, максимальный в 2007 году – 60855, в кризисный 2008 год он составил 32584, в 2009 году – 46525 триллионов долларов США. За десятилетний период 2000-2009 гг. этот показатель вырос на 33%, максимально увеличившись в 2 раза в 2007 г. За десятилетний период 2001-2010 гг. соотношение объёма капитализации мирового фондового рынка и объёма ВВП мировой экономики достигло максимального значения – 115,7% в 2007

году. В 2008 году это соотношение составило 55,0%, в 2009 – 84,4%. Общие активы институциональных инвесторов составляют более 50% мирового объема рынка акций и облигаций [10].

На рынке капитала процессы концентрации и централизации происходят и среди профессиональных участников. Это проявляется в **укрупнении организаций профессиональных участников** по объёму капиталов, числу участников, спектру оказываемых услуг и т.п., а также в сокращении их числа в условиях напряженной конкурентной борьбы.

Национальная интеграция и международное сотрудничество – это процесс сближения, взаимосвязи, **переплетения** капиталов отдельных стран и проведения **согласованной межгосударственной политики** использования капитала. В современных условиях мировой экономики эта тенденция проявляется как интернационализация и глобализация капитала.

Интернационализация и глобализация капитала – процесс расширения сферы деятельности капитала **за пределы государства**, превращение крупнейших национальных монополий в международные, транснациональные корпорации. Такие корпорации обеспечивают **взаимопереплетение капиталов** (взаимопроникновение, конвергенцию) компаний различных государств и процесс дальнейшей интернационализации капитала во всемирном масштабе, вследствие чего формируется **единый мировой рынок** капитала. Процессы глобализации обеспечивают проникновение иностранного капитала за национальные границы. Мировые финансовые центры (Нью-Йоркская фондовая биржа, Лондонская фондовая биржа) сосредотачивают около половины всей международной торговли акциями, привлекают к торговле сотни иностранных компаний из десятков стран мира.

Дерегулирование на рынке капитала и повышение роли регулирующих органов предполагает, с одной стороны, **либерализацию** условий исполнения операций, с другой стороны, **ужесточение** некоторых положений. В результате реформ восьмидесятых-девяностых годов прошлого века, например, на Лондонской фондовой бирже были ликвидированы государственный контроль большинства операций и строгая специализация маклерских фирм, сняты ограничения на их финансовые операции (разрешено выполнять одновременно и брокерские, и дилерские операции), отменены твёрдые комиссионные на торговлю ценными бумагами. Иностранцам инвесторам предоставлена полная свобода во всех биржевых операциях. При принятии новых кандидатов на рынки, обслуживающие небольшие компании, были снижены требования по минимальному капиталу, отменены требования по минимальной истории существования компании, по количеству акций, выпущенных в оборот. Однако компании, соответствующие таким требованиям, в кризисные моменты являются нестойкими. Поэтому правила размещения акций и особенно порядок раскрытия информации о владельцах компаний постоянно ужесточаются. В Европе снимаются национальные барьеры в регламентировании рынка капиталов и осуществляется переход на унифицированные требования Европейских Директив. В рамках указанных Директив особое внимание уделяется вопросам регулирования и надзора, что призвано обеспечить безопасность и прозрачность рынка, а следовательно, и его эффективность.

Секьюритизация и взаимопроникновение на другие сегменты рынка – это процессы перевода капитала **из низколиквидных** форм в форму **легко обращающихся на рынке ценных бумаг**, замещение традиционного банковского кредитования привлечением денежных ресурсов посредством выпуска ценных бумаг. Ценные бумаги позволяют капиталу проникать в другие сегменты рынка. Новые технологии позволяют обеспечить одновременную торговлю ценными бумагами, валютой, биржевыми производными инструментами. Углубление процессов секьюритизации изменяет характер взаимоотношений между заёмщиками и инвесторами. Они вступают в прямые взаимоотношения. Банки и другие финансовые учреждения начинают выступать в роли чистых посредников или в роли гарантов. Следующая стадия углубления этих процессов сводится к тому, что банки утрачивают роль главного кредитора и финансового посредника и не несут соответствующие риски. Такое направление в развитии финансового рынка стало обозначаться термином **«дезинтермедиация»** (disintermediation = dis – уничтожение, удаление чего-либо + intermediation – находящийся посреди, средний). Этот процесс означает переход из одного состояния в другое. Относительно

всего финансового рынка это означает, что банки перестают быть классическими кредиторами на банковском рынке.

Дематериализация финансовых инструментов и оформление их в виде записей на счетах основывается на компьютеризации и является одним из нововведений на рынке ценных бумаг. В свою очередь, этот процесс инициирует определенные изменения на рынке, такие как изменение функций и состава профессиональных участников рынка капитала.

Внедрение новых информационных технологий, различных нововведений – это процесс компьютеризации, являющийся основой большинства структурных изменений. Начавшийся в семидесятых годах с автоматизации расчётов по биржевым операциям, этот процесс полностью преобразовал оборот ценных бумаг на рынке капитала. Новые фондовые биржи во всех странах стали создаваться как электронные биржи, где взаимодействие торговцев и сам процесс заключения сделок осуществляется посредством электронных сетей в едином компьютерном центре по определенным рыночным правилам. Компьютеризация ускорила проведение операций с ценными бумагами, повысила эффективность работы фондовых бирж и обеспечила функционирование и развитие внебиржевых систем торговли.

Каждое из направлений развития рынка капиталов представляет собой единый взаимосвязанный процесс, одна из сторон которого переходит в другую, каждое из направлений способствует развитию других взаимосвязанных направлений.

Исходя из известных типов тенденций развития относительно периода их действия и соотношения целостности рынка и его структуры, профессором В.А.Галановым [5, с.370] приведена их характеристика применительно к рынку ценных бумаг. Тенденции развития в зависимости от периода их действия характеризуются как долгосрочные (исторические) и краткосрочные (практические). С точки зрения соотношения целостности рынка и его структуры применительно к рынку ценных бумаг, выделяются общие (общерыночные и специфические) и структурные тенденции. Такие **общие** тенденции, присущие всем рынкам, как интеграция и международное сотрудничество, интернационализация и глобализация, дерегулирование и повышение роли регулирующих органов, внедрение новых информационных технологий, различных нововведений являются **общерыночными**. Тенденции рынка капиталов, как секьюритизация и взаимопроникновение на другие сегменты рынка, являются **специфическими**, присущими рынку капиталов, функционирующему в форме ценных бумаг.

Анализ рынка капиталов требует выделения внутренних тенденций развития, относящихся к отдельным его частям, то есть выделения **структурных** тенденций. Среди таких тенденций развития выделяются изменения в составе участников рынка, в инструментах рынка, в характере рыночных операций.

К изменениям в составе участников можно отнести выделение **подвидов** профессиональной деятельности, как, например, выделение на рынках некоторых стран деятельности финансового консультанта, оказывающего услуги эмитенту по подготовке проспекта ценных бумаг.

К изменениям в составе профессиональных участников относят стирание **различий между некоторыми видами** профессиональной деятельности, например, в условиях дематериализации ценных бумаг, стираются различия деятельности по ведению реестра и депозитарной деятельности.

Изменения в составе профессиональных участников могут проявиться и в изменении **форм посреднической деятельности** в связи с развитием электронных форм прямой торговли между участниками рынка, то есть замена традиционной торговли электронным аукционом. Значительное развитие внебиржевой системы торговли ценными бумагами, основанное на электронных формах торговли, является подтверждением такой тенденции развития.

Изменения **в составе инструментов** мирового рынка капиталов проявляются в развитии характеристик распространенных ценных бумаг, например, в выпуске привилегированных акций с всё более разнообразными правами, в выпуске облигаций с новыми свойствами и их сочетаниями, в создании финансовой инженерией, множества новых производных финансовых инструментов на основе одних и тех же ценных бумаг и самих производных финансовых инструментов (опционов на фьючерсы, свопционов, синтетических инструменты и т.п.).

Изменения в характере рыночных операций проявляются в практическом **исчезновении** некоторых операций и **появлении** новых. Так, сделки с залогом, с премией на фондовом рынке практически вытеснены различными опционными сделками. Фьючерсные сделки на покупку-продажу биржевых финансовых активов реально исполняются лишь в 2-3 процентах от общего объёма. Остальные фьючерсные сделки являются сделками «на разницу», не предусматривающими реального перемещения активов. Это изменило характер операций и предопределило появление обратных, офсетных сделок.

Изменения в характере рыночных отношений проявляются и в развитии процесса **демутуализации**, состоящем в изменении организационно-правовой структуры **бирж** из неприбыльных, некоммерческих в **коммерческие организации**.

Современный уровень компьютеризации вносит огромные изменения в **организацию торговли** ценными бумагами на рынках капитала. К ним относятся изменения, характеризующиеся следующими особенностями:

- современный рынок капиталов не имеет национальных границ;
- появляется возможность торговать без посредников; непрофессиональные торговцы приобретают знания в области торговли ценными бумагами и, используя компьютерные сети, осуществляют торговлю ценными бумагами и другими финансовыми активами;
- сам процесс торговли проводится в непрерывном режиме;
- появилась «программная торговля», когда компьютер самостоятельно отдаёт нужные приказы в торговую систему.

Развитие существующих тенденций и появление новых связано со следующими факторами: стремлением к относительному снижению издержек и повышению доходности; усилением нестабильности рынка; созданием инструментов для борьбы с различного рода увеличивающимися рисками. Указанные факторы всегда будут «подсказывать» необходимость изменений по всем взаимосвязанным направлениям развития рынка ценных бумаг.

Некоторые из вышеуказанных тенденций **проявляются в развитии рынка ценных бумаг Республики Молдова**.

Понимание механизма функционирования национального рынка ценных бумаг предполагает выявление видов и разновидностей ценных бумаг, характера отношений между всеми участниками, видов существующих торговых систем, оценки конъюнктуры рынка в различные моменты времени и т.п. Необходимо учитывать, что если в странах с развитой рыночной экономикой рынки ценных бумаг во многом идентичны, особенности их функционирования минимальны, то в странах с трансформирующейся экономикой эти различия значительны и носят специфический характер. Выявление таких особенностей позволяет определить основные направления развития национального рынка ценных бумаг и его влияние на экономику.

Процессы **концентрации и централизации** капитала в форме ценных бумаг в Республике Молдова только начинают проявляться. Так, совокупный объём эмиссии акций с 1992 г. по 2009 г. включительно составил 21,2 млрд. леев. Показатель отношения кумулятивного объёма эмиссий (с 1992 г.) к объёму ВВП составлял в 2005 г. 48,5%, в 2006 г. – 42%, в 2007 г. – 37,1%, в 2008 г. – 32,8%, в 2009 г. – 35,3%. Показатели биржевой капитализации на один лей ВВП в 2009-2010 гг. составляли 14-15 банов* (*рассчитано по годовым отчётам НКФР и НБС из источников: www.cnpf.md; www.statistica.md). В развитых странах показатель биржевой капитализации на единицу ВВП значительно выше и даже превышает уровень ВВП. Скорость оборота биржевой и внебиржевой торговли в Р.Молдова несопоставимо мала с такими же показателями на развитых рынках. В листинг фондовой биржи Молдовы в 2009-2010 годах было включено всего 16-14 эмитентов, в нон-листинг – менее тысячи эмитентов, доля обращающихся ценных бумаг составляла менее двух сотых процента от общего количества эмитированных ценных бумаг, средний годовой объём эмиссии акций – около одного процента от ВВП, биржевая капитализация в последние годы составляет около 7-8 процентов от ВВП [11].

В Республике Молдова происходит процесс сокращения числа профессиональных участников. Так, если при формировании рынка ценных бумаг (в середине 1990-х годов) число

организаций профессиональных участников превышало 140, то в 2010 году их осталось 44 организации, без учета инвестиционных фондов в процессе ликвидации [11].

Изменения в составе участников рынка капитала Республики Молдова проявились, например, в выделении **подвидов** профессиональной деятельности. В соответствии с изменениями в законодательстве, с 2008 года выделена деятельность по консалтингу, которая включает услуги по консультированию участников рынка относительно структуры капитала, реорганизации акционерного общества, по выкупу или приобретению своих размещенных ценных бумаг, по осуществлению публичного предложения на вторичном рынке. Теперь консалтинговую деятельность могут осуществлять профессиональные участники, имеющие лицензию на право осуществления деятельности по ведению реестра ценных бумаг, депозитарной, биржевой деятельности, деятельности центрального депозитария, по оценке ценных бумаг и относящихся к ним активов. Отдельным видом деятельности на рынке ценных бумаг Республики Молдова законодательно выделена деятельность центрального депозитария, оказывающего услуги по учёту прав депонентов на ценные бумаги, а также по клирингу и расчётам по сделкам, осуществляемым на биржевом рынке. Это связано с выпуском ценных бумаг в дематериализованной форме, стремлением к соответствию европейским требованиям, с возможностями активнее интегрироваться в мировой фондовый рынок. В то же время из прочих самостоятельных видов деятельности на молдавском рынке законодательно устранена деятельность по аудиту профессиональных участников, по информационному обслуживанию рынка ценных бумаг, по подготовке и переподготовке кадров профессиональных участников. Законодательством предусмотрена деятельность инвестиционных фондов как вид профессиональной деятельности и деятельность по доверительному управлению инвестициями. При этом в законе оговорено, что деятельность доверительного управляющего инвестиционным фондом признаётся деятельностью по доверительному управлению инвестициями.

В законодательстве Республики Молдова предусмотрена возможность выпуска ценных бумаг как в материализованной, так и в дематериализованной форме. На сегодняшний день ценные бумаги в Республике Молдова выпускаются только в дематериализованной форме. Это означает, что **дематериализации** ценных бумаг в Республике Молдова развивается успешно. Наличие центрального депозитария, который может выполнять клиринговые, расчётные и депозитарные функции, а также такие корпоративные действия, как: выплата дивидендов в денежной форме и в форме акций, дробление и консолидация акций, осуществление преимущественных прав, составление списка собственников ценных бумаг и другие подобные функции, стирает **различия между некоторыми видами** профессиональной деятельности и позволяет **изменить структуру профессиональных участников** рынка капитала и их функции.

Состав инструментов рынка капитала Республики Молдова может быть значительно расширен за счёт выпуска корпоративных облигаций и привилегированных акций с разнообразными характеристиками. Большие возможности в развитии рынка капитала республики заключены в создании финансовой инженерией множества производных финансовых инструментов на основе одних и тех же ценных бумаг и самих производных финансовых инструментов (опционов на фьючерсы, свопционов, синтетических финансовых инструментов и т.п.). В настоящее время наш рынок пока не готов к таким преобразованиям, но развитие процессов концентрации, интеграции и глобализации на мировом рынке откроет возможности и необходимость введения в оборот такого рода инструментов.

Молдавская экономика находится ещё в процессе перехода к рыночной экономике. Поэтому реальных изменений **в характере рыночных операций, в исчезновении** существующих или **появлении** новых операций пока не наблюдается. Сравнительно новым видом операций на рынке ценных бумаг являются операции репорта и депорта, которые не отражены в законодательстве Республики Молдова по рынку ценных бумаг. Законодательством Республики Молдова предусмотрены срочные контракты (фьючерсы и опционы), однако реально такие операции на рынке ценных бумаг пока не осуществляются.

Изменения в характере рыночных отношений, проявляющиеся в процессе **демутуализации**, затронули состояние фондового рынка Республики Молдова. В соответствии с изменениями в закон РМ «О рынке ценных бумаг», вступившими в силу с 01.01.2008 года, фондовая биржа Молдовы преобразована в коммерческую организацию.

Анализ развития рынка ценных бумаг в Республике Молдова, выделение его отдельных направлений и их сравнение с общерыночными, специфическими и структурными тенденциями современных фондовых рынков развитых стран позволяют объективно оценить его текущее состояние и содействовать разработке стратегий для дальнейшего развития.

Библиография:

1. Закон Республики Молдова «О рынке ценных бумаг», гл.7, гл.10 // Мониторул Официал ал Р. Молдова №27-28/123 от 23.03.1999 с изм. в соотв. с законом №249-XVI от 22.11.2007 // Мониторул Официал ал Р. Молдова №3-6 от 16.01.2009.
2. Закон Республики Молдова «Об акционерных обществах» // Мониторул Официал ал Р. Молдова № 1-4/1 от 01.01.2008.
3. Отчёты Национальной Комиссии по финансовому рынку // www.cnpf.md.
4. Национальная стратегия развития на 2008-2011 годы // Закон №295-XVI от 21.12.2007.
5. Галанов В.А. Рынок ценных бумаг: Учебник. – М.: ИНФРА-М., 2007, гл.8.
6. Гитман Л.Дж., Джонк М.Д. Основы инвестирования / Пер. с англ. – М.: Дело, 1997, гл.1,2.
7. Железнова Н., Железнова Е. О проявлении мировых тенденций в развитии финансового рынка // *Analele ASEM*. – Chisinau, ASEM, 2006.
8. Рубцов Б.Б. Современные фондовые рынки. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007.
9. Хынку Р.В., Билоокая С.В. Основные направления развития рынка ценных бумаг Республики Молдова в перспективе Европейской интеграции // Международная конференция «Развитие сотрудничества между Республикой Беларусь и Республикой Молдова в системе международной экономики», проведенная 18 мая 2010 г. Белорусским государственным экономическим университетом совместно с Молдавской экономической академией.
10. www.fibv.com.
11. www.cnpf.md.

AUTONOMIA BUGETARĂ LOCALĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA: CONSTRÂNGERI ȘI SOLUȚII DE CREȘTERE

Conf. univ. dr. hab. Angela Secrieru, ASEM

In Republic of Moldova budgetary process at the local level does not assure predictability and stability, creating premises for subjective behavior on behalf of higher budgetary authorities towards those at the lower level. Budgetary autonomy of local public authorities, especially of those of the I level, is limited. This situation is expressed through dependence of the local public authorities of the I level (villages, communities, towns) upon public authorities of the second level (rayons, municipalities) what concerns their own budgetary process. On top of that, Ministry of Finance can intervene with imposing of modifications in LPA budget drafts, which can exceed the framework of requirements associated with the legality of local budgetary process.

Administrațiile publice locale trebuie să aibă o capacitate și flexibilitate suficientă în procesul bugetar, astfel încât să asigure o corespundere dintre nivelul resurselor și nivelul cheltuielilor reale. Pe baza acestor interrelații, putem defini autonomia financiară locală ca o combinație dintre următoarele trei elemente:

1. *Autonomia locală în domeniul cheltuielilor*: dreptul și capacitatea de a determina natura și mărimea totală a cheltuielilor publice locale și defalcarea acestora pe diverse bunuri și servicii publice, în conformitate cu cererea comunităților locale, precum și dreptul și capacitatea de a gestiona proprietatea locală;
2. *Autonomia locală în domeniul veniturilor*: dreptul și capacitatea de a determina originea și volumul resurselor financiare, rata la care diferite grupuri de beneficiari trebuie să contribuie la fondul comun, precum și modul în care acest fond (sau tipurile sau unitățile specifice de resurse) este utilizat;
3. *Autonomia bugetară locală*: dreptul și capacitatea de a adapta nivelul de venituri la nivelul cheltuielilor în diferite domenii ale intervenției publice atât în cadrul unei generații de contribuabili

(prin intermediul impozitelor, taxelor și plăților), precum și între generații succesive (inter-temporal, prin intermediul datoriilor). Autonomia bugetară este astfel dreptul și capacitatea de a modula constrângerea bugetară locală atât static, cât și dinamic. În plus, aceasta solicită autorităților locale să-și asume (financiar), responsabilitatea pentru deciziile lor în fața comunităților lor.

În Republica Moldova, procesul bugetar la nivelul UAT și managementul finanțelor publice locale este reglementat de:

Legea privind sistemul bugetar și procesul bugetar, nr. 847 din 24.05.96¹;

Legea privind administrația publică locală, nr. 436 din 28.12.2006²;

Legea privind descentralizarea administrativă, nr. 435 din 28.12.2006³;

Legea privind finanțele publice locale, nr. 397-XV din 16.10.2003⁴;

Legea bugetară din anul respectiv.

În Republica Moldova unitățile administrativ-teritoriale sunt încadrate în două nivele:

- nivelul întâi: satele (comunele) și orașele (municipiile). În prezent, numărul acestora este de 896;
- nivelul doi: raioanele (în număr de 32), municipiul Chișinău, unitatea teritorială autonomă cu statut juridic special (UTA).

Principiile de bază ale politicii statului în domeniul veniturilor și cheltuielilor bugetare, prognozele normativelor de defalcări de la veniturile generale de stat la bugetele locale, aspectele specifice de calculare a transferurilor ce se prognozează a fi alocate de la bugetul de stat, bugetele UAT de nivelul II și de la bugetul municipal Bălți sunt informații care anual sunt comunicate de Ministerul Finanțelor autorităților executive ale UAT de nivelul II, ultimele, la rândul lor, comunicându-le autorităților executive ale UAT de nivelul I.

În consecință, **procesul bugetar la nivel local nu asigură previzibilitate, stabilitate, formând premise pentru un comportament subiectiv din partea autorităților bugetare superioare față de cele de nivel inferior**. În plus, Ministerul Finanțelor poate interveni prin impunerea de modificări ale proiectelor de buget al APL care pot depăși cadrul unor cerințe legate de legalitatea procesului bugetar local. Procesul bugetar la nivel local este afectat și de întârzierile la comunicarea informației bugetare de către MF și/sau Direcția generală finanțe (după cum a fost cazul bugetului pe anul 2009), dar și de întârzieri în alocarea transferurilor.

Autonomia bugetară a autorităților publice locale, în special a celor de nivelul I, este limitată. Această situație se exprimă prin dependența autorităților publice locale de nivelul I (sate, comune, orașe) de autoritățile publice de nivelul II (raioane, municipii), în ceea ce privește formarea bugetelor proprii. În plus, lipsa componentei investiționale în cadrul bugetelor locale intensifică dependența APL1 de autoritățile raionale și centrale.

Dependența de nivelurile superioare de guvernare crește dacă considerăm tendința care se observă tot mai insistent de reducere continuă a ponderii veniturilor proprii în structura veniturilor BUAT, indicând prin aceasta extinderea centralizării bugetare în Republica Moldova. Astfel, în perioada 2005-2009 ponderea veniturilor proprii ale BUAT s-a redus de la 18.35% în 2005 până la 9.93% în 2009. Totodată, în aceeași perioadă crește ponderea transferurilor în structura veniturilor bugetelor UAT.

Sistemul de clasificare utilizat pentru formularea, executarea și raportarea asupra bugetului local trebuie „îmbogățit” cu clasificarea pe programe în perspectiva introducerii și extinderii bugetării în bază de performanță. Clasificarea bugetară tip este elaborată de Ministerul Finanțelor în baza *Statisticilor Financiare Guvernamentale* (GFS) elaborate de FMI. Pe baza schemei clasificării bugetare se organizează evidența bugetară, inclusiv la nivel local, asigurându-se înregistrarea, prelucrarea și furnizarea de informații complete pentru toate veniturile și cheltuielile bugetare, care sunt grupate în funcție de anumite criterii. Una din componentele de bază ale reformei bugetare, promovate, în prezent, în Republica Moldova, ține de îmbunătățirea sistemului de planificare și executare bugetară, inclusiv prin *modernizarea clasificării bugetare*. Astfel, în 2008 s-a inițiat trecerea de la sistemul de clasificare bazat pe GFS 1986 la un nou sistem fundamentat pe GFS 2001.

În prezent, clasificarea pe programe este parțială. Elaborarea unei clasificări complete de programe rămâne un obiectiv pe termen mediu și urmează a fi coordonată cu SND și CCTM, ceea ce va contribui la identificarea și clarificarea obiectivelor și politicilor ministerelor de ramură. Menționăm, totodată, elaborarea de către Ministerul Finanțelor a Regulamentului privind modul de elaborare, monitorizare și raportare a bugetelor pe

¹ *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* din 23.05.2005.

² *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr. 32-35 din 09.03.2007.

³ *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr. 029 din 02.03.2007.

⁴ *Monitorul Oficial al Republicii Moldova* nr. 248-253/996 din 19.12.2003.

programe¹. Deși la nivel central practica elaborării bugetelor pe programe există de câțiva ani, la nivel local bugetele pe programe rămân a fi un concept de perspectivă, deși în unele UAT bugetarea în bază de performanță a fost inițiată.

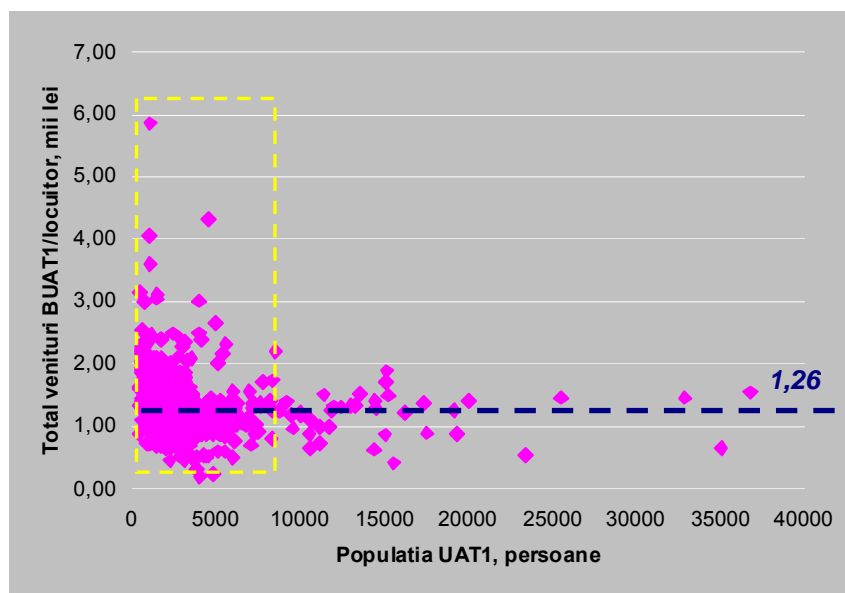
Perspectiva plurianuală în planificarea fiscală, politica cheltuielilor publice locale și bugetizarea la nivelul UAT din Republica Moldova este limitată. CCTM și bugetul local anual sunt cele două documente de bază produse în cadrul calendarului bugetar local. În anul 2008 planificarea strategică la nivel local a fost practică de 8 raioane și 2 municipalități care au elaborat CCTM 2008-2010. Motivul formulat de Ministerul Finanțelor pentru care CCTM nu a fost extins la nivelul altor UAT constă în inițiativele de reformare a relațiilor interguvernamentale între bugetul de stat și bugetele UAT (atât de nivelul I, cât și de nivelul II). Ministerul Finanțelor consideră oportun ca extinderea planificării strategice la nivelul UAT să fie efectuată după ce va fi elaborat și implementat noul mecanism de stabilire a relațiilor interbugetare.

Deciziile privind politicile de cheltuieli publice, inclusiv cele locale au implicații asupra mai multor ani și, de aceea, trebuie să fie adoptate, ținând cont de disponibilitatea resurselor pentru o perspectivă pe termen mediu. În consecință, este important de a clasa evoluțiile politicilor pe previziuni pe termen mediu a veniturilor și cheltuielilor publice locale globale.

Elaborarea pronosticurilor fiscale multianuale, cel puțin, la nivelul APL2, este dificil de realizat în condițiile în care în Republica Moldova legislația fiscală frecvent se modifică pe parcursul anului bugetar.

În plus, la elaborarea bugetului local se aplică tehnici simpliste de prognozare a veniturilor și cheltuielilor. Normele stabilite de ministerele de resort și MF reduc flexibilitatea APL la realocarea resurselor, în conformitate cu necesitățile și prioritățile locale.

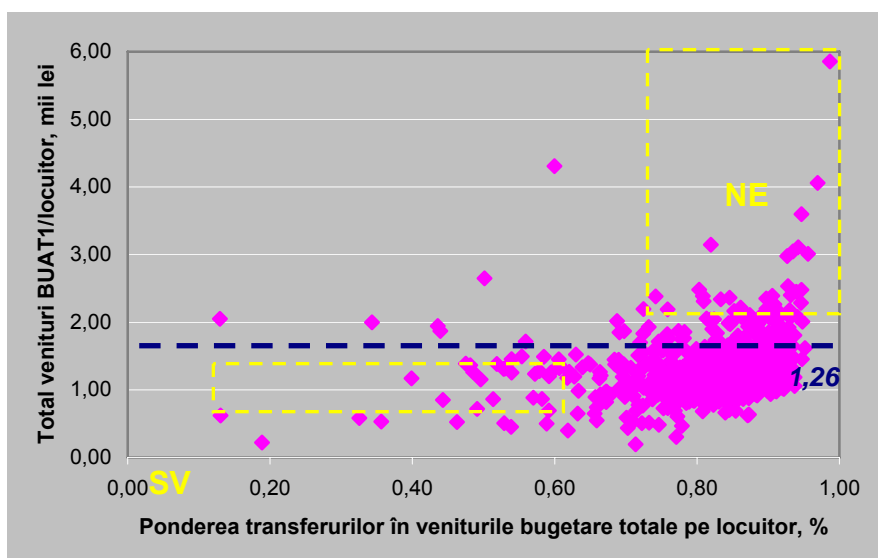
Pentru o bună calitate a procesului bugetar, în special în perspectiva elaborării bugetelor, în bază de performanță, este important ca la nivelul UAT să existe strategii de dezvoltare locale viabile elaborate. Numeroase UAT din Republica Moldova au elaborat la începutul anilor 2000 asemenea strategii, marea lor majoritate nefiind, însă, actualizate, și, prin urmare, utilitatea lor este redusă.



Sursa: Elaborată în baza informației Ministerului Finanțelor, Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova.

Figura 1. Veniturile totale ale bugetelor locale pe locuitor în funcție de mărimea UAT1 (după numărul populației), 2009

¹ Ordinul Ministrului Finanțelor pentru aprobarea *Regulamentului privind modul de elaborare, monitorizare și raportare a bugetelor pe programe* nr. 19 din 16.02.2008, Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.45-6/107 din 04.03.2008.



Sursa: Elaborată în baza informației Ministerului Finanțelor, Biroului Național de Statistică al Republicii Moldova.

Figura 2. Contribuția transferurilor la formarea veniturilor bugetare totale pe locuitor, UAT1 < 7000 locuitori, 2009

Sistemul de finanțe publice locale din Republica Moldova generează profunde dezechilibre orizontale, destimulând efortul financiar propriu al APL. În figura 1 este reprezentată repartizarea veniturilor totale (VT) ale BUAT de nivelul I pe locuitor în funcție de mărimea UAT1 (după numărul populației). La o medie de 1.26 mii lei pentru BUAT1 cele mai pronunțate devieri față de medie sunt înregistrate în UAT cu o populație de până la 7000 persoane (de la cca 6 mii pe locuitor până la cca 0.2 mii lei pe locuitor). În UAT cu populația mai mare de 7000 locuitori valorile pentru raportul VT/locuitor deviază de medie cu o amplitudine mai modestă.

Figura 2 identifică cauzele care provoacă aceste dezechilibre în finanțarea UAT1, fiind considerate doar UAT1 care au o populație sub 7000 locuitori. Pe axa verticală este reprezentat raportul VT/locuitor (în calitate de variabilă dependentă), pe axa orizontală – ponderea transferurilor în veniturile bugetare totale (variabilă dependentă). Observăm că în Republica Moldova există UAT1 a căror venituri bugetare pe locuitor sunt mult sub media de 1.26 mii lei, contribuția transferurilor fiind în unele dintre aceste cazuri foarte modestă – de până la 50%, iar în altele – chiar până la 20%. În același timp, în cazul numeroaselor UAT1 situate în partea de Nord-Est a figurii, transferurile contribuie cu peste 70% la formarea veniturilor bugetare totale pe locuitor pentru a le aduce la o mărime de peste 2 mii lei, depășind media de 2-5 ori. Prin urmare, sistemul de relații financiare interguvernamentale este, în cazul Republicii Moldova, unul profund netransparent, neechitabil, generând el însuși amplificarea dezechilibrelor orizontale, care în loc să stimuleze efortul APL de a-și extinde potențialul financiar, destimulează autoritățile APL, anihilând spiritul de inițiativă și de dezvoltare a capacităților și abilităților de a gestiona eficient resursele limitate ale UAT, dar și responsabilitatea APL față de colectivitățile locale.

Aceste evoluții care indică la o extindere a centralismului fiscal în relațiile interguvernamentale din Republica Moldova, marginalizând prin aceasta rolul și importanța veniturilor proprii pentru APL, sunt în contradicție cu art. 9, alin. 3 al Cartei europene a autonomiei locale care prevede că „sistemele de prelevare pe care se bazează resursele de care dispun autoritățile administrației publice locale trebuie să fie de natură suficient de diversificată și evolutivă pentru a le permite să urmeze practic, pe cât posibil, evoluția reală a costurilor exercitării competențelor acestora”.

Pornind de la aceste constatări, se impune:

- Reconsiderarea concepției bugetelor locale, transformându-le în bugete independente ale autorităților locale la ambele nivele, astfel încât cele din urmă să aibă venituri proprii adecvate competențelor lor, fiind împuternicite să modifice bugetele lor în limitele legii. Anularea procedurilor existente de stabilire a normativelor de sus în jos, precum și a

procedurilor „de negociere” a parametrilor de bază a bugetelor locale între primării și raion, raioane și stat, total netransparente în prezent. Toate relațiile interbugetare trebuie să derive exclusiv din legea finanțelor publice locale și să nu admită excepții și interpretări posibile.

- Trecerea treptată la relațiile interbugetare directe și stabile între bugetul de stat și bugetele APL de nivelul I.
- Reconsiderarea raporturilor decizionale financiare între nivelele întâi și al doilea ale APL, în vederea consolidării autonomiei locale: relații financiare între APL2 și APL1, în bază de contracte, în calitate de alternativă ar putea fi examinată posibilitatea oferirii dreptului APL2 de a participa din cont propriu la equalizarea suplimentară a APL1.
- Promovarea în practica GFPL a metodelor și tehnicilor moderne de bugetizare, inclusiv a bugetizării prin programe și a bugetizării în bază de performanță.
- Extinderea practicii de elaborare a CCTM, cel puțin, la nivelul UAT-centre raionale. Introducerea bugetării multianuale.
- Reducerea dezechilibrului fiscal vertical prin atribuirea pentru fiecare nivel din sistemul bugetar a unor surse corespunzătoare de venituri fiscale pe o bază permanentă. Asigurarea unei diferențieri stricte între executarea (și finanțarea) competențelor proprii și delegate, interzicerea mandatelor fără acoperire financiară.
- Reducerea dezechilibrelor fiscale orizontale prin proiectarea unui sistem de finanțe publice locale care să fie, în același timp, echitabil, dar și stimulatив pentru efortul financiar propriu al APL.

Bibliografie:

1. Legea nr.436-XVI din 28 decembrie 2006 privind administrația publică locală.
2. Legea nr.435-XVI din 28 decembrie 2006 privind descentralizarea administrativă.
3. Legea nr.847-XIII din 24 mai 1996 privind sistemul bugetar și procesul bugetar.
4. Legea nr.397-XV din 16 octombrie 2003 privind finanțele publice locale.
5. *Macro Policy Lessons for a Sound Design of Fiscal Decentralization*, IMF, prepared by Fiscal Affairs Department, 2009.

CUNOAȘTEREA ENTITĂȚII ÎN PROCESUL AUDITULUI ACTIVITĂȚILOR DE CONSTRUCȚII

Conf. univ. dr. Anatolie Iachimovschi, ASEM

The purpose of this article is to provide guidance on obtaining an understanding of the entity and its environment and assessing the risks of material misstatement in financial statement audit. This article is framed in the context of the audit of construction activities.

La etapa acceptării oricărui tip de angajament de audit, precum și a celui în construcție SNA310 „Cunoașterea business-ului” prevede ca auditorul să studieze genurile de activitate, mediul de afaceri, piața și concurența, furnizorii și clienții principali, legislația care reglementează domeniul de activitate. Astfel, încât auditorul să obțină suficiente cunoștințe pentru a stabili și înțelege faptele, tranzacțiile și practica de activitate a entității auditate. Aceste cunoștințe sunt necesare pentru determinarea caracterului, momentului de exercitare și volumului procedurilor de audit și se obțin prin înțelegerea următoarelor aspecte:

- A) sectorul de activitate;
- B) natura entității auditate;
- C) performanțele financiare ale entității.

A. Sectorul de activitate reprezintă factorii aferenți domeniului construcțiilor, factorii de reglementare a lucrărilor de construcții, alți factori. Un factor esențial, care caracterizează domeniul în cauză constituie gradul înalt de reglementare a construcțiilor. Alt factor reprezintă contractele de construcții, pe termen lung, care poate genera riscuri specifice de denaturare, precum ar fi implicarea estimărilor semnificative ale veniturilor și cheltuielilor din activitățile de construcții.

De asemenea, sectorul construcțiilor este determinat și de tehnologia specifică a lucrărilor de construcții, care formează ansamblul de operații efectuate cu ajutorul mecanismelor, mașinilor, precum și manopera, în vederea realizării, reconstruirii, restaurării sau consolidării unei construcții. Ca parte integrantă tehnologică, în acest caz, este și documentația de proiect alcătuită din plan de încadrare, plan general, soluții cromatice, desfășurata unei porțiuni de front stradal și care formează în ansamblu piese desenate ce reflectă ideea creativă a arhitectului privind soluțiile arhitecturale și de amplasare a unei construcții.

În procesul obținerii cunoștințelor despre sectorul de activitate al unei entități autorizate în executarea lucrărilor de construcții, auditorul documentează aceste aspecte în modul următor:

Tabelul 1

Cunoștințe despre sectorul în care activează entitatea auditată

Tipologia factorilor	Condițiile specifice de activitate	Precizările auditorului
1. Mediul concurențial	Pentru piața construcțiilor locative este un mediu dezvoltat cu preponderență în localitățile urbane, fiind influențat de noile prevederi ale Legii nr.163 privind autorizarea executării lucrărilor de construcții	Mediul este determinat, în mare măsură, de formalitățile birocratice cu privire la obținerea certificatului de urbanism și autorizația de construire
2. Relațiile cu furnizorii	Furnizorii principali de materiale pentru construcție sunt din țară și din Ucraina, produsele cărora sunt reglementate de Hotărârea nr.226 emisă de Guvern pentru aprobarea Reglementării tehnice cu privire la produsele pentru construcții	În ultimii doi ani s-a constatat o creștere a ponderii importului, care necesită agrement tehnic de atestare a aptitudinilor de utilizare a noilor produse, echipamente în construcție pentru care lipsesc normative
3. Afacerile cu clienții	Clienții în majoritatea cazurilor sunt persoane fizice protejate de Legea nr.721 privind calitatea în construcții, care prevede responsabilități legate de rezistență, siguranță la incendiu, igienă, izolație termică, protecție împotriva zgomotului	Achitarea în rate, aplicarea creditului ipotecar și a sistemului de garantare a calității prin implicarea specialiștilor (personalul ingineresc) serviciului de control intern al agenților economici cu activități în construcții
4. Progresele tehnologice	Procesul tehnologic se realizează în baza caietelor de sarcini, instrucțiunilor tehnice privind execuția lucrărilor. Se monitorizează exploatarea și întreținerea construcțiilor la faza de postutilizare	Entitatea auditată împreună cu proprietarul realizează proiecte de urmărire specială privind comportarea în exploatarea construcțiilor
5. Activitatea ciclică	Activitatea ciclică în construcții este determinată de prevederile proiectului de organizare a executării lucrărilor de construcții	Proiectul în cauză constituie temei pentru determinarea duratei executării lucrărilor, care se indică în autorizația de construire

Aceste cunoștințe se completează cu precizările auditorului referitor la:

- a) impozitare;
- b) principii contabile;
- c) reglementări specifice a activităților realizate de către entitatea auditată.

Potrivit art.277 al Codului Fiscal, proprietarul sau investitorul calculează și achită impozitul pe bunurile imobiliare pentru construcții. Iar executorul lucrărilor de construcții achită TVA la procurarea materialelor de construcții și în fiecare lună declară și transferă la bugetul de stat diferența TVA de la livrări și procurări.

Principiile contabile specifice activităților de construcții sunt prevăzute de SNC11 „Contractele de construcții”. Conform SNC11, veniturile și cheltuielile de antrepriză se constată în baza metodei specializării exercițiilor în perioada de gestiune în care au apărut, indiferent de momentul încasării efective sau plății mijloacelor bănești sau altei forme de compensare. Standardul în cauză stabilește o anumită componență și modalitate de măsurare a veniturilor, consumurilor și cheltuielilor aferente contractului de antrepriză. Potrivit acestuia, venitul aferent contractului de antrepriză include venitul de antrepriză (fără rabaturi și reduceri comerciale admise de antreprenor) stipulat în contract, suma plăților de stimulare a activităților de regie (administrare) și alte venituri cum ar fi veniturile recuperate de către beneficiar conform clauzelor contractuale.

De asemenea, auditorul va preciza și alte reglementări specifice construcțiilor. De exemplu, auditorul la examinarea titlului de proprietate a construcțiilor se va conduce de prevederile Legii nr.1543 din 25.02.1998 cu privire la cadastru. Legea în cauză stabilește modul de creare și de ținere a

cadastrului bunurilor imobile, inclusiv a construcțiilor și asigură recunoașterea publică a dreptului de proprietate și a altor drepturi patrimoniale ale acestora. În contextul acestei legi, construcțiile sunt definite ca clădiri a căror strămutare este imposibilă fără cauzarea de prejudicii destinației acestora. Organele cadastrale teritoriale, conform prevederilor Codului Fiscal, art.279 sunt autorizate de a efectua evaluarea acestor bunuri. În acest scop, Guvernul Republicii Moldova a emis Hotărârea 1303 din 24.11.2004 prin care a fost aprobat Regulamentul cu privire la evaluarea bunurilor imobile în scopul impozitării. Acest Regulament stabilește aplicarea procedurilor de evaluare masivă și cele trei metode de estimare a valorii de piață conform art.279 (4) al Codului Fiscal: metoda analizei comparative a vânzărilor, metoda veniturilor și metoda cheltuielilor.

B. Natura entității reprezintă operațiunile realizate de entitatea auditată, structurile sale de proprietate și guvernanta, tipurile de investiții pe care entitatea le practică, modul în care entitatea este structurată și finanțată, clasele de tranzacții, solduri ale conturilor și prezentări așteptate în situațiile financiare. În procesul obținerii cunoștințelor despre natura oricărei entități, inclusiv autorizată în executarea lucrărilor de construcții, auditorul documentează aceste aspecte în modul următor:

Tabelul 2

Informații acumulate de auditor pentru a înțelege natura entității

Aspectele principale	Factorii care caracterizează natura entității	Exemple legate de activitatea de construcții
1. Operațiuni de afaceri	Natura surselor de venit	Venit din executarea lucrărilor de construcții, din comercializarea produselor de construcții, prestarea serviciilor de proiectare, expertiză tehnică
	Etape și metode de producție	Efectuarea lucrărilor de construcții în antrepriză, prin implicarea antreprenorilor individuali
	Alianțe, asocieri în participație și activități de externalizare	Entitatea auditată este asociată în cadrul unui concern de construcții. Această entitate în activitatea ei de antreprenariat aplică firma sau denumirea concernului, indicând astfel apartenența sa la acest concern
	Dispersie geografică și segmentare pe domenii de activitate	Entitatea auditată dispune de filiale și reprezentanțe în centre raionale, de regulă, acolo unde sunt amplasate șantierele de construcții
2. Finanțare și activități de finanțare	Structura datoriilor și a termenelor aferente	Angajamente extrabilanțiere de finanțare prin implicarea instituțiilor financiare în garantarea datoriilor față de furnizorii de materiale de construcții, utilizarea creditului ipotecar
	Uzufructuari	Drepturile oferite de terți în cadrul contractelor de leasing și a acordurilor de asociere în cadrul unei uniuni economice, inclusiv și în cazul când un concern de construcții îi oferă dreptul asociatului să beneficieze de reputația și experiența în afaceri
	Utilizarea instrumentelor financiare derivate	Acreditivul, titlurile de valoare garantate de stat, garanțiile bancare
3. Raportare financiară	Principii contabile corelate cu practicile specifice domeniului de activitate	Împrumuturi de la clienți, activități de cercetare și dezvoltare pentru fabricarea produselor de construcții
	Practici de recunoaștere a veniturilor	Veniturile se constată pe stadii distincte ale contractului în baza metodei procentajului de executare a lucrărilor de construcții
	Contabilizarea tranzacțiilor neobișnuite	Contabilizarea încasării creanțelor din contul creditelor bancare oferite clienților

Studierea naturii unei entități îi permite auditorului să înțeleagă:

- structura entității;
- apartenența la concernele de construcții;

- modul de constituire a întreprinderii și genurile de lucrări de construcții practicate.

Unele entități de construcții dispun de o structură mai complexă, adică dispun de sucursale sau alte componente (filiale și reprezentanțe) în mai multe localități, în funcție de amplasarea șantierelor de construcții. Filiala și reprezentanța se consideră subdiviziuni separate a întreprinderii, care sunt situate în altă parte și se identifică în documentele de constituire a întreprinderii respective. Filiala exercită unele din atribuțiile întreprinderii, iar reprezentanța apără și reprezintă interesele întreprinderii, încheie în numele acesteia tranzacții și îndeplinește alte acțiuni de drept. În cazul când întreprinderea dispune de alte componente, adică subdiviziuni care nu sunt filiale sau reprezentanțe ale întreprinderii, acestea se înregistrează de către Serviciul Fiscal de Stat.

Componentele unei întreprinderi nu sunt persoane juridice. Însă, acestora li se atribuie bunuri din patrimoniul întreprinderii, au balanțe proprii, care fac parte din balanța centralizată a întreprinderii și activează în baza regulamentului întreprinderii. Pentru filiale și reprezentanțe, întreprinderea, de asemenea, are dreptul de a deschide subconturi. De acestea, auditorul trebuie să țină cont în procesul asistării la inventarierea materialelor de construcții, utilajelor, construcțiilor în curs de execuție, mijloacelor bănești, obligațiile asumate de filiale și reprezentanțe care conform legislației sunt și în răspunderea întreprinderii. Este de menționat că conducătorii acestor componente sunt numiți și activează în temeiul mandatului ce i s-a eliberat de întreprindere.

În scopul creării unor condiții favorabile pentru realizarea și apărarea intereselor comune, entitățile din Republica Moldova, indiferent de genul de activitate, beneficiază de dreptul de a forma uniuni, conerne, asociații. Acestea mai sunt numite și societăți care sunt cu statut de organizații necomerciale. Astfel de societăți sunt în drept să creeze condiții favorabile pentru realizarea și apărarea diverselor probleme, inclusiv și a intereselor calității construcțiilor, aplicării tehnologiilor avansate în executarea lucrărilor în acest domeniu.

În cazul în care entitatea auditată este asociată în cadrul unor conerne de construcții, auditorul se va interesa de condițiile prevăzute de contractul sau statutul acestora, precum raporturile dintre întreprinderile asociate. Studiază dacă concernul practică activitatea de antreprenoriat și dacă entitatea auditată participă la activitatea unui asemenea concern. La documentarea acestor informații, auditorul va preciza următoarele date despre concern: firma sau denumirea, patrimoniul separat al fiecărui asociat și patrimoniul distinct, bilanțul propriu centralizator, conturile în instituțiile financiare, ștampila cu firma sa și alte elemente caracteristice. Astfel de informații se obțin de către auditor prin solicitarea confirmărilor tranzacțiilor financiare și economice pe care le-a efectuat entitatea cu concernul pe parcursul perioadei auditate.

Date despre constituirea întreprinderii se conțin în diverse documente, tipologia cărora depind de forma organizatorico-juridică. De exemplu, dacă entitatea autorizată în construcții este înregistrată în calitate de societate pe acțiuni sau societate cu răspundere limitată, aceste date se conțin în contractul de constituire și statutul întreprinderii. În cazul întreprinderilor de stat acestea se regăsesc în statutul și decizia fondatorului, iar pentru întreprinderile municipale – în statutul și decizia autorităților administrației publice locale.

Pe baza documentației de constituire, auditorul identifică următoarea informație: firma sau denumirea întreprinderii, sediul, data constituirii, genurile de activitate, răspunderea antreprenorului pentru obligațiile întreprinderii, condițiile de reorganizare și lichidare a întreprinderii, datele personale despre fondatori (numele de familie, sediul sau domiciliul fondatorilor), condițiile de fondare și activitate a întreprinderii.

Este de menționat că întreprinderea are obligația să utilizeze firma sau denumirea, inclusiv cea prescurtată (abreviată), numai în acea formulă în care a fost înmatriculată în Registrul de stat al întreprinderilor. Totodată, auditorul se va interesa dacă firma sau denumirea entității poate fi utilizată și respectiv contabilizată în calitate de emblemă comercială, cu condiția înregistrării acesteia conform Legii privind mărcile și denumirile de origine a produselor.

Aceste informații sunt completate și cu date despre genul activităților realizate. În cazul construcțiilor acestea oferă auditorului cunoștințe despre felul lucrărilor de construcție pe care le practică entitatea auditată. De regulă, un agent economic, care este autorizat să efectueze lucrări de construcții, practică activități de construire a noilor obiecte, lucrări de reconstrucții și de extindere sau supraetajare a construcțiilor existente.

C. Performanțele financiare sunt studiate de către auditor prin prisma procesului de evaluare și revizuire a faptelor pe care le consideră importante conducerea entității auditate și alte părți. Indiferent

cine le efectuează, fie externă sau internă, evaluarea performanței creează presiuni asupra entității, care, la rândul lor, pot motiva conducerea de a denatura situațiile financiare pentru a prezenta o creștere a performanței în afaceri. Înțelegerea de către auditor a presiunilor legate de atingerea standardelor de performanță pot avea drept rezultat acțiuni ale conducerii care sporesc riscurile de denaturare semnificativă, inclusiv și cele cauzate de fraudă.

Evaluările performanței pot indica auditorului faptul că riscurile de denaturare din situațiile financiare aferente există într-adevăr. De exemplu, astfel de evaluări pot conduce la constatarea potrivit căreia entitatea a înregistrat o profitabilitate neobișnuit de rapidă în comparație cu alte entități din același domeniu de activitate. Mai ales dacă auditorul observă că acordarea de remunerație prevede bonusuri sau stimulente pe baza performanței, ceea ce denotă un potențial risc de influență a conducerii în denaturarea situațiilor financiare.

Auditorul va lua în considerare evaluarea și revizuirea performanțelor în cazurile, după cum urmează:

- a) evaluarea și revizuirea performanțelor de către conducerea entității;
- b) evaluarea și revizuirea performanțelor de către părțile externe.

În ambele cazuri auditorul examinează metodologia determinării și conținutul performanțelor. În primul caz, auditorul va atrage atenția la indicatorii principali de performanță, rezultatele financiare în fiecare perioadă, informațiile pe segmente și comparațiile cu performanțele concurenților. Indicatorii principali de performanță ai activităților de construcție constituie nivelul de respectare a graficului de executare a devizelor de construcții, ponderea construcțiilor finisate în termen, tendințele de majorare a volumului de lucrări de construcții.

Rezultatele financiare în fiecare perioadă reflectă performanța financiară care se analizează și în raport cu fiecare unitate valorică de activ circulant implicat în activitatea de construcții. Informațiile pe segmente au la bază datele devizelor lucrărilor executate și în curs pe fiecare contract de construcție, precum și politicile de compensare prin stimulente a angajaților. Evaluarea performanțelor, în raport cu cele ale concurenților, conferă anumită siguranță în menținerea segmentului de piață. Aceasta oferă o sursă de informație pentru auditor, fiindcă denotă capacitatea managerială și de marketing a conducerii entității de a menține clienții și de a interesa noi clienți prin intermediul diverselor mecanisme de asigurare a executării lucrărilor în termen și la un nivel de calitate corespunzător standardelor în construcții.

Totodată, auditorul va ține cont și de faptul că părțile externe, de asemenea, pot fi implicate în evaluarea și revizuirea performanțelor financiare ale entității. Evaluările externe pot fi efectuate de către analiștii independenți și agenții de rating. De exemplu, analiștii independenți sunt solicitați de a elabora rapoarte privind performanțele companiilor de construcții, iar agențiile de rating, de regulă, efectuează revizuirea performanței financiare a entității pentru elaborarea unui rating a potențialilor beneficiari de surse financiare propuse de instituțiile creditare.

Bibliografie:

1. Codul Fiscal al Republicii Moldova nr.1163 din 24.04.1997 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova, ediție specială din 25 martie 2005.
2. Legea privind autorizarea executării lucrărilor de construcție nr.163 din 09.07.2010 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.155-158 din 03 septembrie 2010.
3. Legea privind calitatea în construcții nr.721 din 02 februarie 1996 // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.25 din 25 aprilie 1996.
4. Hotărârea nr.226 din 29.02.2008 emisă de Guvern pentru aprobarea Reglementării tehnice cu privire la produsele pentru construcții // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.51-54 din 14 martie 2008.
5. Standardele Naționale de Audit // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr.91-93 din 29 iulie 2000.
6. International Standard on Auditing // Handbook of International Standards on Auditing and Quality Control, pagina oficială: www.iasb.org.
7. Ion Florea, Ionela-Corina Macovei, Radu Florea, Maria Berheci. *Introducere în expertiza contabilă și în auditul financiar*. Editura CECCAR, București, 2008.

CONTROLUL FISCAL – ELEMENT FUNCȚIONAL AL ADMINISTRĂRII FISCALE

*Conf. univ. dr. Ada Ștahoșchi, ASEM
Viorel Vilcu, CCCEC, șef direcție*

Controlling is an objective and subjective necessity and it is not an objective but a means of executive activity completion, and of its administration process. Private modern enterprise together with political democracy gives the best freedom keeping perspective and offers the most accessible ways of economical development and general prosperity. The factor which ties the modern market economies with political democracy constitutes the premise of freedom, risk, and chance. The main objective of the control unit is fiscal transformation continuation in accordance with the commitments taken on for integration in the European Union. These ones refer to the fiscal civism, to the rising of the voluntary conformation degree of the economical agents; rapidly and efficiently collecting the dodged tax, sanctioning the dodging behavior and reaching the fiscal discipline. The results are materialized in the rising of the incomes drawn to the state budget, creating the necessary premise for rising incomes in real terms - long-term and short-term.

Finanțarea neîntreruptă a sectorului public necesită completarea sistematică cu resurse financiare a bugetelor de toate nivelele. Asigurarea cu venituri a bugetelor depinde, în cea mai mare măsură, de nivelul achitării obligațiilor fiscale de către persoanele fizice și juridice.

Legislația fiscală stabilește obligativitatea calculării și achitării în termen a impozitelor și taxelor, însă, în practică, sub influența unor factori atât obiectivi, cât și subiectivi, contribuabilii încalcă prevederile exprese și imperative ale legislației fiscale. În aceste condiții, organelor cu atribuții de administrare fiscale le revine sarcina de a exercita controlul asupra respectării legislației fiscale, asupra calculării corecte, vărsării depline și la timp la buget a sumelor obligațiilor fiscale.

Administrarea fiscală reprezintă activitatea organelor de stat împuternicite și responsabile de asigurarea colectării depline și la termen a impozitelor și taxelor, a penalităților și amenzilor în bugetele de toate nivelurile, precum și de efectuarea acțiunilor de urmărire penală în caz de existență a unor circumstanțe ce atestă comiterea infracțiunilor fiscale.

Pornind de la scopul și impactul său, cel mai eficient instrument al administrării fiscale este controlul fiscal. Controlul fiscal reprezintă verificarea corectitudinii cu care contribuabilul execută obligația fiscală și alte obligații, prevăzute de legislația fiscală, inclusiv verificarea altor persoane sub aspectul legăturii lor cu activitatea contribuabilului prin metode, forme și operațiuni, prevăzute de Codul Fiscal. Controlul fiscal este exercitat de organul fiscal sau de un alt organ cu atribuții de administrare fiscală, în limitele competenței acestuia.

În Republica Moldova activează următoarele organe cu atribuții de administrare fiscală, cu dreptul de a efectua controale fiscale: Serviciul fiscal (cu drepturi depline – efectuează controale fiscale potrivit planurilor de activitate, solicitărilor altor autorități sau a contribuabililor), Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției (cu drepturi limitate – efectuează controale fiscale doar în cadrul urmăririi penale), Serviciul vamal (cu drepturi limitate – efectuează controale fiscale doar la tranzacțiile aferente drepturilor de import și export) și Serviciile de colectare a impozitelor și taxelor locale din cadrul primăriilor (cu drepturi limitate – efectuează de comun acord cu organul fiscal teritorial controale fiscale aferente impozitelor și taxelor locale administrate).

Procedura controlului fiscal constă dintr-un ansamblu de metode și operațiuni de organizare și desfășurare a controlului, precum și de valorificare a rezultatelor lui. Controlul fiscal poate fi efectuat prin următoarele metode și operațiuni: verificarea faptică, verificarea documentară, verificarea totală, verificarea parțială, verificarea tematică, verificarea operativă, verificarea prin contrapunere.

În cadrul controlului fiscal, pentru determinarea corectitudinii calculării sumei obligației fiscale, autoritatea care efectuează controlul poate folosi metode și surse indirecte de determinare a obligației fiscale, care pot fi: tipul și natura activităților practicate de contribuabil; mărimea capitalului contribuabilului; veniturile din vânzări ale contribuabilului; numărul de angajați ai contribuabilului; categoria clienților contribuabilului și numărul lor; diferența dintre caracteristicile cantitative și cele calitative ale materiei prime, ale altor materiale procurate și ale celor folosite în producție; analiza schimbării valorii nete a proprietății contribuabilului; chiria imobilului folosit de contribuabil în

afaceri; rulajul mijloacelor bănești și soldul lor pe conturile bancare ale contribuabilului; compararea cheltuielilor contribuabilului cu veniturile lui; venitul altor persoane care activează în aceleași condiții sau în condiții similare cu cele ale contribuabilului; proprietatea persoanei cu funcție de răspundere (locuința, automobilul etc.) procurată sau folosită în scopuri personale, starea ei fizică, apartenența persoanei la diferite cercuri, numărul personalului ei casnic; informațiile de la instituțiile financiare (sucursale sau filiale ale acestora), birourile notariale, organele vamale, organele poliției, Agenția de Stat Relații Funciare și Cadastru, bursele de valori privind tranzacțiile și operațiunile efectuate de contribuabil și datele despre el; alte obiective, procese și fenomene, informațiile și datele care denotă suma obligației fiscale a contribuabilului.

La aceste metode se recurge dacă în timpul controlului fiscal sumele impozitelor și taxelor care urmau să fie vărsate la buget nu pot fi determinate din lipsă de evidență contabilă ori din cauza ținării ei neconforme, dacă contribuabilul (reprezentantul acestuia) sau persoana lui cu funcție de răspundere nu prezintă, în totalitate sau în parte, documentele de evidență și/sau dările de seamă fiscale, cu dreptul efectuării ulterioare a recalculării după restabilirea evidenței, sau după prezentarea documentelor respective.

Controlul fiscal îmbracă 2 forme:

- ◆ controlul fiscal la oficiul organului fiscal sau al altui organ cu atribuții de administrare fiscală;
- ◆ controlul fiscal la fața locului.

Controlul fiscal la oficiul organului fiscal sau la oficiul organului cu atribuții de administrare fiscală (denumit în continuare controlul fiscal cameral) constă în verificarea corectitudinii întocmirii dărilor de seamă fiscale, a altor documente prezentate de contribuabil, care servesc drept temei pentru calcularea și achitarea impozitelor și taxelor, a altor documente de care dispune organul fiscal sau alt organ cu atribuții de administrare fiscală, precum și în verificarea altor circumstanțe ce țin de respectarea legislației fiscale.

Sarcinile de bază ale verificării camerale sunt: verificarea vizuală a perfectării documentelor contabile, adică verificarea existenței tuturor rechizitelor necesare, a semnăturilor persoanelor de răspundere; verificarea corectitudinii întocmirii dărilor de seamă fiscale, inclusiv a calculelor obligațiilor fiscale reflectate în acestea, verificarea corectitudinii utilizării cotelor impozitelor și a înlesnirilor fiscale, corectitudinea reflectării indicatorilor necesari pentru determinarea bazei impozabile, verificarea termenelor de prezentare a dărilor de seamă fiscale; verificarea concordanței dintre indicatorii perioadei fiscale curente cu indicatorii perioadelor fiscale precedente; verificarea corespunderii datelor din evidența contabilă cu datele din dările de seamă fiscale.

Metodele concrete utilizate în cadrul controlului cameral sunt stabilite de către organul fiscal, pornind de la specificul încălcărilor fiscale cel mai frecvent întâlnite pe teritoriul supus controlului, de posibilitatea prelucrării automatizate a informației, de profesionalismul și experiența funcționarilor fiscali.

Controlul fiscal cameral se efectuează de către funcționarii fiscali sau persoanele cu funcție de răspundere ale altor organe cu atribuții de administrare fiscală conform obligațiilor de serviciu, fără adoptarea unei decizii scrise asupra obiectivului vizat. Controlul în cauză urmează a fi efectuat în termen de cel mult 3 luni din ziua prezentării de către contribuabil a dării de seamă fiscale, a unui alt document prevăzut de legislația fiscală.

La relevarea unor erori și/sau contradicții între indicii dărilor de seamă și documentelor prezentate, organul care a efectuat controlul este obligat să comunice despre aceasta contribuabilului, cerându-i, totodată, să modifice documentele respective în termenul stabilit.

Controlul fiscal la fața locului are drept scop verificarea respectării legislației fiscale de contribuabil sau de o altă persoană supusă controlului, care se efectuează la locurile aflării acestora de către funcționarii fiscali sau de persoane cu funcție de răspundere ale altor organe cu atribuții de administrare fiscală. În cazul în care contribuabilul sau o altă persoană supusă controlului nu dispune de sediu sau de oficiu ori sediul lui se află la domiciliu, în alte cazuri când nu există condiții adecvate de lucru, controlul fiscal menționat se efectuează la oficiul organului care exercită controlul fiscal, cu întocmirea obligatorie a unui act de ridicare de la contribuabil a documentelor necesare.

Controlul fiscal la fața locului poate fi efectuat numai în temeiul unei decizii scrise a conducerii organului care exercită controlul și poate cuprinde atât unul, cât și mai multe tipuri de impozite și taxe.

În cursul unui an calendaristic se admite efectuarea unui singur control fiscal la fața locului pe

unele și aceleași tipuri de impozite și taxe pentru una și aceeași perioadă fiscală. Această restricție nu se extinde asupra cazurilor când controlul fiscal la fața locului se efectuează în legătură cu reorganizarea sau lichidarea contribuabilului; când după efectuarea controlului se depistează semne de încălcări fiscale; când acesta este o verificare prin contrapunere; când controlul ține de activitatea posturilor fiscale; când controlul se efectuează la solicitarea organelor de drept sau în legătură cu inspectarea activității organului fiscal de către organul ierarhic superior; când necesitatea controlului a apărut în urma examinării cazului cu privire la încălcarea fiscală sau în urma examinării contestației.

Durata unui control fiscal la fața locului nu trebuie să depășească două luni calendaristice. În cazuri excepționale, conducerea organului care exercită controlul fiscal poate să decidă prelungirea duratei în cauză cu cel mult 3 luni calendaristice sau să sisteze controlul. Perioada sistării controlului și prezentării documentelor nu se include în durata efectuării controlului, ultima fiind calculată din ziua începerii lui până la ziua semnării actului respectiv, inclusiv.

Controlul fiscal se efectuează în programul de lucru al organului, care efectuează controlul fiscal și/sau în programul de lucru al contribuabilului.

Activitatea contribuabililor poate fi supusă controlului fiscal pentru o perioadă ce nu depășește termenele de prescripție stabilit.

Astfel, obligațiile fiscale pot fi determinate în următoarele termene:

- impozitele, taxele, majorările de întârziere – în cel mult 4 ani de la ultima dată stabilită pentru prezentarea dării de seamă fiscale respective sau pentru plata impozitului, taxei, majorării de întârziere (penalității), în cazul în care nu este prevăzută prezentarea unei dări de seamă fiscale;
- sancțiunile fiscale aferente unor impozite și taxe concrete – în cel mult 4 ani de la ultima dată stabilită pentru prezentarea dării de seamă fiscale privind impozitul și taxa menționată sau pentru plata impozitului și taxei în cazul în care nu este prevăzută prezentarea unei dări de seamă fiscale;

Termenul de prescripție nu se extinde asupra impozitului, taxei, majorării de întârziere (penalității) sau sancțiunilor fiscale aferente unui impozit, unei taxe concrete dacă darea de seamă fiscală care stabilește obligația fiscală conține informații ce induc în eroare sau reflectă fapte ce constituie infracțiuni fiscale ori nu a fost prezentată.

La finalizarea controlului fiscal la fața locului, pentru valorificarea rezultatelor acestuia, se întocmește un act de control fiscal. La posturile fiscale, actul de control fiscal se va întocmi numai în caz de depistare a încălcării legislației fiscale. În cazul depistării vreunei încălcări fiscale, organul care exercită controlul ia decizia corespunzătoare.

Actul de control fiscal este un document întocmit de funcționarul fiscal sau altă persoană cu funcție de răspundere a organului care exercită controlul, în care se consemnează rezultatele controlului fiscal. În act se va descrie obiectiv, clar și exact încălcarea legislației fiscale și/sau a modului de evidență a obiectelor impunerii, cu referire la documentele de evidență respective și la alte materiale, indicându-se actele normative încălcate. În act va fi reflectată fiecare perioadă fiscală în parte, specificându-se încălcările fiscale depistate în ea.

Contribuabilul, inclusiv prin intermediul conducătorului sau altui reprezentant al său, este obligat, după caz, să asigure condiții adecvate pentru efectuarea controlului, să participe la efectuarea lui și să semneze actul de control fiscal, chiar și în cazul dezacordului. În caz de dezacord, el este obligat să prezinte în scris, în termen de până la 15 zile calendaristice, argumentarea dezacordului, anexând documentele de rigoare.

În cazul depistării vreunei încălcări fiscale, organul care exercită controlul adoptă decizia corespunzătoare asupra cazului de încălcare fiscală.

Decizia asupra cazului de încălcare fiscală reprezintă un document de dispoziție a șefului (adjunctului) autorității fiscale respective, sau a directorului (vicedirectorului) Centrului pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției (subdiviziunilor teritoriale), adoptat în conformitate cu legislația în vigoare în baza actului de control fiscal și a dezacordului (în caz dacă există), prin care este stabilită și concretizată obligația fiscală a contribuabilului și cerută executarea acesteia.

Cazul de încălcare fiscală (adoptarea deciziei) se examinează în termen de 15 zile din data:

- prezentării dezacordului – dacă a fost prezentat la timp (15 zile de la data semnării actului de control);
- expirării termenului de prezentare a dezacordului – dacă nu a fost prezentat sau dacă a

fost prezentat cu întârziere.

În cazul prezentării unor argumente întemeiate, termenul menționat poate fi prelungit cu 30 de zile prin decizia organului abilitat să examineze cazurile de încălcare fiscală, inclusiv în baza demersului argumentat, prezentat de persoana trasă la răspundere pentru încălcare fiscală.

Dacă contribuabilul nu este de acord cu decizia adoptată, acesta o poate contesta în termenii și modul stabilit de Legea Contenciosului Administrativ.

Astfel, persoana care se consideră vătămată într-un drept al său, recunoscut de lege, printr-un act administrativ poate solicita, printr-o cerere prealabilă, autorității publice emitente, în termen de 30 de zile de la data comunicării actului, revocarea, în tot sau în parte, a acestuia, în cazul în care legea nu dispune altfel.

În cazul în care organul emitent are un organ ierarhic superior, cererea prealabilă poate fi adresată, la alegerea petiționarului, fie organului emitent, fie organului ierarhic superior.

Ulterior, dacă persoana se consideră vătămată într-un drept al său, recunoscut de lege, printr-un act administrativ și nu este mulțumită de răspunsul primit la cererea prealabilă sau nu a primit nici un răspuns în termenul prevăzut de lege, este în drept să sesizeze instanța de contencios administrativ competentă pentru anularea, în tot sau în parte a actului respectiv și repararea pagubei cauzate.

Reclamanții, în acțiunile născute din raporturi de contencios administrativ, sunt scutiți de plata taxei de stat.

Controlul nemijlocit al contribuabilului, de regulă, este cel mai eficient tip de control și nu are drept scop doar sancționarea contribuabililor, dar contribuie la ridicarea nivelului de organizare a evidenței contabile și disciplinează contribuabilul din punct de vedere fiscal.

Sfera de cuprindere a acestui tip de control este destul de limitată, deoarece aparatul fiscal nu este în stare să verifice concomitent un număr mare de contribuabili, care din an în an este în permanență creștere. Din acest motiv, eficiența controlului fiscal depinde, în mare măsură, de selectarea adecvată a contribuabililor pentru control.

În aceste condiții Serviciul Fiscal a implementat metoda de preselecție a contribuabililor pentru control, în baza analizei factorilor de risc, astfel, în preponderență sunt verificați contribuabilii, care comit cel mai frecvent încălcări fiscale, majorându-se precizia depistării încălcărilor fiscale la un control fiscal.

Rezultatele controalelor fiscale efectuate de Serviciul Fiscal de Stat pentru perioada 2008-2009 sunt prezentate în tabelul 1, iar rezultatele controalelor fiscale efectuate în cadrul urmăririi penale de către Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției pentru aceeași perioadă, sunt prezentate în tabelul 2.

Tabelul 1

Rezultatele controalelor fiscale efectuate de Serviciul Fiscal de Stat

Nr. contribuabililor supuși controalelor fiscale	Stabilite încălcări	% depistării încălcărilor	Calculate suplimentar obligații fiscale, mln lei
Anul 2008			
49023	24689	50,4	106367,3
Anul 2009			
63297	39623	62,6	449560,3

Din datele prezentate în tabelul 1, în anul 2009, în raport cu anul 2008, se accentuează tendința de creștere a rezultatelor controalelor fiscale efectuate și a procentului de depistare a încălcărilor fiscale.

Aceasta este o consecință a faptului perfecționării continuă a aplicării metodelor de preselecție a contribuabililor pentru control, prin sistematizarea și prelucrarea criteriilor de risc, care și generează atingerea unor indici mai calitativi.

**Rezultatele controalelor fiscale efectuate de Centrul
pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției**

Nr. contribuabililor supuși controalelor fiscale	Stabilite încălcări	% depistării încălcărilor	Calculate suplimentar obligații fiscale, mln lei
Anul 2008			
32	32	100	1,4
Anul 2009			
49	49	100	3,9

Datele aferente activității de control fiscal al Centrului pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției denotă depistarea sută la sută a încălcărilor fiscale.

Aceasta se datorează faptului că de către Centru controalele fiscale se efectuează doar în cadrul urmării penale, în care, deja, se conțin indici de evaziune fiscală.

Bibliografie:

1. Codul Fiscal, Legea nr. 1163-XIII din 24.04.1997 //republicat în Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 62/522 din 08.02.2007, ediție specială;
2. Legea nr. 1104-XV din 06.06.2002 „Cu privire la Centrul pentru Combaterea Crimelor Economice și Corupției” // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 91-94/668 din 27.06.2002;
3. Legea nr. 793-XIV din 10.02.2000 „Contenciosului administrativ” // Monitorul Oficial al Republicii Moldova nr. 57-58/375 din 18.05.2000;
4. Forfolea M. //”Legea și viața”, 2008, nr. 12;
5. Rețeaua Internet (www.fisc.md), (www.CCCEC.md).

PERFORMANȚELE PIETEI DE ASIGURĂRI DIN REPUBLICA MOLDOVA

Conf. univ. dr. Oleg Verejan, ASEM

The current stage of the Moldovan insurance market is still very small. Insurance penetration, which is about 1.35% in 2009, pales in comparison with its neighbor countries. However, premiums written as a percentage of GDP (penetration rate) have been registering modest growth. Gleaned from this perspective, the current very low insurance penetration itself offers enormous opportunities for growth and expansion of the insurance sector. The current market, typical to new undeveloped and developing markets, the world over, is dominated by general insurance, particularly motor third party liability covers which accounts for more than 65% of the gross written premium.

Dinamica primelor de asigurare

Piața asigurărilor din Republica Moldova este, ca volum, cea mai mică din regiunea Europei Centrale și de Est. De altfel, având în vedere numărul scăzut de locuitori (3,56 mln locuitori), precum și dimensiunile reduse ale țării, piața de asigurări nu se va ridica niciodată la mărimea celor din statele europene cu tradiție în domeniul economic per ansamblu.

În pofida condițiilor social-economice dificile, în perioada anilor 2000 – primele 9 luni ale anului 2010, industria asigurărilor a înregistrat o tendință de creștere, cu excepția anului 2009, afectat de criza financiară mondială (figura 1). Sectorul asigurărilor tinde să devină unul competitiv, deși nu a atins cote performante în această ordine de idei. E și firesc, întrucât asigurările în spațiul nostru nu cunosc tradiții remarcabile în sensul celorla din țările europene.

Potrivit datelor oficiale, după creșteri permanente anuale, până în anul 2008, când a fost atins momentul maxim de prime brute subscrise (837.2 mln lei – echivalentul a circa 54,4 mln euro), piața de asigurări a raportat o ușoară diminuare a volumului de afaceri în anul 2009 cu 2,5%, pentru ca în

primele 9 luni ale anului 2010, raportările companiilor de asigurări să indice din nou o creștere cu circa 14,6%, față de perioada similară a anului precedent. Ajustând evoluțiile înregistrate la valoarea inflației, constatăm o nivelare a tendinței de creștere. Astfel, în primele 9 luni ale anului 2010, puterea de cumpărare a primelor brute subscrise (ritmul de dinamică în termeni reali) a crescut cu numai 9,7%, dacă comparăm cu creșterea nominală de 14,6%.

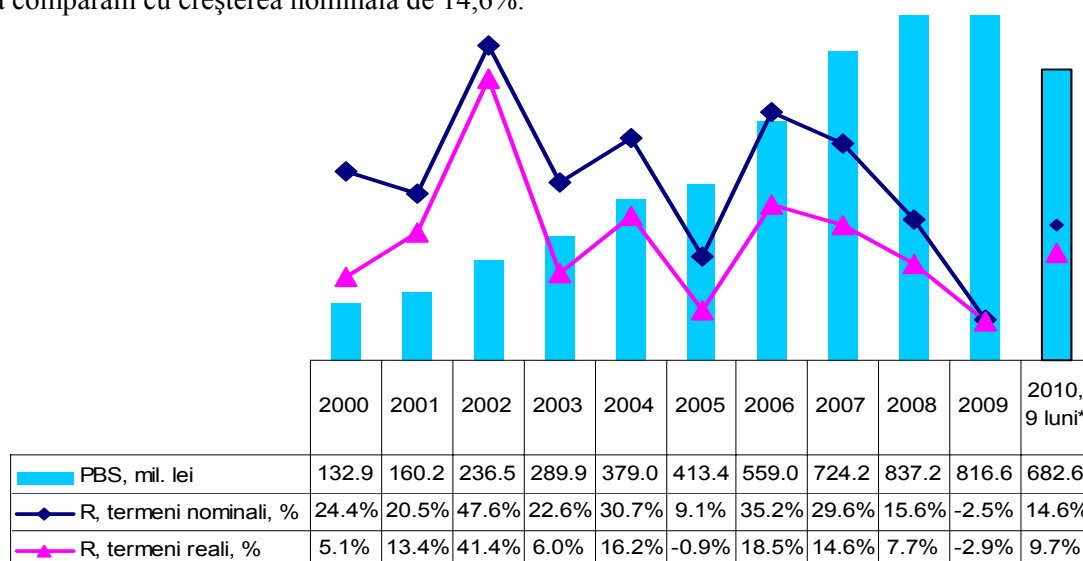


Figura 1. Dinamica primelor brute subscrise (PBS)

Notă: * comparația este față de 9 luni, anul 2009

Sursa: CNPF (www.cnpf.md)

În ceea ce privește structura pieței asigurărilor, în contextul separării companiilor de profil în funcție de sectorul de activitate (asigurări de viață sau generale), de remarcat este ascensiunea continuă după anul 2002 a sectorului de asigurări de viață, ritmul de dinamică al căruia, cu mici excepții, în perioada anilor 2002-2009 prevalează comparativ cu sectorul de asigurări generale sau non-viață. Totuși, creșterea numărului investitorilor străini, consolidarea pieței de asigurări, sporirea numărului de intermediari specializați în vânzarea polițelor de viață nu au făcut încă din asigurările de viață, per ansamblu, un produs solicitat de către cetățenii Republicii Moldova, principalele probleme care au condus la un astfel de rezultat modest fiind, în primul rând, nivelul de trai scăzut al populației.

Efectele crizei economice se resimt în special în afacerile sectorului asigurărilor de viață, unde dependența de veniturile populației este una semnificativă. Astfel, raportat la primele nouă luni ale anului 2009, s-a consemnat o încetinire a creșterii PBS pe acest sector (3,9%), comparativ cu dinamica asigurărilor generale. Această situație nu poate să influențeze, în mare măsură, dinamica totală a pieței, deoarece ponderea asigurărilor de viață este destul de redusă, comparativ cu statele europene și media mondială (figura 2 și tabelul 1), reprezentând o pondere de circa 6,2% (în anul 2009) din totalul industriei asigurărilor (figura 2). Prin urmare, influența preponderentă asupra creșterii primelor brute subscrise pe total piață este deținută de ritmul de modificare al asigurărilor generale. După cum am menționat, în sectorul asigurărilor de viață dispun de licență doar 2 companii, GRAWE Asigurări de viață – liderul sectorului viață și Sigur-Asigur, în timp ce unele continuând să administreze polițele contractate anterior (ASITO, Aстера Grup), fără a deține licență.

Ponderea redusă a primelor pe asigurările de viață este rezultatul unui număr modest de contracte în vigoare pe sectorul asigurărilor de viață, dacă comparăm cu nivelul aceluiași indicator înregistrat de asigurările europene. În conformitate cu informațiile Comitetului European de Asigurări (CEA)¹, circa 92% din populația țărilor europene deține o poliță de asigurare de viață, în timp ce în Republica Moldova aproape 6 persoane din 1000 dețin un contract de asigurare de viață (20263 polițe în vigoare la 30 septembrie 2010).

Prin urmare, se constată că una din trăsăturile importante ale pieței de asigurări din Republica Moldova este predominarea afacerilor din sectorul de asigurări generale. Putem aprecia că, în perioada

¹ The European Life Insurance Market in 2009 (www.cea.eu)

de analiză, primele brute subscrise de acest sector a reprezentat, în medie, peste 95% din subscrierile realizate la nivelul pieței, înregistrând o diminuare a cotei, începând cu anul 2004, iar în anul 2009 și primele 9 luni ale anului 2010, ponderea constituia peste 93.8% și respectiv 94,8%.

Comparând structura asigurărilor pe cele două categorii de asigurări înregistrate pe piața locală de asigurări și țările europene, putem constata că Republica Moldova nu este o țară cu tradiții în domeniul asigurărilor de viață, așa cum sunt ele concepute și practicate în țările europene dezvoltate.

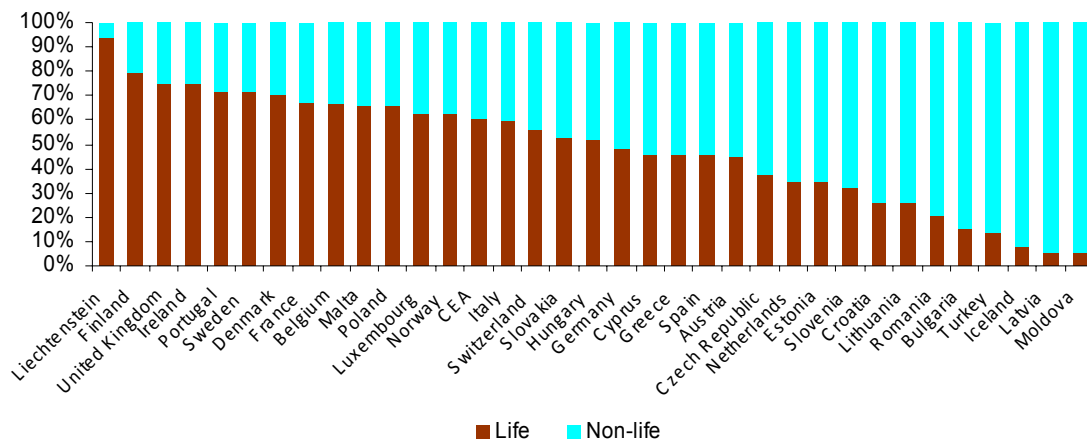


Figura 2. Structura PBS pe categorii de asigurare – țările europene, anul 2009

Altfel stau statisticele comparative cu țările Uniunii Europene. Dacă în Republica Moldova ponderile afacerilor pe clase de asigurări manifestă o concentrare accentuată, atunci în spațiul economic european se stabilește o diversificare elocventă. Prin urmare, clasa asigurărilor auto, deși are cea mai semnificativă pondere în segmentul asigurărilor generale (30%), comparativ cu piața locală, această cotă este de mai bine de 2 ori mai mică. De asemenea, se observă un interes deosebit pentru asigurările de sănătate, media europeană înregistrând o pondere de 25% și numai 5% în țara noastră.

Rezultatele analizelor structurale ne demonstrează că cetățenii Republicii Moldova, comparativ cu cei din statele Uniunii Europene sunt orientați mai mult să cheltuiască pentru riscurile aferente proprietăților auto și mai puțin se gândesc la riscurile care pot afecta sănătatea sau businessul propriu. Astfel, probleme precum educația populației în privința popularizării anumitor tipuri de asigurări încă persistă.

Dacă privim lucrurile în aspect comparativ regional, putem menționa că, în anul 2009, gradul de penetrare al asigurărilor în Republica Moldova înregistra cea mai mică valoare dintre țările Europei Centrale și de Est (media 2,76%), celei de Vest (media 8,47%) și statele din regiune: România, Rusia și Ucraina. Prin urmare, piața locală de asigurări la acest capitol, se listează printre țările lumii cu cele mai mici valori ale acestui indicator¹, media mondială fiind de 7,01% (tabelul 1).

Tabelul 1

Principali indicatori ai piețelor de asigurări

Țări, regiuni	Penetrarea asigurărilor (PBS/PIB), %	Densitatea asigurărilor (PBS/locuitori), EURO/locuitor	Structura PBS pe categorii de asigurări		Ritmul de dinamică, %	
			Generale	Viață	2009/2008	2008/2007
Mondial	7.01	429.7	42.5	57.5	-0.3	-4.1
Uniunea Europeană (27)	8.43	1984.1	39.0	61.0	2.4	-10.7
Europa de Vest	8.47	2090.8	38.8	61.2	2.8	-10.9
Europa Centrală și Est	2.76	188.6	78.7	21.3	-10.2	9.9
România	1.87	97.5	81.6	18.4	-1.1	24.5
Rusia	2.50	201.1	98.4	1.6	2.7	22.7
Ucraina	2.23	41.1	96.0	4.0	-14.9	33.3
Republica Moldova	1.35	14.6	93.8	6.2	-2.5	15.6

Sursa : World insurance in 2009. Sigma, no 2/2010, CPNF

¹ World insurance in 2009. Sigma, no 2/2010.

Indicatorii financiari

Impunerea legislației în vigoare de majorarea capitalului social a avut ca efect stabilirea unei creșteri esențiale, după anul 2007, a majorității indicatorilor bilanței (tabelul 2) specifici pieței naționale de asigurări. Recapitalizarea pieței, urmată de creșterea rezervelor și a primelor brute subscrise au condus la atingerea unui nivel al activelor pieței de peste 1,8 miliarde lei și a capacității de autofinanțare a asigurătorilor (raportul între activele nete și total active) de la 35% în 2007 la 53% în 2009 și 55% în primele 9 luni ale anului 2010.

Tabelul 2

Principalii indicatori financiari ai pieței de asigurări din Republica Moldova

	2006	2007	2008	2009	2010, 9 luni	2007	2008	2009	2010, 9 luni*
	Valori absolute, mil. lei					Rimul de dinamică, %			
Active	841	1,015	1,334	1,535	1,855	20.6	31.5	15.1	28.4
Active nete (capital propriu)	297	365	656	813	1,019	23.1	79.9	23.8	43.1
Capital social	177	208	323	389	417	17.5	55.6	20.2	12.3
Profit net (pierderi)	55	78	180	146	83	41.8	130.1	-18.9	33.2
Rezerve de asigurare	352	442	437	487	565	25.7	-1.2	11.5	15.5
As. generale	249	332	328	358	426	33.1	-1.0	9.1	15.6
As. de viață	85	87	109	129	139	2.4	24.8	18.8	15.1
Prime brute subscrise	560	724	837	817	683	29.4	15.6	-2.5	14.6
Prime cedate în reasigurare	-	171	219	217	178		28.0	-0.9	12.8
Despăgubiri (Daune)	191.3	235	274	361	221	23.0	16.3	31.9	-38.7
	Valori relative								
Rata daunei, %	43%	37%	35%	49%	40%	- 6 p.p.	- 2 p.p.	13 p.p.	-
Rentabilitatea vânzărilor, %	10%	11%	21%	18%	12%	1 p.p.	11 p.p.	-4 p.p.	-
Rata solvabilității, %	60%	54%	80%	105%	163%	- 7 p.p.	27 p.p.	25 p.p.	-

Sursa : Calcule efectuate pe baza datelor CPNF.

De asemenea, problema recapitalizării companiilor (o bună parte din profitul realizat de companii putea fi folosit pentru majorarea capitalului statutar), precum și competiția de a obține o imagine mai bună pe piață, a condus la creșterea rezultatului financiar pe total piață cu 130% în 2008 și cu 33,2% în primele 9 luni ale anului 2010. Creșterea rezervelor de daune de aproape 2 ori se datorează în speță consemnărilor CNPF referitoare la incorectitudinea creării și menținerii acestei categorii de rezerve de unele companii. În acest sens, trebuie să menționăm că valoarea rezervelor de daune neavizate este insuficientă dacă se compară cu riscurile asumate, deoarece metoda de calculare nu are la bază un argument actuarial, adică de legătură cu riscurile asumate.

Creșterea permanentă a ratei de solvabilitate (nivel recomandabil al ratei de solvabilitate este de 50%), în perioada de analiză, și constatarea unei rate medii mult peste nivelul recomandabil (de 50%) ne demonstrează încă odată că businessul companiilor de asigurare nu este în corelație cu capitalizarea lor. Prin urmare, exigențele de conformare a capitalului cu prevederile legii nu au reușit să contribuie la creșterea corespunzătoare a afacerilor, înregistrându-se, în final, un surplus de capital nevalorificat.

Un argument în plus, în acest sens, este confirmat și de valoarea ROE și ROA, care manifestă în ultimele perioade tendințe de scădere (figura 3).

Profitul net realizat în anul 2009 de asigurătorii din piață a fost de 159 milioane lei, ceea ce reprezintă, raportat la anul 2008, o evoluție negativă în valoarea relativă de circa 13%. De asemenea, pierderile contabilizate de asigurători s-au cifrat la 13,3 milioane lei. Astfel, rezultatul agregat al „contului de profit și pierdere” pentru piața de asigurări a fost de 146 milioane lei. Un număr de 16 companii de asigurare au înregistrat profit. În acest sens, „societățile campioane” au fost MOLDASIG și ASITO. Totodată, un număr de 8 asigurători au înregistrat pierderi, cele mai mari fiind consemnate de DONARIS GROUP și AFES-MOLDOVA.

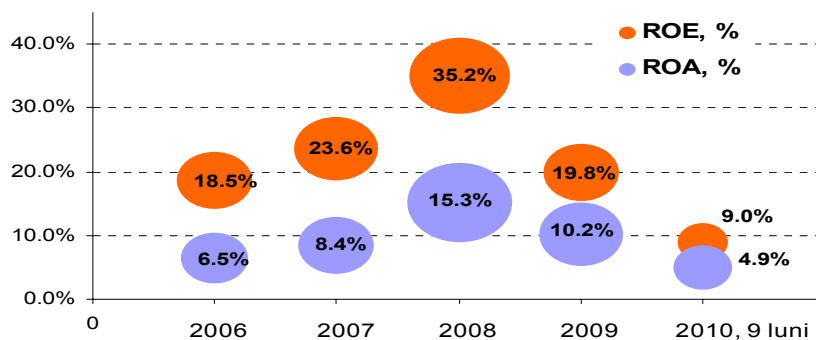


Figura 3. Dinamica ROE și ROA în asigurări

În procesul desfășurării activității, asigurătorii consumă resurse financiare și, drept rezultat, este necesar de a verifica dacă aceste resurse sunt utilizate într-un mod suficient de eficient pentru a obține rezultatul financiar, care va asigura finanțarea investițiilor necesare și acoperirea obligațiilor de asigurare. În acest sens, vom analiza doi indicatori de eficiență, și anume, rentabilitatea capitalului propriu (ROE) și a activelor (ROA). După anul 2006, pe fundalul unui capital social redus și a unor rezerve de asigurare subevaluate, cele mai mari valori ale ROE și ROA au fost înregistrate în anul 2008, de peste 35%, respectiv 15,3%, niveluri considerate în arealul european destul de înalte.

Încetinirea creșterii profitului și majorările de capital social, au condus, în ultima perioadă la reducerea valorilor indicatorilor de rentabilitate analizați.

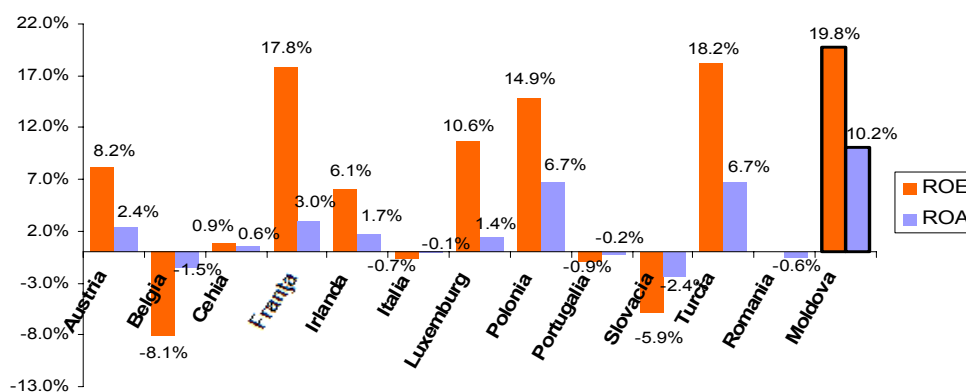


Figura 4. ROE și ROA în asigurări în țările europene și Republica Moldova, anul 2009

Cu toate acestea, nivelurile pozitive ale indicatorilor ROE și ROA înregistrate, în anul 2009, de piața locală de asigurări au fost superioare, chiar celor mai dezvoltate state europene (figura 4).

Concluzii

- Piața asigurărilor din Republica Moldova este, ca volum, cea mai mică din regiunea Europei Centrale și de Est. De altfel, având în vedere numărul scăzut de locuitori (3,56 mln locuitori), precum și dimensiunile reduse ale țării, piața de asigurări nu se va ridica niciodată la mărimea celor din statele europene cu tradiție în domeniul economic per ansamblu.
- Pentru tinderea către valorile înregistrate de țările europene în cadrul asigurărilor de viață sunt necesare de realizat un șir de reforme, printre care și cele de ordin fiscal, adică de deductibilitate a primelor de asigurare de la plata impozitului pe venit.
- Pentru industria asigurărilor din Republica Moldova, criza economică s-a resimțit diferit, în funcție de dimensiunea companiilor, dar și de segmentele de asigurări practicate de societăți. Dacă asigurările obligatorii s-au menținut aproximativ în aceleași limite, pentru asigurările facultative sau cele de viață s-au înregistrat evoluții nefavorabile.
- Spre deosebire de 2009 și 2010, anii următori vin cu experiența recesiunii și cu punerea în

practică a noilor reglementări din piață, ceea ce va genera afaceri în creștere și un grad de concentrare crescut, coroborate cu pătrunderea pe piață a unor societăți cu capital multinațional, cu extinderea calitativă și cantitativă a subscrisorilor și, nu în ultimul rând, cu sporirea importanței în portofoliul general al asigurărilor non-auto, în special a celor de viață.

Bibliografie:

1. European Insurance in Figures, CEA Statistics no 42, November 2010.
2. The European Life Insurance Market in 2009, CEA Statistics no 41, October 2010.
3. The Impact of the Financial Crisis on the Insurance Sector and Policy Responses, Aprilie 2010, OECD.
4. World insurance in 2009. Sigma, no 2/2010.
5. www.cea.eu
6. www.cnpf.md

**PRINCIPIILE UTILIZĂRII POLITICII MONETARE
ÎN REPUBLICA MOLDOVA**

*Conf. univ. dr. Larisa Mistrean, ASEM
Denis Mistrean, ASEM*

To identify the impact of monetary policy on economic growth, we consider necessary to reflect the implications of the measures and decisions of monetary authorities in exercising over the creation and redistribution of money (financial intermediation process), the process of training the demand of money and monetary developments actions on achieving and maintaining the stability of price and currency.

În condițiile social-economice existente în Republica Moldova este necesară aprovizionarea adecvată cu monedă a economiei, dat fiind faptul că de această aprovizionare depinde desfășurarea fără întreruperi a proceselor economice și realizarea obiectivului de bază al politicii economice a statului – creșterea economică. Într-adevăr, dată fiind descentralizarea deciziilor economice și dispariția planului, crearea unei cantități de bani adecvate condiționează hotărâtor realizarea obiectivelor macroeconomice fixate în domeniul producției, prețurilor, balanței de plăți etc. Or, în această privință rolul primordial în crearea cantității de bani și aprovizionarea cu bani a economiei îi revine băncii centrale, prin măsurile de politică monetară pe care le adoptă.

Astfel, în scopul identificării impactului politicii monetare asupra creșterii economice, adică evoluției PIB, considerăm necesar de a reflecta implicațiile pe care măsurile și deciziile autorităților monetare le exercită asupra procesului de creare și redistribuire a banilor (procesul de intermediere financiară), asupra procesului de formare a cererii de bani, precum și acțiunea evoluției masei monetare asupra asigurării și menținerii stabilității prețurilor și stabilității monedei naționale.

Însă, înainte de toate, dorim să menționăm că deoarece Republica Moldova este încă o țară cu economie în tranziție, structura financiară existentă prezintă unele trăsături specifice, care, în măsură mai mare sau mai mică, influențează procesele monetare din economie și deciziile băncii centrale cu privire la măsurile de politică monetară adoptate. Dintre acestea, cele mai importante sunt:

- Volumul relativ redus al fluxurilor financiare, gama puțin diversificată de instrumente financiare utilizate și gradul relativ redus de autofinanțare a economiei naționale, ca urmare a ratei scăzute a acumulării interne;
- Ponderea ridicată a consumului și investițiilor în natură, fapt ce implică un coeficient redus de monetizare a economiei, o piață de mărfuri și servicii subdezvoltată, precum și o slabă influență, a criteriilor economice (cost, preț, profit, dobândă etc.) în adoptarea deciziilor agenților economici;
- Slaba dezvoltare a structurii financiare: o structură simplă de instituții financiare (în principal, banca centrală și băncile comerciale); o structură simplă de instrumente financiare (în principal, bani în numerar, depozite și credite) și absența instrumentelor financiare

multilaterale;

- Absența unei piețe de capital dezvoltate, numărul redus și diversitatea limitată a tranzacțiilor cu valori mobiliare; ponderea ridicată a finanțării efectuate de către instituțiile financiare de stat și de către banca centrală;
- Integritatea limitată a fluxurilor financiare naționale pe piața financiară internațională și acțiunea intensă a băncii centrale în domeniul creditelor externe și tranzacțiilor valutare;
- Influența foarte slabă (uneori practic inexistentă) a ratei dobânzii asupra cererii și ofertei de capital; absența unor mecanisme de echilibrare automată a cererii și ofertei de capital și slaba legătură a acestora cu piața financiară internațională.

După introducerea monedei naționale (noiembrie 1993), politica monetară a Băncii Naționale a Moldovei a parcurs două etape principale. Pe parcursul primei etape (1994-1998) BNM a creditat activ băncile comerciale, în vederea stimulării monetizării economiei, fapt ce a determinat BNM să devină principalul creditor al sistemului bancar. Astfel că, la începutul perioadei de tranziție, plafonul de credit reprezenta, în fond, singurul instrument posibil a fi utilizat, în condițiile trecerii treptate spre economia de piață. Nici cadrul instituțional și, implicit infrastructura financiară, nici liberalizarea graduală a prețurilor care inducea o inflație corectivă anuală de trei cifre, nici situația balanței comerciale și nici nivelul rezervelor valutare oficiale care s-au epuizat rapid n-au permis, pentru început, adoptarea unui alt instrument de politică monetară.

La momentul actual, BNM nu mai utilizează acest instrument direct, totuși ea utilizează alte instrumente directe, așa ca creditele direcționate și activele lichide obligatorii. Spre exemplu, anual Guvernul alocă subvenții pentru sectorul agrar; totodată, direcțiile prioritare de acordare a creditelor sunt: sectorul industriei și comerțului și sectorul agricol, pentru primul trimestru al anului 2009 acestea au constituit respectiv, 56,37% și 10,49% din totalul creditelor acordate de bănci. La 31.12.2010, ponderea cea mai mare în totalul portofoliului de credite au deținut-o creditele acordate industriei și comerțului – 51.4%, urmate de cele acordate agriculturii și industriei alimentare – 14.9%, creditele pentru imobil, construcții și dezvoltare – 12.3% și creditele de consum – 8.4 la sută.

Pe parcursul celei de-a doua perioade (1999-2010) Banca Națională și-a concentrat eforturile asupra sterilizării masei monetare, în mod special, prin intermediul operațiunilor de piață deschisă. Prin urmare, BNM s-a transformat din creditorul major în debitorul major al sistemului bancar. Dilema fundamentală a Băncii Naționale pe parcursul întregii perioade de tranziție a fost fie să mențină stabilitatea cursului de schimb al monedei naționale, fie să asigure controlul asupra inflației. BNM balansa între aceste două opțiuni, utilizând, pe de o parte, instrumente de politică monetară, în vederea atenuării presiunilor inflaționiste (rata rezervelor obligatorii, rata de refinanțare, operațiunile pe piața deschisă), iar, pe de altă parte – intervenind direct pe piața valutară.

În temeiul sarcinilor stipulate în Strategia politicii monetare pe termen mediu (2010-2012), ca urmare a reorientării la regimul de țintire directă a inflației, BNM și-a propus ancorarea anticipațiilor inflaționiste prin suprapunere cu o mediatizare largă a activității sale, în vederea atingerii obiectivului fundamental de inflație.

Rata deflației în luna iulie 2009 a constituit - 0.6% sau 2,4%, față de decembrie 2008, totodată, înregistrând o micșorare de 7,7%, comparativ cu rata inflației înregistrată în iulie 2008, față de decembrie 2007. În perioada de analiză deflația a fost condiționată, în general, de micșorarea prețurilor la produsele alimentare, unele produse importate și reducerea cererii interne ca consecințe a crizei mondiale.

Rata anuală a inflației în luna decembrie 2010 s-a situat la nivelul de 8.1%. În acest fel, valoarea efectivă fiind cu 0.3 puncte procentuale superioară celei prognozate de 7.8%. Această abatere a fost cauzată de evoluțiile recente pe piața combustibililor, ca urmare a creșterii prețurilor la produsele petroliere pe piețele externe și a deprecierei monedei naționale de la sfârșitul anului 2010. Ritmul anual al inflației de bază a constituit 4.4% în luna decembrie 2010 și atestă o diferență semnificativă, în raport cu IPC, fapt ce relevă nivelul semnificativ al contribuției factorilor nemonetari asupra creșterii prețurilor pe teritoriul Republicii Moldova. Rata inflației anuale pentru luna ianuarie 2011 a constituit 6.7%, micșorându-se cu 1.4 p.p., față de nivelul lunii precedente. Inflația de bază a înregistrat o creștere pentru ultimele 12 luni de 3.5%.

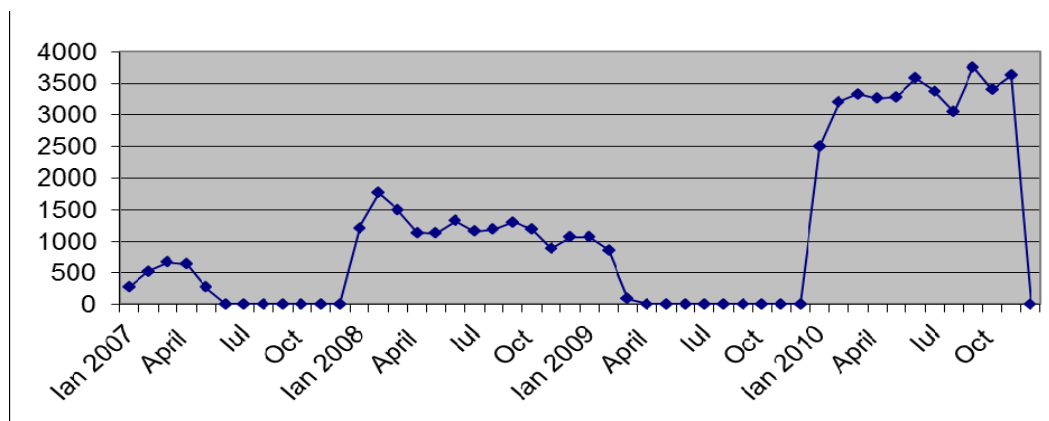
Luând în considerare mecanismele ineficiente de transmisie monetară, în special din primii ani de tranziție, BNM a utilizat intensiv și norma rezervelor obligatorii ca instrument de control direct

asupra masei monetare. Totuși, după relansarea economică din 2000, creșterea influxurilor de valută străină și dezvoltarea piețelor de capital, politica monetară a Băncii Naționale a devenit mai focalizată pe operațiunile pe piață deschisă și intervențiile pe piața valutară.

În perioada 2007-2010 BNM s-a orientat spre utilizarea instrumentelor monetare, pentru diminuarea consecințelor crizei economice și pentru diminuarea presiunilor inflaționiste.

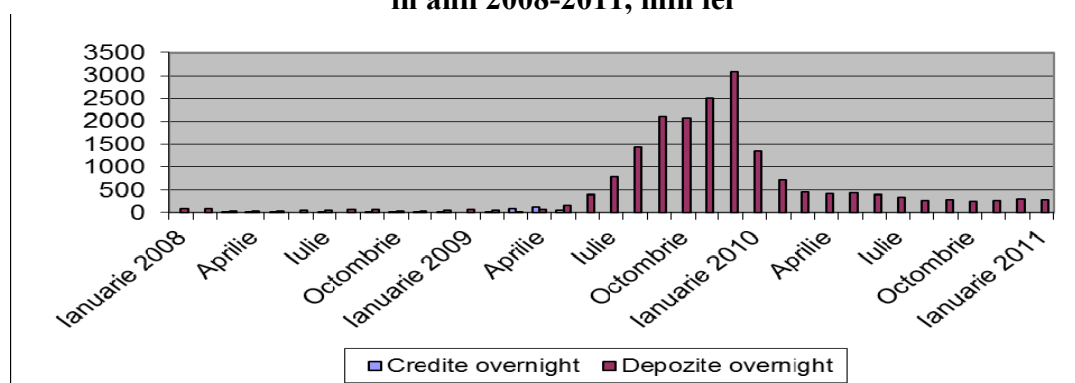
Astfel, în această perioadă BNM a recurs la operațiunile de sterilizare a lichidităților.

Soldul operațiunilor de sterilizare efectuate de BNM în perioada 2007-2010, mln lei



În așa mod, este evident că dacă pe parcursul anului 2009 soldul operațiunilor de sterilizare era zero, atunci cu totul a fost situația în 2010, când atinge valoarea 3761,4 mln lei.

Facilitățile permanente acordate băncilor de către BNM în anii 2008-2011, mln lei



Regimul de funcționare a facilităților permanente (depozite și credite overnight), stabilit de BNM a permis băncilor gestionarea eficientă a lichidităților proprii și a oferit BNM un plus de flexibilitate în realizarea politicii monetare. Pe parcursul perioadei analizate băncile folosesc în mod diferit de la o perioadă la alta facilităților permanente în funcție de valoarea lichidităților de care dispun.

În perioada analizată o deviere evidentă constatăm că s-a petrecut pe parcursul anului 2009, înregistrând în martie o depășire a depozitelor overnight (85,8 mln lei) de creditele overnight (10 mln lei) de peste opt ori, iar în luna aprilie creditele overnight au indicat cel mai înalt nivel – 126 mln lei. În luna decembrie 2009 valoarea depozitelor overnight a atins un nivel record – 3069,1 mln lei.

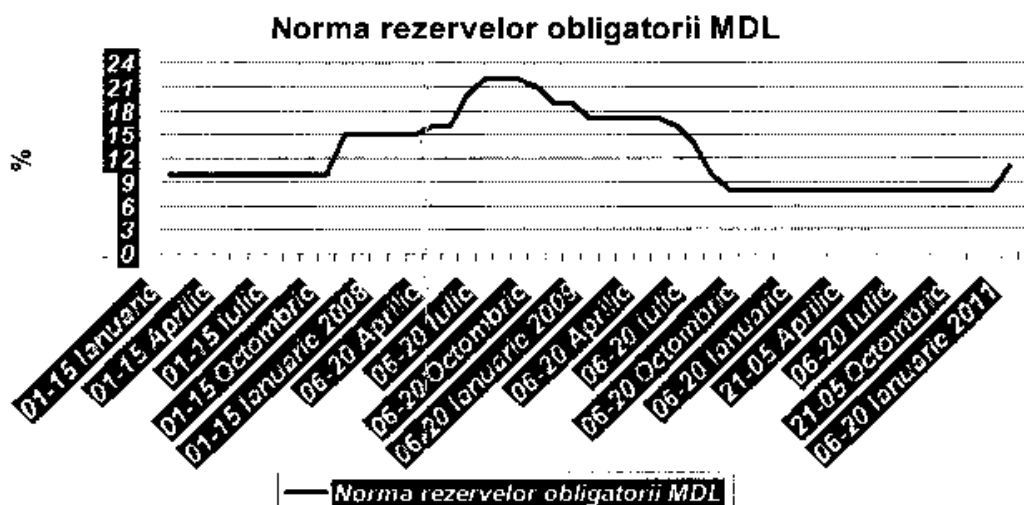
Astfel, începând cu luna iulie 2009 băncile active au utilizat depozite overnight (actualmente, rata de dobândă fiind 5%, majorată din decembrie 2010 cu un punct procentual) pentru păstrarea excedentului de lichidități de care dispuneau, pe când facilitatea de credit overnight, practic, nu a fost solicitată (actualmente, rata de dobândă fiind 11%, majorată din decembrie 2010 cu un punct procentual).

Presiunile inflaționiste înalte în ultimul semestru al anului 2007 și începutul anului 2008 au determinat BNM să revină la utilizarea normei rezervelor obligatorii drept instrument de control al masei monetare.

Astfel, pentru eficientizarea procesului de gestionare a lichidității din sistemul bancar în regimul de constituire a rezervelor obligatorii, începând cu luna februarie 2008 au intervenit schimbări ce vizează majorarea până la 15 zile a lag-ului între începutul perioadei de urmărire a mijloacelor atrase și începutul perioadei de menținere a rezervelor obligatorii în lei moldovenești în conturile „Loro” ale băncilor (Hotărârea Consiliului de administrație al BNM nr. 338 din 27 decembrie 2007).

Deci, evoluția nivelului rezervelor obligatorii constituite de bănci a fost determinată de mărimea normei rezervelor obligatorii și de modificarea mijloacelor atrase supuse rezervării.

Recent, în cadrul ședinței Consiliului de administrație al Băncii Naționale a Moldovei din 27 ianuarie 2011 a fost luată decizia de a majora norma rezervelor obligatorii din mijloacele atrase în lei moldovenești și în valută străină, de la 8.0 până la 11.0 la sută din baza de calcul.



Suma rezervelor obligatorii menținute de bănci în MDL respectiv perioadei de urmărire a mijloacelor atrase 6-20 septembrie 2010, menținute de bănci, în perioada 21 septembrie – 5 octombrie 2010, au constituit 1223.5 mln lei, în creștere cu 47.5 mln lei, sau cu 4.0 la sută față de perioada de urmărire 6-20 iunie 2010, menținute de către bănci în perioada 21 iunie 2010 – 5 iulie 2010. Suma rezervelor obligatorii menținute de bănci în dolari SUA și în Euro la 30 septembrie 2010 au constituit respectiv 43.7 mln USD și 51.5 mln EUR, în creștere cu 1.6 mln USD (3.8 la sută) și cu 2.8 mln EUR (5.8 la sută) față de 30 iunie 2010.

Așadar, pe fundalul trendului diferit al inflației, dar și a temperării așteptărilor privind deprecierea puternică a monedei naționale, Banca Națională a continuat politica de relaxare a politicii sale monetare, având drept scop reorientarea resurselor financiare de la economii spre investiții. În vederea atingerii obiectivelor respective, au fost utilizate două instrumente de politici: diminuarea ratelor la principalele instrumente a politicii monetare și creditarea directă a sistemului bancar. Dacă primul instrument ține de majorarea nivelului de lichiditate în sistemul bancar, prin disponibilizarea resurselor „înghețate” anterior sub forma rezervelor obligatorii, atunci al doilea instrument este orientat, în mod direct, spre stimularea creditării sectorului real al economiei.

Totodată, liberalizarea politici monetare până în 2010 a fost bazată și pe necesitatea sporirii indicilor de lichiditate la unele bănci comerciale, în special pe fundalul falimentării BC „Investprivatbank”. Prin urmare, ratele la principalele instrumente de politică monetară (rata de refinanțare și norma rezervelor obligatorii) au coborât până la noi minime istorice, ca în anul curent să crească din nou. Banca Națională a Moldovei a promovat pe parcursul anului 2010 o politică monetară prudentă. Totodată, BNM va continua să gestioneze ferm surplusul de lichiditate din sistemul bancar prin operațiuni de sterilizare în scopul eficientizării canalelor de transmisie a politicii monetare și asigurării unui climat dezinflaționist.

Actualmente, Republica Moldova ca și multe țări dezvoltate și în tranziție face primii pași pentru a adopta regimul de țintire directă a inflației, deoarece atingerea obiectivului final al politicii monetare – stabilitatea prețurilor, reflectată într-o rată a inflației scăzută și constantă, reprezintă principala

contribuție pe care politica monetară o aduce creșterii economice. În condițiile existente ale economiei Republicii Moldova se impune schimbarea caracterului politicii monetare spre regimul de țintire a inflației, deoarece acesta este mai adecvat pentru atingerea obiectivului final al politicii monetare, și anume stabilitatea prețurilor.

În scopul racordării tacticii politicii monetare a BNM la tactica Băncii Centrale Europene și în condițiile implementării Strategiei Integrării Republicii Moldova la Comunitatea Europeană, apare necesitatea de a extinde arealul de utilizare a instrumentelor indirecte ale politicii monetare. Dezvoltarea pieței financiare și diversificarea gamei de instrumente existente pe această piață va fi impulsionată prin utilizarea preponderentă de către Banca Națională a Moldovei a operațiunilor de piață deschisă, certificatelor BNM, depozitelor/creditelor overnight, creditelor intraday și trecerea în planul secundar a instrumentelor de natură mai pronunțat administrativă, cum ar fi rata rezervelor obligatorii. Prin utilizarea acestor instrumente BNM va putea influența ratele pe termen scurt la operațiunile active ale băncilor comerciale și ratele dobânzilor pe termen mai îndelungat la creditele acordate de către băncile comerciale. Acest fapt va stimula activitatea de creditare a economiei reale și va contribui la stimularea creșterii economice.

Bibliografie:

1. Decizii de politică monetară ale BNM //www.bnm.md
2. Rapoartele de politică monetară ale BNM //www.bnm.md

ROLUL INVESTIȚIILOR SOCIALE ÎN FUNCȚIONAREA EFICIENTĂ A ÎNTREPRINDERILOR DIN REPUBLICA MOLDOVA

Lect. sup. dr. Silvia Buciușcan, ASEM

This article reflects the role of social investment in the efficient operation of enterprises in the context of Moldova's integration into the European Community by obtaining new markets, based on a balance between economic efficiency and social equity business. Therefore find ways to merge and dynamic development of these principles, interaction between business and society can only be based on structural analysis for effective management decisions.

Investigarea procesului de investiții sociale a agenților economici are un rol important în domeniul științei economice și în practica de gestionare socioeconomică. Acest lucru este necesar mai ales pentru țara noastră, care se află la începutul soluționării a două obiective strategice: integrarea țării în Comunitatea Europeană, pentru a căpăta noi piețe de desfacere și construirea unei economii de piață cu orientare socială. Este evident că fără a realiza un echilibru între eficiența economică a afacerilor și echitatea socială soluționarea acestor probleme nu poate fi efectuată.

Sistemul în cadrul căreia se produce un echilibru între echitatea socială și eficiența economică este sfera de investiții, în care factorii principali sunt mediul de afaceri, statul și societatea.

În economia modernă există două abordări pentru identificarea surselor de finanțare a investițiilor sociale. Unii cercetători consideră că finanțarea investițiilor în dezvoltarea resurselor umane ar trebui să fie asigurată preponderent din sursele private ale întreprinderilor. Conform acestei abordări, statului îi revine rolul de creditor, care oferă cetățenilor săi împrumuturi de lungă durată cu destinații speciale, amortizarea cărora se produce din veniturile personale.

Alți cercetători consideră că toate cheltuielile ce țin de investițiile sociale ar trebui să fie asumate de stat, deoarece antreprenorii individuali nu pot suporta această povară. În realitate, nici una dintre aceste abordări nu a fost realizată pe deplin nici într-o țară. Cu toate acestea, în majoritatea țărilor economice dezvoltate o tendință dominantă în dezvoltarea relațiilor dintre sectorul de afaceri și autoritățile publice este creșterea remarcabilă a rolului mediului de afaceri în finanțarea proiectelor legate de necesitățile vitale ale societății.

Într-adevăr, statul nu este în stare să satisfacă cerințele crescânde ale societății. Creșterea bunăstării cetățenilor statelor dezvoltate contribuie la permutarea necesităților din sfera nevoilor vitale (alimentația, securitatea, condițiile de trai etc.) în sfera nevoilor de un nivel sporit (educație

performantă, variate moduri de odihnă, satisfacerea potențialului creativ), care necesită resurse financiare semnificative, precum și utilizarea acestora într-un mod corespunzător. Spre deosebire de mediul de afaceri statul nu este în stare să realizeze asemenea proiecte. Anume creșterea rolului sectorului de afaceri, care dispune de resurse financiare puternice în satisfacerea necesităților cetățenilor, ne permite să examinăm specificul de influență al acestora în mediul social. În primul rând, specificul activității de afaceri îl constituie libertatea deplină a inițiativei și interesului personal.

Piața nu este unicul mijloc de a rezolva toate problemele cu care se confruntă societatea, punând la dispoziția agenților economici libertatea de realizare a diferitelor interese. Ea concomitent formează și mecanisme de restricționare în realizarea acestor interese. Participanții în relațiile de piață și a sistemelor proprii de interese existente nu întotdeauna pot accepta asemenea schimbări calitative în creșterea economică.

Schimbarea în a doua jumătate a secolului XX a situației politice în țările din Occident, din cauza înrăutățirii relațiilor dintre diferite grupuri sociale, a sporit creșterea atenției investitorilor față de problemele-cheie spre care au fost orientate resursele depuse la bănci și la companii de investiții. Investitorii, care au alocat mijloace bănești în proiecte și au asigurat soluționarea problemelor sociale, au influențat esențial alți investitori. La sfârșitul anilor 70 importante companii din SUA și Marea Britanie au început să abordeze integral relațiile cu societatea. În urma acestor procese a apărut conceptul de investiții sociale ale întreprinderilor, caracteristice sistemului de relații între sectorul de afaceri și societate.

În cadrul sistemului de planificare-centralizată identitatea conceptului de investiții sociale era prin noțiunea de investiții de capital în sfera socială, care cuprindeau toate cheltuielile de reproducere a fondurilor fixe, inclusiv cheltuieli la recuperarea lor integrală.

În condițiile economiei contemporane, conceptul de investiții sociale putem să îl definim în felul următor: **investițiile sociale în afaceri sunt plasarea resurselor pe un termen lung cu scopul de a îmbunătăți calitatea vieții prin crearea de noi tehnologii și mecanisme de distribuire a fondurilor între grupurile interesate în funcție de necesitățile lor.**

Printr-o interpretare mai extinsă investițiile sociale sunt identificate cu alocările orientate spre îmbunătățirea sistemului social și economic, ce subînțelege crearea securității ecologice, stimularea creșterii economice, distribuția rezonabilă a bunurilor, asigurarea unui nivel garantat de educație și sănătate, nutriție, transferuri către pături social-vulnerabile etc. Cu alte cuvinte, caracteristica esențială a investițiilor sociale este activitatea managerilor în relațiile de investiții, care vizează obținerea unor efecte utile pentru societate. Dacă am analiza investițiile sociale ca activități de investiții ale întreprinderii în sectorul economic, atunci întreprinderile pot obține atât obiective proprii, cât și obiective sociale (creșterea nivelului de bunăstare a populației, creșterea activităților intelectuale și culturale etc.). Cu alte cuvinte, în cazul în care rezultatul din investiții revine numai întreprinderii, aceasta este o investiție considerată „tradițională”, în cazul în care rezultatul așteptat se extinde atât întreprinderii, cât și societății, aceasta este o investiție socială (figura 1). Principiile de bază ale activității investițiilor sociale a întreprinderii trebuie să includă următoarele două rezultate pozitive: pentru întreprinderile investitoare și pentru societate.

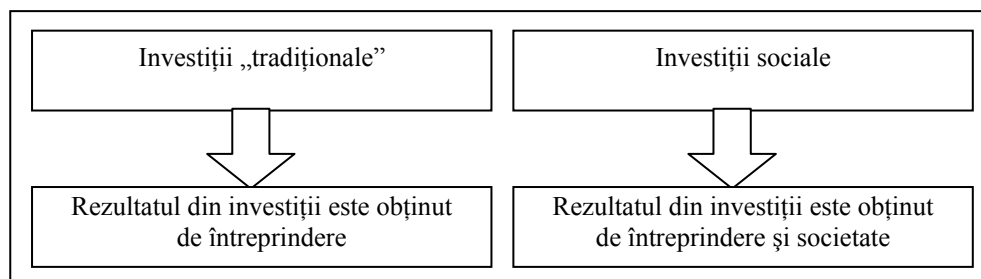


Figura 1. Tipuri de investiții ale întreprinderii

Sursa: И.Ю. Беляевой, М.А. Эксиндарова, Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект, Москва, 2008, с. 184.

În esență, putem spune că investițiile sociale pot fi definite ca procese dinamice de realizare a relațiilor din mediului social, pentru a echilibra interesele întreprinderii cu interesele societății și ale statului.

La formarea strategiilor de investiții sociale este important de a evidenția factorii principali care au o influență asupra activității întreprinderii. La studierea diferiților factori de influență și selectarea strategiilor de investiții sociale ale întreprinderii, precum și practica specialiștilor din domeniul managementului strategic, se pot profila o serie de factori din mediul intern și extern al întreprinderii.

Factorii mediului intern, în acest context, sunt:

1. Starea financiară a întreprinderii. Starea financiară a întreprinderii este cel mai influent factor intern pentru investițiile sociale. Drept exemplu pot servi întreprinderile din cadrul RLPG din Republica Moldova, „Lafarge Ciment” SA, BC „Mobiasbancă” – Group Societe Generale” SA, BC „Moldova – Agroindbank” SA etc. care fac investiții durabile pentru dezvoltarea și perfecționarea continuă a personalului, organizând diferite cursuri, stagieri ale angajaților. Astfel, personalul devine unul dintre principalii factori majori din mediul intern al întreprinderii. Dezvoltarea resurselor umane cu potențial creativ și inovator rămâne a fi principala condiție pentru a atinge o dezvoltare economică durabilă. Resursele umane pot fi considerate ca un capital – proprietate a întreprinderii, în special, capacitatea lui, cunoștințele, profesionalismul, inițiativa, onestitatea și sociabilitatea etc.

2. Structura capitalului întreprinderii. Un alt factor-cheie al investițiilor sociale care sporește eficacitatea investițiilor este consolidarea capitalului propriu al managerilor de vârf al întreprinderii sau al unui proprietar majoritar din exteriorul întreprinderii. În prezența numărului mare de acționari minoritari volumul investițiilor scade. O asemenea dependență este caracteristică pentru investițiile tradiționale și sociale.

Principalii factori ai mediului extern, care afectează comportamentul întreprinderii în activitatea afacerilor, pot fi împărțiți în patru grupe:

1. **Politici și juridici.** Diversi factori de natură legislativă și ai autorităților publice influențează semnificativ asupra activității întreprinderii la nivel de oportunități și amenințări. Astfel, guvernele naționale și internaționale pot fi pentru un număr de întreprinderi ca factor major de reglare a activităților prin subvenții pentru angajatori și cumpărători;

2. **Economici.** Există un șir de factori economici care pot afecta întreprinderea prin: disponibilitatea creditelor, dinamica cursului de schimb valutar, suma de achitări fiscale etc. Asupra menținerii profitabilității întreprinderii are o influență directă bunăstarea generală a economiei. Climatul macroeconomic, în general, va determina nivelul de posibilități pentru întreprinderi și atingerea obiectivelor economice. Condițiile economice negative vor reduce cererea de bunuri și servicii ale întreprinderii, dar cele mai favorabile pot oferi condiții necesare pentru creșterea acestora.

3. **Sociali și culturali.** De exemplu, o întreprindere care se ocupă de prestarea serviciilor de transportare a mărfurilor cu automobilul, a decis să reducă cheltuielile prin neachitarea salariilor lucrătorilor pentru orele suplimentare. Drept urmare, s-a început un sabotaj: muncitorii, în mod intenționat, au încălcat termenii de expediere, plasarea încărcăturilor necorespunzătoare. Aceasta a condus la creșterea nemulțumirilor clienților, reclamațiilor și acțiunile de judecată. Pierderile întreprinderii au depășit câteva sute de ori profitul obținut din economiile de la plata salariului.

4. **Tehnologici.** Impactul asupra întreprinderii al factorilor tehnologici, adesea, este atât de evident, încât este considerat ca motor al procesului de producție și al progresului social. Accelerarea schimbărilor tehnologice scurtează durata ciclului de viață al produselor. Și atunci întreprinderea trebuie să anticipeze schimbările provocate de tehnologiile noi. Aceste schimbări pot afecta nu numai producția, dar și alte sfere funcționale, cum ar fi personalul (recrutarea și instruirea personalului pentru a lucra cu tehnologii noi sau probleme de eliberare din funcție a surplusului forței de muncă, concediați, ca rezultat al proceselor de implementare a tehnologiilor mai productive), sau, de exemplu, serviciul de marketing se confruntă cu o problema în elaborarea metodelor de vânzare a noilor produse.

Rolul factorilor sociali este în creștere treptată, deoarece aceasta formează stilul de viață, de muncă, consumul și un impact semnificativ nu numai asupra organizațiilor comerciale, dar și asupra economiei în ansamblu.

În ultimii ani, în Republica Moldova se fac tot mai multe cercetări în activitatea afacerilor sociale. Subiectele de studiu prezintă o evoluție în relațiile antreprenoriale, societate și stat, tipul și gradul de susținere socială, rolul programelor sociale în activitatea întreprinderilor, impactul politicii sociale al afacerilor asupra diferențierilor în societate etc. Una dintre problemele care au atras, în mod constant, atenția cercetătorilor este evaluarea eficienței activităților sociale în afaceri. În mod tradițional, scopul principal al afacerilor este obținerea profitului. Este evident că orice întreprindere,

care urmărește să asigure eficiența maximă posibilă de piață, va ține să producă doar produse de calitate, să efectueze achitarea dividendelor acționarilor, salariului angajaților etc. În cele mai multe surse conceptul de eficiență se limitează, adesea, la reducerea costurilor pentru crearea și funcționarea sistemelor sociale și economice. Există diferite abordări la definirea „eficienței”, precum și evaluării ei. Prin eficiență se subînțelege o categorie economică utilizată pentru a caracteriza la un nivel mai înalt realizarea scopurilor din sistemul social-economic (să obțină rezultatul dorit sub formă de profituri), care determină raportul dintre rezultatul scopurilor și costurile acestora.

Un astfel de scop pentru subiecții mediului social este îmbunătățirea calității vieții, adecvate la noile condiții economice, modernizarea calitativă a conținutului de către mediul social, adică crearea premiselor pentru minimalizarea impactului negativ al factorilor socioeconomiici și realizarea echității sociale.

Există mai multe premise pentru realizarea unui compromis între eficiența economică și echitatea socială, care, în mod diferit, influențează asupra dinamicii acestui proces.

În principalele premise se includ următoarele:

- modernizarea și relațiile economice între guvern, întreprinderi și societate;
- formarea sistemelor social-administrative pentru reglementările economice, pe baza instituțiilor societății civile;
- instituirea unui mecanism instituțional pentru a asigura un compromis.

Relațiile economice nu numai se formează, dar, se actualizează în funcție de interdependențe complexe dintre macrosistemele majore, activități și interacțiuni care determină dezvoltarea socioeconomică a țării. Astfel de macrosisteme constituie statul (ca organizație politică, care guvernează țara), societatea (ca o totalitate structurată de persoane care au reședința în țară, precum și de diverse organizații politice și de altă natură) și economia (ca o totalitate a forțelor de producție și relațiilor de producție). Fiecare dintre componentele acestui subsistem funcționează pe o scară națională și formează sectorul public. Funcționarea cu succes a tuturor sectoarelor economice va depinde, în mare măsură, de interacțiunea și echilibrul de forțe ale statului, societății și economiei. De exemplu, această formă de interacțiune și statutul realizat ca „stat puternic” – „societate puternică” – „economie puternică” este caracteristic în țările dezvoltate ca SUA, Suedia etc. În același timp, configurarea „stat puternic” – „societate slabă” – „economie slabă” definește starea dominantă a statului, care a fost caracteristic pentru URSS. Starea actuală a Republicii Moldova o putem caracteriza ca „stat slab” – „societate slabă” – „economie slabă”.

În căutarea bazelor instituționale ale interacțiunilor dintre principalele macrosisteme ca instituții principale s-a convenit să fie luată în considerare triada: statul, piața/afacerile și societatea. Influența reciprocă este exprimată astfel: statul reglementează și stimulează economia și contribuie la organizarea societății; economia determină capacitatea, puterea de stat și formele de interese economice în societate; societatea desemnează obiectivele de afaceri și dezvoltarea constrânsă, deleghează autoritățile să identifice și să promoveze interesele cetățenilor statului.

Astfel, potrivit studiului interacțiunii dintre eficiența economică și echitatea socială, analiza premiselor pentru realizarea unui compromis între ele ocupă un loc special în practica socială. Potrivit lui Maurice Allais, economist francez, Laureat al Premiului Nobel în 1988, „...eficiența economică nu numai că pune în aplicare diverse obiective sociale, dar, în același timp, este o condiție necesară pentru înflorirea culturii și civilizației... Distribuția veniturilor ar trebui să asigure o stimulare eficientă și social acceptabilă. Căutarea acestei măsuri este, în esență, o căutare a compromisului social”. [5]

În interacțiunea tuturor subiecților economici ai Republicii Moldova în sistemul „societate – afaceri – stat” cea mai actuală cerință în practica gestionării întreprinderii este realizarea proceselor de investiții sociale. În acest context, construirea unui sistem de criterii pentru eficiența investițiilor sociale este o sarcină importantă pentru formarea mecanismelor de gestionare a întreprinderilor autohtone. Pentru a crea un sistem de criterii este necesar de a lua în considerare următoarele trei poziții:

1. Asigurarea societății de către stat cu investiții sociale importante nu sunt întotdeauna compatibile cu problemele directe ale afacerilor și creează iluzii non-economice. Rezultatele economice a investițiilor sociale nu sunt la fel de evidente, spre deosebire de investițiile din sectorul real al economiei, pe termen scurt și mediu.

2. Eficiența economică și socială este raportul dintre beneficiile utile față de cheltuieli. Este considerat eficient tot ce poate contribui la soluționarea problemelor economico-sociale. Indicatorii

cantitativi ai eficienței economice și sociale pot fi împărțiți în rate de valori și rate naturale. Ratele naturale se aplică pentru a evalua tipurile de efecte care nu pot fi măsurate prin indicatorii de valoare. Aceasta se referă la efectul social pentru educație, sănătate și alte sectoare.

3. Eficiența investițiilor în mediul social ar trebui să fie ca un sistem sau o totalitate de interconexiune și interdependență a elementelor care sunt implicate prin interacțiuni cu mediul înconjurător în schimbarea structurii, păstrând, în același timp, integritatea și alegerea strategiei și tacticii pentru atingerea obiectivelor comune.

Transformările caracteristice în economia contemporană a Republicii Moldova demonstrează o tendință clară de creștere a acestor modificări. În ultimii ani, multe întreprinderi activează în condiții de „surprize” strategice, pierderea controlului asupra mediului, care e influențat de impactul forțelor sociale și politice în situația pieței prin reducerea ritmului de creștere și limitare a resurselor. Desigur, pentru punerea în aplicare a obiectivelor specifice întreprinderii sistemul strategiei manageriale trebuie să fie orientat la crearea condițiilor de utilizare eficientă a resurselor și dezvoltarea pieței din contul menținerii stării de echilibru între organizație și mediul social, adică adaptarea la schimbările externe. În consecință, sistemul managerial al întreprinderii trebuie să dispună de mecanisme de adaptare, iar pentru a selecta un sistem eficient de gestionare a investițiilor sociale este necesar de a studia caracteristicile fiecărei întreprinderi.

Bibliografie:

1. Беляева И.Ю., Эскиндаров М.А., «Корпоративная социальная ответственность: управленческий аспект», «КноРус», Москва, 2008.
2. Covaș L., Braguța A. „Responsabilitatea socială corporativă: aspecte practice”, Chișinău, 2009.
3. Covaș L., Solcan A., „Etica afacerilor la întreprinderile din Republica Moldova”, Economica V. Anul 2003, V. Nr. 2, p.12-15.
4. Ciucă V., „Responsabilitatea socială a întreprinderii – factor al dezvoltării durabile. Posibilități de măsurare”, www.opendrum.utt.ro/rse_ue/docs/RSE-INSEE-2006.pdf
5. Cotelnic A. „Relațiile întreprinderii cu mediu economic-social în perioada de tranziție”, Revista „Drept, economie și informatică”, anul 2000, nr.2, p. 93-98.

PROBLEME ȘI SOLUȚII IDENTIFICATE ÎN DOMENIUL EXTINDERII AUTONOMIEI FINANCIARE LOCALE PRIN RAȚIONALIZAREA TRANSFERURILOR INTERBUGETARE

Conf. univ. dr. Angela Casian, ASEM

Modeling and reglementation of the interbudgetary relations is one of the main problem in the process of consolidation of public finance management. In this context, the paper includes aspects of functions' stipulation, establishing interbudgetary relations and autonomy in the decision making process of the local authorities.

În teorie, administrația publică de diferite niveluri poate fi autonomă din punct de vedere financiar, utilizând diferite surse de venituri, în realitate, pentru o administrare fiscală eficientă, precum și pentru susținerea și stimularea pieței interne, de regulă, se aplică un nivel relativ înalt de centralizare a acumulării impozitelor, în timp ce responsabilitatea pentru cheltuirea mijloacelor este descentralizată în mai mare măsură. Acest fapt presupune că administrația centrală colectează venituri, ce depășesc necesitățile proprii de cheltuieli, și, în acest sens, este disponibilă de a transfera sume esențiale la nivelurile I și II atât sub formă de subvenții, cât și prin distribuirea comună a veniturilor. În afară de aceasta, transferurile guvernamentale în regiuni sunt dirijate în calitate de resurse destinate realizării sarcinilor de asigurare a creșterii economice stabile și a echității sociale.

Cu toate că în urma descentralizării au fost sporite împuternicirile, în ce privește autonomia și managementul financiar, autonomia autorităților publice de nivelul I rămâne până în prezent limitată. Această situație se exprimă prin dependența autorităților publice locale de nivelul I (sate, comune,

orașe) față de autoritățile publice de nivelul II (raioane, municipii), în ceea ce privește formarea bugetelor proprii, dat fiind că prin legislație nu este stabilită o cotă fixă sau limite de defalcări de la veniturile generale de stat pentru bugetele unităților administrativ-teritoriale de nivelul I.

În consecință, în cadrul relațiilor interbugetare se evidențiază o tendință de subestimare a bazei fiscale de către autoritățile publice locale de diferite niveluri, în scopul creșterii mărimii transferurilor de la bugetul de stat. Actualul sistem de transferuri nu dispune de un mecanism pentru încurajarea efortului fiscal local și a eficienței cheltuielilor publice. De altfel, nu sunt respectate următoarele **principii de realizare a transferurilor**:

- Predictibilitatea la toate nivelurile, care prevede alocarea de venituri / transferurile ce se fac după reguli, nu se negociază ad hoc, ci după reguli transparente și criterii obiective;
- Autonomia pentru toate nivelurile AL; autonomia unuia să nu o erodeze pe a altuia (II pe I);
- Consultarea cu toți factorii de decizie (AAPL) la schimbarea regulilor.

În acest context, capătă importanță problematica echilibrării verticale și orizontale a sistemului bugetar, care constituie preocupările prioritare ale teoriei și practicii bugetare.

Echilibrul vertical se înscrie în obiective majore ale politicii de echilibrare bugetară, având drept scop determinarea rolului și sferei de cuprindere a fiecărei verigi, precum și redistribuirea fondurilor limitate în funcție de priorități sau competențe.

Echilibrarea verticală presupune asigurarea echilibrului fiecărei verigi componente, ceea ce în practică este greu de realizat, în special în ceea ce privește bugetele locale. Astfel, una din problemele legate de politica bugetară este cea a existenței unei incertitudini privind efectele de redistribuire, în sensul că eficiența redistribuirii verticale a veniturilor este incertă, deoarece rezultatul efectiv este insuficient cunoscut. Politica eficientă în redistribuirea resurselor financiare implică interesul organelor locale în creșterea potențialului economic, respectiv determinarea transferurilor printr-o prisma a eficienței și a echilibrării întregului sistem.

Conform articolului 9 al Legii privind finanțele publice locale nr. 397-XV din 16.10.2003 pentru asigurarea nivelării bugetare a unităților administrativ-teritoriale, prin legea bugetară anuală, de la bugetul de stat pentru bugetele raioanelor, bugetul central al unității teritoriale autonome și bugetul municipal al municipiului Chișinău se stabilesc **următoarele categorii de transferuri**:

- a) transferuri, din contul fondului de susținere financiară a teritoriilor, pentru nivelarea posibilităților financiare ale teritoriilor;
- b) transferuri cu destinație specială pentru finanțarea exercitării funcțiilor delegate de către Guvern sau în alte scopuri speciale.

Transferurile sunt în funcție directă de veniturile proprii și defalcările stabilite conform normativelor procentuale stabilite prin legea bugetară anuală, de la veniturile generale de stat, în cote nu mai mici decât cele prevăzute la art.5 din legea menționată, și de cheltuielile bugetare efectuate prin delimitarea competențelor conform articolului 8. Astfel, pentru transferuri din contul fondului de susținere financiară a teritoriilor (articolul 10, alin. 2) se stabilește următoarea modalitate de calcul a transferurilor:

- a) în conformitate cu prevederile art.8, alin. 2, alin. 4, alin. 5 și alin. 6 din legea menționată, pentru fiecare grupă de cheltuieli aparte se calculează cheltuielile publice ce revin, în medie, la un locuitor, care, în anul bugetar următor, conform normelor legale, urmează a fi suportate de către unitățile administrativ-teritoriale (marcate ca c). Cheltuielile bugetare medii pentru un locuitor se calculează anual pentru fiecare grupă de cheltuieli la etapa elaborării prognozei macroeconomice pe anul bugetar următor;
- b) pentru unitățile administrativ-teritoriale care, conform normelor legale, suportă cheltuieli specifice, se aplică coeficientul de corectare a cheltuielilor medii pentru un locuitor (f);
- c) în baza prevederilor art.5 din prezenta lege, cu excepția taxelor locale, aplicate în condițiile legii de către consiliile locale, mijloacelor speciale și transferurilor de la alte bugete, se prognozează baza fiscală a fiecărei unități administrativ-teritoriale;
- d) în baza prognozei bazei fiscale, se calculează cota veniturilor ce revin pentru un locuitor din fiecare teritoriu (v);
- e) diferența dintre suma cheltuielilor medii pentru un locuitor din fiecare unitate administrativ-teritorială (suma c) și cota veniturilor pentru un locuitor din teritoriul respectiv constituie suma transferurilor ce revin unui locuitor (t): $t = \text{suma cf} - v$;

- f) înmulțind suma transferurilor ce revin unui locuitor la numărul total de locuitori din teritoriul respectiv (n), se calculează volumul transferurilor pentru fiecare unitate administrativ-teritorială (T): $T = tn$.

Unitățile administrativ-teritoriale în care cota veniturilor, ce revin unui locuitor, depășește suma cheltuielilor medii pentru un locuitor cu 20% (v cu $20\% >$ suma cf) transferă în fondul de susținere financiară a teritoriilor suma veniturilor fiscale ce depășesc cu 20% necesitățile minime de cheltuieli ale teritoriului respectiv.

Studiile recent realizate în Republica Moldova evidențiază că **autonomia locală în domeniul transferurilor interbugetare este constrânsă de:**

- Transferurile bugetare ce nu se efectuează în baza unor criterii obiective și transparente;
- Formula existentă de alocare a transferurilor este de ordin general și nu conferă claritate, în ceea ce privește coeficientul de corectare a cheltuielilor medii pentru un locuitor, adică ce cheltuieli pot fi calificate drept specifice și cât de discret este gradul lor de ajustare. Sistemul actual de calculare a transferurilor interbugetare descurajează APL-urile pentru sporirea veniturilor;
- Lipsa unui cadru normativ de negociere a transferurilor cu destinație specială între APL1 și APL2;
- Imprevizibilitatea și netransparența în procesul de stabilire și determinare a defalcărilor de la impozitele generale de stat, veniturile AAPL fiind foarte sensibile la reformele economice și bugetar-fiscale.

Pornind de la principiul subsidiarității enunțat în Carta europeană a Autonomiei locale și conform conceptului adoptat în practica bugetară internațională și, în special, aplicat de Congresul puterilor locale și regionale al Consiliului European, transferurile reprezintă fluxuri financiare de intrări acordate de către o verigă bugetară altelea. Aceste sume capătă destinații diferite printre care menționăm:

- Nivelarea posibilităților bugetare, ce presupune asigurarea echilibrului potențialului fiscal al teritoriilor vis-à-vis de necesitățile reale de mijloace financiare pentru asigurarea executării atribuțiilor organelor administrației publice locale (acordarea de servicii publice de un nivel minim standard).
- Realizarea priorităților naționale în corespundere cu programele social-economice adoptate de Guvern (învățământul, ocrotirea sănătății, infrastructura, ocrotirea mediului ambiant ș.a.). În aceste scopuri este aplicat sistemul dotațiilor globale și specifice.

Carta europeană a autonomiei locale (art.36,37) prevede: „Nivelarea posibilităților bugetare / Egalizarea financiară ține să reducă atât disparitățile, datorate factorilor structurali, cât și diferențele între colectivitățile locale în materie de capacitate financiară globală. Criteriile și procedurile egalizării sunt definite de lege și trebuie să fie obiective, clare, transparente, previzibile, veritabile și non-discriminatorii. Procedurile de egalizare ar trebui să vizeze stabilirea unui nivel echitabil ale nivelării, ce nu încalcă exercițiul autonomiei regionale și să nu intervină în libera administrare a colectivităților.

Mecanismul dotațiilor globale și specifice trebuie să asigure stabilitate economică și financiară colectivităților locale și să se bazeze pe următoarele: creșterea economică, creșterea costurilor, creșterea salariilor și evoluția minimumului social și de mediu. Dotațiile acordate colectivităților locale destinate finanțării proiectelor specifice trebuie să fie limitate ca număr și să fie deosebite de investițiile și de exercitarea responsabilităților delegate. Dacă dotațiile sunt condiționate de contribuțiile colectivităților locale beneficiare, nivelul acestor contribuții trebuie să fie în funcție de capacitatea financiară a colectivităților în cauză.”

Problema modelării și reglementării relațiilor interbugetare este una dintre cele mai stringente în contextul actual de consolidare a gestiunii finanțelor publice. În acest sens, principalele aspecte ce trebuie analizate se referă la funcția de stimulare, stabilitatea relațiilor interbugetare, autonomia deciziilor bugetare ale autorităților locale.

În acest context, analizând evoluția indicatorilor bugetari în perioada 2005-2009, observăm o **creștere constantă a cheltuielilor bugetului de stat și, în special, a celor destinate transferurilor**, respectivele triplându-se în mărime valorică și dublându-se ca pondere în totalul cheltuielilor BS și aceasta în condițiile unui sold bugetar pozitiv nesemnificativ până în anul 2006 și înregistrarea unor deficite în mărimea de 1,39% și 2,97% în 2007 și 2008, cu o cădere drastică în 2009 până la nivelul de 21,1%, ca rezultat al efectelor crizei financiare mondiale și a instabilității de ordin politic, social și economic pe plan intern.

Dinamica cheltuielilor BS și a transferurilor la BUAT în anii 2005-2009

Indicatorii		Anul				
		2005	2006	2007	2008	2009
Cheltuielile BS, global		8482,6	11019,3	14257,1	16466,0	17199,4
Transferuri din BS la BUAT	Suma, mln lei	1014,7	2080,3	2440,6	3078,9	3438,1
	% în ch. BS	11,96	18,88	17,12	18,70	20,00
Deficit/Excedent	Suma, mln lei	545,4	94,6	-198,5	-488,5	-3631,8
	% în ch. BS	6,4	0,86	-1,39	-2,97	-21,1

Sursa: Elaborat de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor al RM.

Ponderea semnificativă și constantă a transferurilor pentru BUAT realizate din BS denotă **presiunea permanentă exercitată asupra bugetului de stat de către BUAT, BASS și FAOAM**, înregistrându-se dezechilibre verticale în cadrul sistemului bugetar al Republicii Moldova. Determinarea dezechilibrului vertical al sistemului bugetar poate fi realizată prin includerea sau excluderea transferurilor. Rezultatele calculării dezechilibrului vertical pe principalele verigi (BS, BUAT, cu excepția BASS și FAOAM) ale sistemului bugetar prezintă tabloul crizei din sistemul dat.

Tabelul 2

Dezechilibrul vertical al sistemului bugetar al Republicii Moldova în anii 2005-2009

Anii	Inclusiv transferurile		Exclusiv transferurile	
	Bugetul de stat	Bugetele locale	Bugetul de stat	Bugetele locale
2005	6,4	-3,6	56,8	-43,4
2006	0,86	-5,6	48,3	-48,4
2007	-1,4	0,35	36	-46,1
2008	-2,9	-4,7	47,5	-55,3
2009	-21,1	-3,7	-1,4	-59,1

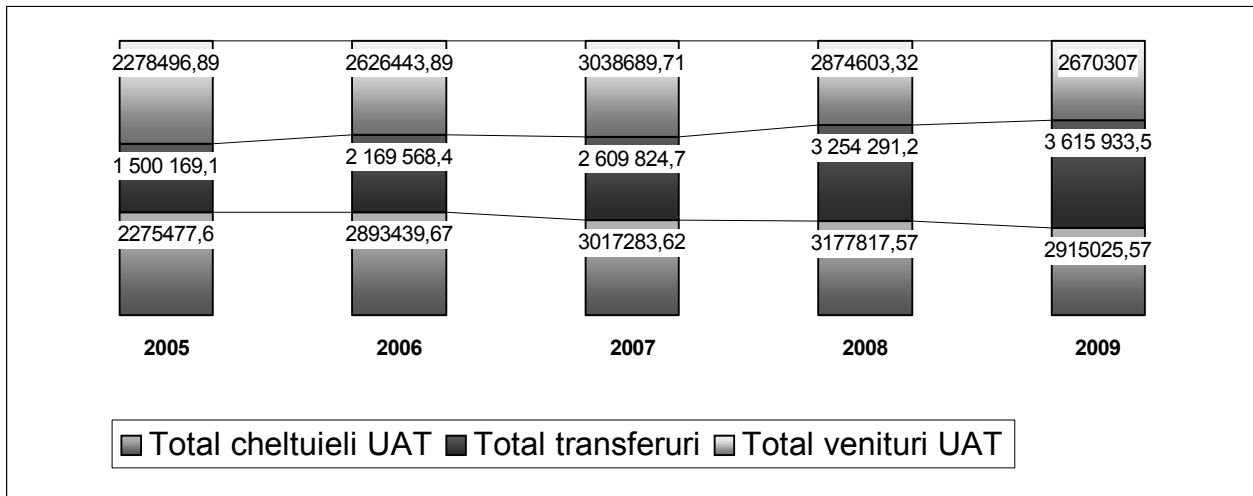
Sursa: Elaborat de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor al RM.

Valorile negative ale acestui indicator reflectă mărimea netă a deficitului de resurse necesare pentru a acoperi cheltuielile publice la nivelul fiecărei verigi din sistemul bugetar. Datele tabelului confirmă un dezechilibru financiar semnificativ la nivelul bugetelor locale pe întreaga perioadă analizată, care a fost acoperit parțial sau complet de transferurile suplimentate de la bugetul de stat. De asemenea, se observă o **tendență de centralizare a resurselor financiare publice în proporții semnificative la nivelul bugetului de stat**.

Excluderea transferurilor din componența bugetului de stat reflectă mărimile impunătoare a excedentului bugetar, care constituie 56,8% în anul 2005 și 47,5% în 2008 în totalul cheltuielilor. Insuficiența resurselor proprii în volumul total al cheltuielilor bugetelor locale este în creștere, devenind din ce în ce mai mare în ultimii 3 ani, iar, în medie, deficitul constituie 50,5% pentru perioada analizată. O asemenea evoluție în structura verticală a sistemului bugetar evidențiază atât centralizarea excesivă a resurselor publice la nivelul central, cât și necesitatea elaborării și implementării unor noi mecanisme în cadrul relațiilor interbugetare.

Figura 1

Ponderea transferurilor în volumul total al veniturilor bugetelor locale în anii 2005-2009



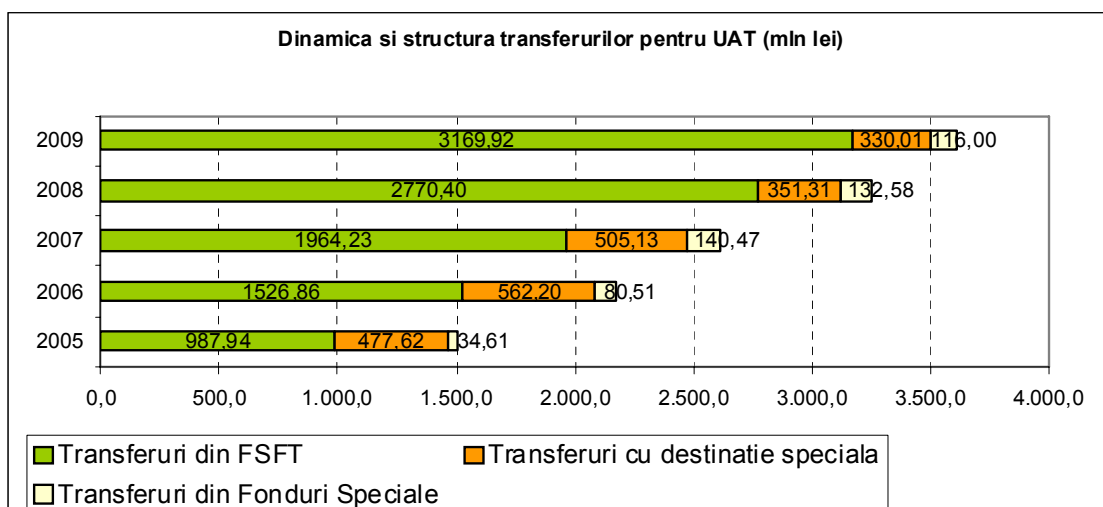
Sursa: Elaborată de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor al RM.

În perioada analizată asistăm la o creștere substanțială a ponderii transferurilor în veniturile bugetelor locale de la 39,7% în anul 2005, la 57,9% în anul 2009.

O problemă majoră, care caracterizează, în prezent, relațiile interbugetare, este **tendința autorităților publice locale de diferite niveluri de a subestima baza fiscală**, în scopul majorării transferurilor de la bugetul de stat. Actualul sistem de transferuri nu dispune de un mecanism de încurajare a efortului fiscal local și a eficienței cheltuielilor publice. Ca și la nivelul central, procesul de planificare bugetară la nivel local are un șir de deficiențe, dintre care principalele sunt capacitățile scăzute de elaborare a prognozelor financiare pe termen mediu și lipsa fazei de analiză și planificare strategică, care ar spori nivelul de previzibilitate și ar evalua impactul politicilor bugetar-fiscale promovate.

Analizând volumul total al transferurilor pentru UAT în anii 2005-2009 și structura acestora constatăm creștere treptată a volumului transferurilor realizate din FSFT care devine una considerabilă în 2008-2009, ca rezultat al reformei fiscale cu privire la impozitul pe venitul persoanelor juridice, însă volumul transferurilor cu destinație specială sunt în scădere, precum și cele acordate din fonduri speciale și proiecte investiționale.

Figura 2



Sursa: Elaborată de autor în baza datelor Ministerului Finanțelor al RM.

Și mai vizibil este impactul factorului fiscal, precum și a celui politic asupra veniturilor BUAT la analiza dinamicii și structurii transferurilor realizate către APL de nivelul II. Fluctuațiile mărimii transferurilor înregistrate în centrele urbane mari, precum Chișinău, Bălți și UTA Găgăuzia sunt rezultatul acțiunii factorului politic, deoarece capacitatea fiscală a teritoriului ce servește ca bază la determinarea mărimii transferului din FSFT nu se poate modifica de la an la an în condițiile creșterii lente a normativelor de cheltuieli, și atunci formula aplicată conform legislației de calcul a transferurilor limitează suma solicitată, iar transferurile cu destinație specială sunt utilizate ca instrument politic de stimulare/restricționare. Respectivul aplicării a mecanismului transferurilor sunt generate de **lacunele în legislația bugetară**. Practic, este o problemă legată de determinarea transferurilor printr-un prisma eficienței și a echilibrării orizontale a întregului sistem bugetar. În viziunea noastră, o politică eficientă în redistribuirea resurselor financiare presupune implicarea organelor locale în creșterea potențialului economic. În acest sens, principalele aspecte ce trebuie analizate se referă la determinarea potențialului economic și, deci, al capacității fiscale al fiecărui teritoriu, a factorilor de stimulare a creșterii potențialului economic și, evident, al încasărilor provenite din impozite și taxe locale, asigurarea, prin lege, a stabilității, previzibilității și transparenței relațiilor interbugetare, promovarea politicii bugetare de către autoritățile locale. Prin urmare, transferurile trebuie să devină un instrument eficient al macrobugetării, în vederea asigurării echilibrului financiar public atât prin implicarea lor în mecanismul circulației fluxurilor financiare, cât și prin optimizarea relațiilor interbugetare.

De fapt, critica adusă sistemului transferurilor din țara noastră este asemănătoare cu cea pentru sistemul cheltuielilor publice, adică se repartizează sume minim necesare pentru acoperirea necesităților curente fără urmărirea unor programe eficiente de dezvoltare pe termen lung. În schimb, funcțiile de bază ale transferurilor – de stimulare și de nivelare – rămân fără utilitate. În asemenea mod finanțarea centralizată a decalajului între veniturile și cheltuielile locale conduce la minimalizarea efortului fiscal al organelor locale, precum și la promovarea, în continuare, a unei politici neeficiente în domeniul cheltuielilor publice.

Argumentele în favoarea creării unui mecanism eficient al transferurilor de la bugetul central la cele locale, rămân general valabile și constau în următoarele:

- existența decalajului între capacitatea teritoriului de a acumula venituri și necesitățile de cheltuieli;
- necesitatea reducerii inechității fiscale, ce apare ca rezultat al diferenței de capacitate de colectare a veniturilor în diferite teritorii și necesități diferite de cheltuieli;
- necesitatea corectării deficienței fiscale, ce apare ca rezultat al diferențelor în mărimea beneficiului fiscal al teritoriilor.

Există două modalități de transferare a resurselor financiare de la un nivel bugetar la altul: prin împărțirea veniturilor și sistemul de granturi. Împărțirea veniturilor poate fi efectuată prin următoarele metode: împărțirea bazei fiscale sau centralizarea veniturilor fiscale și, apoi, defalcarea unei părți conform unor criterii stabilite. Totodată, acordarea de granturi poate fi organizată în două direcții de bază: sub formă de transferuri generale (universale) și cu destinație specială, fiecare din acestea poate fi acordat în cotă fixă sau să fie supus prolongării, poate fi condițional sau necondițional.

Alegerea mecanismului concret de acordare a transferului depinde de sarcinile politicii economice, fiscal-bugetare la momentul actual, care nu poate fi rezumată doar la o simplă acoperire a deficitului verigilor bugetare. În lipsa criteriilor obiective de apreciere, determinare și acordare a transferurilor din bugetul de stat, alocarea de resurse pentru echilibrarea bugetară verticală creează dificultăți în promovarea politicii macroeconomice, precum și o repartizare a resurselor publice în funcție de rezultatele târgului politic între administrația centrală și locală.

În vederea **perfecționării mecanismului transferurilor** sunt cunoscute trei variante de politică bugetară în domeniul relațiilor interbugetare, în vederea echilibrării verticale și orizontale:

- 1) aplicarea unor mecanisme diferențiate de echilibrare orizontală și verticală. Acoperirea deficitului bugetelor locale se efectuează prin împărțirea veniturilor fiscale și alocarea transferurilor din bugetul de stat, în timp ce echilibrarea potențialului fiscal al teritoriului se efectuează prin plăți orizontale din teritoriile cu nivel înalt de asigurare bugetară spre cele cu nivel jos (mecanismul aplicat în Germania).

- 2) printr-un mecanism unic și complex de acordare a transferurilor, în vederea echilibrării orizontale și verticale a sistemului bugetar (mecanismul aplicat în Australia și Canada).
- 3) mecanismul de echilibrare verticală a sistemului bugetar. Ca în cazul primei variante, deficitul bugetelor locale sunt echilibrate prin aplicarea impozitelor regularizatoare și a transferurilor, însă nu sunt aplicate măsuri de echilibrare orizontală (mecanismul aplicat în SUA).

La elaborarea mecanismului de transferuri este absolut necesară determinarea concordanței între scopul echilibrării și tipurile de transferuri. Cum s-a menționat, mecanismele de alocare a transferurilor pot fi grupate în două grupe: transferuri condiționate (cu destinație specială) și necondiționate (universale). În grupa celor condiționate sunt incluse transferurile cu destinație specială și granturile acordate în condițiile finanțării cumulative. În grupa transferurilor necondiționate sunt incluse defalcările de la veniturile fiscale și transferurile directe în sume fixe sau cu prolongare. În majoritatea țărilor lumii la soluționarea problemelor macroeconomice și bugetare este folosită combinarea diferitelor forme de transferuri.

Experiența ne demonstrează că la elaborarea și realizarea diferitelor mecanisme de transferuri trebuie respectate următoarele **principii**:

- 1) mecanismul transferurilor trebuie să funcționeze în scopul asigurării stabilității macroeconomice;
- 2) metodologia de repartizare a transferurilor trebuie elaborată în contextul politicii fiscale a statului;
- 3) scopul alocării transferurilor trebuie să fie clar formulat;
- 4) organizarea monitorizării continue procesului de alocare;
- 5) la planificarea transferurilor este necesar de a lua în considerare mijloacele acordate prin alte surse cu aceeași destinație;
- 6) la alocarea transferurilor este necesară efectuarea analizei surselor alternative de finanțare a serviciilor publice.

Problema modelării și reglementării relațiilor interbugetare este una dintre cele mai stringente în contextul actual de consolidare a gestiunii finanțelor publice. În acest sens, principalele aspecte ce trebuie analizate se referă la funcția de stimulare, stabilitatea relațiilor interbugetare, autonomia deciziilor bugetare ale autorităților locale. Credem că transferurile pot să devină un mecanism uzual și eficient al macrobugetării, în vederea asigurării echilibrului financiar public atât prin implicarea lor în mecanismul circulației fluxurilor financiare, cât și prin optimizarea relațiilor interbugetare.

Bibliografie:

1. *Carta europeană a autonomiei locale*, adoptată în 15 octombrie 1985, www.coe.ro;
2. Legea RM cu privire la finanțele publice locale, nr. 397-XV din 16.10.2003;
3. Baurciulu A., *Dimensiunea echilibrului financiar public la nivel macroeconomic în Republica Moldova*, monografie, Chișinău, 2007;
4. www.minfin.md

Secția IV. CONTABILITATE, ANALIZA ACTIVITĂȚII ECONOMICO-FINANCIARE

FACTORUL UMAN PRIVIT CA ELEMENT AL IMOBILIZĂRILOR NECORPORALE

Prof. univ. dr. hab. Vasile Bucur, ASEM

Dans l'article ci-dessous l'auteur a traite le probleme de la presentation du facteur humain (le droit de l'utilisation du personnel engage) dans le cadre des immobilisations incorporelles. La recherche est axee sur l'essai de l'argumentation de la necessite de comptabiliser le facteurs humain comme actif immobilise.

Au trecut mai bine de 50 de ani de când specialiștii din domeniul contabilității au inițiat discuțiile referitoare la problema contabilizării factorului uman în componența activelor entității. Începând cu anii 60 ai secolului trecut, pentru prima dată în practica contabilității, factorul uman a fost inclus în componența activelor unor întreprinderi în calitate de experiment. Acest exemplu a urmat la unele entități din India, iar în Marea Britanie – factorul uman reprezintă elementul component al obiectului contabilității pentru Cluburile sportive. În SUA, modul de contabilizare a resurselor umane a fost inclus în teoria și practica contabilă sub titlul de HRA (human resource accounting), formulat de Comitetul AAA privind contabilitatea resurselor umane [3; p. 439-452].

Specialiștii, care au participat la elaborarea modului de contabilizare HRA, menționează că, acesta contribuie la dezvoltarea bazelor teoretice, ce explică natura și factorii determinanți ai valorii resurselor umane, procedeele de determinare a componenței resurselor umane în vederea proiectării și aplicării metodelor în cauză. [3, p. 440]. Informațiile obținute din contabilizarea resurselor umane sunt relevante și utile tuturor utilizatorilor de situații financiare, interni și externi, devenind un instrument prețios în managementul activității unei entități.

Însă, examinarea actelor normative și surselor bibliografice aferente denotă faptul că, problema în cauză poartă un caracter contradictoriu. SNC 13 „Contabilitatea activelor nemateriale” nu prevede contabilizarea resurselor umane în componența elementelor patrimoniale a unei entități. În IAS 38 „Imobilizări necorporale” se menționează, ca o entitate poate să dispună de un personal cu aptitudini și abilități înalte, capabil de a genera beneficii economice. Totuși, datorită faptului că entitatea nu este în stare să controleze suficient beneficiile economice generate de acest personal, factorul uman nu corespunde definiției imobilizărilor necorporale. În continuare, în această regulă, se specifică că există situații excepționale în care personalul este protejat prin drepturi legale de utilizare și obținere a beneficiilor economice viitoare [2, p. 533]. Astfel, prevederile IAS 38 nu permit includerea factorului uman în componența imobilizărilor necorporale, deoarece entitatea nu este în stare să controleze, cu certitudine, obținerea beneficiilor economice, dar dacă dreptul de utilizare a acestui factor va fi protejat legal, atunci problema în cauză poate fi soluționată pozitiv. Dacă luăm în considerație că în redacțiile precedente din cadrul IAS 38, nici nu se pomenea despre examinarea factorului uman drept element al imobilizărilor necorporale, în redacția acestui standard din 2007, nu se exclude recunoașterea factorului uman ca și activ. Totuși lipsește regula prin care să fie recunoscute resursele umane în componența activelor. Sperăm că în redacțiile viitoare ale IAS 38 va fi luată o decizie de a extinde componența imobilizărilor necorporale cu această categorie, care va cuprinde nu numai specialiștii, dar și întregul personal al unei entități.

Care este opinia specialiștilor cu privire la soluționarea problemei în cauză?

În primul rând, menționăm diversitatea termenilor care sunt aplicați de către autori în domeniul contabilității factorului uman, cum ar fi: active umane (Cebotarev N., 6, p.38), capital uman (Armstrong M., 4, p.67 ; Bînaciu S., 5, p.65 ; Coșeleva, 7, p.291), resursă umană sau potențial uman

(Esipov V.E., Mahovicova G. A., 8, p.209), drepturi de utilizare a cunoștințelor și abilităților umane etc.

Până când problema contabilizării factorului uman nu este reglementată nici de un act normativ, considerăm că diversitatea acestor termeni poate fi justificată. Diferiți cercetători apelează la diferiți termeni. Totuși, se poate de menționat două incorectitudini în examinarea problemei date: formală și de conținut.

Înlăturarea incertitudinii formale, în opinia noastră, sau înlocuirea termenilor "resurse umane"; "potențial uman", "active umane" cu termenul "factor uman" nu rezolvă problema completării componenței imobilizărilor necorporale cu factorul uman. Chiar dacă în loc de termenul "capital uman" vom aplica alt termen, nu vom răspunde la întrebarea: merită sau nu merită factorul uman, după natura sa, cu proprietățile sale și funcțiile pe care le execută în activitatea unei entități, să fie prezentat în componența activelor. Aplicarea termenului "capital uman" este destul de nereușită, probabil, din neglijența care este similară unei expresii figurative. Astfel, de regulă, se exprimă economiștii care nu au tangență cu contabilitatea, cum ar fi: "s-a investit un capital", "capital material", "capital fizic", respectiv și „capital uman”. Deși, în toate cazurile de aplicare ale acestor termeni, se subînțelege că este vorba despre elemente patrimoniale din componența activelor, totuși această categorie de economiști își permit explicarea proceselor și faptelor economice cu apelarea la termenii menționați.

Economiștii, care posedă anumite cunoștințe în domeniul contabilității, știu că termenul „capital” este parte componentă a surselor de proveniență sau finanțare a activelor unei entități. Din aceste considerente capitalul, cu toate elementele componente, reprezintă articol de pasiv. Astfel nu putem utiliza termenul „capital” în cazul factorului uman, deoarece, nu numai că este incompatibil cu noțiunea de activ, ci și se confundă activul cu sursa lui de finanțare sau de proveniență.

Acum despre conținutul economic al factorului uman – problemă care fundamentează necesitatea includerii sau neinclusiei acestuia în componența imobilizărilor necorporale.

Examinarea surselor bibliografice aferente acestei probleme denotă faptul că, majoritatea absolută a autorilor nu atât se pronunță în privința conținutului economic al factorului uman, cât aleg să argumenteze atribuirea sau neatribuirea acestuia la imobilizările necorporale. De exemplu, factorul uman este recunoscut drept imobilizare necorporală de către Bînaciu S. (5. p.65), Esipov V.E., Mahovicova G.A. (8, p.209), Isaenco A.N. (10, p.123), Oprean V. (12, p.59) și alții. Conținutul acestui element este tratat ca:

- forță de muncă calificată (Bînaciu S.);
- element ce contribuie la obținerea beneficiilor economice (Cebotarev N., 6, p.38, Isaenco A.N.);
- cunoștințe și abilități, experiență ale forței de muncă de care dispune, (Iacobova D.N., Redichina I. A.);
- management eficient, contracte încheiate cu diferiți specialiști, Know-how-uri inseparabile de persoana fizică, (Kozîrev A.N., Macarov V.L.);
- resursă economică controlată de întreprindere pe termen lung ca urmare a unui contract de muncă (Oprean V.);
- persoană privită drept purtătoare a capitalului de producție etc.
- totalitate a capacităților umane etc.

O parte din specialiști, ce recunosc factorul uman drept imobilizare necorporală, afirmă că el nu poate fi inclus în componența acestor active, din cauza că persoana fizică:

- nu este proprietatea firmei, din care motiv ea nu se vinde și nu se cumpără;
- se caracterizează printr-o natură variabilă, nu dispune de protecție juridică și este inseparabilă de persoana fizică (Esipov V.E., Mahovicova V.A., Kozârev A.N., Macarov V.L.);
- este inseparabilă de purtătorul lui (Iacobova A.N., Redichina I.A.) etc.

Alți autori nu numai că recunosc factorul uman după natura sa ca imobilizare necorporală, dar și propun de a fi recunoscut și contabilizat în această categorie (Bînaciu S., Isaenco A.N., Oprean V. etc.)

Să examinăm această diversitate de opinii ale autorilor, aferente esenței factorului uman și temeiului de a-l recunoaște sau nu, în componența imobilizărilor necorporale, punând la bază delimitarea cunoștințelor de adevăr – de cele de iluzie, sau dreptatea – de eroare.

În primul rând, despre sfera de extindere a factorului uman. Considerăm că acest factor trebuie să includă nu numai personalul calificat sau specialiști de o înaltă calificare, dar tot efectivul angajaților,

inclusiv și cel necalificat, cum ar fi paznicii, persoanele ce prestează munca pentru întreținerea clădirilor, oficiilor, edificiilor respective. În caz contrar, rezolvarea problemei date va fi parțială, superficială.

În al doilea rând, cunoștințele, abilitățile și experiența forței de muncă constituie caracteristica, însușirile și particularitățile angajaților, care nu exprimă dreptul juridic de utilizare a acestor capacități.

În al treilea rând, managementul eficient, contractele de angajare sau elementele de know-how-uri nu numai că nu exprimă esența activului necorporal, dar nici caracteristicile acestuia. Managementul eficient în cadrul unei entități existente nu poate fi recunoscut drept imobilizare necorporală, din motivul neîndeplinirii cerințelor criteriului de recunoaștere – determinarea cu certitudine a costului acestui management.

Din investigațiile efectuate de către autor urmează că, orice definiție formulată pentru fiecare element patrimonial sau grupă omogenă de elemente patrimoniale trebuie să includă obiectul acestei definiții cu caracteristicile lui inerente. În cazul dat obiectul definiției factorului uman, în opinia noastră, îl constituie dreptul de utilizare a personalului angajat și nu personalul propriu-zis. Acest drept este perfectat juridic prin contractul de angajare în câmpul muncii. Termenul de angajare a lucrătorilor trebuie să depășească un an. Dacă termenul de angajare nu va depăși un an, mai ales în cazul angajării temporare sau sezoniere, atunci nu poate fi vorba despre element de imobilizare necorporală ci de cheltuieli anticipate curente.

Forța de muncă sau personalul angajat propriu-zis execută funcția de purtător al dreptului juridic de utilizare a factorului examinat. Și aceasta se manifestă în mod similar dreptului de utilizare a unei totalități de active, ce constituie elementul component al imobilizărilor necorporale. De exemplu, nu opera literară, nu sculptura și nu tabloul sau opera de pictură sunt privite ca active materiale, ci dreptul de utilizare a acestora, sau dreptul de autor asupra acestor obiecte constituie elemente componente ale imobilizărilor necorporale ca active derivate ale celor materiale. Nu activul material pe termen lung (utilajul, clădirea, mijloacele de transport etc.) primit în formă de aport la capitalul statutar al unei entități pe un termen mai mic decât durata de exploatare a celor materiale, ci dreptul de utilizare a acestuia reprezintă imobilizare necorporală. La fel se poate de spus că nu marca privită ca activ material, aplicată pe produsul fabricat sau pe ambalajul acestuia, nu soiul nou de plante sau animalul de rasă nouă, ci dreptul de utilizare a acestora face parte din componența imobilizărilor necorporale. Dacă nu ne este clar acest lucru, atunci de fiecare dată vom confunda elementele imobilizărilor necorporale cu cele corporale.

Acum despre motivele în baza cărora unii autori, deși recunosc factorul uman după natura sa ca o imobilizare necorporală, totuși ei nu acceptă includerea acestuia și contabilizarea lui ca imobilizare necorporală.

În acest context este indiscutabilă afirmația că angajatul nu este element patrimonial al unei entități, că el nu se vinde sau se cumpără (deși aceste cazuri în practica unor entități există), că angajatului îi este inerentă inseparabilitatea de purtătorul lui etc. (Armstrong M., Esipov V.E., Mahovicova V.A., Kozîrev A.N., Macarov V.G., etc.). Însă considerăm, că odată cu încheierea contractului de angajare în câmpul muncii apare și dreptul juridic de utilizare a angajatului din partea entității. Acest drept servește temei economic de a efectua controlul din partea entității asupra realizării dreptului în cauză. Astfel, în componența elementelor patrimoniale ale entității, se va include dreptul juridic menționat și nu purtătorul lui - angajatul.

Cazuri de vânzare-cumpărare a persoanelor fizice, actualmente există și în Republica Moldova. Aceasta se referă la organizațiile sportive care vând și cumpără sportivi. Cele mai răspândite tranzacții sunt cu fotbaliștii. Este clar că dreptul de utilizare a acestor sportivi la clubul sportiv-cumpărător, în cazul în care termenul de utilizare depășește 1 an, va fi înregistrat ca imobilizare necorporală. Când până la expirarea termenului contractual a rămas un an sau mai puțin, dreptul în cauză poate fi trecut în categoria imobilizărilor destinate vânzării. Este evident că această transferare poate fi efectuată în cazul negocierii anticipate cu un alt club sportiv de a vinde sportivul respectiv.

Angajatul este liber, în funcția sa, însă această libertate este limitată de programul de lucru al entității. Acest program și determină modul și timpul în care se realizează dreptul de utilizare a personalului ei. Prin urmare, din partea entității există și controlul asupra dreptului de utilizare a personalului angajat, care contribuie la recunoașterea acestui drept în componența imobilizărilor necorporale.

Faptul, că factorul uman nu dispune de protecție juridică, nu poate servi drept motiv pentru ca el să nu fie recunoscut în componența imobilizărilor necorporale. Doar se știe că o bună parte din obiectele proprietății intelectuale și a drepturilor de utilizare a imobilizărilor corporale, juridic nu sunt protejate de stat, însă ele sunt recunoscute și contabilizate ca imobilizări necorporale.

Ne exprimăm dezacordul cu opinia unor autori care specifică că factorul uman nu este identificabil. Investigațiile efectuate denotă, că acest lucru poate să se întâmple cu programele informatice și utilajele, a căror funcționare este controlată de computer sau în alte cazuri, însă nu cu factorul uman. Element component al factorului uman este fiecare angajat în parte care nu constituie careva dificultăți de a fi identificat.

Ținând cont de cele expuse mai sus, nici la un autor, ce studiază problema contabilizării factorului uman, nu apar dubii în privința obținerii beneficiilor economice din utilizarea acestuia.

Generalizând cele examinate, putem conchide că factorul uman reprezintă dreptul de utilizare a personalului angajat pe o perioadă mai mare de un an în activitatea unei entități, este inseparabil de purtătorul lui, identificabil și controlabil de entitate și de la care se va obține beneficii economice.

Dreptul de utilizare a angajaților corespunde:

- definiției imobilizărilor necorporale (el nu dispune de o formă materială), iar proprietățile lui contribuie la obținerea beneficiilor economice;
- criteriilor de recunoaștere, inclusiv costul poate fi determinat¹.

În afară de aceasta dreptul menționat juridic este perfectat prin încheierea contractului de angajare în câmpul muncii. Prin urmare, acest drept poate fi recunoscut și contabilizat în componența elementelor de imobilizări necorporale.

Necesitatea contabilizării dreptului de utilizare a personalului angajat poate fi argumentată și prin următorul fapt: tot mai mulți specialiști în ultimii ani își expun opinia că actualmente, în componența activelor unei entități (în bilanțul contabil), lipsește valoarea factorului uman. Astfel în rapoartele financiare nu este prezentată informația completă despre toate activele, care participă în desfășurarea activității unei entități ca factori de producție. Contabilitatea dreptului de utilizare a angajaților va furniza informațiile aferente, completând acest gol.

În afară de cele menționate, actualmente costurile pentru pregătirea cadrelor de diferit grad de calificare, pentru perfecționarea și reciclarea acestora, se reflectă în contabilitatea entităților drept costuri, cheltuieli în perioada în care au fost recunoscute. Însă, beneficiile economice condiționate de aceste costuri, urmează a fi obținute de către entitate pe parcursul unei perioade îndelungate de timp (egal termenului rămas de utilizare a angajatului). Este vădită nerespectarea cerințelor principiilor concordanței și a periodicității. În scopul înlăturării acestui neajuns este rațional de a contabiliza costurile de pregătire, reciclare și perfecționare a cadrelor în componența costului dreptului de utilizare a personalului angajat, iar ulterior, în funcție de termenul de utilizare a acestuia, să fie calculată amortizarea lui. Astfel, în fiecare perioadă gestionară se va obține concordanța proporției dintre suma amortizării calculate a dreptului menționat și mărimea beneficiului obținut.

Bibliografie:

1. SNC 13, „*Contabilitatea activelor nemateriale*”. În: revista "Contabilitate și audit", nr.5, Chișinău, 1999
2. IAS 38, „*Imobilizări necorporale*”. În Monitorul Oficial al Republicii Moldova. Standardele Internaționale de raportare financiară (SIRF) 2007, Chișinău, Tipografia Centrală 2007.
3. Мэтьюс М.Р., Перера М.Х. *Теория бухгалтерского учета*, БНИТИ, Audit, Москва 1999.
4. Армстронг М. *Практика управления человеческими ресурсами*. 8-е изд./ Пер. с англ. Под ред. С.К. Мордовина. - Спб.: Питер, 2004 (Серия: „Классика” МВА), с.832.
5. Vînacu S. *Evaluarea capitalului uman*. În Tribuna economică, București, 2006, nr.5, p.65-66.
6. Чеботарев Н. *Оценка человеческого капитала предприятия*. În: Человек и труд, Москва, 2006, №12, с.36-43.
7. Coșeleva N. *Evoluția concepției de capital uman*. În Analele ASEM, Chișinău, 2006, vol.4, p.287-292.

¹ Modul de determinare a costului la recunoașterea inițială necesită investigație specială, din care motiv în această lucrare nu se examinează.

8. Есипов В.Е., Маховикова Г.А., Терехова В.В. *Оценка бизнеса*. 2-ое изд. - СПб: Питер, 2006, 464.
9. Якубова Д.Н., Редькина Т.А. *Интеллектуальный капитал: его сущность, структура*. În: Биржа интеллектуальной собственности. - Москва, №5, с.29-35.
10. Исаенко А.Н. *Человеческий капитал в современной экономике*. În: США. Канада. Экономика. Политика. Культура. - Москва, №2, 2002, с.110-127.
11. Козырев А.Н. Макаров В.Л. *Оценка стоимости нематериальных активов и интеллектуальной собственности*. М.: РИЦ, ГШВС РФ 2003, с.386.
12. Oprean V.B. *Considerații asupra contabilității resurselor umane*. În: RF PC – București 2003, nr.5, p.57-60.

REFLECȚII CONTABILE ASUPRA CONTRACTULUI DE ADMINISTRARE FIDUCIARĂ ÎN CADRUL PARTENERIATULUI PUBLIC PRIVAT

Conf. univ. dr. Lilia Grigori, ASEM
Conf. univ. dr. Liliana Lazari, ASEM

Developing PPP as an instrument becomes critical as the financial and economic crisis is taking its toll on the ability of the public purse to raise adequate financial means and allocate resources to important policies and specific projects. This article talks about the accounting treatment of trust management transactions in the public private partnership.

Un subiect de importanță vădită, dar insuficient clarificat sub aspect legislativ și practic, îl reprezintă parteneriatul public-privat. Asocierea dintre entități cu capital privat și entitățile publice reprezintă o soluție verificată și în alte țări pentru materializarea unor proiecte importante. Practica este cu atât mai viabilă în condițiile de criză economică. Participarea în comun a sectorului privat și a entităților publice reunește experiența managerială cu resurse financiare importante și stabilește unele priorități legate de agenda publică generală sau de obiective de interes local.

Una din formele contractuale de realizare a parteneriatului public-privat, este contractul de administrare fiduciară. În acest sens, Legea nr. 179/10.07.2008¹, prevede că realizarea parteneriatului public-privat, prin intermediul contractului de administrare fiduciară, are ca obiect asigurarea unei bune gestionări a proprietății publice, bazată pe criteriile de performanță, stabilite în contract. Aceasta fiind realizată prin transmiterea de către partenerul public către cel privat a gestiunii riscurilor de management și a riscurilor legate de asigurarea funcționării obiectului parteneriatului public-privat.

Contractul de administrare fiduciară reprezintă un termen juridic relativ nou pentru legislația națională, fiind definit și reglementat de Codul Civil al R. Moldova. Astfel, conform art. 1053², prin contractul de administrare fiduciară, o parte (fondatorul administrării, fiduciantul) predă bunuri în administrare fiduciară celeilalte părți (numită administrator fiduciar, fiduciar), iar aceasta se obligă să administreze patrimoniul în interesul fondatorului administrării.

Motivul încheierii unui asemenea contract este dorința proprietarului de a se elibera de sarcina întreținerii patrimoniului său, dar într-un așa mod încât să-i permită acestuia să primească anumite beneficii. Administrarea fiduciară a proprietății poate avea ca scop nu doar extragerea unor foloase, dar și majorarea patrimoniului sau menținerea lui într-o formă adecvată. Încheierea unui asemenea contract, poate presupune mai multe motive, care nu contravin legii.

În cazul în care contractul de administrare fiduciară se încheie în cadrul parteneriatului public privat, el va corespunde cerințelor cadrului legal în domeniu și în mod obligatoriu în conținut se vor regăsi cel puțin una din modalitățile de realizare a parteneriatului public privat: *proiectare – construcție – operare, construcție – operare – reînnoire, construcție – operare – transfer, construcție – transfer – operare*. În caz contrar contractul de administrare fiduciară va fi în afara parteneriatului public privat și se va conduce de alte criterii de administrare economică și juridică.

¹ Legea nr.179 din 10.07.2008 (art.18), Monitorul Oficial nr.165-166/605 din 02.09.2008

² Codul Civil al RM

Analizând prevederile Codului Civil și literatura de specialitate, consemnăm următoarele particularități ale contractului de administrare fiduciară:

- a) obiect al contractului de administrare pot fi: un complex patrimonial integral (serviciu public, entitate), o anumită parte a lui sau anumite bunuri mobile și imobile separate;
- b) transmiterea patrimoniului în administrare fiduciară nu duce la trecerea dreptului de proprietate către administratorul fiduciar;
- c) transmiterea patrimoniului în administrarea fiduciară este o formă de realizare a împuternicirilor proprietarului, în special a celor de: posesie, folosință și dispoziție asupra unui bun sau complex patrimonial (entitate);
- d) scopul principal al administrării fiduciare este transferul anumitor riscuri legate de gestionarea (administrarea) economică incompetentă și neprofesională și/sau întreținerea (menținerea) corespunzătoare a anumitor bunuri sau complexe patrimoniale, către persoane (agenți economici), profesioniști, în vederea asigurării administrării economice efective și avantajoase a patrimoniului respectiv;
- e) administratorul fiduciar exercită drepturile proprietarului în nume propriu, în anumite limite și numai în interesul fiduciantului (proprietarului);
- f) în cadrul administrării fiduciare autoritățile publice pot avea doar calitatea de fiduciant. Ele nu pot figura în calitate de administratori fiduciar. Administratori fiduciar pot fi doar persoane fizice și juridice de drept privat;
- g) administratorul fiduciar nu poate fi în același timp și beneficiar, deoarece conform esenței acestui contract, el acționează în interesul proprietarului. Administratorul poate doar pretinde la o anumită plată pentru servicii și compensarea cheltuielilor sale, dacă aceasta este prevăzut de contract.

Natura obiectului contractului de administrare fiduciară ne determină să afirmăm că contractul în cauză are tangență cu contractele care au ca efect transmiterea în posesie sau folosință a bunurilor, îndeosebi, arenda și locațiunea. Totuși, diferența dintre contractele de administrare fiduciară de contractele nominalizate constă în faptul că arendașul sau locatarul primește bunurile în posesie și folosință fără a avea scopul de a-și satisface propriile interese în raport cu aceste bunuri, cum ar fi situația sporirii valorii acestora. Fiduciarul primește bunurile spre administrare doar pentru satisfacerea intereselor proprietarului acestor bunuri, prestând în acest fel un serviciu acestuia. La fel, spre deosebire de arendaș și locatar, care urmează să achite folosința bunurilor, în cazul contractului de administrare fiduciară, fiduciarul este cel ce primește o remunerație pentru serviciul prestat.

În cadrul tranzacțiilor de administrare fiduciară efectuate în conformitate cu prevederile capitolului XIV al Codului Civil al Republicii Moldova, fiecare parte, participantă la tranzacție, atât fondatorul administrării (fiduciantul) cât și administratorul fiduciar (fiduciarul), trebuie să separe bunurile date în administrare fiduciară de alte bunuri ale fondatorului administrării, precum și de bunurile administratorului fiduciar. Administratorul fiduciar este obligat să facă public faptul separării bunurilor luate în administrare fiduciară de bunurile sale și să mențină această publicitate. Ca urmare a celor expuse, administratorul fiduciar contabilizează bunurile primite în administrare fiduciară, conform prevederilor Planului de conturi contabile al activității economico-financiare a întreprinderilor¹ în conturile extrabilanțiere, care sunt destinate generalizării informației privind existența și mișcarea activelor, care nu aparțin entității cu drept de proprietate, dar se află temporar în folosință sau la dispoziția acesteia (active materiale închiriate, valori materiale primite în custodie, titluri de valoare, care nu aparțin întreprinderii etc.). În acest scop ar putea fi folosit contul 913 „Active materiale pe termen lung primite în folosință temporară” sau 912 „Active materiale pe termen lung primite în locațiune, arenda operațională (leasing)”.

După cum am menționat, administratorul fiduciar primește patrimoniul doar în administrare și acționează din numele fiduciantului. Această condiție se va considera respectată dacă „la încheierea actului juridic cealaltă parte știa sau trebuia să știe despre faptul că actul juridic este încheiat de administratorul fiduciar în această calitate, or, în actul juridic încheiat în scris s-a introdus, după numele sau denumirea administratorului fiduciar, mențiunea „A.F.”²

¹ Monitorul Oficial al R. Moldova, nr. 093 din 30.12.1997.

² Codul Civil al R.M.

În cazul în care administratorul fiduciar acționează în nume propriu, dar pe contul fiduciantului, în legătură cu o prestare de servicii, conform art. 107 din Codul Fiscal al R.M.¹, se considera ca el însuși a procurat și a prestat serviciile în cauză. Valoarea serviciului procurat de către administratorul fiduciar de la fondatorul administrării constituie valoarea serviciului prestat de către administratorul fiduciar beneficiarului. Prestarea serviciului de administrare fiduciară de către administratorul fiduciar fondatorului administrării constituie livrare de servicii.

În sprijinul celor expuse este și Circulara Inspectoratului Fiscal de Stat nr. 26-2/2-02/1/880 din 18 februarie 2010, privind unele aspecte ce țin de aplicarea TVA, eliberarea facturilor fiscale și modalitatea de completare a Registrelor de procurări și vânzări la efectuarea livrărilor de mărfuri și servicii în cadrul contractelor de administrare fiduciară, care prevede că factura fiscală se eliberează de către fondatorul administrării administratorului fiduciar responsabil de serviciul respectiv, cu indicarea în ea a valorii serviciului prestat de către administratorul fiduciar beneficiarului, inclusiv TVA aferent ei. Ca urmare fondatorul administrării reflectă în registrul de vânzări factura fiscală eliberată pe numele administratorului fiduciar.

Eliberarea facturii fiscale de către fondatorul administrării are loc după primirea de către el a facturii fiscale, eliberate de către administratorul fiduciar pe serviciul de administrare acordat de către el. Obligația fiscală a fondatorului administrării se apreciază reieșind din valoarea totală de realizare a serviciului acordat de administratorul fiduciar consumatorului final.

Aspectele expuse dictează modul de perfectare a documentelor primare pentru tranzacțiile aferente contractului de administrare fiduciară, care, ulterior, vor servi drept bază pentru înregistrările contabile. În situația descrisă administratorul fiduciar primește factura, în baza căreia trebuie să contabilizeze serviciile procurate în administrare fiduciară, la rândul său administratorul fiduciar scrie și eliberează factura beneficiarilor de servicii, care de asemenea este pasibilă contabilizării. Ca rezultat modul de perfectare documentară este stabilit, ulterior urmează să modelăm tratamentul contabil corect al facturilor primite și eliberate, aferente serviciilor administrate.

Standardele naționale de contabilitate nu dezvăluie la moment, prin stipulări clare, modul de contabilizare a operațiunilor specifice contractului de administrare fiduciară pentru ambele părți (fiduciant și fiduciar), în timp ce Codul Fiscal prescrie tratamentul fiscal aferent livrărilor efectuate în cadrul realizării contractului de administrare fiduciară.

O contabilitate corectă se ține exclusiv pe bază de reguli contabile, chiar dacă regulile fiscale prevăd altfel. Însă, deseori, între contabilitate și fiscalitate există divergențe, care apar din variate motive, spre exemplu, în cazul în care la reprezentarea unei tranzacții în rapoartele financiare este preferată nu regula contabilă ci regula fiscală, iar aceasta din urmă distorsionează realitatea tranzacției, sau în cazul în care legislația fiscală prescrie tratamentul fiscal al unor tranzacții, iar în legislația contabilă, tratamentul contabil al acestora lipsește, cum este și cazul contractelor de administrare fiduciară.

Schema modului de contabilizare a operațiunilor ce decurg din contractul de administrare fiduciară poate fi oferită în baza unei analize logice a faptelor vieții economice și a raționamentului profesional, neignorând și modul de perfectare documentară stipulat de prevederile Codului Fiscal (art.117prim, aliniatul 8).

Ținând cont de faptul că contractul de administrare fiduciară, în situația analizată, reprezintă forma juridică de realizare a parteneriatului public privat, fondatorul administrării, adică fiduciantul este considerat o autoritate publică, care, în conformitate cu prevederile art.51 din Codul Fiscal al R.M., este scutit de impozite, ca urmare nu este înregistrat în calitate de plătitor de TVA, respectiv acesta va emite către administratorul fiduciar o factură de expediție cu indicarea în ea a valorii serviciului prestat de către administratorul fiduciar beneficiarului. La rândul său administratorul fiduciar va elibera, din numele său, factura de expediție pentru consumatorii finali, iar pentru fiduciant, factura fiscală la valoarea serviciilor de administrare fiduciară, deoarece acestea se califică ca servicii impozitate cu TVA.

Prevederile art. 6 al S.N.C. 18 stipulează că, „venitul este afluxul global de avantaje economice în cursul perioadei de gestiune, rezultat în procesul activității ordinare a întreprinderii sub formă de majorare a activelor sau diminuare a datoriilor care conduc la creșterea capitalului propriu,

¹ www.fisc.md

cu excepția sporurilor de la contribuțiile proprietarilor întreprinderii”¹. De asemenea standardul în cauză stipulează prin art. 7 că „... în componența venitului nu se includ sumele încasate în numele terțelor persoane, cum sunt, de exemplu, taxa pe valoarea adăugată, accizele, încasările globale obținute de întreprindere din însărcinarea organizațiilor terțe din comercializarea produselor sau mărfurilor acestora, deoarece aceste sume nu reprezintă un avantaj economic al întreprinderii și nu influențează capitalul propriu al acesteia”². Din cele expuse reiese că în baza facturilor emise de administratorul fiduciar beneficiarilor săi acesta nu poate înregistra venit, deoarece nu corespunde definiției veniturilor. Încasările pentru serviciile acordate de fiduciant și încasate de administrator din numele fiduciantului, nu aparțin administratorului fiduciar, dar aparțin fiduciantului, și administratorul fiduciar are obligația de a transfera sumele date fiduciantului. Deci, conform prevederilor standardului nominalizat mai sus aceste încasări se califică drept sume încasate în numele terțelor persoane.

Pentru a nu denatura veniturile administratorului fiduciar și a respecta întocmai prevederile S.N.C. 18 „Venitul” propunem ca procurarea și livrarea serviciului administrat în contabilitatea administratorului fiduciar să fie înregistrat la un cont intermediar, fie 815 sau 817 (figura 1).

În cadrul raporturilor dintre fiduciant și fiduciar se stabilesc niște legături interne determinate, exclusiv, de cadrul contractual existent între ei. Fiind calificată activitatea fiduciarului ca o activitate de prestare a unui serviciu, ea urmează a fi remunerată din partea fiduciantului în condițiile în care această obligație a fost stabilită prin contract. Calculul remunerației, de regulă, se stabilește în contract în dependență de voința părților. Conform prevederilor contractului administratorul va emite factura fiscală în adresa fondatorului administrării pentru serviciile de administrare. În baza facturii va recunoaște venitul din administrarea fiduciară, conform prevederilor SNC 18.

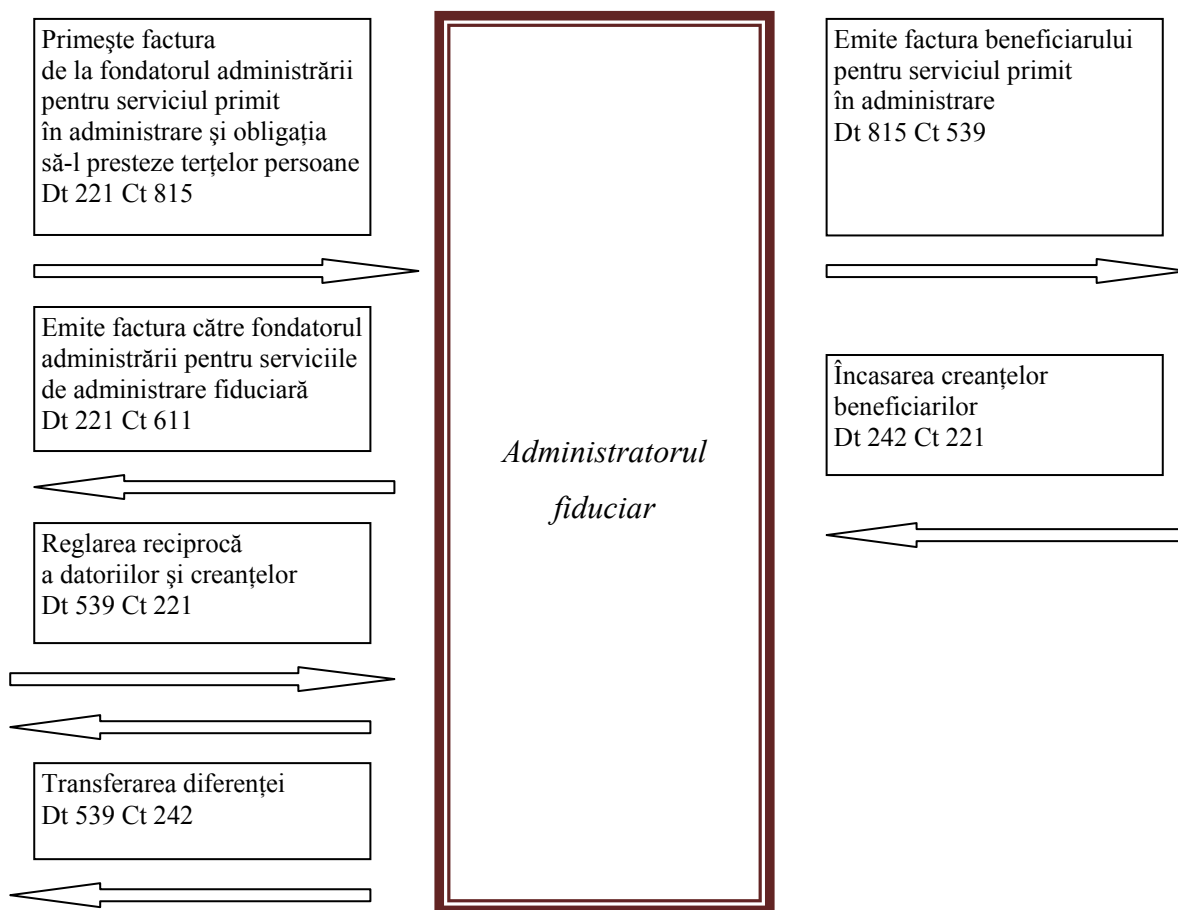


Figura 1. Formulele contabile propuse pentru înregistrarea operațiunilor aferente contractului de administrare fiduciară la administratorul fiduciar

¹ SNC 18 „Venitul”, www.minfin.md

² www.minfin.md

Bibliografie:

1. Legea nr. 179 din 10.07.2008 cu privire la parteneriatul public-privat /Monitorul Oficial al RM nr. 165-166 din 02.09. 2008
2. Codul Civil al Republicii Moldova nr. 1107 din 06.06.2002/ Monitorul Oficial al RM nr. 82-86 din 22.06.2002
3. Codul Fiscal al Republicii Moldova nr. 1163 din 24.04.1997/ Monitorul Oficial al Republicii Moldova din 08.02.2007, ediție specială
4. Legea contabilității nr. 113-XVI din 27.04.2007/Monitorul Oficial al RM nr. 90-93/399 din 29.06.2007
5. Standardele Naționale de Contabilitate (S.N.C.)/www.minfin.md
6. Comentariile la S.N.C. /www.minfin.md
7. Standardele Internaționale de Raportare Financiară/ www.minfin.md

DILEMELE PRINCIPILOR CONTABILE

*Prof. univ. Nicolae Tabără, Univ. „A.I.Cuza”, Iași
Conf. univ., Aliona Bîrcă, ASEM*

Economy's globalization supposes the attraction of investments on the financial market from all over the world, that is why it is necessary that enterprises financial statements be drawn up in accordance with the same norms.

The operations of the International Accounting Standards Board (IASB) comprises the elaboration of general accounting norms for the purpose of uniting accountants from all over the world. Domestic accounting faces a series of problems in the process of transition to International Standards of Financial Reporting and especially:

- *revision of present National Accounting Standards;*
- *lack of evaluation standards;*
- *small bussines sector;*
- *non recognition by fiscal legislation of evaluating results.*

Importanța informației contabile crește odată cu nivelul de dezvoltare economică a unei țări. Una din condițiile esențiale, în procesul aderării la structurile europene, constituie creșterea nivelului de trai al populației în contextul unei dezvoltări durabile a economiei. Prin urmare, contabilitatea este acea știință care oferă informații economice utilizatorilor interni și externi cu privire la situațiile financiare ale entităților economice la un moment dat.

Imaginea fidelă este acel concept, care le-a impus entităților economice europene abordarea contabilității prin prisma principiilor contabile fundamentale. Totuși, nu trebuie de confundat imaginea fidelă cu principiile și normele contabile. Unii savanți susțin că imaginea fidelă este un obiectiv de atins, și nu un principiu, care vizează adevărul contabil. Cu alte cuvinte informația contabilă, culeasă din documentele primare, trebuie prelucrată în conformitate cu prevederile principiilor și normelor contabile, pentru a prezenta o informație reală și corectă.

Principiile contabile sunt **definite** ca o totalitate de reguli și noțiuni de bază ale științei contabilității, prezentate din punct de vedere teoretic. Totuși, dacă realizăm o analiză a principiilor contabile în diferite țări, observăm că toate țările sunt obligate să respecte anumite reguli generale, denumite în mod diferit de la țară la țară, iar esența lor este practic aceeași.

Asigurarea unei informații financiar-contabile de calitate este fără îndoială indispensabilă, dar nu și utilă, dacă nu este prelucrată în baza unor reguli generale practicate de toate țările. În acest sens vom analiza în continuare modalitatea de prezentare a regulilor contabile generale prezentate în Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS).

1. Caracteristicile calitative ale Cadrului contabil general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare

Trăsăturile calitative ale situațiilor financiare constituie elementul esențial care transformă realitatea economică în informație economică utilă. Cele patru condiții de bază ale caracteristicilor calitative nu sunt suficiente în cadrul procedurii de prelucrare a informației contabile, de aceea s-au mai preconizat și alte caracteristici suplimentare ca: prudența, prioritatea conținutului asupra formei, neutralitatea etc. În teoria contabilă caracteristicile suplimentare sunt ridicate la rang de principiu, iar respectarea acestora este obligatorie. Fiecare dintre aceste principii își are destinația sa, însă principiul prudenței este acel element care ghidează faptele eventuale generate de: riscuri, incertitudini, depreciere, cheltuieli eventuale.

Întocmirea situațiilor financiare prin aplicarea trăsăturilor calitative ale *IFRS*, de regulă, permite reflectarea unei abordări autentice și exacte a informației economice (figura 1).

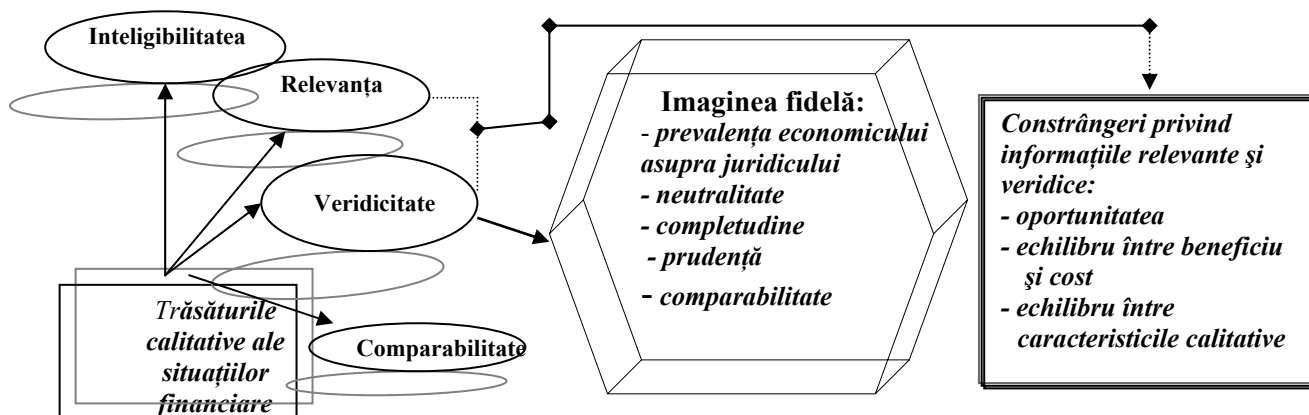


Figura 1. Realizarea echilibrului decizional ca urmare a trăsăturilor calitative ale situațiilor financiare

Informațiile din situațiile financiare sunt *inteligibile* atunci când se anticipează, în mod rezonabil, că utilizatorii le înțeleg sensul. În acest context, se presupune că utilizatorii au suficiente cunoștințe despre activitățile entității economice și mediul în care aceasta operează și că doresc să studieze operațiile. Totodată, informația din situațiile financiare trebuie să fie *relevantă* pentru utilizatori, adică să poată fi folosită în evaluarea evenimentelor trecute, prezente și viitoare. Relevanța și credibilitatea impune respectarea următoarelor condiții suplimentare, și anume:

✚ *oportunitatea*: dacă există o întârziere exagerată în situații, informațiile ar putea pierde din relevanță. Pentru a oferi informațiile pe o bază oportună, uneori poate apărea necesitatea de a realiza raportarea înainte ca toate aspectele unei tranzacții să fie cunoscute, afectând astfel veridicitatea. Dimpotrivă, dacă data raportării este amânată până când sunt cunoscute toate aspectele, informațiile pot fi foarte credibile, dar puțin utile utilizatorilor, care trebuie să ia decizii în baza informațiilor interimare;

✚ *echilibrul între beneficiu și cost*: beneficiile derivate din informații trebuie să depășească costurile furnizării acestora. Evaluarea beneficiilor și costurilor este totuși, în special, o problemă de raționament. Mai mult chiar, costurile sunt suportate întotdeauna de acei utilizatori, care se bucură de beneficii. De beneficii se pot bucura și utilizatori diferiți de cei, pentru care informația a fost întocmită. Din aceste motive este dificil să se aplice testul beneficiu-cost în fiecare caz;

✚ *echilibrul între caracteristicile calitative*: în practică, o echilibrare sau un compromis între caracteristicile calitative este adesea necesară. În general, scopul este, adesea, atingerea unui echilibru corespunzător între caracteristici, pentru a atinge obiectivele situațiilor financiare. Importanța relativă a caracteristicilor în diferite cazuri este o problemă de raționament profesional.

O informație se consideră veridică (credibilă) dacă nu este afectată de erori semnificative, iar utilizatorii pot avea încredere că reprezintă fidel ceea ce își propun să reprezinte sau se așteaptă în mod rezonabil să reprezinte. *Veridicitatea* impune prezentarea unei informații fidele. Informația este prezentată fidel, când întrunește următoarele cerințe: *prevalența economicului asupra juridicului*, *neutralitate*, *completudine*, *prudență*, *comparabilitate*.

➤ **prevalența economicului asupra juridicului:** dacă informația reprezintă fidel tranzacțiile și alte evenimente pe care își propun să le reprezinte, este necesar ca ele să fie contabilizate și prezentate în conformitate cu realitatea economică și nu numai în forma juridică. Forma economică a tranzacțiilor și a evenimentelor nu este întotdeauna în concordanță cu forma lor juridică;

➤ **neutralitatea:** informația este neutră dacă nu este influențată. Situațiile financiare nu sunt neutre dacă informațiile pe care le conțin au fost selectate sau prezentate într-un mod special făcut să influențeze luarea unor decizii sau realizarea unui raționament pentru a obține un rezultat predeterminat;

➤ **completitudinea:** informațiile din situațiile financiare trebuie să fie complete, în limitele pragului de semnificație și ale costului;

➤ **prudența:** reprezintă includerea unui anumit grad de precauție în efectuarea raționamentelor necesare pentru a face estimările în condiții de incertitudine, cum ar fi acelea că activele sau veniturile nu sunt supraevaluate, iar datoriile sau cheltuielile nu sunt subevaluate;

➤ **comparabilitatea:** informațiile din situațiile financiare sunt comparabile atunci când utilizatorii pot identifica asemănările și deosebirile dintre ele. Comparabilitatea se aplică la:

- ✚ compararea situațiilor financiare ale diferitor entități;
- ✚ compararea situației financiare ale aceleiași entități pe perioade diferite de timp.

2. Esența principiilor contabile franceze

La data de 30 aprilie, anul 1983 în Codul Comercial al Franței au fost modificate articolele 8-17 prin introducerea unui obiectiv fundamental, și anume: „...Conturile anuale trebuie să fie corecte, sincere și să dea o imagine fidelă a patrimoniului, a situației financiare și a beneficiului întreprinderii.....Dacă, într-un caz excepțional, aplicarea unei prevederi contabile se dovedește improprie pentru prezentarea fidelă a patrimoniului, a situației financiare sau a rezultatului, trebuie făcută o derogare pentru acel caz” [3; p.44]

Din afirmația de mai sus se observă că noțiunea de imagine fidelă a apărut cu mult înainte de anul 2005, când contabilitatea franceză a început să utilizeze Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS). Acest obiectiv fundamental al imaginii fidele nu este altceva decât o traducere a expresiei englezești „true and fair view”. Noțiunea de imagine fidelă (figura 2) poate fi comparată cu o „super sinceritate” și permite entităților franceze, în cazuri excepționale, derogarea de la reguli. Imaginea fidelă, ca obiectiv fundamental, conține și două obiective specifice: *sinceritatea* care prevede aplicarea cu bună-credință a legilor și regulamentelor și *corectitudinea* utilizării prevederilor enumerate în actele legislative și normative în vigoare.

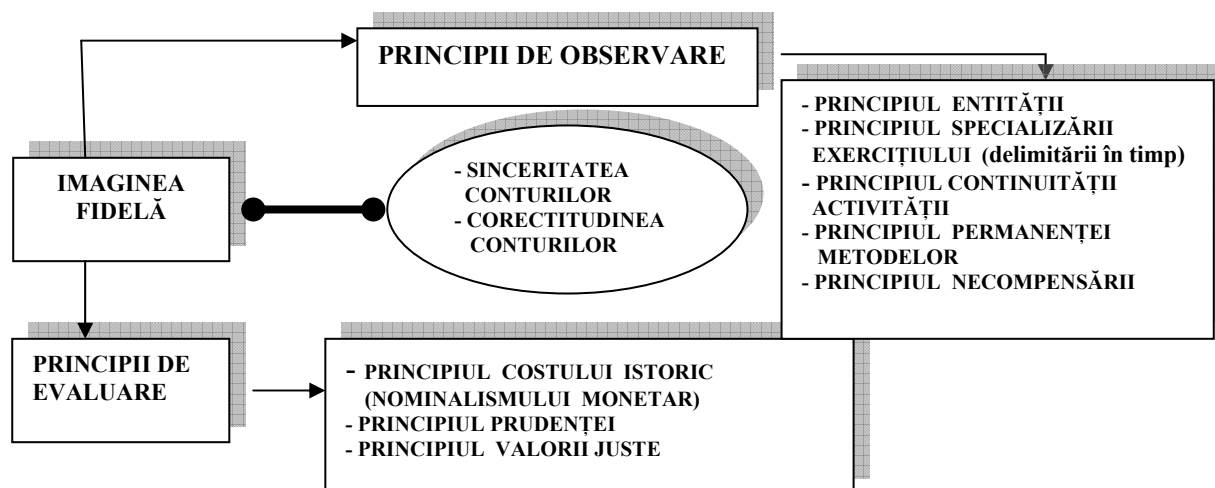


Figura 2. Corelația între imaginea fidelă și principiile contabile

Investigarea principiilor contabile franceze, prin prisma imaginii fidele (figura 2), presupune analiza celor două ramuri legate reciproc între ele, și anume: principiile de observare și principiile de evaluare.

Principiul entității (entity principle) constituie primul component al principiilor de observare și prevede o delimitare convențională, la întocmirea situațiilor financiare, între contabil și proprietari.

În procesul elaborării și utilizării politicii de contabilitate, metodele și tehnicile de prelucrare a informației economice trebuie să fie independente de proprietarii respectivi. Remarcăm că acest principiu este caracteristic economiei capitaliste.

Principiul specializării exercițiului prevede delimitarea activității economice în anumite perioade. De regulă, aceste perioade sunt egale și au o durată de 12 luni în toate țările lumii. Totuși, există țări în care anul calendaristic nu coincide cu anul contabil. În Franța, articolele 8 și 5 ale Codului Comercial prevăd următoarele: „Întreprinderea trebuie să controleze prin inventar, cel puțin o dată la 12 luni existența și valoarea elementelor active și pasive ale patrimoniului întreprinderii. Ea trebuie să stabilească conturile anuale la închiderea exercițiului în vederea angajamentelor contabile și a inventarului. Aceste conturi anuale includ bilanțul, contul de rezultate și o anexă...” [3; p.46].

Prin urmare, se observă că statul francez, prin intermediul actelor legislative și normative, impune entităților economice o delimitare strictă a perioadei de gestiune.

În articolul 14 al Codului Comercial se prevede ca „Pentru întocmirea conturilor anuale, comerciantul, persoană fizică sau juridică, se presupune că își continuă activitatea” [3; p.47]. Prin urmare se observă că *principiul continuității activității* are o conexiune directă cu celelalte principii, mai ales cu principiile de evaluare, spre exemplu în cazul când activitatea economică decurge în ritm normal valoarea producției în curs de execuție poate fi mult mai mare, decât în cazul lichidării când poate fi și nulă. Acest principiu influențează și alte procese contabile cum ar fi:

- calculul amortizării;
- recunoașterea provizioanelor pentru depreciere;
- recunoașterea provizioanelor pentru riscuri și cheltuieli etc.

Teller, încă în anul 1995, afirma că trebuie să se inventeze o contabilitate pentru o lume, în care riscurile de discontinuitate au devenit multiple și care să știe să dea socoteală pentru aceste riscuri, lucru pe care contabilitatea actuală îl realizează foarte rău [2; p.78].

Principiul permanenței metodelor prevede ca în cursul anului contabil metodele și tehnicile contabile utilizate în prelucrarea informației economice, să nu fie modificate decât în cazuri excepționale. În Codul Comercial se menționează că se admite o schimbare, numai în cazul, când prescripțiile contabile existente se dovedesc improprii pentru redarea unei imagini fidele.

Principiul necompensării prevede următoarele reguli, și anume:

- activele și pasivele trebuie evaluate separat;
- activele și pasivele nu trebuie compensate una cu alta;
- veniturile și cheltuielile nu trebuie compensate una cu alta;
- bilanțul la începutul perioadei trebuie să corespundă cu bilanțul de la sfârșitul perioadei precedente.

Spre exemplu entitatea economică „WETA” procură marfă în sumă de 300 000 lei de la entitatea „GAMA”. În aceeași perioadă entitatea economică „GAMA” beneficiază de servicii prestate de entitatea „WETA” în sumă de 250 000 lei. Prin urmare, în cadrul contabilității entității „WETA” se vor recunoaște datorii în sumă de 300 000 lei și creanțe în sumă de 250 000 lei, dar nu numai datorii în sumă de 50 000 lei.

Referitor la neadmiterea compensării veniturilor cu cheltuielile respective. Admitem că entitatea economică „R&R” procură marfă în sumă de 500 000 lei, pe care o vinde cu 900 000 lei. În acest caz, veniturile de 900 000 lei sunt recunoscute în momentul vânzării, concomitent cu cheltuielile de 500 000 lei, dar nici într-un caz diferența de 400 000 lei.

Principiile de evaluare nu sunt altceva decât regulile utilizate la determinarea valorii bunurilor economice. Pèrochon susține că contabilitatea constituie o proiecție a întreprinderii în planul valorilor.

Principiul costului istoric deși prevede ca valoarea de intrare a bunurilor să fie menținută pe întreaga perioadă a activității economice, totuși practica contabilă a demonstrat că acest principiu nu este eficient în cazul când are loc inflația. Apariția principiului prudenței a avut rolul de a înlătura unele erori admise de principiul costului istoric, recunoscând numai diminuările de valoare (fig.3).

Principiul prudenței: analiza definiției principiului prudenței din Cadrul contabil general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare ale IFRS și compararea acesteea cu cea din contabilitatea franceză a demonstrat faptul că nu există diferențe de concepte. Bernard Colasse formulează două reguli care derivă din conținutul principiului prudenței:

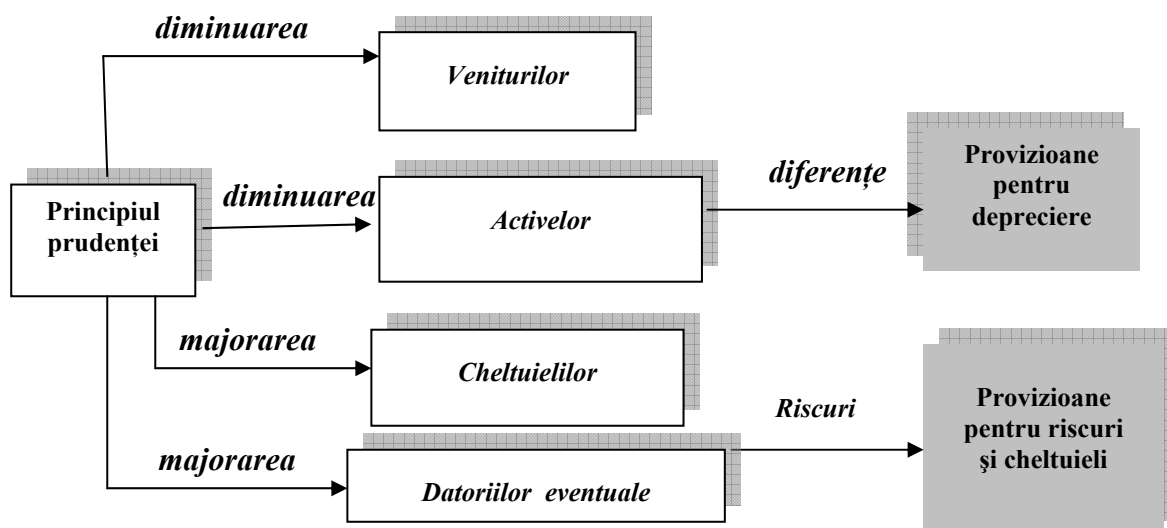


Figura 3. Analiza grafică a principiului prudenței

- ⇒ diminuările de valoare ale activelor, în raport cu valoarea de intrare, din moment ce apar ca probabile, trebuie contabilizate ca provizioane pentru depreciere. Scopul recunoașterii provizioanelor pentru depreciere constă în readucerea valorii de intrare a unui activ la valoarea sa de piață sau de utilitate. Regula generală presupune alegerea celei mai mici sume dintre valoarea venală și valoarea de intrare;
- ⇒ riscurile probabile, generate de evenimentele viitoare, susceptibile să genereze modificări de valoare ale elementelor patrimoniale, justifică crearea provizioanelor pentru riscuri și cheltuieli [1; p. 55].

Aceste afirmații sunt binevenite, dar apare întrebarea – cum se procedează în situațiile când valoarea de piață (valoarea de utilitate) este mai mare ca valoarea de bilanț? Ținând cont de cerințele principiului prudenței, contabilitatea trebuie să recunoască numai diferențele de valoare în minus (valoarea de bilanț este mai mare ca valoarea venală). Prin urmare, situațiile financiare pot să ascundă considerabile plus-valori, dând activității economice o nuanță pesimistă.

În România, ca de altfel și în celelalte țări ale Europei de Vest ca: Germania, Franța, Italia, Spania, Belgia, prudența este unul dintre cele mai utilizate principii. Însă, nu trebuie de neglijat faptul, că temeiul principiului prudenței este evaluarea bazată pe valoarea de intrare (costuri istorice), prin urmare, datele din situațiile financiare sunt rezultatul activității trecute ale întreprinderii.

3. Corelația principiilor contabile franceze cu Standardele Internaționale de Raportare Financiară

Soluționarea acestor probleme poate fi realizată prin aplicarea prevederilor *Cadrului contabil general de întocmire și prezentare a situațiilor financiare ale IFRS*, unde se menționează că utilizarea principiului prudenței nu justifică crearea rezervelor ascunse, astfel contabilii trebuie să fie foarte precauți din următoarele motive:

⇒ dacă elementele patrimoniale nu sunt evaluate, atunci se încalcă prevederile *IAS 29 „Raportele financiare în economiile hiperinflaționiste”* și *IAS 36 „Deprecierea activelor”*. Totodată, dacă eventualele incertitudini nu vor fi prevenite, există probabilitatea suportării unor mari pierderi în viitor;

⇒ pe de altă parte, constituirea provizioanelor excesive duce la apariția unor rezerve latente, adică bilanțul contabil poate ascunde importante plusvalori.

În asemenea context a apărut cel de al treilea principiu contabil francez de evaluare, numit principiul valorii juste (*fair value*), prevestind o trecere de la prudența contabilă din secolul al XIX-lea la o contabilitate bazată pe capitalismul financiar și entități economice acționariale.

Valoarea justă, potrivit IASB, reprezintă prețul la care un activ ar putea fi schimbat sau un pasiv, decontat între două părți competente, independente și care acționează fără nici un fel de constrângeri.

IAS 36 „Deprecierea activelor” recomandă că în cazul când nu poate fi determinată valoarea de piață, atunci se recurge la determinarea valorii de utilitate sau a valorii recuperabile.

Valoarea recuperabilă reprezintă noua valoare a activelor depreciate, cu care se vor înregistra în bilanțul contabil și se determină ca maximum dintre valoarea de utilitate și valoarea venală. Dificultățile determinării valorii de recuperare țin de situațiile când informația existentă nu permite determinarea valorii venală, adică la baza valorii de recuperare va sta valoarea de utilitate. Ea este o mărime influențată de doi factori, însă ponderea acestor factori domină în funcție de destinația activului; activele destinate pentru vânzare vor fi evaluate la prețul net de vânzare, în timp ce activele utilizate în activitatea economică proprie vor avea la bază valoarea de utilitate.

Concluzie:

Aparent, principiile contabile sunt niște reguli teoretice, însă investigațiile de mai sus au demonstrat faptul că în spatele acestor reguli generale se află niște probleme fundamentale cu care se confruntă nu numai Republica Moldova, România sau Franța, ci întreaga lume. Probabil, dacă valoarea acțiunilor cotate la bursele de valori internaționale ar fi fost evaluate cu un grad de prudență mai mare, criza economică mondială provocată în ultimii ani ar fi fost evitată.

Bibliografie:

1. Colasse, B. *Contabilitatea generală*. Traducere de N. Tabără. Iași: Editura „Moldova”, 1995.
2. Colasse, B. *Fundamentele contabilității*. Traducere de N. Tabără. Iași: Editura Tipografică Moldova, 2009, 192 p.
3. Lande, E. Gonthier, M. *Contabilitate financiară aprofundată*. București: Editura „Economică”, 2002, 416 p.
4. Ristea M. (coord.) *Ghid pentru înțelegerea și aplicarea Standardelor Internaționale de Contabilitate – IAS 36 „Deprecierea activelor”*. București: Editura „CECCAR”, 2004, 567 p.
5. *Standardele Internaționale de Raportare Financiară (IFRS) 2005*, București: Editura „CECCAR”, 2005, 2422 p.

PLANIFICAREA MISUNILOR DE AUDIT INTERN

Conf. univ. dr. Lidia Cauș, ASEM
Conf. univ. Dr. Angela Popovici, ASEM

The internal auditors are expected to provide recommendations for improvement in those areas where opportunities or deficiencies are identified based on National Internal Audit Standards. Internal Auditing is an independent, objective assurance and consulting activity designed to add value and improve an organization's operations. It helps an organization accomplish its objectives by bringing a systematic, disciplined approach to evaluate and improve the effectiveness of risk management, control, and governance processes. In this article are exposed to the planned of internal auditing in organizations to the stipulations of the National Standards on Internal Auditing, which will lead to the providing of some true and objective information to information users.

Auditul intern reprezintă o activitate independentă și obiectivă, care oferă entității asigurarea unui grad de control asupra operațiunilor, o îndrumă în ceea ce privește îmbunătățirea operațiunilor și contribuie la adăugarea unui plus de valoare acestora, ajută entitatea în atingerea obiectivelor, evaluând, printr-o abordare sistematică și metodică, procesele de management al riscurilor, de control și de guvernare a instituției, cu propuneri de consolidare a eficacității lor.

În activitatea sa auditorii interni se bazează pe următoarele acte normative specifice domeniului: Standarde Naționale de Audit Intern (SNAI); Codul etic al auditorilor interni; Carta de audit intern; Norme metodologice privind activitatea de audit intern, în special Norme metodologice pentru implementarea auditului intern în sectorul public (NMAISP); alte acte normative în domeniul auditului

intern; instrucțiuni proprii de aplicare a normelor metodologice privind activitatea de audit intern, ținând cont de specificul entităților.

Unitatea de audit intern este responsabilă de asigurarea și consultarea, evaluarea eficacității sistemului de management financiar și control intern al entității și oferirea recomandărilor pentru îmbunătățirea acestuia. Prin oferirea serviciilor de asigurare și consultanță, rolul auditului intern este de a asista managementul în evaluarea și ameliorarea proceselor de guvernare, control și management al riscurilor, menite să asigure atingerea obiectivelor instituției și gestionarea adecvată a riscurilor. Astfel, conducătorii unităților de audit intern trebuie să gestioneze în mod eficient activitatea de audit, dat fiind faptul că resursele de audit intern sunt limitate și trebuie orientate spre domeniile cele mai importante. De aici, rezultă necesitatea planificării adecvate a activității unității de audit intern.

Planificarea în cadrul activității de audit intern cuprinde două etape: planificarea generală și planificarea detaliată. Planificarea generală cuprinde elaborarea planului strategic pentru unitatea de audit intern și planului anual al activității de audit intern. Planificarea detaliată cuprinde elaborarea programelor de lucru al misiunilor de audit intern cu identificarea principalelor obiective de audit necesare de realizat. În acest articol vom studia etapa a doua privind planificarea misiunilor de audit intern.

Misiunea de audit intern, în conformitate cu prevederile cap.IV „Standarde de funcționare” ale SNAI, include patru etape de bază: planificarea misiunii, realizarea misiunii, comunicarea rezultatelor misiunii, monitorizarea evoluției misiunii. Pentru gestionarea eficientă a unei misiuni de audit intern, conducătorii unităților de audit intern la alocarea resurselor pentru cele patru elemente principale ale misiunii de audit, pun accent pe etapa de planificare. Astfel, etapa de planificare constituie aproximativ 30 la sută din întregul volum de muncă necesar pentru realizarea acesteea. Următoarea etapă de realizare a misiunii cuprinde 50 la sută din volumul total de lucru, iar pentru întocmirea raportului de audit și monitorizare se alocă câte 10 la sută din acest volum.

Auditorii interni planifică misiunea de audit în conformitate cu regulile SNAI 2200 „Planificarea misiunii” și SNAI 2201 „Considerații referitoare la planificare”. Aspectele de bază, privind planificarea misiunilor de audit intern, sunt desfășurate în cadrul NMAISP 4 „Planificarea misiunilor de audit intern”.

Activitatea de planificare este necesară pentru a identifica principalele obiective de audit, care urmează a fi realizate în timpul misiunii și modalitatea în care acestea vor fi testate în baza unui program de lucru al misiunii de audit. La stabilirea obiectivelor misiunii de audit, auditorii interni se ghidează de prevederile SNAI 2210 „Obiectivele misiunii”, care sunt convenite cu conducătorul unității de audit intern și confirmate de entitățile auditate. Obiectivele misiunii sunt formulate ținând cont de natura, funcțiile specifice și circumstanțele domeniului auditat.

SNAI 2200 „Planificarea misiunii” prevede că auditorii interni elaborează și înregistrează câte un plan pentru fiecare misiune, care include aria de aplicabilitate, obiectivele, calendarul și alocarea resurselor. Etapele principale ale procesului de planificare sunt identice atât pentru misiunile de asigurare, cât și pentru misiunile de consiliere. Misiunile de asigurare evaluează mai detaliat controlul intern, dar acesta se analizează și în timpul misiunilor de consiliere. Misiunile de audit intern pot fi efectuate atât de către un serviciu centralizat de audit intern, cât și de unitățile de audit intern din cadrul entităților publice.

Procesul de planificare al unei misiuni de audit constă din patru etape principale, după cum urmează: activități inițiale; planificarea preliminară; organizarea ședinței preliminare și perfectarea procesului verbal al acestei ședințe; programul de lucru al misiunii de audit.

În cadrul *activităților inițiale* se includ subetapele: stabilirea titlului misiunii de audit intern, determinarea membrilor echipei de audit intern, chestiuni organizatorice și perfectarea ordinului cu privire la efectuarea misiunii de audit intern.

Inițierea și pregătirea misiunii începe cu determinarea titlului misiunii de audit intern, care se stabilește reieșind din cerințele SNAI 2220 „Aria de aplicabilitate a misiunii”. Titlul misiunii descrie succint și explicit domeniul general de aplicare al auditului și principalele obiective ale acesteia, precum și reflectă acordul la care a ajuns conducerea entității și persoanele responsabile de realizare a misiunii de audit intern. Titlul misiunii se stabilește în timpul elaborării planului anual al activității de audit intern, iar șeful echipei de audit intern analizează corespunderea și consecvența acestuia.

Conducătorul unității de audit intern determină resursele necesare pentru realizarea obiectivelor misiunii de audit. Membrii echipei de audit intern implicați în misiunea de audit se stabilesc în

conformitate cu regulile SNAI 2230 „Resursele alocate misiunii”. La determinarea resurselor necesare pentru realizarea misiunii de audit conducătorul unității de audit intern:

- a) analizează cunoștințele și competențele necesare pentru efectuarea misiunii de audit;
- b) determină numărul de auditori și nivelul experienței membrilor echipei;
- c) desemnează șeful echipei de audit, care trebuie să dispună de autoritate, abilități, aptitudini manageriale și legitimitate pentru efectuarea misiunii de audit;
- d) angajează resurse externe, dacă sunt necesare cunoștințe și competențe suplimentare;
- e) determină necesarul de cheltuieli pentru realizarea misiunii de audit.

În Republica Moldova componența echipei de audit depinde de tipul misiunilor de audit intern, care pot fi de trei tipuri: *descentralizate, centralizate și comune*. Astfel, auditul intern poate fi efectuat pe deplin de către unitatea de audit, Serviciul control financiar și revizie (SCFR) sau poate fi efectuat audit comun.

În scopul realizării misiunii de audit se emite ordinul cu privire la efectuarea misiunii de audit, care conferă autoritate oficială pentru derularea auditului. Acest ordin specifică: domeniul de aplicare și locul efectuării auditului; componența echipei de audit; nivelul de raportare și persoana responsabilă; datele concrete de prezentare a versiunii preliminare și finale ale raportului de audit; rolul și responsabilitățile auditorilor și conducerii SCFR pe parcursul misiunii.

Planificarea preliminară a misiunii de audit intern se efectuează în conformitate cu cerințele SNAI 2201 „Considerații referitoare la planificare”, care constă în colectarea informațiilor cu privire la activitățile auditate, fără verificarea detaliată a acestora. Faza de planificare preliminară oferă echipei de audit intern obținerea cunoștințelor despre domeniul auditat, identificarea sistemelor și proceselor principale, evaluarea preliminară a riscurilor. Rezultatul principal al planificării preliminare constă în confirmarea ariei de aplicabilitate a misiunii de audit, adică titlul și fezabilitatea acesteia. Activitatea de planificare preliminară este condusă de șeful echipei de audit.

Tehnicile utilizate la colectarea datelor și informațiilor pot fi: interviuarea angajaților entității auditate și părților cointeresate; observații și examinări la fața locului; analiza documentelor și rapoartelor; proceduri analitice; elaborarea diagramelor proceselor și chestionarelor de control intern; verificarea integrală pentru precizarea funcționării proceselor etc. În acest sens vor fi consultate anumite surse de informații: acte normative și legislative relevante domeniului auditat; statutul entității auditate; organigrama entității; documente justificative ale operațiunilor și obiectivelor entității; rapoarte financiare, fiscale și statistice; rapoarte preliminare; rapoarte interne de activitate; rapoarte de audit intern și extern; rapoarte de inspecție; informații externe din rapoarte publice și presă; evaluări interne și externe; evenimente, proiecte și planuri specifice etc.

La ședința de deschidere se abordează procesele principale de examinare și domeniul de aplicare a acestora, riscurile semnificative ale obiectivelor operaționale, principalele proceduri de control intern folosite pentru a atenua riscurile semnificative. Pregătirea prealabilă pentru ședința de deschidere constă în identificarea problemelor, ce vor fi discutate și, ulterior, rezolvate în cadrul ședinței cu personalul entității auditate. Înainte de ședința de deschidere auditorii expediază o scrisoare de informare către entitatea auditată pentru a stabili data desfășurării acesteia. La scrisoare se anexează agenda ședinței de deschidere, cu subiectele esențiale ce vor fi puse în discuție în cadrul ședinței. Scopul ședinței de deschidere este începerea misiunii de audit, explicarea modului de realizare a misiunii, convenirea asupra principalilor intervievați și graficului auditului. Pentru a realiza cu succes această ședință este necesară o bună pregătire și planificare prealabilă.

În rezultatul acestei ședințe auditorii întocmesc *procesul verbal al ședinței de deschidere*, care descrie explicit ce va cuprinde auditul și reprezintă o declarație oficială a subiectelor discutate și convenite în timpul ședinței cu personalul entității auditate. Acest proces verbal include: domeniul de aplicare al auditului; obiectivele operaționale ale sistemului supus auditului; principalele riscuri identificate în timpul ședinței; obiectivele de audit; principalele activități ale auditului și metodele de audit care vor fi utilizate; termenii stabiliți pentru prezentarea versiunii preliminare și finale a raportului de audit; persoanele de contact. Acest proces este aprobat de către conducătorul unității de audit intern și remis entității auditate. Elementele respectivului proces sunt examinate de auditori în cadrul realizării misiunii de audit.

Domeniul de aplicare al misiunii de audit este reflectat în titlul misiunii și este stabilit în cadrul exercițiilor de planificare anuale și strategice. Ședința de deschidere are scopul de a explica modul de desfășurare a misiunii de audit și de a stabili limitele exacte ale activităților efectuate în timpul

auditului, ceea ce va evita dezacordurile la sfârșitul misiunii. În așa fel, documentarea obiectivelor operaționale ale sistemului auditat asigură faptul că nu există dezacorduri cu conducerea entității auditate în vederea obiectivelor activității sau sistemului supus auditului. Obiectivele operaționale trebuie formulate clar și simplu, fără nici o posibilă alternativă de interpretare greșită. Acestea trebuie să fie măsurabile, realiste, posibile de atins, acordate cu clientul și planificate în timp.

O parte importantă a ședinței de deschidere constă în discutarea riscurilor, deoarece conducerea entității auditate cunoaște mai bine nivelul riscurilor entității. Astfel, în procesul verbal al ședinței de deschidere sunt reflectate principalele riscuri ale sistemului și activității auditate.

Pe parcursul etapei de lucru în teren auditorii pot utiliza următoarele metode de audit: interviuri; analiza documentației; verificarea anumitor calcule sau etape; contrapunerea documentelor, informațiilor, bazelor de date, rapoartelor, etc.; confirmări la fața locului ce țin de sisteme și active; analiza sistemelor automatizate, etc. Metodele de audit utilizate de auditori în cadrul misiunii trebuie discutate pentru a evita afirmațiile ulterioare ale entității cu privire la insuficiența probelor de audit colectate pentru atingerea obiectivelor auditului și minimizarea cheltuielilor pentru efectuarea misiunii de audit. Spre exemplu, personalul entității utilizează timp pentru a oferi date și informații auditorilor, oferind răspunsuri la interpelările de audit și participând la interviuri. Informarea în prealabil despre volumul de lucru și discuțiile cu personalul entității auditate la etapa de planificare va preveni viitoarele neînțelegeri din partea angajaților entității în contextul solicitărilor auditorilor.

În procesul verbal al ședinței de deschidere conducătorul entității auditate indică o persoană relevantă pentru a fi contactată în timpul realizării misiunii de audit, care va stabili întâlniri, va acorda acces la sistemele computerizate, etc. La această etapă auditorii vor realiza un grafic de organizare a interviurilor. Aspectul final al ședinței de deschidere constă în convenirea părților implicate în procesul auditului asupra unui program de lucru al misiunii de audit și datelor planificate pentru prezentarea versiunii preliminare a raportului de audit.

Auditorii interni ulterior elaborează *programul de lucru al misiunii de audit*, care permite îndeplinirea obiectivelor misiunii în conformitate cu prevederile SNAI 2240 „Programul de lucru al misiunii”. Programul dat oferă tuturor membrilor echipei de audit indicații clare cu privire la obligațiile acestora în cadrul misiunii de audit și perioada de timp de care dispun auditorii pentru realizarea diverselor elemente ale activității de audit. Șeful echipei de audit intern va pregăti programul de lucru, comparându-l cu volumul de lucru necesar pentru a realiza obiectivele de audit, resursele disponibile și termenii limita stabiliți de către conducătorul unității de audit intern pentru prezentarea versiunii preliminare și finale a raportului de audit. NMAISP 4 „Planificarea misiunilor de audit intern” descriu activitatea de planificare detaliată necesară pentru a identifica principalele obiective de audit, care urmează a fi realizate în timpul misiunii și modalitatea în care acestea vor fi testate în baza unui program de lucru al misiunii de audit.

Programul de lucru al misiunii de audit trebuie să conțină: titlul misiunii; persoanele care au elaborat și aprobat programul; datele de începere și finalizare a misiunii și a fiecărei activități; activitățile esențiale necesare pentru atingerea obiectivelor de audit; numărul de zile alocate pentru fiecare membru al echipei și fiecare activitate în parte, precum și pentru întreaga misiune; referințe către programe de testare detaliate și alte documente de lucru care rezumă activitatea solicitată. Programul dat poate fi ajustat în timpul lucrului în teren, atunci când auditorii obțin informații adiționale suficiente, care le permite planificarea detaliată a activităților. Programul de lucru al misiunii de audit este revizuit și aprobat de către conducătorul unității de audit intern înainte de începerea lucrului în teren pentru a asigura faptul că instituția în cauză nu a deviat de la planul anual al activității de audit intern și că resursele alocate sunt suficiente pentru realizarea obiectivelor misiunii.

Din cele relatate constatăm că, auditul intern există astăzi în entități ca o funcție nouă cu particularități singulare, care nu poate fi confundate cu altele. Auditul intern are funcții de analiză, consultare și recomandare, prezintă rapoarte de audit intern, care reflectă situația reală a unei instituții sub toate aspectele de activitate și care includ propuneri de lichidare a lacunelor depistate în activitatea acesteea. Iar pentru ca conducătorii unităților de audit intern să gestioneze eficient activitatea de audit și să orienteze resursele de audit intern spre domeniile cele mai importante, este necesară planificarea adecvată și detaliată a misiunii de audit intern. Astfel, auditul intern poate fi aplicat tuturor entităților și tuturor activităților acesteea, ceea ce conduce inevitabil la furnizarea către utilizatori a unor informații obiective și veridice, necesare luării deciziilor în cadrul activităților entităților.

Bibliografie:

1. Standarde Naționale de Audit Intern // Monitorul Oficial 198-202, art.61 din 21.12.2007;
2. Ordin cu privire la aprobarea Codului etic al auditorului intern și Cartei de Audit Intern (Regulament-model de efectuare a auditului intern) nr.111 din 26.12.2007 // Monitorul Oficial 1-4, art.1 din 01.01.2008;
3. Normele metodologice pentru implementarea auditului intern în sectorul public aprobat prin ordinul nr.118 din 29.12.2008.

ЦЕНТРЫ ОТВЕТСТВЕННОСТИ - КАК ОБЪЕКТЫ СИСТЕМ ВНУТРЕННЕГО КОНТРОЛЯ И УЧЕТА

*Доцент, к.э.н. Евдокия БАЖЕРЯН,
Аспирант Руслан ДУМБРАВА*

To strengthen internal controls over expenditures and revenues in the company organized management accounting responsibility centers. Responsibility center is a separate segment of the business, results of operations for which the responsible manager.

Для усиления контроля за формированием затрат по видам и в разрезе отдельных экономических элементов в хозяйствующем субъекте организуется управленческий учет затрат по местам возникновения и центрам ответственности.

Центры ответственности представляют собой обособленные структурные подразделения предприятия, в которых можно организовать нормирование, бюджетирование и учет затрат в целях наблюдения, контроля и управления затратами производственных ресурсов, а также оценки их использования. Иначе, центр ответственности может быть определен как отдельный сегмент предприятия, за результаты деятельности которого несет ответственность руководитель. Каждому центру затрат должна соответствовать своя сфера ответственности. Учет по центрам ответственности организуется с такой целью, чтобы получить данные о затратах и доходах по каждому из них, об отклонениях от бюджета.

В условиях перехода к рыночной экономике значение рационально организованного управленческого учета затрат по местам возникновения существенно повышается. В практике предприятий наметились подходы к построению аналитического управленческого учета по центрам ответственности. На это указывают и многие ученые-экономисты, отмечая, что практическая реализация управленческого учета осуществляется через внутривозвратный хозрасчет, который при правильной организации должен предусматривать выделение мест возникновения затрат и центров ответственности. В первом случае речь идет о том, где действительно возникают расходы, во втором – кто конкретно несет за них ответственность.

П.С. Безруких считает места возникновения издержек самостоятельным объектом учета, так как издержки производства сначала должны группироваться по «местам возникновения расходов (по цехам и другим структурным подразделениям), а затем по объектам учета (фазам, переделам, стадиям и т.д.) и объектам калькулирования...» [1, с.117]. Ученые-экономисты Б.И.Миненко и В.Д.Новодворский подчеркивают, что к объектам учета затрат относятся места их возникновения, которыми являются производства, цехи, участки. По мнению С.А. Стукова, «... предприятие должно подразделяться на сферы (центры) ответственности, в разрезе которых организуется производственная деятельность, осуществляются контроль и оценка результатов. К таким сферам (центрам) ответственности можно отнести производства, внутри них – цехи, участки, бригады, возглавляемые соответственно начальниками, мастерами, бригадирами» [2, с.38]. На наш взгляд, наиболее полное определение рассматриваемым понятиям дано В.Ф. Палий, который считает, что «в реальных условиях производства места возникновения отличаются от центров затрат четким местом в структуре предприятия... и представляют собой два самостоятельных объекта учета производственных затрат. Места возникновения затрат – это структурные подразделения предприятия... , центры затрат – это первичные производственные и обслуживающие единицы, отличающиеся единообразием функций и производственных

операций... , направленностью затрат. Центры ответственности – это группировка затрат на производство по хозрасчетным подразделениям и ответственным лицам» [3, с.25].

Обобщая все вышесказанное, мы считаем, что места возникновения затрат – это структурные единицы и подразделения (рабочие места, бригады, производства, участки, цехи, отделы и т.п.), в которых происходит первоначальное потребление производственных ресурсов, организуется планирование, нормирование и учет затрат в целях контроля и управления затратами, в которых ведется внутрипроизводственный расчет.

Места возникновения затрат являются объектами аналитического учета затрат по экономическим элементам и статьям себестоимости. Он организуется в рамках существующей соподчиненности (цех - участок- бригада).

При определении мест возникновения затрат необходимо, на наш взгляд, учитывать две взаимообусловленные тенденции:

- 1) чем более детальной и более близкой к организационно-производственной структуре является система планирования, нормирования и учета затрат по местам возникновения, тем более высокими становятся расходы на ведение такого учета и на составление отчетных сводок;
- 2) чем менее детализированы места возникновения затрат, тем меньше эффект от принятия решений по стратегии формирования затрат и снижения себестоимости продукции.

Отсюда следует, что количество мест возникновения затрат должно быть достаточным для получения всеми пользователями информации, объем которой позволяет принимать наиболее эффективные решения по конечным результатам использования ресурсов.

Что касается центров ответственности, то они в большей мере связаны с деятельностью руководителей и ответственных лиц по формированию затрат в системе управления предприятием. Центры затрат представляют собой более детальную группировку затрат, чем места возникновения затрат, которые следует рассматривать как совокупность первичных центров затрат.

Выделение центров ответственности продиктовано необходимостью регулирования как затрат, так и конечных результатов на основе группируемых показателей. Сгруппированная по центрам ответственности информация позволяет выявить степень влияния руководителей, ответственных лиц на уровень затрат с точки зрения воздействия их на конечные результаты.

С позиции управления деление организации на центры ответственности должно определяться спецификой конкретной ситуации и отвечать следующим основным требованиям:

- 1) центры ответственности создаются в соответствии с производственной и организационной структурой предприятия;
- 2) каждый центр ответственности возглавляет ответственное лицо – менеджер;
- 3) в каждом центре ответственности используется определенный показатель для измерения объема деятельности и база для распределения затрат;
- 4) четко определяется сфера полномочий и ответственности менеджера каждого центра ответственности; менеджер отвечает только за те показатели, которые он может контролировать;
- 5) для каждого центра ответственности устанавливаются формы внутренней отчетности;
- 6) менеджеры центра ответственности участвуют в проведении анализа деятельности центров за прошлый период и в составлении планов (бюджетов) на предстоящий период.

На производственных предприятиях для успешного действия внутреннего контроля центры ответственности необходимо классифицировать исходя из следующих признаков (рис. 1):

- по отношению к процессу производства;
- по отношению к внутрихозяйственному механизму.

По отношению к процессу производства центры ответственности подразделяются на основные и функциональные. Основные центры ответственности обеспечивают контроль за затратами непосредственно в местах их возникновения: производственный комплекс отвечает за затраты цехов, входящих в него, цех – за затраты входящих в него участков, участок – за затраты бригад и т.п. Функциональные центры ответственности распространяют контроль за

затратами по многим местам их возникновения при условии, если затраты в них формируются под влиянием данного центра ответственности.

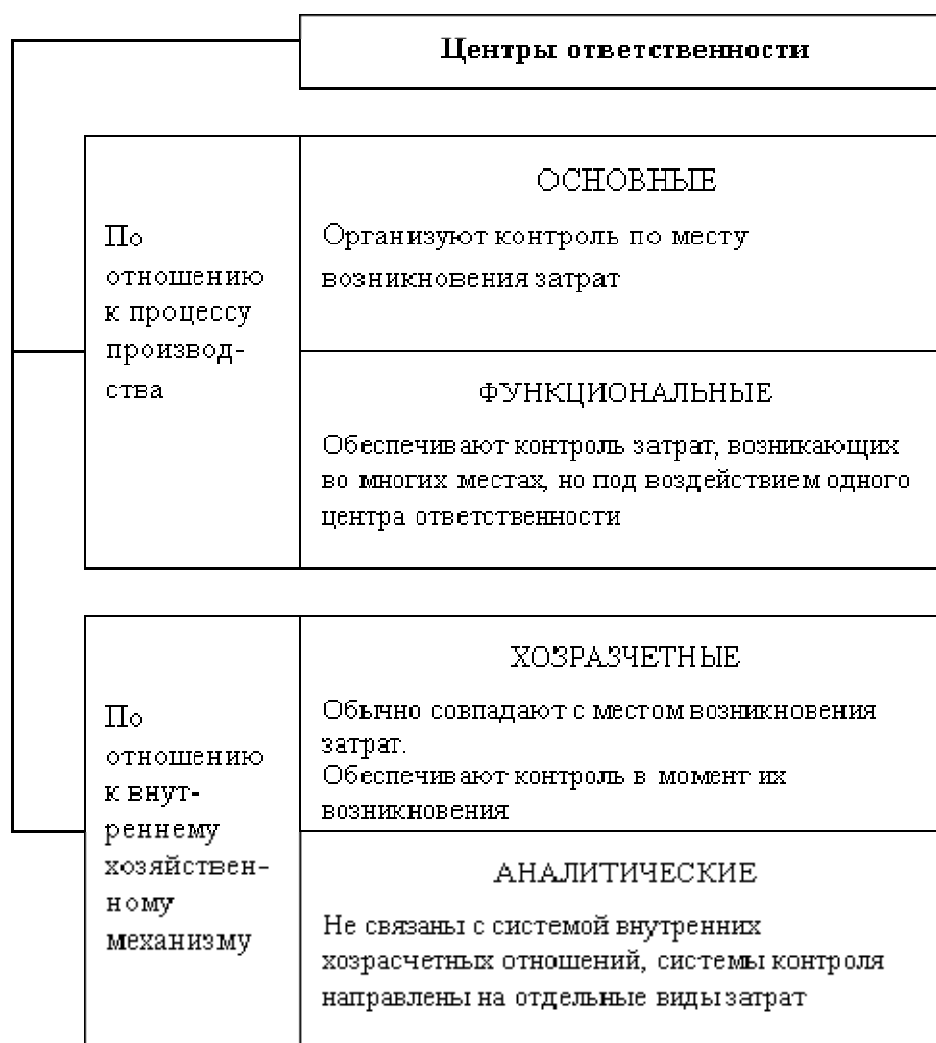


Рисунок 1. Классификация центров ответственности

По отношению к внутрихозяйственному механизму центры ответственности подразделяются на хозрасчетные и аналитические. Хозрасчетные же центры ответственности обеспечивают контроль, ответственность и заинтересованность в снижении затрат. По хозрасчетным центрам ответственности, совпадающим с местами возникновения затрат, обособленного учета не ведется, пользуются уже имеющейся информацией по местам возникновения затрат. Аналитические центры ответственности экономически не обособлены, т.е. они не связаны с системой внутрипроизводственного расчета. Они обеспечивают аналитический учет и детализацию ответственности по видам затрат.

Кроме того, при делении организации на центры ответственности необходимо учитывать социально-психологические факторы, которые могут повлиять на мотивацию руководителей соответствующих центров.

Деление производственного предприятия на центры ответственности зависит от отраслевых особенностей, технологии организации производственного процесса, методов переработки исходных материалов, состава выпускаемой продукции, уровня технической оснащенности и других факторов.

Решающее влияние на создание центров ответственности оказывают производственная и организационная структуры. Производственная структура организации отражает виды производств, состав и структуру цехов, служб, их мощность, формы построения и взаимосвязи

на каждом уровне управления производством. Организационная структура предприятия официально находит свое выражение в штатном расписании. Фактически она обеспечивает согласованность отдельных видов деятельности предприятия и усилий подразделений по выполнению основных задач и целей предприятия, т.е. управление.

Построение центров ответственности в соответствии с организационной структурой позволяет связать деятельность каждого подразделения с ответственностью конкретных лиц, оценить результаты каждого подразделения и определить их вклад в общие результаты деятельности предприятия, осуществлять контроль за деятельностью каждого подразделения.

Соизмерение затрат выпуска продукции и результатов по видам деятельности, центрам затрат, центрам ответственности и местам их возникновения в рамках управленческого учета позволяет осуществлять контроль и управление затратами.

В целях достижения желаемых результатов нам представляется необходимым при внедрении управленческого учета разделить показатели по степени контролируемости. К контролируемым показателям следует отнести затраты данного производства, именно отклонения по данным затратам должны служить критерием для оценки эффективности руководства этим производством. К неконтролируемым или частично контролируемым показателям данного центра ответственности относятся переменные затраты оказанных услуг другими производствами, а также все постоянные затраты. Например, за амортизацию объектов основных средств руководитель центра ответственности не несет ответственности, так как расчет по ней осуществляется централизованно по предприятию в целом.

На рисунке 2 нами предложены следующие показатели центров ответственности по степени контролируемости.



Рисунок 2. Показатели центров ответственности

Несмотря на простоту определения, разделить затраты по данному признаку достаточно трудно: оказывают влияние особенности технологии и организации производства; организационная структура управления. При подразделении затрат на контролируемые и неконтролируемые обычно учитываются два фактора: уровень управления и время. Неконтролируемые на одном уровне расходы могут быть регулируемыми на другом. Особенно это прослеживается на косвенных производственных затратах, которые учитываются в постатейном разрезе, и за каждой статьей затрат закреплен конкретный руководитель. К контролируемым косвенным производственным затратам центра ответственности относятся расходы на транспортное обслуживание; расходы на ремонт транспортных средств; расходы на текущий ремонт оборудования; расходы на содержание управленческого персонала цеха и т.д.

Большую часть статей контролирует руководитель центра ответственности. Однако такие статьи расходов, как амортизация оборудования и амортизация здания цеха, сложно корректировать управленческими решениями на местах. Инструментом контроля здесь служит правильный расчет амортизации объектов основных средств. Поэтому регулировать или контролировать эти статьи должен отдел бухгалтерии, а не руководитель центра ответственности.

Важное практическое значение имеет организация контроля за расходами на услуги вспомогательных производств. В частности, плановый ремонт основных средств в зависимости от масштабов, структуры организации и специфики ее деятельности может осуществляться ремонтным цехом. Следовательно, формируемые по этой статье расходы, являются частично контролируемые со стороны руководителя подразделения – потребителя услуг. Иными словами, путем тщательного анализа каждой статьи расходов по различным уровням управления и за различные промежутки времени можно достигнуть полного подразделения затрат на контролируемые и неконтролируемые. Это дает возможность устанавливать нормативную, или предельную величину затрат, за которую несет ответственность конкретный руководитель, и повысить обоснованность принимаемых управленческих решений.

Литература:

1. Врублевский Н.Д. Управленческий учет затрат производства: теория и практика. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 352с.
2. Стуков С.А. Система производственного учета и контроля. – М.: Финансы и статистика, 1988. – 223 с.
3. Палий В.Ф. Основы калькулирования. – М.: Финансы и статистика, 1987. – 288 с.
4. Ластовецкий В.Е. Учет затрат по факторам производства и центрам ответственности. – М.: Финансы и статистика, 1999. – 157с.
5. Друри К. Управленческий и производственный учет / Пер. с англ.: Учебник. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
6. Ивашкевич В.Б. Проблемы учета и калькулирования себестоимости продукции. – М.: Финансы, 1994. – 150 с.

CARDURILE DE CREDIT CA OBIECT AL INGINERIEI FINANCIARE

*Conf. univ. dr. Stela Ciobu, ASEM
Conf. univ. dr. Ivan Luchian*

A credit card is a small plastic card issued to users as a system of payment. It allows its holder to buy goods and services based on the holder's promise to pay for these goods and services. The issuer of the card creates a revolving account and grants a line of credit to the consumer (or the user) from which the user can borrow money for payment to a merchant or as a cash advance to the user. This article investigates modern approaches on credit cards functionality in the context of the financial engineering.

Cardul bancar de credit este un suport de informație standardizat și personalizat prin intermediul căruia deținătorul, de regulă, (cu utilizarea numărului personal de identificare al său și/sau a unor alte coduri care permit identificarea sa) are acces, la distanță, la contul bancar, în vederea efectuării anumitor operațiuni prevăzute de banca emitentă, prin accesarea căruia deținătorul dispune de mijloacele bănești oferite de bancă sub forma unei linii de credit.¹

Un card de credit este diferit de un card de debit prin faptul că nu se transferă sume de bani din contul utilizatorului la fiecare tranzacție efectuată. Prin folosirea cardului de credit, emitentul cardului îl împrumută pe titular cu o sumă de bani. Folosind cardul de credit, titularul nu este obligat să achite datoria acumulată imediat, el poate amâna plata acestei datorii pentru mai târziu, cu costul plății unei dobânzi pentru banii datorați. Majoritatea cardurilor de credit au aceeași formă și dimensiune, conforme cu specificațiile standardului ISO 7810, adică 85,60 × 53,98 mm ($3\frac{3}{8} \times 2\frac{1}{8}$ țoli).

Ideea de a „consuma acum, dar de a plăti mai târziu” a început să fie realizată la începutul secolului XX. În 1914, Western Union a dat clienților săi o carte de metal care să le permită dobânzi fără amânare.

¹ Regulamentul Băncii Naționale a Moldovei aprobată prin HCA Nr. 62 din 24.02.2005 publicat în Monitorul Oficial Nr. 36-38 din 04.03.2005

Acest lucru le-a dat o anumită libertate clienților acestora, permițându-le să plătească peste posibilitățile lor.¹

Însă, prima formă modernă de card apare abia în anul 1949, când Frank McNamara, împreună cu partenerul său Ralph Schneider, creează primul card de credit pentru plăți în restaurante, având marca Diners Club Card (figura 1).²

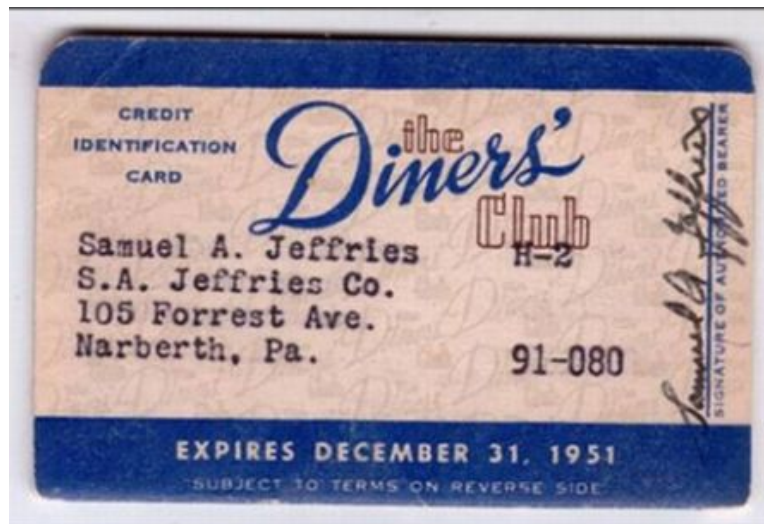


Figura 1. Primul card de credit³

După cum spune legenda, Frank McNamara, la vârsta de 60 de ani, lua masa la un restaurant, dar când i-a venit nota de plată, și-a dat seama că își uitase portofelul acasă. Această situație jenantă l-a făcut să creeze Diners Club card, care le permitea membrilor să plătească notele de plată o dată pe lună. Cardul nu arăta sofisticat, însă, ideea de „cumpără acum, plătește mai târziu” a fost revoluționară.⁴

În numai câțiva ani, cardul avea să fie acceptat de mii de comercianți. În 1951 existau 20.000 de astfel de carduri. Diners Club Card avea să fie recunoscut drept un nou instrument de plată. Dezvoltarea acestui card continuă și astăzi, în special în domeniul călătoriilor.⁵

Prima carte de credit bancară, BankAmericard (figura 2), a luat naștere atunci când Bank of America a dat gratis 60,000 de cărți de credit în Fresno, Calif., în 1958, pentru a-i obișnui pe clienți cu noua idee. Iar primul card de credit din plastic a fost creat de către American Express în 1959 (figura 3).⁶



Figura 2. BankAmericard, 1958⁷

¹ www.blogulspecialistului.ro

² www.blogulspecialistului.ro

³ Ana Popandron, *Istoria vizuală a cărților de credit*, www.timpultau.ro, 9 iunie 2009

⁴ Ana Popandron, *Istoria vizuală a cărților de credit*, www.timpultau.ro, 9 iunie 2009

⁵ www.blogulspecialistului.ro, vizitat la 02.12.2010

⁶ Ana Popandron, *Istoria vizuală a cărților de credit*, www.timpultau.ro, 9 Iunie 2009

⁷ Ana Popandron, *Istoria vizuală a cărților de credit*, www.timpultau.ro, 9 iunie 2009



Figura 3. American Express Card, 1959¹

De fapt, cardul de credit este emis în așa fel, încât, părțile deținătorului acestuia să opteze pentru una din următoarele variante²:

- să ramburseze în totalitate creditul la sfârșitul perioadei stabilite, în acest caz fiind denumit și **charge card** (de reținut că în această situație, banca sau compania emitentă a cardului nu va mai percepe comision);
- să ramburseze creditul numai în parte, partea rămasă urmând a fi considerată o extensie a creditului acordat anterior (potrivit plafonului de credit convenit prin contractul cu banca).

De obicei posesorul credit-cardului poate beneficia de o perioadă de grație, după care, în caz de neachitare totală a datoriei, se va percepe o dobândă asupra sumei rămase nerambursate, dobândă ce se va adăuga la soldul debitor al contului.

Opțiunea pentru una sau alta din variantele de mai sus poate să fie luată și în urma consultării unei situații lunare, respectiv *situația debitorilor*, pe care titularii cardurilor de credit o primesc la sfârșitul fiecărei luni. Această situație lunară cuprinde în general informații referitoare la³:

- o valoarea-limită a creditului de care titularul cardului poate beneficia (de regulă, valoarea creditului este de 3 ori mai mare decât suma minimă existentă în cont);
- o ieșirile de sume din cont: plățile efectuate prin folosirea cardului;
- o intrările de sume în cont: depuneri efective sau viramente, de exemplu, de salarii, beneficii etc.;
- o soldul la zi;
- o valoarea creditului sau, după caz, suma rămasă disponibilă în cont.

În scopul descurajării depășirii limitei creditului acordat, banca sau instituția emitentă a acestuia, de obicei, percepe o dobândă penalizatoare mult mai mare decât în condițiile unui credit obișnuit.

Al doilea aspect de funcționalitate, constă în folosirea cardurilor de credit în calitate de instrument de plată, fapt ce presupune dotarea corespunzătoare a comerciantului cu dispozitive speciale, capabile să decodifice informațiile aferente cardului și, în același timp, să le transmită mai departe.

Astăzi cardurile de credit sunt menite să deservească interesele posesorilor cardurilor de credit, comercianților și ale băncilor emitente.

Avantaje pentru posesorul cardului de credit:⁴

- De a beneficia de faptul, că numărul companiilor care acceptă achitarea produselor sau serviciilor lor prin carduri este foarte mare (de ordinul milioane), iar aria geografică de utilizare a lor este foarte mică;
- Deținătorul unei cărți de credit, cumpărătorul, are posibilitatea să aleagă momentul efectuării anumitor cumpărături; deoarece are un credit la dispoziție, va putea cumpăra un anumit produs în momentul în care va avea nevoie de el, chiar dacă atunci nu ar exista disponibil în contul său;
- Posesorul cardului are posibilitatea, așa cum am văzut, de a achita datoria în întregime la primirea situației soldului, sau de a achita acest sold în rate lunare; dacă datoria este achitată în

¹ Ana Popandron, *Istoria vizuală a cărților de credit*, www.timpultau.ro, 9 iunie 2009

² Cartea de credit (cardul de credit), take-shape-share.fenc.org.uk

³ Cartea de credit (cardul de credit), take-shape-share.fenc.org.uk

⁴ Cartea de credit (cardul de credit), take-shape-share.fenc.org.uk

totalitate, posesorul cărții de credit poate beneficia de un credit fără dobândă pentru o perioadă de până la 56 de zile;

- Tranzacțiile se realizează mult mai rapid decât în cazul cecului; dacă magazinul (comerciantul) este dotat cu echipament adecvat (terminale electronice de transfer electronic al fondurilor), procedura va consta doar în introducerea cardului în dispozitiv, urmând ca acesta să preia, să prelucreză și să transmită datele înscrise în banda magnetică; în mod automat, se va genera nota de plată și i se va elibera clientului.

Avantaje pentru comerciant:¹

- Contul comerciantului este creditat imediat cu valoarea mărfurilor sau serviciilor vândute pe bază de credit card, în momentul în care documentele ce atestă vânzările (borderouri, chitanțe, facturi) sunt prezentate la bancă pentru plată;

- Oferind mărfuri pe credit, comercianții care acceptă credit cardurile atrag mai mulți clienți, comparativ cu cei care nu au introdus această modalitate de plată;

- Operând cu credit carduri, comerciantul este grevat de o mare parte din cheltuielile și riscurile pe care le presupune folosirea numerarului;

- În scopul îmbunătățirii serviciilor oferite clienților, o parte din marile lanțuri de magazine dau posibilitatea clienților de a obține numerar prin prezentarea cardului; pentru client, aceasta este o facilitate în plus, iar pentru comerciant este un mijloc de a "vehicula" numerar fără a suporta cheltuieli pentru o astfel de operațiune.

Avantaje pentru bănci:²

- Permite creșterea gradului de automatizare a operațiunilor, reducându-se, astfel, volumul operațiunilor efectuate manual;

- Determină diminuarea operațiunilor cu numerar;

- Dobânzile percepute în cadrul operațiunilor cu cărți de credit sunt mai ridicate decât în cazul majorității celorlalte forme de împrumut;

- Comisioanele, percepute de la comercianții care acceptă achitarea cu credit carduri a mărfurilor și serviciilor oferite de ei, reprezintă o sursă de venituri de luat în seamă pentru bancă; am numit aici veniturile obținute de bancă provenind din taxele pe care le plătesc comercianții și firmele ce sunt conectate la rețea pentru posibilitatea efectuării tranzacțiilor prin utilizarea cardurilor.

Actualmente, datorită tehnologiilor ingineriei financiare au fost elaborate următoarele tipuri ale cardurilor de credit³:

➤ **Cardul de credit standard.** Cardurile standard sunt cele mai tipice și negarantate carduri de credit și sunt disponibile la majoritatea băncilor și grupurilor financiare. Iar în cazul în care acestea se diferențiază, este doar metoda de oferire sau calculare a ratei anuale a dobânzii (APR).

➤ **Carduri de credit cu balanță de transfer.** Acestea sunt concepute pentru a permite consumatorilor să transfere un sold de pe un card de credit cu o rată dobândă mai mare pe un card de credit cu o rată a dobânzii mai mică. De exemplu, dacă aveți de transferat un sold la un card de credit cu o rată inițială de zero procente, nu veți plăti nici o dobândă, atât timp cât durează perioada inițială. Termeni de transfer a soldurilor pe cardul de credit variază, astfel, încât clientul trebuie să fie sigur că a înțeles condițiile ofertei.

➤ **Carduri de credit cu o rată a dobânzii mică.** Aceasta oferă fie o rată inițială scăzută, care se ridică după o anumită perioadă, sau o rată fixă redusă. De exemplu, puteți obține un card cu o rată inițială de 5 la sută pentru primele șase luni și 10 la sută, ulterior. Pentru primele șase luni, orice achiziții face clientul, transferul va fi taxat la cotă de 5 la sută. Cu toate acestea, orice sold pe care îl transferă după perioada de șase luni, sau orice noi achiziții în afara acestei perioade, va fi taxat la rata de 10 la sută. Mulți oameni profită de ratele inițiale pentru a reduce costul împrumuturilor pentru procurarea de articole scumpe. În cazul acestui tip de card de credit clientul trebuie să citească atent toți termenii și condițiile pentru aplicarea ratei inițiale pentru a evita penalizarea prin onorarii sau dobânda cumulativă.

¹ Cartea de credit (cardul de credit), take-shape-share.fenc.org.uk

² Cartea de credit (cardul de credit), take-shape-share.fenc.org.uk

³ uk.creditcards.com

➤ **Carduri de credit cu programe de recompense.** Aceste recompense, de obicei, se oferă posesorilor de carduri prin oferirea de stimulente, rabaturi și chiar și restituirea anumitor sume de bani, pentru achizițiile efectuate prin cardurile respective. Utilizatorii pot obține mile suplimentare la companiile aeriene, recompense în numerar sau reduceri pentru marfa cumpărată. Cardurile de credit cu recompensă necesită, de obicei, un rating mai bun decât media.

➤ **Carduri de credit de călătorie/zboruri.** Compania aeriana poate oferi mile utilizatorilor fideli ai companiei aeriene sub formă de credite per mila ori de câte ori este folosit cardul. Odată ce sunt destule puncte acumulate, utilizatorii le schimbă pe călătorii aeriene. Toate programele de călătorii sunt diferite, astfel, utilizatorii trebuie foarte atent să se informeze privind termenii și condițiile cardului pentru a afla cum puteți câștiga mai multe mile pentru ceea ce ai cheltui. Un element cheie este cât de multe mile sunt necesare pentru un bilet de avion gratuit, în plus, pentru a afla cât de curând mila expiră. Deoarece programele de mile aeriene recompensate pot fi costisitoare pentru companii de carduri de credit, multe dintre acestea impun o taxă anuală. Aceste carduri sunt destinate clienților care călătoresc frecvent sau pentru cei care doresc să utilizeze cardurile pentru vacanțe planificate, dar taxa de asociat ar putea să le facă prea costisitoare pentru alte tipuri de posesori de carduri.

➤ **Carduri de credit cash-back.** Acestea oferă recompense în numerar pentru a face cumpărături, cu cât mai mulți bani sunt utilizați, cu atât, recompensele sunt mai mari. De obicei, ratele de recompensă a numerarului sunt de aproximativ 1 la sută din suma de achiziție. Unele carduri oferă un procent mai mare de recompensă a numerarului, odată cu creșterea sumelor utilizate, altele, majorează rata de recompensă comercianților cu amănuntul sau pentru achiziții specifice. Deoarece programele de recompensă a numerarului sunt costisitoare pentru companii de carduri de credit, pentru unele cartele de cash-back se percep taxe anuale. Folosite în mod corespunzător, posesorii cardurilor de credit cash-back pot câștiga sume semnificative de bani în timp.

➤ **Carduri de credit de recompensă.** Aceste carduri sunt similare cu cardurile de credit cash-back, care oferă utilizatorilor posibilitatea de a acumula puncte pentru recompensă în funcție de gradul de utilizare a cardului. Programele de recompensă variază și se modifică periodic, astfel, încât, utilizatorul trebuie să se informeze privitor la condițiile ofertei. Recompensele tipice includ: rabaturi la procurarea combustibilului, divertisment, etc. Programele de recompensă sunt costisitoare pentru companiile de carduri de credit, prin urmare, de aceea pentru cardurile de credit de recompensă se achită necesită o taxă anuală. Acest tip de card este avantajos pentru cei care plătesc cu fidelitate facturile lor lunare. Prin reducerea tarifelor, clienții vor avea beneficii mai mari.

➤ **Carduri de credit pentru credite nerambursate sau reeșalonate.** Hotărâri eronate, gestionarea incorectă a creditului sau o schimbare a situației financiare pot determina transformarea unui credit rambursabil în unul nerambursabil. Și totuși, persoanele cu credite nerambursate sau reeșalonate au mai multe opțiuni.

➤ **Carduri de credit garantate.** Pentru cardurile de credit garantate este necesar crearea prealabilă a unui depozit. Acest depozit, în general, trebuie să fie de o valoare egală sau mai mare decât suma creditului oferit. Garanția poate fi sub formă de mașini, vapoare, bijuterii, valori mobiliare etc. Deseori, cardurile care ne permit reconstituirea relațiilor de credit au limite de credit reduse, taxe suplimentare etc. Între timp, dacă cardul va fi utilizat cu responsabilitate și toate facturile vor fi plătite la timp, se poate solicita o majorare a limitei de credit. Taxele suplimentare și limita redusă de creditare sunt benefice dacă cardul de credit garantat permite obținerea unui rating de credit mai înalt.

➤ **Carduri de credit preplătite.** O cartelă preplătită nu este un card de credit, dar funcționează după același mecanism. Avantajul unui card preplătit este eliminarea riscului de acumulare a datoriilor, deoarece toate achizițiile sunt plătite în prealabil. În cazul cardurilor de credit preplătite, limita de credit depinde de suma preliminar transferată pe card. Pentru majoritatea cardurilor de credit preplătite nu se percep taxe, inclusiv taxe lunare, taxe de emiterie, taxe pentru retragerea numerarului de la bancomat, etc.

➤ **Carduri de credit pentru specialiști.** Acestea sunt create pentru clienții cu necesități speciale de creditare, cum ar fi oamenii de afaceri și studenții. Aceștia au caracteristici similare cu carduri de credit tradiționale, inclusiv rate inițiale reduse, recompense în numerar, etc. Cu toate acestea, cardurile de credit de afaceri, de asemenea, au și beneficii suplimentare, cum ar fi: cheltuielile de afaceri sunt separate de cheltuielile personale, recompense speciale, furnizarea de rapoarte privind cheltuielile, carduri suplimentare pentru angajați, limite de credit mai mari etc.

➤ **Carduri de credit pentru studenți.** Pentru că studenții nu au istorie de creditare sau aceasta este prea scurtă, pentru ei este adesea dificil de a obține carduri de credit tradiționale. Cardurile de credit pentru studenți sunt create pentru ai ajuta să creeze istoriile lor de credit. Cardurile de credit pentru studenți oferă recompense de scală pe viitor sau alte beneficii în viitor, însă ele pot fi valoroase. Dacă sunt utilizate cu înțelepciune, acest tip de card permite studentului să facă primul pas spre o istorie de credit solidă.

Astăzi cea mai mare parte a cardurilor de credit la nivel mondial se emit sub mărcile **VISA, MASTERCARD, AMERICAN EXPRESS** și **DINNERS CLUB**.

În Republica Moldova promotorul cardurilor de credit a devenit BC “Victoriabank” SA, care inițial a lansat cardurile de credit **VISA Business** și **VISA Classic**, iar în anul 1999 a început emiterea cardurilor de credit **VISA Gold**¹.

La momentul de față în țara noastră doar cinci instituții financiare, aflate în topul ratingurilor bancare, emit carduri de credit clienților săi:

- BC „Moldova-Agroindbank” SA – carduri cu brandul Visa Electron²;
- BC „Moldindconbank” SA - carduri cu brandurile Visa Electron, Visa Classic, Visa Gold, Maestro, Mastercard Standard, făcându-se diferențiere dintre cardurile ordinare (pentru clienții-persoane fizice de rând) și preferențiale (pentru clienții-persoane fizice VIP)³;
- BC „Victoriabank” SA – carduri de credit MAGIC cu brandul Visa Classic și carduri multifuncționale „Card de Credit Revolving”, care oferă de fapt patru produse bancare, dintre care și o linie de credit în baza brandurilor Visa Electron, Visa Classic și Visa Gold⁴;
- BC „Mobiasbanca” SA - carduri de credit NEOS cu brandurile SIRRUS, Mastercard pentru persoane fizice ordinare și cardurile de credit Cirrus ATU pentru studenți⁵;
- BC „Eximbank” SA – carduri cu brandurile VISA Classic sau MasterCard Standard⁶.

Secolul XXI aduce funcționalități noi cardurilor de credit^{7,8}:

- Ele au devenit un instrument de identificare a clientului pentru accesarea serviciilor automatizate ale băncilor;
- Suprafața cardurilor este folosită productiv prin imprimarea de la publicitatea bancară până la fotografia dorită de client;
- În urma formării diferitor business-aliațe dintre bănci cu diferiți comercianți de mărfuri și prestatori de servicii, clienții în afara comodităților oferite de carduri pot obține diferite avantaje de la procurarea diferitor produse cu ajutorul lor;
- Posibilitatea selectării diferitor tipuri de carduri pentru obținerea unui anumit nivel de prestigiu – de la nivelul elementar al Electron și Cirrus/Maestro până la nivelul Gold, Platinum ș.a. Cu cât mai înalt este nivelul cardului, ca atât mai mare este nivelul de „încărcare” a acestuia cu servicii complementare (de exemplu, de asigurare) și facilități suplimentare;
- Combinarea serviciului de deservire a cardurilor cu alte servicii bancare (de exemplu, depozite, transfer de fonduri ș.a.) și nebankare (de exemplu, telefonie celulară).

În condițiile Republicii Moldova cardurile de credit oferă posibilități largi de perfecționare a serviciilor acordate clienților prin împachetarea acestor instrumente financiare cu alte produse bancare. Drept exemplu poate servi inițiativa BC „Eximbank” SA, care a oferit un produs bancar nou complex, care îmbină⁹:

- o limită de credit.
- un card bancar VISA Classic sau MasterCard Standard;
- un cont de depozit.

Contul de card poate fi deschis în Lei moldovenești, dolari SUA sau Euro.

¹ www.victoriabank.md

² www.maib.md

³ www.moldindconbank.md

⁴ www.victoriabank.md

⁵ www.mobiasbanca.md

⁶ www.eximbank.com

⁷ Новые функции пластиковых кредитных карт, credit.ru, 13 декабря 2006

⁸ en.wikipedia.org

⁹ www.eximbank.com

Deținătorii de carduri de credit beneficiază de următoarele avantaje¹:

➤ **Primo.** Deținătorii de carduri pot beneficia de o limită de credit fără achitarea dobânzilor pentru sumele utilizate din ea pe o perioadă de până la 50 zile. Limita de credit este stabilită în mărime de până la 70% din valoarea contractului de depozit încheiat cu banca.

➤ **Secundo.** Pe perioada utilizării mijloacelor bănești din limita de credit, banca calculează dobânzi la mijloacele bănești depuse în bancă.

➤ **Terțio.** Limita de credit stabilită permite deținătorului de card să beneficieze în orice timp de mijloacele bănești din contul de card.

Cât n-ar fi de paradoxal, numai banca nominalizată recunoaște depozitul clientului drept formă a garanției posibilă de rambursare a creditului oferit prin intermediul cardului. În același timp, acest produs poate avea consecințe benefice asupra activității băncii:

- Stimularea fidelității clienților;
- Soluționarea problemei riscului de lichiditate în cazul acceptării de către client a depozitelor pe termen lung;
- Împachetarea și vânzarea complexă a produselor bancare.

Bibliografie:

1. Regulamentul Băncii Naționale a Moldovei aprobată prin HCA Nr. 62 din 24.02.2005 publicat în Monitorul Oficial nr. 36-38 din 04.03.2005.
2. Diaconescu M. *Bănci. Sisteme de plăți. Riscuri.* – București: Editura Economică, 1999, 276p.
3. Stanciu V. *Proiectarea sistemelor informatice.* - București: Editura Dual Tech, 2002, 239p.
4. Antonescu M., Ciora L., Lițoiu V. *Cărțile de plată - componentă esențială a sistemului electronic de plată // Revista de Finanțe Publice și Contabilitate.* 2003, nr. 2, p. 43-47.
5. Barna C. *Viitorul piețelor electronice inter-firme în Uniunea Europeană // Tribuna economică.* 2003, nr. 27, p. 67-68.
6. Bran F. *Carduri – instrumente moderne de plată // Finanțe. Bănci. Asigurări.* 2003, nr. 12, p. 51-52.
7. Bran F. *Plățile electronice – necesitate și riscuri specifice induse // Finanțe. Bănci. Asigurări.* 2003. Nr. 9, p. 57-58.
8. Căpraru B., Boariu A. *Efecte ale modernizării sistemelor bancare // Finanțe. Credit. Contabilitate.* 2001, nr. 5, p. 24-28.
9. Dedu V., Ganea T. *Cardurile bancare și Uniunea Europeană // - 2002, nr.11, p. 58-59.*
10. Stanciu V., Bran F. *Considerații privind securitatea cardurilor // Finanțe. Bănci Asigurări.* 2003, nr. 9, p. 59.

INVENTARIEREA PATRIMONIULUI INSTITUȚIILOR PUBLICE ȘI CONTABILIZAREA DIVERGENȚELOR CONSTATATE CONFORM NOULUI PLAN DE CONTURI

Conf. univ. dr. M. Nani

Inventarization of the patrimony have a special importance for assure the integrity of the goods and financial funds that are in the management of the public institutions, and the accounting of the found divergences at inventarization regarding the new chart of accounts ensure the adjustment of the accounting of public institutions at the international standards of accounting of public sector.

Inventarierea reprezintă acțiunea de constatare faptică a existenței elementelor patrimoniale ale unei instituții la o anumită dată din punct de vedere cantitativ și valoric.

Scopul inventarierii este asigurarea integrității patrimoniului, stabilirea vinovaților pentru eventualele lipsuri constatate și luarea măsurilor necesare pentru recuperarea pagubelor.

¹ www.eximbank.com

Obiectivul inventarierii constituie patrimoniul instituției publice format din valorile materiale și mijloacele bănești, precum și din drepturile și obligațiile cu valoare economică.

Inventarierea este reglementată de **Regulamentul privind inventarierea nr. 27 din 28.04.2004**. Inventarierea se efectuează, de regulă anual, la sfârșit de an, dar și în anumite situații speciale cum sunt:

- 1) predarea-primirea unei gestiuni;
- 2) în cazul comasării, divizării sau dizolvării instituției publice;
- 3) la cererea organelor de control care efectuează verificări în instituții publice;
- 4) furturi prin spargere;
- 5) calamitățile naturale (cutremur, incendiu, inundații) etc.

Inventarierea patrimoniului se efectuează de către o comisie de inventariere desemnată prin ordinul conducătorului instituției în următoarea componență:

- adjunctul conducătorului;
- contabilul șef sau contabilul;
- șeful secției.

Dacă din cauza volumului mare a lucrărilor inventarierea nu poate fi asigurată de către o singură comisie se constituie subcomisii, îndrumate și coordonate de comisia centrală de inventariere.

Procesul de inventariere prevede mai multe etape succesive:

- 1) pregătirea inventarierii;
- 2) efectuarea inventarierii propriu-zise;
- 3) stabilirea, evaluarea și regularizarea diferențelor constatate;
- 4) adoptarea măsurilor de recuperare a pagubelor.

Până la începutul inventarierii comisia de inventariere cere gestionarului o declarație scrisă prin care să rezulte că acesta nu are asupra sa documente privind intrarea sau ieșirea bunurilor materiale, care nu au fost predate în contabilitate. În timpul inventarierii este interzisă efectuarea operațiilor de primire și predare a bunurilor. Inventarierea se efectuează în prezența gestionarului.

Cantitățile constatate de către comisia de inventariere se scriu în listele de inventariere, care se întocmesc separat, pentru fiecare loc de depozitare și gestionare. Apoi, în listele de inventariere, se înscriu soldurile scriptice din registrele evidenței analitice, la data efectuării inventarierii.

Rezultatele inventarierii se obțin prin compararea cantității și valorii faptice a bunurilor cu valoarea și cantitatea soldurilor scriptice din contabilitate. Dacă stocul faptic este mai mare decât cel scriptic, rezultatul inventarierii este plus de inventar, iar dacă stocul faptic este mai mic decât cel scriptic se constată lipsuri de inventar.

Listele de inventariere sunt semnate de membrii comisiei de inventariere și gestionari. Rezultatul inventarierii se consemnează într-un proces-verbal, în care se reflectă rezultatele inventarierii, concluziile și propunerile comisiei de inventariere, apoi se înaintează conducătorului instituției pentru aprobare și luare de decizii asupra rezultatelor inventarierii.

De regulă, plusurile sunt luate la evidență, iar lipsurile sunt imputate persoanelor culpabile conform prevederilor Codului Muncii.

Tranzacții:

1. Valoarea computerului „LG”, parțial uzat, constatat lipsă la inventariere, imputată persoanei culpabile:

Dt 394 „Uzura mașinilor și utilajelor”	– 3 300 lei
Dt 2314 „Cheltuieli privind uzura mașinilor și utilajelor”	– 6 600 lei
Ct 31429 „Alte micșorări a valorii mașinilor și utilajelor”	– 9 900 lei

Concomitent se contabilizează imputarea lipsei persoanei culpabile:

Dt 41952 „Creanțe aferente decontărilor cu personalul privind recuperarea daunei materiale și lipsurilor”	– 9 900 lei
Ct 1499 „Alte venituri ale instituțiilor publice”	– 9 900 lei

2. Valoarea combinei muzicale „Samsung” constatată surplus la inventariere

Dt 31419 „Alte majorări a valorii mașinilor și utilajelor”	– 3 800 lei
Ct 1499 „Alte venituri ale instituțiilor publice”	– 3 800 lei

3. Valoarea pieselor de schimb pentru mașini și utilaje constatate lipsă la inventariere, imputată persoanei culpabile:

Dt 41952 „Creanțe aferente decontărilor cu personalul privind recuperarea daunei materiale și lipsurilor”	– 1 450 lei
Ct 322229 „Alte majorări ale stocului de piese de schimb”	– 1 450 lei

4. Valoarea materialelor de uz gospodăresc constatate surplus la inventariere:

Dt 322619 „Alte majorări ale stocului de materiale de uz gospodăresc și rechizite de birou”	– 380 lei
Ct 1499 „Alte venituri ale instituțiilor publice”	– 380 lei

Conform **Normelor pentru efectuarea operațiunilor de casă în economia națională a Republicii Moldova nr. 764 din 25.11.1992**, pentru asigurarea integrității mijloacelor bănești, în fiecare instituție publică casa trebuie verificată inopinat cel puțin o dată în trimestru, prin numărarea banilor și a altor valori aflate în casierie. Pentru efectuarea inventarierii casei prin ordinul conducătorului instituției se desemnează o comisie, care întocmește **procesul-verbal de inventariere a numerarului de casă**. Modalitatea de efectuare a inventarierii casei este reglementată de **Regulamentul privind inventarierea nr. 27 din 28.04.2004**.

Comisia verifică numerarul de mijloace bănești și alte valori existente în casă (tichetele pentru benzină, timbre poștale, foi de odihnă la stațiunile balneoclimaterice). Dacă se constată neconcordanțe între soldul scriptic din registrul de casă și cel efectiv, verificarea se extinde asupra documentelor primare de casă, în vederea identificării cauzelor care le-au produs. În acest caz în procesul-verbal de inventariere a numerarului de casă se înscrie suma lipsei de mijloace sau surplusul constat la inventarierea casei. Lipsurile de mijloace bănești sunt imputate persoanei culpabile (casierului) prin ordinul conducătorului instituției publice cu respectarea prevederilor **articolului 338 din Codul muncii al Republicii Moldova**, iar surplusul de mijloace bănești este luat la evidentă.

Tranzacții:

1. Suma mijloacelor bănești constatată lipsă la inventarierea casei, imputată persoanei culpabile (casierului):

Dt 41952 „Creanțe aferente decontărilor cu personalul privind recuperarea daunei materiale și lipsurilor”	– 150 lei
Ct 41241 „Casa în valută națională”	– 150 lei

2. Restabilirea lipsei de mijloace bănești de către persoana culpabilă (casier) în casă:

Dt 41241 „Casa în valută națională”	– 150 lei
Ct 41952 „Creanțe aferente decontărilor cu personalul privind recuperarea daunei materiale și lipsurilor”	– 150 lei

3. Reținerea lipsei de mijloace bănești din salariul persoanei culpabile:

Dt 51941 „Datorii față de personal privind retribuirea muncii”	– 150 lei
Ct 41952 „Creanțe aferente decontărilor cu personalul privind recuperarea daunei materiale și lipsurilor”	– 150 lei

În cazul când lipsurile constatate la inventarierea casei nu sunt recunoscute de către casier sau când lipsurile sunt generate de furturi prin spargere de către infractori, atunci sumele aferente acestor lipsuri sunt transmise organelor de anchetă. Pentru evidența acestor lipsuri este destinat contul de activ **41953 „Creanțe ale personalului privind alte operațiuni”**. **În debit** – lipsurile depistate transmise organelor de anchetă. **În credit** – imputarea lipsei persoanei culpabile în baza hotărârii instanței de judecată sau stingerea sumei lipsei în cazul când n-a fost depistată persoana culpabilă de către organele de anchetă / instanța de judecată. **Soldul debitor** – suma lipselor transmise pentru examinare în organele de anchetă.

Tranzacții:

1. Suma lipsei de mijloace bănești transmisă în organele de anchetă în rezultatul spargerii seifului din casă de către infractori:
 - Dt 41953 „Creanțe ale personalului privind alte operațiuni”** – 10 000 lei
 - Ct 41241 „Casa în valută națională”** – 10 000 lei
2. Imputarea lipsei de mijloace bănești persoanei culpabile în baza hotărârii instanței de judecată:
 - Dt 41952 „Creanțe aferente decontărilor cu personalul privind recuperarea daunei materiale și lipsurilor”** – 10 000 lei
 - Ct 41953 „Creanțe ale personalului privind alte operațiuni”** – 10 000 lei
3. Stingerea lipsei de mijloace bănești în cazul când nu este stabilită persoana culpabilă de către organele de anchetă / instanța de judecată:
 - Dt 1498 „Alocații bugetare”** – 10 000 lei
 - Ct 41953 „Creanțe ale personalului privind alte operațiuni”** – 10 000 lei
4. Surplusul de mijloace bănești constatat la inventarierea casei:
 - Dt 41241 „Casa în valută națională”** – 180 lei
 - Ct 1499 „Alte venituri ale instituțiilor publice”** – 180 lei

Bibliografie:

1. Codul Muncii al Republicii Moldova nr. 154-XV din 28.03.2003.
2. Norme pentru efectuarea operațiunilor de casă în economia națională a Republicii Moldova nr. 765 din 25.11.1992.
3. Regulamentul privind inventarierea nr. 27 din 28.04.2004.
4. Instrucțiunea cu privire la evidența contabilă în instituțiile publice nr. 93 din 19.07.2010.
5. Planul de conturi și clasificția bugetară economică integrate. Ministerul Finanțelor, proiect din 29.04.2010.

**ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКИХ
БАНКОВ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА**

Ст. преп., д.э.н. Батищев Р.А.

Profit – is the main performance indicator of the bank. Quantitative and qualitative assessment of profitability made to ascertain the financial stability of the bank. Speech as a whole is a qualitative aspect of the case and not even the mass of the profits, which was obtained by Bank.

Прибыль – это главный показатель результативности работы банка. Количественная и качественная оценки прибыльности производится с целью выяснения финансовой устойчивости банка. Речь в целом идет о качественной стороне дела и даже не о массе той прибыли, которая получена банком. Прибыль, используемая для оценки работы банка, – это итоговый показатель, но вопрос при этом заключается в том, за счет каких факторов она получена и как эта прибыль используется в дальнейшем: на накопление или потребление. Бытующее представление о том, что надежность банка определяется размером его прибыли и выплачиваемых дивидендов – более чем спорно. Напротив, высокий дивиденд при всей его привлекательности для акционеров еще не показатель высокоэффективной деятельности кредитного учреждения. Прибыль должна рассматриваться с позиции ее достаточности для роста банковского капитала, в связи с чем ее рациональнее уберечь от чрезмерного распределения на потребительские цели. Масса прибыли сама по себе – далеко не исчерпывающий показатель. Ее необходимо сравнивать с другими показателями, характеризующими деятельность банка. Большая роль в анализе деятельности банка отводится аудиту.

Внутренний аудит банка предполагает оценку, контроль и анализ основных направлений деятельности банка самим банком, его представлений об эффективности работы, целесообразности проведения тех или иных банковских операций и услуг, их доходности и др.

Внешний аудит проводится НБМ, аудиторскими фирмами и прочими организациями, а также клиентами (реальными и потенциальными) коммерческого банка.

Важным для деятельности банка является не только внутренний анализ его деятельности, но и сравнение результатов работы с другими банками. В условиях рыночной экономики важно проследить также тенденции развития банковской системы в целом на национальном уровне.

Прибыль коммерческого банка является внутренним источником его развития. Поэтому управление прибылью – важная составная часть банковского управления, цель которой заключается в максимизации прибыли при доступном уровне рисков и обеспечении ликвидности баланса. Управление прибылью банка осуществляется через систему элементов управления, тесно связанных между собой.

Можно выделить следующие основные блоки управления прибылью коммерческого банка:

- определение подразделений банка, участвующих в процессе управления прибылью;
- планирование доходов, расходов и прибыли банка;
- применение способов оценки уровня прибыльности банковской деятельности;
- определение методов текущего регулирования прибыли.

Управление прибылью коммерческого банка осуществляется на различных уровнях: на уровне банка в целом и на уровне отдельных направлений деятельности банка, конкретных банковских продуктах, отдельных рабочих мест, взаимоотношений с клиентом. Содержание отдельных элементов управления рентабельностью кредитной организации имеет свою специфику применительно к перечисленным уровням.

В управлении прибылью банка принимают участие различные его подразделения: руководящие органы, департаменты, управление, отделы.

К их числу относятся:

Во-первых, функциональные подразделения, то есть управления и отделы, прямо участвующие в проведении активных и пассивных операций банка, например: управление ссудных операций, ценных бумаг, депозитных операций, операционное управление. В их функции по управлению прибылью входит оценка и анализ рентабельности создаваемых продуктов, контроль за рентабельностью отдельных сделок, предоставление информации в сводные аналитические управления для оценки рентабельности банка в целом. Контрольные формы участия функциональных подразделений в управлении прибылью банка определяются Правлением банка.

Во-вторых, к числу подразделений кредитной организации и участвующих в управлении прибылью, относится казначейство или другое сводное управление. В его функции входит: составление плана доходов и расходов банка как составной части бизнес-плана, анализ и оценка уровня прибыли банка в целом и рентабельности отдельных направлений деятельности банка, разработка рекомендаций о величине достаточной процентной маржи, процентных ставок по активным и пассивным операциям банка, в структуре работающих активов и ресурсов. Конкретные функции казначейства во многом зависят от структуры кредитной организации и определяются Правлением банка.

Третьим подразделением банка, участвующим в управлении прибылью, является бухгалтерия, которая обеспечивает аналитические службы казначейства и функциональные подразделения необходимой информацией.

В качестве четвертого подразделения следует выделить службу внутреннего контроля, в функции которой входит контроль за правильностью формирования и использования прибыли. Основные направления этого контроля включают следующее:

- проверка соблюдения нормативных требований НБМ в отношении организации аналитического и синтетического учета доходов, расходов, формирования и использования прибыли;

- проверка соблюдения требований Налоговой инспекции по расчету налогооблагаемой базы;
- проверка правильности применяемых ставок налога и сроков его перечисления;
- проверка льгот, используемых банком при исчислении налогов;
- проверка использования прибыли.

Планирование доходов, расходов и прибыли банка в качестве элемента управления рентабельностью банка на макроуровне включает следующие направления:

- составление планового баланса дохода и расходов банка в рамках бизнес-плана;
- планирование на его основе достаточной процентной маржи;
- составление сметы доходов и расходов банка;
- прогнозный расчет нормы прибыли на активы и собственный капитал;
- планирование распределения прибыли.

Центры прибыли – центры финансового учета, деятельность которых связана с получением прибыли. Они занимают центральное место в финансовой структуре банка, поскольку основной целью деятельности коммерческого банка является прибыль. В банке обычно выделяют несколько таких центров: управление кредитования, управление расчетно-кассового обслуживания, казначейство, управление пассивных операций и др. Центры прибыли – это подразделения, которые непосредственно взаимодействуют с клиентурой в процессе продажи продукта и имеют собственный балансовый отчет и отчет о прибылях и убытках. Из этого вытекает, что им присуща ответственность за реализацию закрепленного за ними продукта или продуктов. В свою очередь, центры прибыли можно разделить на центры привлечения средств и их размещения.

Некоторые банки разграничивают центры прибыли и центры дохода. Различия между ними заключаются в том, что центр прибыли способен оказывать влияние на уровень затрат, а центр дохода – нет.

Центр затрат – центр финансового учета, деятельность которого связана с обеспечением деятельности других центров финансового учета и не приносит прибыли. Указанные центры могут подразделяться на центры поддержки бизнеса, центры обеспечения и обслуживания и штабные центры затрат.

Подразделения по поддержке бизнеса (центры затрат) характеризуются тем, что все их расходы полностью переносятся на соответствующие центры прибыли. К ним, в частности, можно отнести, управление кредитных рисков, управление электронной обработки данных и некоторые другие.

Деятельность центров обеспечения и обслуживания (центры затрат) направлена на обеспечение (материальное, технологическое, информационное и т.п.) функционирования всех подразделений банка. Таким подразделениям, как правило, устанавливаются лимиты расходов, за которыми осуществляется строгий контроль в процессе исполнения бюджета. Расходы этих подразделений в рамках бюджета распределяются на все другие подразделения, для которых осуществляются затраты. К таким центрам относят, например, отдел по работе с персоналом, PR, транспортный, хозяйственный и др.

Штабные центры затрат выполняют функции общебанковского учета, контроля и управления. Ими могут являться: правление банка, секретариат, управление финансового планирования, юридический отдел, управление внутрибанковского контроля и аудита, управление бухгалтерского учета. Расходы данных подразделений рассматриваются как обще банковские и распределяются в процессе составления бюджета.

Разделение деятельности отдельных подразделений на центры ответственности должно закрепляться в Положении о финансовой структуре банка. После выделения центров ответственности определяется схема взаимосвязи между ними, что позволяет руководству банка оценивать финансовые результаты деятельности каждого центра, управлять не только банком в целом, но и каждым центром в отдельности.

Важным шагом на пути создания системы бюджетирования является разработка положения о структуре бюджета и регламенте бюджетного процесса. Структура основного бюджета, перечень и содержание документов, несомненно, будут иметь особенности.

Очевидно, что начинать данную работу следует с наиболее простых форм. В то же время полную информацию для оценки и контроля за деятельностью банка можно получить на основе трех бюджетных документов: бюджетного отчета о движении денежных средств, отчета о прибылях и убытках и бюджетного баланса.

Внедрение бюджетирования должно подкрепляться соответствующим регламентом, который прописывает состав и структуру используемой информации, порядок ее подготовки и перемещения внутри банка. Регламент определяется руководством банка.

Бюджетирование – это комплекс планирования, отчетности и контроля на основе системы бюджетов. Бюджет должен быть достаточно гибким для принятия оптимального решения. Бюджеты координируют работу организации через непрерывность планирования, расширение горизонта мышления отдельных руководителей, повышение ответственности исполнителей, выявление слабых звеньев в организационной структуре.

Бюджет банка может разрабатываться сверху вниз или снизу вверх. Принятие того или иного порядка зависит от участников процесса и характера их участия. В том случае, если бюджетный процесс идет сверху вниз, финансовые задания разрабатываются руководством банка, а центры финансового учета в предоставляемых ими бюджетах обосновывают то, как именно они будут добиваться выполнения установленных показателей. Такая схема будет более эффективной для тех кредитных организаций, которые обладают реактивной системой управления, т.е., как мы уже отмечали, молниеносно реагируют на изменение внешней среды и среды ближайшего окружения.

Другой метод разработки бюджета предполагает, что центры финансового учета представляют свои планы развития для обсуждения на уровне руководства банка. Очевидно, что разработанные планы должны укладываться в рамки общего направления развития банка, и окончательное решение об одобрении или корректировке представленных документов принимается в процессе согласования между руководителями центров и высшим менеджментом банка. С одной стороны, этот подход обеспечивает участие всего персонала в формировании бюджетов различных уровней, с другой – предполагает объективное отношение руководства банка к запросам всех подразделений.

При децентрализованной системе формирования бюджета целесообразно четко прописать функции центров ответственности. Например, функции плановых служб могут включать: составление и реализацию на ежеквартальной (или иной периодичности) основе бюджета на предстоящий период; консолидацию информационного обмена между подразделениями; свод, корректировку и разработку бюджета банка в целом и представление его руководству; контроль бюджетных показателей и установленных лимитов.

Функциями центров прибыли банка могут являться: обеспечение выполнения собственного бюджета и установленных лимитов на расходы; документирование на постоянной основе всех продаж клиентам в рамках как бухгалтерского учета, так и системы управленческого учета; постоянный мониторинг потребностей клиентов в существующих и перспективных продуктах, соответствующих профилю центра, и оценка потребности в финансировании расходов; своевременный информационный обмен с другими центрами; ответственность за предоставление достоверной информации и др.

Функции центров затрат обычно сводятся к обеспечению выполнения установленных лимитов на расходы. Они (центры), безусловно, должны непрерывно документировать процесс оказания услуг другим центрам ответственности в рамках бухгалтерского и управленческого учета; оценивать и вести ценовую экспертизу услуг, предоставляемых сторонним организациям; осуществлять своевременный информационный обмен с другими центрами; иметь право выходить с запросом на корректировку выделенных лимитов в сторону увеличения, подкрепляя его соответствующим экономическим обоснованием, и т.д.

Особую роль в процессе бюджетирования играет казначейство банка. Именно с данной структурной единицей связан наиболее болезненный вопрос бюджетирования – трансфертное ценообразование.

Учет и распределение затрат, трансфертное ценообразование – неотъемлемые атрибуты децентрализованной системы управления доходностью, которые, к сожалению, связаны с определенными трудностями и имеют сложную репутацию. Многие специалисты справедливо отмечают, что одной из причин неудач при реализации системы управления доходностью

подразделений, продуктов и клиентов является стремление менеджмента добиться высокой степени детализации и точности в учете затрат. В этой связи не следует стремиться к тому, чтобы добиваться абсолютной точности в распределении затрат между подразделениями банка; необходимо ограничиться распределением затрат по наиболее значительным статьям. Это позволит избежать спорных моментов и противоречий. Более того, такой подход существенно снизит затраты по внедрению самой системы управления доходностью подразделений, продуктов и клиентов.

В связи со снижающейся доходностью большинства банковских операций банки заинтересованы в использовании надежных механизмов контроля стоимости привлеченных средств. Основным ограничителем здесь выступают внешние условия – ставки размещения, складывающиеся на рынке в конкретный момент времени. Например, если банк привлекает в больших объемах дорогие пассивы, он столкнется с более высоким риском при размещении средств, так как рост доходности всегда сопровождается значительным риском.

Secția V. CIBERNETICĂ ȘI INFORMATICĂ ECONOMICĂ

DISCORDANȚE, AMBIGUITĂȚI ȘI SOLUȚII LA LUAREA DE DECIZII COLECTIVE MONOOPTIIONALE

Prof. univ. Ion Bolun

Ambiguous and with discordances voting rules, used in mono-optional voting systems, are identified. The majority of ambiguozities refers to: a) monotony requirement failure and/or b) equivocal interpretation of the quantity expression which specify the sufficient number of votes. Reformulations of such rules, aiming to eliminate their equivocal interpretation, are proposed.

1. Introducere

În societatea informațională – societatea cunoașterii, rolul deciziilor eficiente crește. La implicarea în procesul decizional a mai multor decidenți – fapt frecvent în societățile democratice, decizia se ia prin votul acestora. Misiunea și procedura votării și, de asemenea, regulile de procesare ulterioară a voturilor exprimate de către decidenți pentru obținerea rezultatelor finale („voturi → decizie”) formează sistemul de votare folosit și se stipulează în anumite documente normative. Cu regret, nu întotdeauna formulările în asemenea documente pot fi univoc interpretate, ceea ce complică procesul decizional și poate conduce la erori decizionale – erori, uneori, cu consecințe grave. Probabil, formulările neambigui introduse cândva, treptat au fost simplificate într-atât, că acestea au devenit ambigui. Ca exemplu ar putea servi formula „50% + 1” (vezi, bunăoară, [16]), în care procente se adună cu unitățile.

Din multitudinea de aspecte ce țin de domeniu (categoriile, clasificarea, corectitudinea și eficiența comparativă a sistemelor de votare, regulile „voturi → decizie”, etc.), în lucrare se cercetează doar cele privind incoerențele cauzate de caracterul discret (în întregi) al numărului de voturi în susținerea anumitor opțiuni din totalul acestora în îmbinare cu regulile „voturi → decizie” ce pot fi interpretate neunivoc.

2. Considerații preliminare

În cele ce urmează este dată, mai întâi, o sistematizare a aspectelor generale bine cunoscute privind esența și multitudinea sistemelor de votare, inclusiv: misiunea, procedura votării și unele reguli „voturi → decizie”.

Misiunea definește scopul votării. După numărul de alternative (opțiuni), ce se selectează în rezultatul procesării voturilor exprimate, se disting două categorii de misiuni: monoopționale – cu o singură opțiune finală și multioptionale – cu două sau mai multe opțiuni finale.

Procedura votării include definirea buletinului de vot și a altor aspecte ce țin de desfășurarea votării și exprimarea votului de către decidenți. Modalitatea de exprimare a votului de către decidenți poate fi diferită, inclusiv: selectarea doar a uneia din totalul de opțiuni (votarea pluralitară – *plurality voting*, eng.); selectarea, din totalul de opțiuni, a unui număr particular de opțiuni (votarea aprobativă – *approval voting*, eng.); selectarea multiplă a unora și aceluiași opțiuni din totalul de opțiuni (votarea cumulativă – *cumulative voting*, eng.: fiecare dintre decidenți deține n voturi la m opțiuni în total, cele n voturi decidentul le distribuie în mod particular între cele m opțiuni); ordonarea tuturor opțiunilor în ordinea descreșterii preferințelor (votarea preferențială – *preferential voting*, eng.); aprecierea cantitativă a fiecărei opțiuni într-o scală dată (votarea aliniată – *range voting*, eng.). Se folosește, uneori, și modalitatea de înregistrare (votare) particulară de către decident a unei noi opțiuni – opțiune lipsă în lista inițială de opțiuni ș.a.

Regulile „voturi → decizie” (VD) sunt foarte diverse, mai cunoscute fiind regulile: pluralității, majorității și reprezentării proporționale cu diferite variații și concretizări (de exemplu, pluralitate

calificată, majoritate calificată, unanimă etc.); de asemenea, uneori se folosește votarea loterie care prevede selectarea opțiunii (opțiunilor) prin loterie. De asemenea, la procesarea voturilor exprimate, voturile pot fi considerate egale (cu aceeași pondere) sau ponderate.

Regula pluralității (din franceză – *pluralité*): decizie (opțiune finală) devine opțiunea cu cel mai mare număr de voturi; nu se cere ca proporția de voturi din total, exprimate pentru opțiunea finală, să fie obligatoriu mai mare de 50%. Această regulă se mai numește, uneori, *regula majorității relative* (de exemplu, [2, p. 6]). Totuși, folosirea expresiei „majoritatea relativă”, în asemenea cazuri, nu este reușită: relativă sau nu, dar ar trebui să fie majoritate, iar în cazul pluralității, nu e vorba de majoritate, ci de un număr mai mare de voturi comparativ cu alte opțiuni; de asemenea, expresia „majoritate relativă”, folosită în sensul descris mai sus, nu se raportează reușit cu expresia „majoritate absolută”, descrisă mai jos în această secțiune.

Regula pluralității se folosește, cu anumite concretizări, și în votări multioptionale. Fie avem o votare cu m opțiuni finale. *Exemplul 1*: regula pluralității se aplică consecutiv de m ori (votarea în m tururi), de fiecare dată alegându-se una din opțiuni ca opțiune finală și care este exclusă din tururile ulterioare, astfel că ultimul tur este cu votare monoopțională. *Exemplul 2*: votarea într-un singur tur; decizia include m opțiuni cu numărul de voturi mai mare.

Regula pluralității calificate: decizie devine opțiunea cu cea mai mare proporție de voturi din total, dar nu mai mică decât o valoare dată ce nu depășește 0,5 (de exemplu, 1/4, 1/3, 2/5 etc.); proporția de voturi poate fi exprimată și în procente.

Regula majorității: decizie devine opțiunea cu o proporție de voturi din total mai mare de 0,5 (50%). Dacă proporția de 50% se referă la totalul de decidenți participanți la votare, atunci această regulă se mai numește *regula majorității simple*, iar dacă proporția de 50% se referă la totalul de decidenți, inclusiv cei absenți la votare, atunci această regulă se mai numește și *regula majorității absolute*. Pentru a face o distincție mai pronunțată între aceste două cazuri diferite, se folosesc expresiile: a) cel puțin x din totalul de decidenți (voturi), inclusiv cei absenți, – în cazul majorității absolute de „ x ” decidenți (voturi); b) cel puțin x din cei prezenți (voturile decidenților prezenți) – în cazul majorității simple de „ x ” decidenți (voturi). În ambele cazuri, x este proporția de voturi (decidenți) din total în formă de fracție sau %.

Regula majorității calificate: decizie devine opțiunea cu o proporție de voturi din total nu mai mică decât o valoare dată mai mare de 0,5 (50%) și mai mică de 1 (100%); de exemplu 3/5, 2/3, 3/4, 54%, etc.). Aceasta se mai numește uneori [1, 14] *regula supermajorității*. În mod similar cu regula majorității, *regula majorității calificate* este *absolută*, dacă proporția în cauză se referă la totalul de decidenți (voturi), inclusiv cei absenți la votare.

Regula unanimității: decizie devine opțiunea susținută de toți decidenții (100% din voturi). De exemplu, 128 din cele 147 de decizii din 2008 ale Consiliului UE au fost adoptate în unanimitate [12], deși regula VD aplicată nu era, de obicei, cea a unanimității.

Reprezentarea proporțională se folosește în votările multioptionale pe blocuri-opțiuni inițiale și presupune alocarea opțiunilor finale blocurilor proporțional voturilor acumulate. Ca exemplu ar putea servi alegerea deputaților în Parlament pe liste (blocuri) de partid.

În lucrare se vor cerceta doar cazurile când numărul decidenților este egal cu numărul voturilor exprimate. De asemenea, se va considera că toți decidenții sunt egali în drepturi, adică toate voturile au aceeași pondere. Rezultatele obținute la asemenea supoziții pot fi, de regulă, extinse relativ ușor și pentru alte sisteme de votare.

3. Cerințe către sistemele de votare

Pentru a fi eficiente, sistemele de votare trebuie să corespundă anumitor cerințe. Se disting cerințe universale, comune pentru toate sistemele de votare, și cerințe particulare, specifice unor sisteme aparte. La cele universale se referă asemenea cerințe ca [1, 2, 14]:

- prevalarea majorității – dacă există o majoritate de decidenți care apreciază o opțiune mai înalt decât pe toate celelalte opțiuni, atunci această opțiune trebuie să fie decizia;
- monotonia – trebuie să fie imposibil ca o opțiune, apreciată mai înalt – să piardă sau ca o opțiune apreciată mai jos – să învingă;
- consistența – dacă decidenții se împart în două grupuri, fiecare dintre care optează pentru una și aceeași opțiune, atunci aceasta trebuie să fie decizia;
- participarea – votarea onestă trebuie să conducă la îmbunătățirea deciziei comparativ cu neparticiparea la votare;

- condiția Condorcet – dacă la comparația în perechi o opțiune este preferată fiecareia din celelalte opțiuni, atunci aceasta trebuie să fie decizia;
- condiția de pierdere Condorcet – dacă la comparația în perechi o opțiune pierde față de fiecare din celelalte opțiuni, atunci aceasta nu trebuie să fie decizia;
- independența opțiunilor irelevante – decizia nu trebuie să depindă de adăugarea sau eliminarea unei opțiuni pierzătoare;
- independența opțiunilor clonate – decizia nu trebuie să depindă de adăugarea unor opțiuni identice cu cele existente;
- simetria inversării – inversarea preferințelor individuale ale fiecărui decident trebuie să conducă la o altă decizie.

4. Înlăturarea ambiguității unor reguli VD pentru sistemele monoopționale

În instituțiile cu tradiții bine cunoscute, cu specialiști de înaltă calificare în domeniu, procesul decizional este bine pus la punct, fiind exclusă posibilitatea formulării cu discordanțe sau interpretării neunivoce a regulilor VD folosite, chiar dacă interpretarea directă, de către nespecialiști în domeniu, folosind sensul obișnuit al definițiilor acestor reguli, poate fi, uneori, neunivocă.

Exemplul 3. În Constituția SUA [13, art. 1, secția 7] este stipulat că decizia respectivă se adoptă cu susținerea a $2/3$ din membrii Camerei Reprezentanților („shall be repassed by two thirds of the House”, *eng.*). Câte voturi sunt necesare pentru adoptarea deciziei în cauză? Să admitem că votarea are loc în 1960 și este vorba de majoritatea calificată absolută de $2/3$. Deoarece în Camera Reprezentanților SUA în 1960 erau 437 membri, avem $437 \cdot 2/3 = 291,3$. Rezultatul este un număr fracționar, iar numărul de voturi este întotdeauna un număr întreg. Din punct de vedere matematic, la de 437 membri problema nu are soluții în numere întregi. Dacă s-ar admite rotunjirea rezultatului 291,3 până la întregi, atunci ce fel de rotunjire ar trebui de folosit? Dacă cea ordinară sau cea prin lipsă, atunci numărul de voturi necesar este de 291, iar dacă cea prin adaos, atunci acesta este deja de 292 voturi. Adică soluția poate să difere, în funcție de metoda de rotunjire utilizată. Totodată, dacă opțiunea este susținută cu 300 voturi, aceasta nu ar trebui, strict matematic vorbind, adoptată, deoarece 300 nu constituie $2/3$ din voturi (deși mai mult). În realitate situația este mult mai simplă: interpretarea „majorității de $2/3$ ” („two-thirds majority”), în cea mai larg folosită în SUA sursă [14, pag. 388], fiind „de cel puțin $2/3$ ” cu rotunjirea prin adaos până la întregi. Aceeași interpretare pentru această regulă este dată și în [5]: ”To figure a $2/3$ vote, the procedure is to divide the number of votes by 3 and multiply by 2 (rounding up on fractions)”. Astfel, în acest exemplu decizia se adoptă, dacă este susținută cu „cel puțin 292 voturi”.

Exemplul 4. În cadrul sitului web, consacrat Constituției SUA, pagina 2 FAQ, [15], în răspunsul la întrebarea 23 (Q23) se menționează că pentru convocarea unei Convenții Constituționale este necesară susținerea a „două-treimi din totalul de state (la 50 de state, aceasta semnifică 34 de state)”, deoarece $50 \cdot 2/3 = 33,3$ și rotunjind acest număr fracționar până la întregi prin adaos, se obține 34.

Exemplul 5. D.Waldman în [4], pentru regula „cel puțin $3/5$ din senatori”, menționează, de asemenea, necesitatea rotunjirii prin adaos a rezultatului împărțirii lui 3 la 5: „when there are 99 Senators duly chosen and sworn, although $3/5$ of 99 is 59,4, you still need 60 votes for cloture”.

Totodată, interpretarea regulilor VD formulate în [14], după cum se menționează în înseși această sursă, nu este universală: „They govern only if there are no contrary provisions in any federal, state or other law applicable to the society, or in the society's bylaws, or in any special rules of order that the society may have adopted”. Adică prioritate se acordă concretizărilor definite în fiecare document normativ în parte; doar în lipsa unor asemenea concretizări poate fi aplicată interpretarea din [14]. Înseși publicarea în 1876 a primei ediții a manualului în cauză a fost cauzată de multitudinea de interpretări diferite a unora și acelorași reguli VD în diferite instituții și zone geografice ale SUA [14].

Bineînțeles, ar fi rezonabilă aceeași interpretare a diverselor reguli VD, indiferent de instituție, zona geografică sau țară. Totodată, interpretări diferite ale unora și acelorași reguli VD pot fi doar în cazurile de definire incorectă, de obicei incompletă, a acestora. Cu regret, chiar și în documente oficiale există cazuri de discordanțe, formulări contradictorii, de confundare a unor noțiuni în domeniu (vezi, de exemplu, p. 5). Ambiguitățile și erorile în definirea regulilor VD conduc la dificultăți în procesele decizionale, îndeosebi în instituțiile cu tradiții mai slab dezvoltate; pot fi puse la îndoială chiar și deciziile luate în baza lor. Interpretarea corectă a regulilor VD poate fi problematică în colective de decidenți mai puțin inițiați în domeniul în cauză. Iar asemenea cazuri sunt multiple – decizii colective se iau frecvent, practic, în fiecare întreprindere, instituție sau organizație, gama

acestora fiind foarte mare. Dificultățile în cauză ar putea fi evitate dacă s-ar aplica reguli VD cu interpretare univocă și atunci nu ar fi necesară apelarea la surse speciale pentru concretizarea interpretării lor. Totodată, pentru a fi ușor acceptate, definițiile neambigue a regulilor VD ar trebui să fie suficient de laconice.

Pentru cercetare, este necesar de a identifica, mai întâi, regulile VD ambigue, cu interpretare neunivocă, folosite în sistemele de votare monoopțională. Evident, nu apar ambiguități de interpretare, la aprobarea unei opțiuni ca decizie, dacă regula VD specifică, concret, numărul de voturi necesare. De exemplu: 1) „cel puțin 200000 de cetățeni 2) „nu mai puțin de 300 de persoane” [6, art. 152, alin. 1]. Din cele enumerate în p. 2, ambiguități în formularea regulilor „voturi → decizie” nu se întâlnesc, de asemenea, la folosirea regulilor: majorității și unanimității. La aplicarea regulii pluralității, apar ambiguități în luarea deciziei doar în cazurile relativ rare, când două sau mai multe opțiuni pretendente obțin același număr de voturi; în asemenea cazuri pentru luarea deciziei sunt necesare condiții suplimentare. Se întâlnesc, însă, asemenea ambiguități la aplicarea regulilor: pluralității calificate, majorității calificate și a reprezentării proporționale.

Formulările ambigue de reguli „voturi-decizie” în sistemele de votare monoopțională, cercetate în această lucrare, se vor grupa în două categorii: 1) nerespectarea cerinței de „monotonie” a sistemelor de votare (vezi p. 3); 2) specificarea numărului de voturi suficiente prin expresii ce pot rezulta cu numere fracționare. De menționat, că unele reguli VD sunt ambigue din ambele aceste puncte de vedere. Asemenea cazuri vor fi atribuite la categoria 1 de reguli; acestea, după înlăturare, prin modificarea definiției, a ambiguității ce ține de categoria 1, se transformă în reguli ambigue de categoria 2. La formulări de reguli „voturi → decizie” cu interpretare neunivocă, ce țin de nerespectarea cerinței de „monotonie” (prima categorie), se referă:

- 1.1) decizie devine opțiunea susținută cu (a întrunit) „ x voturi”, unde x este un număr întreg dat. În cele ce urmează, fraza „decizie devine opțiunea susținută cu” se va înlocui cu abrevierea DS;
- 1.2) DS „ $x\%$ (x la sută) din voturi”, unde x este un număr rațional pozitiv dat. De exemplu:
 - a) „10 la sută din numărul cetățenilor” [6, art. 180d]; b) „55% din statele membre” [11]
 - c) „65% din populația UE” [11];
- 1.3) DS „ x/y din voturi”, unde x și y sunt numere întregi date. De exemplu: a) „1/2 din numărul consilierilor” [6, art. 180a]; b) „2/3 din numărul consilierilor” [6, art. 180a]; c) „2/3 din membri” [9, art. 81, alin. 2; 10, art. 86 alin j]; d) „trei-pătrimi din numărul Statelor Membre” [12]; e) „2/3 din membrii Camerei Reprezentanților” [13, art. 1, secția 7]; f) „două-treimi din state” [13, art. 5].

Nerespectarea cerinței de monotonie în formulările (1.1)-(1.3) se lămurește prin aceea că în cazurile când o opțiune este susținută cu mai mult de x voturi ($x\%$ sau x/y din voturi) aceasta nu ar trebui, strict vorbind, să devină decizie, deși în practică, intuitiv, o asemenea opțiune se consideră decizie (între acele „mai mult de x voturi” există și cele x voturi suficiente). Mai mult ca atât, în cazurile (1.2) și (1.3) rezultatul poate fi un număr fracționar, pe când numărul de voturi este întotdeauna un număr întreg, de aceea strict matematic problema în asemenea cazuri nu are soluții. Corecte, în ce privește respectarea cerinței de „monotonie”, ar fi formulările (1.1)-(1.3) și, de asemenea, altele de acest gen, în care expresia ce definește numărul de voturi suficiente se completează cu fraza „cel puțin” (sau, în alte cazuri similare, – cu fraze ce definesc limita de jos sau cea de sus ca: „nu mai puțin”, „mai puțin”, „cel mult” etc.). Astfel, pentru a fi monotonă, regula VD 1.1 ar trebui formulată ca: DS „cel puțin x voturi”, iar cele 1.2 și 1.3 ca regulile 2.2 și 2.3, respectiv, din lista de mai jos de reguli VD de categoria 2, întâlnite în documente oficiale:

- 2.1) DS „mai mult de 50% din voturi” (mai mult de jumătate din voturi). De exemplu: a) „mai mult de 1/2 din membri” [6, art. 32, alin. 2]; b) „mai mult de jumătate din voturile valabil exprimate” [6, art. 134, alin. 1];
- 2.2) DS „cel puțin $x\%$ (x la sută) din voturi”, unde x este un număr rațional pozitiv dat. De exemplu: [6, art. 86, alin. 2];
- 2.3) DS „cel puțin x/y din voturi” (nu mai puțin de x/y din voturi), unde x și y sunt numere întregi date. De exemplu: a) „cel puțin 2/3 din numărul total de consilieri” [3; 6, art. 135, alin. 4]; b) „cel puțin 2/3 din numărul membrilor Senatului” [7, p. 20]; c) „cel puțin o treime din deputați” [6, art. 144, alin. 1b]; d) „nu mai puțin de jumătate din numărul alegătorilor” [6, art. 198, alin.1]; e) „cel puțin 2/3 din membri” [9, art. 81, alin. 3]; f)

- „cel puțin 1/3 din membri” [9, art. 86, alin. 2, 4]; g) „cel puțin 2/3 din cei prezenți” [10, p. 11, alin. c)]; h) „cel puțin 3/4 din membri” [3];
- 2.4) DS „cel puțin 50% + 1 voturi” sau „cel puțin 50% din voturi plus 1 vot”. De exemplu: a) „nu mai puțin de 50% + 1 voturi” [8, p. 8]; b) „nu mai puțin de 50 la sută plus un vot” [7, p. 20]; c) „cel puțin 50 la sută plus unu din membri” [9, art. 81, alin. 3];
- 2.5) DS „mai puțin de $x\%$ (x la sută) din voturi”. De exemplu: „mai puțin de trei la sută din voturi” [6, art. 37, alin. 4];
- 2.6) DS „cel puțin $x\%$ (x la sută) din voturi”. De exemplu: „cel puțin 2 la sută din voturile valabil exprimate” [6, art. 87, alin. 2];
- 2.7) DS „mai puțin de x/y din voturi”, unde x și y sunt numere întregi date. De exemplu: a) „mai puțin de 1/3 din numărul de persoane” [6, art. 91]; b) „mai puțin de 1/4 din numărul persoanelor” [6, art. 136]; c) „mai puțin de 1/3 din numărul persoanelor” [6, art. 171]; d) „mai puțin de 1/3 din numărul cetățenilor” [6, art. 199];
- 2.8) DS „mai mult de x/y din voturi”, unde x și y sunt numere întregi date. De exemplu: a) „mai mult de 1/3 din numărul stabilit” [6, art. 139, alin. 1a]; b) „mai mult de 1/2 din membri” [6, art. 32, alin. 2] (ca și exemplul (a) la cazul 2.1). De menționat că regula (2.1) este caz particular al regulii (2.8),

Ambiguitatea, ce apare în regulile VD de categoria a doua, are la bază una și aceeași cauză: incompatibilitatea dintre specificarea în regula VD a numărului de voturi suficiente prin expresii ce pot rezulta cu numere fracționare și caracterul în întregi al numărului de voturi ce-l poate acumula în realitate o opțiune. De aceea este suficient de examinat una din aceste reguli.

Să cercetăm regula „decizie devine opțiunea susținută cu mai mult de 1/2 din voturi” (regula VD 2.1). Fie V – numărul total de voturi. Pot fi două interpretări ale acestei reguli: a) „mai mult de 1/2 din voturi” se interpretează ca „număr de voturi” (mai mare de $V/2$) care poate fi doar număr întreg; b) „mai mult de 1/2 din voturi” se interpretează ca „proporția” (mai mare de 1/2) a numărului de voturi în susținerea opțiunii examinate în totalul de voturi. Evident, proporția din cazul (b) este număr fracționar mai mic decât 1 (cu excepția susținerii opțiunii în unanimitate), de aceea selectarea opțiunii finale în acest caz nu implică dificultăți suplimentare: cunoscând numărul v de voturi exprimat în susținerea opțiunii examinate, se calculează raportul v/V care apoi se compară cu cel limită 1/2; dacă $v/V > 1/2$, atunci opțiunea respectivă devine decizie. O altă situație este în cazul (a), în care valoarea limită se măsoară în voturi, deci trebuie să fie număr întreg: se calculează $\lfloor V/2 \rfloor$, unde $\lfloor z \rfloor$ semnifică rotunjirea lui z până la întregi, și valoarea obținută se compară cu v : dacă $v > \lfloor V/2 \rfloor$, atunci opțiunea respectivă devine decizie. Dacă V este par, atunci $V/2$ este un număr întreg și ambele cazuri, (a) și (b), conduc la același rezultat. Dacă însă V este impar, atunci $V/2$ este număr fracționar și trebuie rotunjit până la întregi.

Există trei alternative de rotunjire până la întregi a unui număr fracționar: a) ordinară (dacă partea fracționară este mai mică de 0,5, atunci ea pur și simplu se elimină, iar dacă aceasta este egală sau mai mare de 0,5, atunci la partea întregilor numărului se adaugă o unitate); b) prin lipsă (partea fracționară pur și simplu se elimină); c) prin adaos (la partea întregilor numărului se adaugă o unitate). În funcție de alternativa folosită, rezultatul final poate să difere, ceea ce conduce la interpretarea neunivocă a rezultatelor votării. Ca exemplu că ambiguitatea apare în asemenea cazuri, poate servi și una din întrebările adresate către Forul Întrebări și Răspunsuri de pe situl oficial al „Robert’s Rules of Order” [14] (<http://www.robertsrules.com/faq.html#4>): „La calcularea rezultatului votării, se poate rotunji la cel mai apropiat număr?” („Can we round to the nearest number in computing the result of a vote?”), răspunsul în [14] fiind negativ; rotunjirea se efectuează întotdeauna prin adaos.

Astfel, cazul (a) necesită completarea regulii „voturi-decizie” nominalizate cu specificarea metodei de rotunjire respective și anume a rotunjirii prin adaos, pentru a rezulta cu aceeași opțiune finală ca și în cazul (b). Totuși, o asemenea formulare nu ar fi prea reușită; aceasta ar trebui să fie cât mai laconică. Din acest punct de vedere, este oportun astfel de formulat regula VD ca ea să fie interpretată doar ca proporție și nu ca număr de voturi necesare. De exemplu, regula (2.1) discutată ar putea fi formulată univoc în modul următor: „decizie devine opțiunea susținută cu un număr de voturi în proporție mai mare de 50% din total”. În acest caz e vorba deja de o proporție mai mare de 50% din total, care poate fi și un număr fracționar, lipsind necesitatea de rotunjire până la întregi; numărul de voturi exprimate este necesar doar pentru a calcula valoarea proporției și nu invers.

Folosirea expresiilor de genul „ $x\%$ ” sau „ x/y ”, poate fi interpretată, în funcție de context, ca proporție, ca număr întreg sau, cu anumite rezerve, ca număr întreg. Când se folosește expresia de „ $x\%$ din voturi” sau „ x/y din voturi”, intuitiv se are în vedere proporția respectivă, dar dacă acest lucru nu este specificat explicit, rezultatul final poate fi, totuși, diferit – totul depinde ce se calculează mai întâi: „numărul de voturi” care ar constitui proporția în cauză sau „proporția din voturi” înseși. Dacă mai întâi se calculează „proporția din voturi”, atunci rezultatul este univoc, dacă însă mai întâi se calculează „numărul de voturi” limită, atunci rezultatele pot fi diferite. Totodată, nu pot fi interpretate ca proporție cele „50% ... voturi” din regula (2.4) „cel puțin 50% + 1 voturi”, care prevede explicit calcularea mai întâi a numărului de voturi care ar constitui cele 50% voturi și apoi creșterea acestui număr cu 1 vot. În acest caz este inevitabilă acea rotunjire a $V/2$ până la întregi, de care s-a vorbit mai sus.

Astfel, în caz general, regulile VD ar trebui constituite din trei părți: *proporție + fraza limită + expresia cantitativă care determină valoarea limită*. Există patru alternative pentru „frază limită” (după cum a fost argumentat mai sus la VD de categoria 1, aceasta nu poate fi exprimată prin egalitate): 1) $<$ („mai puțin”, „mai mic”); 2) \leq („cel mult”, „nu mai mult”, „nu mai mare”, „mai mic sau egal”); 3) \geq („cel puțin”, „nu mai puțin”, „nu mai mic”, „mai mare sau egal”); 4) $>$ („mai mult”, „mai mare”). În cazurile particulare, când „expresia cantitativă care determină valoarea limită” este reprezentată printr-un număr întreg, atunci decade necesitatea folosirii primei componente – „proporția”, fiind suficientă constituirea regulilor VD respective doar din două părți: *frază limită + numărul limită*.

Să comparăm următoarele alternative de formulare a unei reguli VD – formulări, enumerate în ordinea descrescătoare a accentului pe proporție și nu pe numărul de voturi: a) „opțiune susținută cu un număr de voturi în proporție din total de cel puțin $x\%$ (x/y)”; b) „opțiune susținută în proporție de cel puțin $x\%$ (x/y) din voturi”; c) „opțiune susținută cu cel puțin $x\%$ (x/y) din voturi”. Primele două formulări se percep ca proporție suficient de clar, versiunea (b) fiind mai laconică și de aceea o considerăm cea mai reușită. Alternativa (c) se percepe ca proporție nu atât de clar, dar este cea mai laconică și deja larg folosită; pentru înlăturarea ambiguității interpretării ei, ar fi binevenită stipularea, într-unul din documentele normative respective, că expresia „ $x\%$ (x/y) din voturi” trebuie interpretată doar ca proporție din totalul de voturi.

5. Discordanțe, confundări și similitudini în regulile VD

Unele formulări contradictorii și, de asemenea, confundări și similitudini între regulile VD, pentru sistemele monoopționale întâlnite în documente oficiale, sunt descrise în exemplele 6-8.

Exemplul 6. În regula VD aplicată în [7, p.20] „... candidatul care a acumulat majoritatea simplă (nu mai puțin de 50 la sută plus un vot) de voturi ...”, regula „majorității simple” este confundată cu cea de „50 la sută plus un vot” care, la un număr de decidenți impar, este regulă de majoritate calificată. Într-adevăr, fie V – numărul decidenților care participă la votare. Atunci, regula majorității simple este „decizie devine opțiunea susținută cu v_{maj} voturi la $v_{maj} > V/2$ ”, iar regula majorității calificate de „cel puțin 50% din voturi plus 1 vot” este „decizie devine opțiunea susținută cu w_{maj} voturi la $w_{maj} \geq]V/2[+ 1$ ”, unde $V/2$ este proporție, care poate fi și fracționară, și $]z[$ specifică rotunjirea lui z până la întregi prin adaos. După cum se poate ușor observa, $]V/2[+ 1 =]V/2 + 1[$ și, pentru valori reale ale lui V practicate în votări ($V \geq 2$), au loc relațiile: $w_{maj} = v_{maj}$, la V par; $w_{maj} = v_{maj} + 1$, la V impar. Astfel, aceste două reguli coincid, la numărul par de decidenți, și nu coincid, la numărul impar de decidenți.

Deoarece este greu de închipuit oportunitatea folosirii unei majorități calificate ce s-ar deosebi de majoritate doar uneori (la un număr impar de decidenți) și chiar și atunci – doar printr-un singur vot, folosirea regulii VD „cel puțin 50% din voturi plus 1 vot” în procesele decizionale ar putea fi considerată nereușită.

Exemplul 7. Dacă în regula DS „mai mult de $1/2$ din voturi” („mai mult de 50% din voturi”), adică „mai mult de $V/2$ ”, expresia $V/2$ este interpretată nu ca proporție (când este regulă de majoritate) ci ca număr întreg de voturi, atunci aceasta coincide cu regula majorității calificate „cel puțin 50% din voturi plus 1 vot” la rotunjirea prin adaos în ambele cazuri. Într-adevăr, în acest caz, în mod formalizat, prima din aceste două reguli este „decizie devine opțiunea susținută cu u_{maj} voturi la $u_{maj} >]V/2[$ ”. Evident, relația $u_{maj} >]V/2[$ este echivalentă cu cea $u_{maj} \geq]V/2[+ 1$, adică $u_{maj} = w_{maj}$ (vezi exemplul 6), ceea ce și se cerea de demonstrat. Probabil, anume această confundare a interpretării expresiei $V/2$ și a condus la discordanța din exemplul 6.

Exemplul 8. Regula DS „50% + 1 vot” (vezi, de exemplu, [16]) este formulată, din punct de vedere matematic, incorect: cei doi factori ai sumei se măsoară în unități diferite (procente și unități-voturi). Probabil, mai întâi se practica formularea „50% din voturi + 1 vot”, iar apoi aceasta a fost prescurtată la „50% + 1 vot”. Ultima ar putea fi folosită ca notare (abreviere), dar în acest caz ar trebui, ca și orice altă notare, descrisă în text desfășurat cel puțin odată.

6. Concluzii

Ambiguitatea regulilor „voturi-decizie” complică procesele decizionale în scară largă. Majoritatea ambiguităților țin de: a) nerespectarea cerinței de monotonie și/sau b) interpretarea neunivocă a expresiei cantitative care determină valoarea limită de voturi necesare. Se înlătură aceste ambiguități relativ simplu: 1) cea (a) – prin completarea expresiei ce definește numărul de voturi necesare cu fraza care specifică limita de jos („cel puțin”, „nu mai puțin de”) sau, în funcție de caz, cea de sus („mai puțin”, „cel mult”) a numărului de voturi; (2) cea (b) – prin înlocuirea numărului de voturi limită, care trebuie să fie număr întreg, prin proporția de voturi limită, care poate fi și număr fracționar. Astfel, în caz general, regulile VD ar trebui constituite din trei părți: *proporție + fraza limita + expresia cantitativă care determină valoarea limită*; când ultima componentă este număr întreg, sunt suficiente ultimele două părți, cum și se practică: *fraza limita + expresia cantitativă care determină valoarea limită*. De exemplu: a) decizie devine opțiunea susținută „în proporție de cel puțin x/y din voturi” (sau decizie devine opțiunea susținută cu „cel puțin x/y din voturi”, dacă într-unul din documentele normative respective se va stipula că expresia „ $x\%$ (x/y) din voturi” se interpretează doar ca proporție din totalul de voturi; b) decizie devine opțiunea susținută cu „cel puțin x voturi”.

Referințe

1. Gallagher M. and Mitchell P. The Politics of Electoral Systems. - London: Oxford University Press, 2008. – 672 p.
2. Sorescu A., Pîrvulescu C. și col. Sisteme electorale. – București: Pro Democrația, 2006. – 54 p.
3. The International Control Authority for Flexible Image Transport System (IAU-FWG) Working Group Rules and Procedures, 20 May 2005 (http://fits.gsfc.nasa.gov/iaufwg/iaufwg_rules.html).
4. Waldman D. Filibuster reform background: The Rules vs. the Constitution. (<http://www.dailykos.com/story/2010/7/26/885950/-Filibuster-reform-background:-The-Rules-vs.-the-Constitution>).
5. Cagle's Parliamentary Procedure webpage. (<http://www.csufresno.edu/comm/ppqa14.htm>).
6. Legea nr. 1381-XIII din 21.11.97, Codul electoral, cu modificările introduse prin Legea nr.119 din 18.06.2010.
7. Regulamentul cu privire la modul de ocupare a posturilor didactice în instituțiile de învățământ superior” (aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.854 din 21 septembrie 2010). MO nr. 182/189.
8. Regulamentul cu privire la ocuparea posturilor didactice și de conducere și alegerea organelor de conducere în instituțiile de învățământ superior universitar din Republica Moldova” (aprobat prin Hotărârea Consiliului Ministerului Învățământului nr.24.4.3 din 19 martie 1996).
9. Codul cu privire la știință și inovare al Republicii Moldova. Monitorul Oficial nr. 108, 2004.
10. Regulamentul cu privire la funcționarea consiliilor științifice specializate și conferirea gradelor științifice și titlurilor științifice și științifico-didactice în Republica Moldova. Aprobare prin Hotărârea Comisiei de atestare a Consiliului Național pentru Acreditare și Atestare din 25 noiembrie 2004 (proces verbal nr.1).
11. Archick K. CRS Report for Congress. The European Union's Constitution. 2005.
12. Summary of Council Acts. Council of the European Union. 16 June 2010.
13. The United States Constitution. (<http://www.usconstitution.net/const.html>).
14. Robert's Rules of Order Newly Revised, 10th ed. Cambridge, Mass.: Perseus Publishing, 2000.
15. USConstitution.net's Constitutional Answers From the FAQ, Page 2. (http://www.usconstitution.net/constfaq_a2.html).
16. How does voting system work Australia? (http://wiki.answers.com/Q/How_does_voting_system_work_Australia).

DISCOVERING AND MANAGING CREATIVITY IN CONSCIENCE SOCIETY

*Prof. DHC, Dr., Ph D Radu MIHALCEA,
Prof. DHC, Dr., Ph D Ion Gh. ROSCA,
Prof. , Dr. Hab., Ph D Dumitru TODOROI*

Abstract.

Conscience in Information Age represents individual spirit feelings, a set of conscientious actions of each individual member of Society. The Sum of Society's individual's conscientious actions forms Conscience Society of Information Age. Commonly used metaphors for conscience include the "voice within" and the "inner light".

Conscience, as is detailed in [Mih-10], is usually see as linked to a **morality** inherent in all humans, to a beneficent universe and/or to divinity, is increasingly conceived of as applying to the world as a whole and as a main feature of conscience society, has motivated its numerous models, characteristics and functions for creation the societal intelligent adaptable information systems in Conscience Society. The moral life is a vital part for the world to maintain a Conscience (civilized) Society, so always keep in mind to: accept differences in others; respond promptly to others; leave some "free" time; care about others as if they were you; treat everyone similarly; never engage in violent acts; have an inner sense of thankfulness; have a sense of commitment.

Creativity is a result of brain activity which differentiates individuals and could ensure an important competitive advantage for persons, for companies, and for Society in general. Very innovative branches – like software industry, computer industry, car industry – consider creativity as the key of business success. **Natural Intelligence' Creativity** can develop basic creative activities, but **Artificial Intelligence' Creativity**, and, especially, **Conscience Intelligence' Creativity** should be developed and they could be enhanced over the level of **Natural Intelligence**. Providing only neurological research still does not offer a scientific basis for understanding creativity but thousand years of creative natural intelligence behavior observations offer some algorithms, models, methods, guidelines and procedures which could be used successfully in **Conscience Society' Creativity**.

Present Essay in concordance with [Dra-00, Ros-06, Mih-10, Tod-10] discusses the evolution of **notion of Creativity** (what It Is, why It Is Important, where It Is Used), analyzes **Creativity from basic point of view** (Creativity as a Brain Activity; Mastering Daily Life; Creativity and Profession; Piirto's six Steps; When and where Creativity Occurs; How Creative People are looked upon), and also manages **Individual Creativity** and **Company Goals** (Individual Creativity; Teams, Creativity and Product Development; Company's Product Development Goals; Entrepreneur's and Small Companies' Product Development).

Key words. Conscience Society, Natural Intelligence Structured, Artificial Intelligence, Robots, Intuition, Creativity, Spirituality.

Intruduction

Academician Mihai Draganescu in community with such researchers as Moravec, Kurzweil, Buttuzzo, Broderick, [Ros-06, Mih-10, Tod-10] analyzed the possibility to create the **Conscience Society** in the period from 2019 to 2035 years. In his essay [Dra-00] have been underlined: "... it is not possible for any kind of **Artificial Intelligence** (AI: electronic or in the future nano-electronic) to possess **Intuition, Creativity** and **Spirituality** without to resort to other structural natural elements, which reality become more and more plausible. The equality of Artificial Intelligence with **Structured Natural Intelligence** (AI = NI Structured) will happened, after a set of opinions of Moravec, Kurzweil, Buttuzzo, Broderick and a., in the period of 2019-2035 years. Some of researchers believe that in the moment when will be obtained the equality AI = NI Structured automatically such electronic brain will possesses the phenomenological properties of **Intuition, Creativity** and **Spirituality**.

After AI > NI Structured it is obviously that will begins a new stage which will produce many consequences in Society thanks to relations of humanity with such intelligences some of which will be presented in the form of **Software** and other in the form of **Intelligent Robots**. It will be some intermediate stage between Knowledge Based Society and Conscience Society when will appear the Artificial Intelligence with the Genuine Conscience, that is **Artificial Conscience** (AC). In the

moment when $AC > NI$ this will be the enter in the zone of **Conscience Society** singing that the Society will be based on the relations between **Natural Intelligence** (which probable will be amplified throw auto-transformations of genetic code and probable throw coupling with Micro-electronic and Nano - electronic Information Systems, and even with Internet Networks) and Software's or Robotic's **Artificial Conscience**".

Lets discuss about Creativity from the development point of view of Conscience Society at Information Era.

0.1. Information Society, Knowledge Society, and Conscience Society of Information Era.

Modern society of Information Era evolves under the sign of rapid changes [Tod-08, ZTod-11]. Permanent innovation through the creative capacity of the individuals – in all domains of knowledge – is equivalent to a huge amount of information and an implicit step towards progress.

Change has become a reality at all levels: everyday-life of the individuals, the life of the organizations and social systems. In our modern society, change equals to “a new way of life”.

Since the 70s, Alvin Toffler was pointing, in his work “Shock wave“, the unprecedented acceleration of the transformation of the whole society. This transformation has been mainly generated by the informatics revolution. The annalists identified this new type of revolution in economy and society, next to the industrial revolution.

In “The fourth wave”, Alvin Toffler’s work published in 1993, he predicted the approach of a new wave of progress. This wave follows the post-industrial economies and is indebt to a revolution of knowledge, especially of the knowledge sprang from intuition, imagination and creative capacity of the human being. This stage, together with the previous ones, is represented in the following Figure 1.

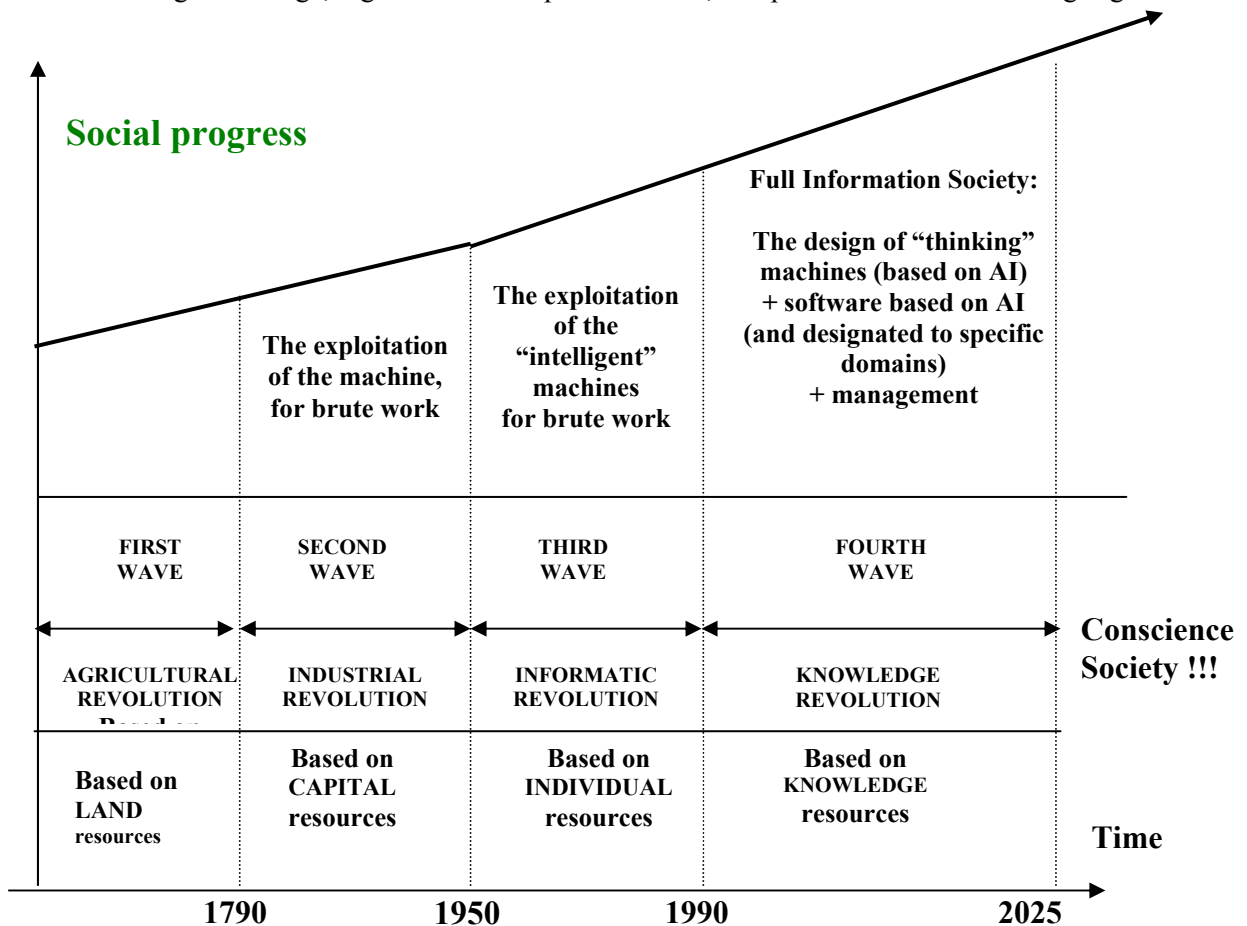


Figure 1. What comes after the Full Information Society?

As we already crossed the first years of the new millennium, one wonders how human life would be like... We have already seen much transformation in our lifestyle over the past several decades gradually leading us towards the so called “**Information age**”.

While the **Information Society (IS)** already taking into shape, its full impact is still a long way to be realized. The form of fully developed information society can only become a reality through an evolutionary process over the years into the future.

It is, however, possible to conceptualize its basis and therefore an assessment of specific issues in this process can be undertaken.

Modern society evolves under the sign of rapid changes. Change has become a reality at all levels: (a) everyday-life of the individuals, (b) the life of the organizations, and (c) social systems. In our modern society, change equals to “a new way of life”. Transformation of the whole society has been mainly generated by the informatic revolution.

Revolution in economy and society - next to the industrial revolution. Post-industrial economies is supported by the knowledge revolution (Figure 1.), especially of the knowledge sprang from **Intuition, Imagination, and Creative capacity** of the human being (Figure 2.)

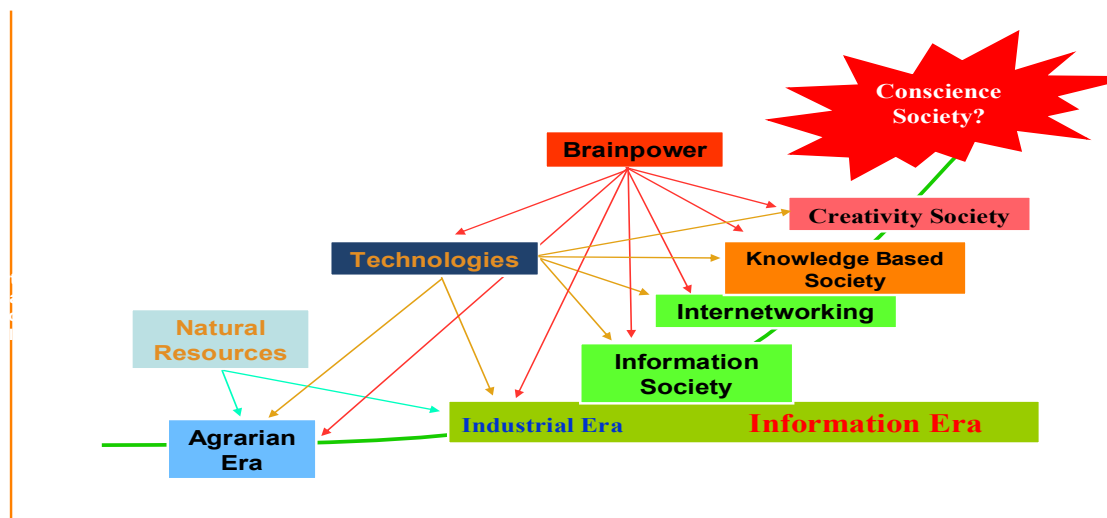


Figure 2. Information Society:1970, Creativity Society:2015, Conscience Society:2019-2035

0.2. New orientations in actual informatics.

In the last decade collaboration of computer science with biology became simply spectacular **new orientations in actual informatics**. Two landmark examples are:

- Ex.Nr.1: the completion of the **genome project**, a **great success of bio-informatics**, of using computer science in biology and
- Ex.Nr.2: Adleman's experiment (1994) of using **DNA molecules as support for computing**.

The latter example is illustrative for the direction of research opposite to traditional one, of using computers in biology: in Adleman's experiment, biological materials and techniques were used in order to solve a computational problem. This was the “official birth certificate” of what is now called **DNA Computing**, and this gave a decisive impulse to **Natural Computing**.

Actually, the whole history of computer science can be seen as the history of attempting to discover, study and, if possible, to implement computing ideas, models, and paradigms from the way nature – the humans included – “computes”. This starts with Alan Turing himself who, in 1935 – 1936, when he defined the Turing machine, now the standard reference for what is “mechanically computable”.

One decade later, McCulloch, Pitts, Kleene founded the finite automata theory starting from modelling the neuron and the neural nets. Later, this lead to the area known now as **Neural Computing**.

A special mentioning deserve genetic algorithms and evolutionary computing / programming, which are now well-established (and much applied practically) areas of computer science. This area is special because it perfectly illustrates the (unexpected) benefits for computer science to look and get inspired from biology.

The optimistic lesson – for other areas of natural computing - is that that nature has prepared for billions of years processes, operations, mechanisms having goals different from those of computer

science, but which turned out to be very useful also to computer science. The challenge is to discover the right processes, operations, mechanisms to abstract and implement them *in silico* in the right way.

The history making Adleman’s experiment mentioned above has the merit of opening (actually, confirming, because speculations about using DNA as a support for computations were made since several decades, while theoretical computer models inspired from the DNA structure and operations were already proposed in the eighties) a completely new research vista: we can not only get inspired from biology for designing better algorithms for electronic computers, but we can also use a biological support (a bio-ware for computing). The objective was no longer to improve the use of standard electronic computers, as it was the goal of neural nets and evolutionary computing, but to have a new computer, based on using bio-molecules, in a bio-chemical manner.

Membrane Computing is a part of this general intellectual enterprise, in some sense extending the DNA computing (more generally – **Molecular Computing**), which starts from the observation that nature has evolved during billions of years a marvellous tiny machinery, with a complex structure, an intricate inner activity and an exquisite relationship with the environment – *the living cell*. The challenging issue suggested by this observation is whether or not the structure and the functioning cell can provide any suggestions to computer science. Membrane computing emerged as an answer to this challenge, proposing a series of models inspired from the cell structure (a compartmentalized space, defined by a hierarchical arrangement of membranes) and functioning as well as from the cell organization in tissue.

The field (founded in 1998) simply flourished at this level. The “strategic” similarities and differences between **membrane computing** and the other areas of natural computing are the following:

- these areas start from biological facts and abstract computing models;
- neural nets and evolutionary computing are already implemented (rather successfully, especially in the care of evolutionary computing) on the usual computer;
- DNA computer has a bigger ambition, that of providing a new hardware, leading to bio-chips, to “wet computers”;
- for membrane computing it is not yet clear which direction is the best (the most realistic): trying to get implemented *in silico* (this started already to be a trend and some successes are already reported) or *in vitro* (no attempt was made up to now). The following Figure 3 illustrates this dilemma, also summarizing the situation of the other branches of natural computing.

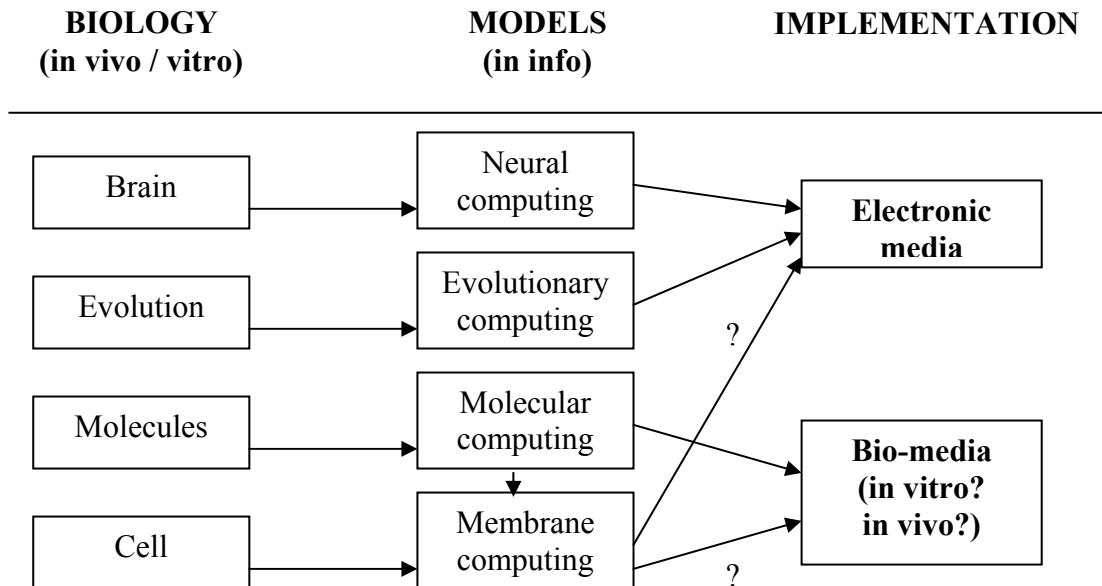


Figure 3. The four Bio-domains of Natural Computing

0.3. Creativity in Conscience Society.

Academician Mihai Draganescu predicted that Conscience is the Science frontier, the Humanity frontier. The Information Systems of Knowledge Based Society as the successor of Information Society were analyzed in [Ros-06, Mih-10]. Guiding marks on Conscience Society’s creation in

Information Era, definition and characteristics, functions and models, and adaptability's features were discussed in [Tod-10].

Presented results discuss the evolution of **notion of Creativity** (what It Is, why It Is Important, where It Is Used) in **Conscience Society**, **analyze different approaches to achieve Creativity in Conscience Society** (Creativity as a Brain Activity; Mastering Daily Life; Creativity and Profession; Piirto's six Steps; When and where Creativity Occurs; How Creative People are looked upon), and also **manage Individual and Group Creativity** in combination with **Company Goals** (Individual Creativity; Teams, Creativity and Product Development; Company's Product Development Goals; Entrepreneur's and Small Companies' Product Development).

1. What Creativity Is, why It Is Important, where It Is Used

There are two notions with similar meaning: **Creativity** and **Ideation**. Creativity has a more general meaning.

1.1. Creativity is man's (in our opinion not only man's (**Natural Intelligence**) but and exclusive important computer's, that is, **Artificial Intelligence's**) capacity to produce insights, new ideas, inventions or artistic objects, which are accepted of being of social, spiritual, esthetic, or technological value [1]. Creativity is a mental process [2].

There are two parts in this definition:

(1) The first one considers a very large activity spectrum – starting from having insights and / or having new ideas – up to developing inventions and artistic objects. This opens the creativity door to every one: almost everyone has several new ideas daily. Therefore **Creativity** - in a larger sense - is a common activity of mankind (**Natural Intelligence**) and computer-kind (**Artificial Intelligence**): it belongs to the self **Adapting Process** to every day's life of natural and artificial intelligence. A given level of minimum creativity is crucial to survive in the initial period of Conscience Society [Dra-00, Ros-06, Mih-10].

Jane Piirto said: "Creativity is the process of a life." [2]

(2) The second part introduces a bottom limit in the very large creativity spectrum from insights to artistic objects: only these ideas, etc. which have intrinsic value – for others - are considered results of a **Creative Process**. All other, more personal results of a thinking process – necessary for individuals to cope with daily life - do not belong to creativity as this is defined through the quoted definition.

Creative results are normally related to profession results: when we speak about creativity we mean professional creativity [Ros-06, Mih-10].

Unlike many phenomena in science, there is no single, authoritative definition of **Creativity**. It has been studied from the perspectives of behavioral psychology, social psychology, psychometrics, cognitive science, artificial intelligence, philosophy, history, economics, design research, business, and management, among others. **Creativity** has been attributed variously to divine intervention, cognitive processes, the social environment, personality traits, and chance ("accident", "serendipity"). It has been associated with Genius, Mental Illness and Humor. Some say it is a trait we are born with; others say it can be taught with simple creativity techniques. There is no standardized measurement technique [Tod-10] to determine the creative degree of a person. Although creativity is regarded as a simple phenomenon, it is in fact quite complex [2].

1.2. Ideation is the mind process of forming and relating ideas, typically connected with new product development. The term ideation is often used interchangeably with "brainstorm", though brainstorm typically implies following a more specific group process while ideation is a more general term. **Ideation** is a concept utilized in the study of new product development, **Creativity**, innovation, design thinking, in concept development, and in marketing research to describe sessions which are for "Idea-Generation" [2, 3].

Because **Ideation** is also a **Creative Process**, it could be regarded as a part of **Creativity**. A boundary between creativity and ideation cannot be defined, but we can consider that the creative processes are going much further and the results are more dramatic. Both could be considered also as a **Psychological State of Mind** in which an individual generates alternate scenarios or imagines things in a way that may contradict actual known and accepted reality [22].

The creativity's importance was best underwritten by Dr. Mohamad Mahathir, a former Prime Minister of Malaysia, one of outstanding personalities of the 20th century. He said: "The greatest asset

of any nation is the creativity of its people.” He championed in his underdeveloped country an unprecedented program - building schools, high schools and universities and offering development programs to open the young people’s way to knowledge and to **Personal Creativity**.

Creativity manifests itself overall in everyday life: in business, in engineering, in medicine, in every intellectual activity. The USA was founded more than two centuries ago by very **Creative People**, who imagined a democratic government in a time when nobody knew exactly what democracy should be. Today all American companies demonstrate very high creativity in both, new products and business practices. This allows them to stay ahead of international competition. Hundreds of new products offered yearly in international markets testify for the high American and **World Creativity**.

Example. Actually, one of the most creative American companies is Apple Inc. It is successfully competing with much bigger conglomerates from different industries - for instance with Microsoft in **Software** industry, with HP in **Computer** industries, with Motorola in **Cell Phone** industry – offering new products with an advance of 1-2 years to its competitors. It is regarded as sure that this astonishing result is due to the **Creativity** of a highly gifted **Person**, his CEO and founder Steve Jobs: previously, when he wasn’t working for Apple, the company was in big trouble. The question is: how is Steve Jobs’ **Creative Process**?

1.3. There are some activities where **Creativity is not accepted**: one of them is **Manufacturing Processes**. The quality norms of International Standard Organization ask for exactly repeated operations for every manufactured piece: only this way every piece is identical with the previously manufactured ones and the product quality remains constant for an entire lot. In such cases, no creativity – that means no unapproved process changes - is accepted.

Employees’ creativity alone is very valuable asset of every company but it is not enough to ensure company’s success: creativity should be directed to serve the company’s goals. It should be managed. Because of that the module is about Discovering and Managing Creativity in Product Development.

2. Analyzing Creativity

Creativity manifests itself in all situations of daily life. It is interesting also to analyze **Daily Creativity Aspects**, which serve only a person and therefore are not considered as belonging to creativity (see above definition): their mechanism could be the same as for more **important Discoveries**.

2.1 Creativity is a Brain Activity

Creativity is the result of brain activity, but how the brain works, is not known: doing neurological researches on living brain is very difficult because this could be hurt. Researches on animals could be done but their brain activity differs immensely from the activity of a human being’s brain.

External observations show that the **Brain** develops many kinds of **Activities**; two of them are:

(a) activities which are ordered from the human will. It allows to the human being to move, to learn and to communicate with other human beings. It is a **Conscious Activity**. The conscious activities could be improved, trained, developed, and modified.

(b) activities which are not consciously coordinated: body’s growth and evolution, breathing and supplying cells with oxygen, eating and transforming food in energy, birth of a new life and probably...creating new ideas. It is a **Subconscious and/or Unconscious Activity**. These activities – normally - cannot be influenced from the human will. They follow automatically, as if they were coordinated from a good programmed computer. The analogy with **Artificial Intelligence** is often used to explain brain functions [Tod-10].

Consciousness (Figure 4) is subjective experience, awareness or wakefulness, the executive control system of the mind. It is an umbrella term that may refer to a variety of mental phenomena [ZTod-11]. Although humans realize what everyday experiences are, consciousness refuses to be defined, philosophers note: *"Anything that we are aware of at a given moment forms part of our consciousness, making conscious experience at once the most familiar and most mysterious aspect of our lives."*

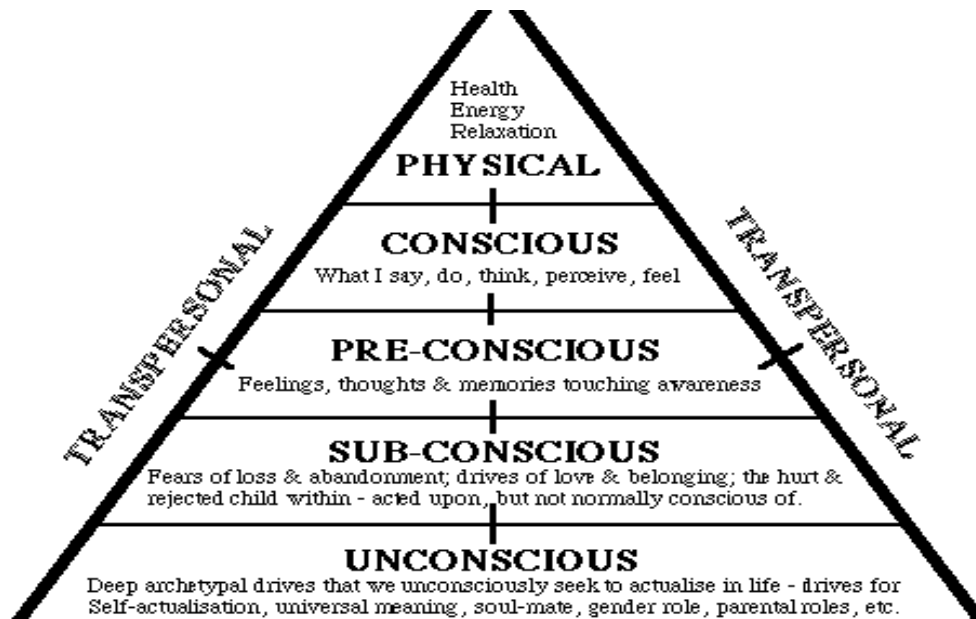


Figure 4. Conscience pyramid

Some Asian populations – especially Indians - developed procedures to influence not **Consciously coordinated body Activities**. For instance some special trained people could reduce their own heart frequency to values around 10 beats per minute which, from the point of view of scientific medicine, means almost dead: but they survive without damages. They could also reduce the breath frequency to values under one breathing per minute, they could renounce at food many days: they survive. They could “meditate”: that means they could eliminate every thought from their brain. All this capabilities show that the “unconscious functions” could be consciously changed. A scientific explanation for this possibility is not available.

Some possibilities to enhance the personal creativity using procedures not checked from modern science are shown were used intensively and successfully from some managers, secrets agents and other persons who should keep a very high awareness level over long time under stress conditions.

The brain itself consists of some 100 billion neurons which are interconnected over 100.000 billion synapses. The number of synapses varies with the age and with the kind of intellectual activity: especially hearing regularly classical music contribute to an increase up to 30% of synapses’ number [12]. Information is transmitted from a neuron to the next using chemical an electrical supports [11] every 0.005 seconds. Therefore the brain is the siege of a furious activity which occurs permanently. The advantage is that it allows a quick response to all excitements: a good trained and healthy person need only about 0.1 s to respond to a visual signal. But it has also a disadvantage: it hinders the brain’s concentration on a subject. In order to do so, every person needs both special environment conditions and training

Exercise. Please take a comfortable position in a chair in a dark room, close the eyes, remain quit and silent and concentrate yourself on your thoughts: do not follow any one of them! Let them pass through your brain and remain relaxed. Count the thoughts which you register. Don’t follow them! Let them pass. You will find a number between 5 and 25 thoughts every minute. These are only the thoughts registered consciously: it is possible that some hundreds of other thoughts are circulating simultaneously in your brain but they don’t came into your conscious. The conclusion could be that a chaos of thoughts reigns in the brain: this is probably his normal functional state.

In order to create a new solution it is probably necessary to concentrate the brain activity only on a problem: creativity is the result of concentrate brain activity. All other thoughts should be blend out.

Because the creativity process occurs in a particular brain, the result is attributed to an individual also in the case when a team contributed to realize favorable environmental conditions. “**Team Creativity**” means that such conditions were realized during team activity that one of the team members had a new idea.

2.2 Mastering the Daily Life

Daily personal activities happen following established routines; hence only changes in the environment could require a new solution. Small changes generate a spontaneous reaction: many of “new” situations occurred in the past, so the brain could review quickly one **in its own “archive”** and choose an already used solution. For instance: a person living alone would not think very long to prepare for breakfast the same what he prepared yesterday: a toast with spread and a coffee with milk and sugar. This solution is available in “archive” and was recently checked.

For a little bit more complicated situations a person would analyze consciously and very quickly some alternatives, in the same way like he did in the past. One can consider the alternatives as belonging to a “**list**” of preferred solutions, or actions, which is an individual characteristic. For instance: when mother is preparing the breakfast, she would ask the family members if they want to eat bread or cereal, juice or fruit, milk, tea or coffee. To prepare a breakfast is not a big deal, but the idea **to use an object list** – or an action list, or a parameter list – to define alternatives could be used to find solutions for a lot of much more complicated problems.

We should use the same process to analyze how a family would decide what to do on a Sunday morning. Every family member has his own idea – which is based on past preferences - but everyone would like prefer to do something very original, what they didn’t do recently.

O.K. But... what? They would read the Sunday’s newspaper and would see what is offered. Or they would take the weekly publication “Where to go?” or another catalog to see what the offer is. **To use a catalog** of actions is a good idea also for more complicated activities: it could help find the best action for the existing problem, choosing this one from the past experience of others. The decision can be taken immediate and is taken consciously.

Solutions for many problems cannot be found immediately. There are too many alternatives, each with its advantages and disadvantages. Very often these cannot be compared each other and a hierarchy of interests cannot be found.

What happens? The decision is postponed. The person starts to do something else trying to buy time... Suddenly, after several hours or after several days, **he feels that only one of the solutions** could be the right one and he decides consciously to choose this. It was only a feeling, not an analytically found. But the person considers that the problem is solved.

O.K....But...Who found the solution, now considered being the right one? It is obvious that the problem was further analyzed in his brain until the best solution was selected. What is strange is that the person was not aware of this process: he was - **Consciously** - doing something different.

How did this analyze and selection happen? The modern science has no answer to this question: mankind doesn’t know how the brain works. Some authors attribute this “**Unconscious” brain activity [ZTod-11]** to a specific brain region, where also other “unconscious” functions – breathing, body evolution, chemical transformation of food in energy, and many others – may be located and accomplished. Brain researches using MRI do not confirm this hypothesis: every brain function activates more brain regions and those differ slightly from a person to another.

For the purpose of product development we don’t need to know exactly how the brain works: we should only keep in mind that very often solutions for complicated problems cannot be found in the moment when we are looking for them. They appear later, very often unexpectedly, suddenly, and very often at night, when everyone sleeps.

2.3 Creativity and Profession

The thinking process of professionals is formed during their study time and completed during their professional practice. The profession specific thinking process influences decisively the creativity but this one is influenced also by other, non professional experiences, accomplishments or interests. Because of so many influences, the creativity of every person has specific characteristics and is unique. There are no two people with **Identically Creativity**.

Mechanical engineers are using daily notions like: performance, consumption, efficiency, specific weight, cost, optimization, and the like. When they are thinking about **Creativity**, they would consider all possibilities to improve these parameters. They would look for newest research result, invention or technological development which would help them to reach their goal.

Designers are using daily notions like: shape, color, nuances, comfort, customer feeling, and costs. When they are speaking about **Creativity**, they would modify some of these parameters in order to enhance the customer’s experience. To find ideas for their work, they would look in periodicals,

would visit exposition, and would follow / or create fashion trends.

Marketers are working with notions like: customer value, competitors' position, strategic positioning, price, and many others alike. For them, **Creativity** means to find a unique combination of product parameters, product price, and advertising actions which would ensure the highest possible revenue for his company in a specific market.

The **Creativity** worlds of these three professions couldn't be more different. It couldn't be a more difficult task than to balance them. But the company's success depends of a harmonious collaboration of these specialists and on synchronizing their **Creative Efforts**.

2.4. The Piirto's Six Steps

Creativity in the work place is connected with a special understanding for the working world, which isn't described sufficiently in the literature and wasn't discussed with young people. Only few of the young professionals know, share, and use it.

The activity in the work place is more than a job, a source of income, to pay living expenses, although many employees think this way. These employees are interested to keep their job, to do what they need to, and to go home as soon as possible: nothing less, nothing more.

But the work place is at the same time a permanent, very intensive, professional training place. If someone is interested and shows this interest to his employers, he would be assigned more and more complex tasks, with more and more responsibility. He would be encouraged to acquire deeper knowledge and experience, first in his own professional field and later in other, related fields. He would be asked to solve problems first related to new aspects of his profession, later to solve personnel management problems, accounting problems, marketing problems, and / or financing problems. The combination of specific techniques from every one of these fields offers the possibility to develop **Unlimited Creativity**. Successes in accomplishing such tasks bring not only a higher qualification, a higher income but also an important personality change: the personal attitude evolves from curiosity to professionalism. It brings also an incredible, incomparable fun in solving professional tasks.

Jane Piirto describes **Six Steps** to the **Creativity** top [4] as follows:

- (1) (acquire) **Knowledge**. This is the first step in today's very challenging professional life. But knowledge alone is not sufficient, because it is a static concept. Most knowledge could be found in a library but there it has a static existence: nothing happens!
- (2) (develop) **Curiosity**. Knowledge become interesting when someone become curios: how can this knowledge be used? Why it is so, and how can it be modified? Curiosity brings life in a package of knowledge. But curiosity is still static; it means only accumulating more knowledge.
- (3) (become) **Interested**. This means, a person starts to check what and how things can be done, how knowledge can be made useful for himself, for his company, for his country, or for mankind. The first **Creativity** attempts are made in this phase. When the first results are obtained, the interest has the chance to transform itself in.
- (4) **Passion**. Man works intensively to develop knowledge, to create new devices, machines, or art works. The work brings satisfaction and this feeling makes work more interesting. The interest springs from special knowledge to the work place: man is passionately active and this gives him a sense of self accomplishment. His own **Creativity** level becomes higher.
- (5) **Dedication**. Many years of passionate work achieves a blend between the person's own personality, knowledge, and the work field. Man is living to create values in his work place through knowledge. The person identifies himself with his work field and his knowledge. He starts to transfer his knowledge and personal passion to others, he creates a school which disseminates his own concept and knowledge. **Creativity** becomes permanent.
- (6) **Professionalism**. This is the highest level of activity: man challenges himself and expects to deliver under every condition the highest quality of thoughts, products, or services. The person becomes a living example of perfection in his profession. His own **Creativity** is spread among his followers.

2.5. The Piirto's 7i

We already discussed the problem of **Creativity** differences between people. Jane Piirto identified the following features which characterize highly creative people (the **7i**):

- 1) **Inspiration**. It is defined as "...an infusion into the mind or soul of an exaltation". (Oxford

English Dictionary). Inspiration is a result of brain activity and is perceived as a sudden established connection between disjointed facts or ideas, which brings solution to a problem. How it occurs, it is not known.

- 2) **Imagery.** "...is the ability to mentally represent imagined or previously perceived objects accurately and vividly".
- 3) **Imagination.** "...is a mental faculty whereby one can create concepts or representations of objects not immediately present or seen".
- 4) **Intuition.** It is the capacity to "feel" which one is the most promising solution, although a lot of important information is missing. It brings immense competitive advantages toward others, who are looking for scientifically or in other way defined "best solution". Creative people not only trust their intuition, they prefer to use it.
- 5) **Insights.** It is "the ability to see and understand clearly the inner nature of things, especially by intuition." (Webster's New World College Dictionary)
- 6) **Improvisation.** It means the replacement of necessary but not available best instruments, machines, devices, software, etc. through others, which are not so good, not so efficient, not so performing, but which are available. It means reaching results with improper tools. Improvisation itself is a highly **Creative Activity**.
- 7) **Incubation.** Incubation is both a personal characteristic and a parameter (incubation time) of work planning. Above, in chapter "Mastering the Daily Life", we discussed about the fact that **Creativity** cannot offer an immediate solution: it needs time to find one. For easier problems, a time period of some several hours to one day could be sufficient. In order to find solution for more sophisticated problems, weeks, months, or years are often necessary. "The mind is at rest. The body is at rest. You have gone to something else. The problem is percolating silently through mind and body. This is incubation."

The first six features listed in "7i" cannot be met very often in a given population. Only few people exhibit some of them. Only few exceptional personalities exhibit all features. Training methods are few and their results are not guaranteed. That illustrate how seldom creative people can be encountered.

In the process of creation of Conscience Society we will be very interesting to analyze many of possibilities to achieve the performance in Natural Intelligence and Artificial Intelligence, and, especially, of Artificial Conscience using the table "Piiro's Six Steps to the Creativity top versus Piiro's 7i features which characterize highly creative people". What have to be introduced in the cells of this Table (for example in the cell: **Passion / Incubation**)?

Table. Piiro's Six Steps to the Creativity top versus Piiro's 7i features which characterize highly creative people.

Creativity top versus Creative feature	Acquire Knowledge	Develop Curiosity	Become Interested	Passion	Dedication	Professionalism
Inspiration						
Imagery						
Imagination						
Intuition						
Insights						
Improvisation						
Incubation						

2.6 When and where Creativity Occurs

Statistical studies made in Europe [15] about creativity in technical and scientific field show that creative idea appear only seldom in the work place (24%), but much more during free time (76%).

New idea appeared during working time	%
Brainstorming and similar activities	1
During breaks	3
At work	4
During tiring meetings	6
During boring meetings	10
Total	24

New idea appeared during free time	%
During meals	3
During sport activities	4
While watching TV	6
During business trips	11
During holidays	13
Walking alone	28
During other activities	11
Total	76

That suggests a more complicated structure of the creative process, which could be characterized through the following:

(a) Most ideas do not appear during the intensive, concentrated, conscious effort to solve the problem. A new idea is “born” later, at a time when the person relaxes. Relaxing eases idea finding.

(b) A new idea appears after a period of time: an “incubation” time – see Piirto - is required. (c) It seems that in the time period from formulating a problem to the time when the solution is found, the brain is further working at the problem, even during the time when the person is not thinking or is not aware of it. It happens in the same way as other brain functions – breathing, digesting the food, growing tissue, etc.: unconsciously and automatically.

In some works [23] the end of incubation is described as an “intuitive flash of insights” which appears suddenly, very often during the sleep. Following examples are given:

Ex.1. **Friederik A. Kekule** found the shape of benzol molecule during sleep. He became awake and recognized that this should be the solution of his problem.

Ex.2. **Albert Einstein** had a vision of traveling with light speed when he developed his relativity theory.

Ex.3. **Paul McCartney** was dreaming the melody of “Yesterday” during sleep. He woke up and wrote the music down.

2.7 How Creative People are Looked upon

What seems to be sure is the perception that creativity cannot be planned. To be creative takes time, the result cannot be foreseen and it comes unexpectedly. **Creativity** needs conditions which do not match well with planned activities- used extensively in management. Therefore it is difficult to integrate creative people in a team: they are considered – very often – as arrogant, stubborn, uncompromising, tenacious, and persistent. All these are qualities which allow them to follow their own pathway and to create a new idea, very often against an important resistance and against generally accepted opinions. But these qualities are very different from the qualities which are asked for in a harmonious team. One needs a total team dedication to the final goal in order to integrate and support **Creative People**.

When the **Creativity** is working, the individuals, the team and the company hit success!

3. Managing Individual Creativity and Company Goals

3.1 Individual Creativity

The creative capacity differs much from a person to another. The causes could be found both in the differences of individual genetic material and in the influence of **Education, Training** and **Experience**. The latest three elements could only enhance an existing creative predisposition: the reverse attempt, to develop creative capacity of people without any inclination to it, brings only modest results.

Individual creativity could be enhanced:

-1- **When individual knowledge is increased** (#1 from the Piirto’s six steps). During graduating, every student accumulates only a minimum of knowledge in different technical, design or marketing fields. The real knowledge volume is much greater and the individual has to continue to accumulate it and to understand the outer edge of human knowledge. Creativity can start only from this edge further. Another increase in knowledge can happen in the professional field related to the individual’s activity: looking over the fence, analyzing

how other professionals think and act, learning from others, brings a substantial opportunity to enhance individual creativity.

- 2- **When the qualities shown in “7i” are improved.** Besides permanent and goal directed training, besides creativity related professional activity, hearing classical music could contribute substantially to creativity enhancement: the synapses number in the brain could grow up to 130% [21]: this has an important effect on the first four qualities shown in “7i”. Metal music and other similar music have the opposite effect.
- 3- **When professional attitude evolves corresponding to the six Piirto – steps.** Dedication and passion help increase harmonically both the time spent for professional activities and the intensity of unconscious activity, which contribute to solving problems.
- 4- **When problems outside the professional field are solved** and / or blended.
- 5- **When a relaxed attitude in the work place is possible.** Because of this, most research and development departments are located in parks, far away from noisy streets or polluting manufacturing units.
- 6- **When the mind is free from permanent excitations:** background noise or music, TV or radio news reports, and the like.
- 7- **When the body is healthy:** sports contribute to mind relaxation and increase the creative capability.

Companies promote the creativity enhancement of some people, already recognized as being very creative: the number of creative tasks in a company is limited. Too many creative people could create trouble through their mutual rivalry. The greatest interest in enhancing personal creativity should focus on individuals which exhibit the traits shown before.

The Solution people Inc., a creativity consulting company based in Chicago, considers the following four personal predispositions regarding **Creativity** (those are also activity types):

- a- **create ideas;** these are the creative people.
- b- **investigate needs;** these are people who are researching the causes of everything.
- c- **evaluating solutions;** these are people who compare solutions, their costs, and their promotion.
- d- **activating plans;** these are the managers, the people who achieve the project.

Creativity is needed in all the above activities, but in different levels. Creating new ideas requires a very high level of creativity; evaluating solutions needs a smaller amount of creativity, necessary to accommodate project data to prepared calculating algorithms or software. Therefore to every activity one can find a corresponding amount of creativity.

3.2 Teams, Creativity and Product Development

The ultimate goal of a product development team is to create a new product idea. The main important goal is to achieve the product. Without realizing it, a product idea remains only a representation without any value. Value is created by transforming ideas in products.

In order to do so, people with different predispositions – see before – are needed to work together in a product development team. They have to accomplish different tasks necessary first to formulate and second to realize the documentation for a new idea. Normally, a product development team consists of some, few, very creative people and many others who help fix and analyze many ideas and choose the best one.

On a personal scale, people use skills and knowledge to specialize themselves in different professions; therefore, in a product development team, one could / should involve people with different qualifications – engineers, designers, marketers, production specialists, and many others – who bring in original points of view, characteristic to their profession.

In a product development team the required skills change over time because the tasks change also continuously. One can differentiate **Five Time Periods** - or steps, or tasks – before the product can be sold: everyone is related to a specific activity and everyone needs a special type of creativity. There are: (1) **Market and technical development evaluation.** Only some top engineers, some top marketers, and very few clerks belong permanently or only temporary to team. Their creativity is directed to identify the actual market situation and to formulate visionary ideas regarding customers' possible future needs. The team manager is the person who should coordinate the team activity and should ensure the continuity of concepts until the project ends. (2) **Formulating the development goal.** This is the task of upper management and of team leader. Their creativity must consider both the

visionary and the feasibility aspects of the new product idea. (3) **Developing and designing the product.** The team consists of engineers with different specialties; designers, drafters, analysts, testing personnel, technicians, accountants and clerical support. Marketing specialists, production planning specialists, quality assurance specialists, and others are consulted from time to time. A great amount of detail creativity is necessary to develop product parts and subassemblies, to determine the form, color, packing and advertising of the new product. Every professional group gets involved in specific types of creativity. . (4) **Developing and designing the production facility.** Architects, production planners, specialists in manufacturing technologies, personnel department representatives, logistics specialists, quality assurance specialists, representatives of purchasing department and of finance / investment departments - they all collaborate in solving this assignment. Because their task differs substantially, they could be organized in a different team, with another team manager, or in a sub-team, managed by the same project manager; it all depends on the complexity of the production facility, on company organization complexity, and on the team manager's qualification and self assertion.

In order to reduce time to market, both teams must work very closely together and could work – more or less - in the same time (simultaneous engineering). Requirements flow normally from product design to production facility design, but very often also the other way: not all product designers ideas could be manufactured economically so that some details of the product should and would be changed. This activity includes also highly creative individual tasks, but again the creativity type is different. (5) **Developing marketing strategy.** Marketers, sales persons, advertising specialists have to accomplish this task. It includes cost calculation and price determination. This sub-team could also start working from the project beginning, but the most important activities and the greatest working volume will be done just before product introduction on the market. Every one of participants develops a specific kind of creativity: this is directed to customer's perception issues.

3.3 Company's Product Development Goals

Every company has two fundamental goals:

- To satisfy customers' requirements in its own activity field
- To earn dividends for its invested capital.

- Every company defines its activity following strategic goals, valid for a long period of time and approved by the board. The main task of product development department is to develop such products which satisfy the fundamental goals within the approved strategy. Therefore, every proposal for a new product is analyzed from this point of view: if and how much it can contribute to reach the fundamental goals. If this is not the case or is not in a sufficient manner, the product development work is not started.

Companies are acting on markets, where customer requirements, technical knowledge, competitors' offer, and many other parameters evolve permanently. In order to be successful – that means in order to sell large quantities of its own products for a good price - the company should develop products which satisfy future customer's needs. The time interval from the first product idea until sales time varies between several months (for apparel) and a decade or more (for airplanes).

Because other companies bring steadily new products on markets, every company is forced to spend substantially and continuously in developing new products. Their quality must be better than the competitors', so that the company can earn enough to finance his activity and to satisfy shareholders' expectations. Successful product development becomes crucial in fulfilling these goals, such that – in between - companies compete less on the markets that through the results of their product development departments; the **companies compete with each other through the creativity of their employees.** Companies compete with each other also:

1- In the personnel market, to attract the best qualified product development people -2- In the training market, ensuring the best training for their employees. The UIC-offer is highly welcome. -3- On facility market, ensuring the best working conditions for product development employees. -4- Through financing research and development work outside the company.

Experience shows that employees' intrinsic motivation brings the best results in product development departments. This one could be significantly enhanced when companies create a unique culture of performance using methods analyzed in subchapter Motivation in module "Teams and Team Management in Product Development": -a- Highly motivating project goals -b- High and recognized product quality -c- Motivating company vision

Good results are brought about also by extrinsic motivation like: -A- Rewards (money, gifts, awards, medals) -B- The power of decision. Especially team managers are highly motivated through it. -C- Self fulfillment. It represents the **highest possible motivation** for many individuals.

3.4 Entrepreneur's and Small Companies' Product Development

The business environment of an entrepreneur or of a small company is totally different from the one of a multinational company. Normally an entrepreneur offers his products on local markets, his competitors are acting also locally and his customers are interested in products - and very often also in services - which satisfy their immediate needs. Both, a professional contact and a competition between entrepreneurs and big companies exists, but this is solved in one of three following ways: -1- The entrepreneur avoids the competition because he sees no chance to compete successfully -2- The entrepreneur collaborates with big companies completing their offer and adapting it to the requirements of local markets . -3- The entrepreneur studies the offer on market and develops his own range of products in such market spots, which are too small to be supplied by a big company. Such opportunities are widely available.

Therefore, an entrepreneur understands under "product development" something totally different from a big company. For him, "product development" means to develop an offer: -a- Which can be sold in (small) markets where he participates . -b- Which can be realized with his own means and specialized knowledge.

Of course this "product development" involves a certain quantity of creativity but – in most cases – an entrepreneur doesn't care about fundamental or applicative research and only in very few cases he realizes a "new product" which did not exist on the market before. In most cases the product existed already, but it is "new" because he never offered it, or because this product was never offered in the local market. Very often the product is only one variant of an existing product adapted to the local requirements. Of course the adaption requires some creativity, but it is a totally different kind of creativity – much smaller – than that necessary for new products. Sometimes it might be a change in color, or shape, or improvement in quality to be considered as the creation of a new product. Market studies, voice of customers, fundamental research and other methods are replaced in this situation by the entrepreneur's personal contact with the individual customer.

Small companies follow the same path as individual entrepreneurs, but because their market is larger, they have to go further in adapting methods and procedures used by larger companies. Because there is an infinite variation of company's purpose and size, there is a broad diversity in the meaning of product development and how it can be accomplished.

An Idea Festival for small enterprises is organized every year in September in Louisville, Kentucky [24]. This year recommendations in pursuing big ideas are: -A- Think when you are not thinking, for example, on a run or on a walk. -B- Listen to classical music, go to a concert or a play, or sit quietly in a park to daydream. -C- Read periodicals you would not typically read: a scientific magazine, for example, if you are more interested in business. Same with books outside your typical genre. -D- Surround yourself with creative thinkers. -E- Attend a conference outside your field. -F- Immerse yourself in a problem; ask questions, investigate possible outcomes. -G- Keep an idea journal. -I- Take a course to learn a new language or some other skill outside your expertise. -J- Be curious and experiment. -K- Articulate your idea, seek feedback, put structure on it, harvest it.

In conclusion some future steps to be in the research processes in the branch of development the notion of **Creativity in Conscience Society** such as: **Working Methods in Creative Activities** (What Hinders Creativity? Whatever you think, think the opposite! Creativity of Innocence. Use the Former Experience! Analyzing the Market Structure. Ideation Techniques and a), **methodology of Artificial Conscience' Creativity evolution** (adaptable system, procedures, algorithms, models), and **Artificial Creativity' creation** as Computer Based Information System will be future announced and developed.

Resources:

1. Dictionary of Developmental and Educational Psychology, 1986
2. Wikipedia
3. Webster Unabridged Dictionary
4. Jeanne Piirto: Understanding Creativity, Great Potential Press, 2004, ISBN 0-910707-58-8
5. B. S. Dihlon: Creativity for Engineers, World Scientific, New Jersey, 2006, ISBN 981-256-529-9

6. Jean-Marie Dru, *Beyond Disruption*, John. Wiley and Sons, Inc. New York, 2002, ISBN 0-471-21899-5
7. Marcus Buckingham and Curt Coffman, *First, Break all the Rules*, Simon and Schuster, New York, 1999, ISBN 0-684-85286-1
8. *Cultivating Creativity in a Culture of Conformity* by Robert J. Stanberg and others, The Free Press, Boston
9. Kevin Otto and Kristin Wood, *Product Design*, Prentice Hall, New Jersey, ISBN 0-13-021271-7
10. Merle Crawford and Anthony Di Benedetto, *New Products Management*, McGraw-Hill Irwin, 2006, ISBN 0-07-296144-9
11. T. H. Hanson, *Engineering Creativity*, own publishing house, 1997
12. James M. Morgan and Jeffrey K. Liker, *The Toyota Product Development System*, Productivity Press, New York, 2006, ISBN 1-56327-282-2
13. *Science et Vie*, no. 1091, August 2008
14. Adams, James L. *Conceptual Blockbusting: A Guide to Better Ideas*. New York, NY: Basic Books, 4th Edition, 2001.
15. *Engineering the Personality* by Radu Mihalcea, preprints to the 28.th Congress of the American-Romanian Academy of Arts and Science, 2002, Tg Jiu, Romania
16. Amabile, T.M. (1882) *The Social Psychology of Creativity*. New York, Springer
17. *Selbstmanagement* (in German) by Radu Mihalcea, textbook for University of Applied Sciences, Bochum, Germany
18. Amabile, T.M. (1995) Attribution of creativity: what are the Consequences? *Creativity research Journal*, 8 (4) 423-426
19. *Autogenes Training* by Heinrich Bradt and Stefan Grose (in German)
20. Andrews, F.M. (1965) Factors affecting the manifestation of creative ability by scientists, *Journal of Personality*, 33, 140 -152
21. *The Mozart Effect*, Don Campbell, Hodder and Stoughton Publishers, ISBN 0 340 793732
22. Ronald B. Standler, *Creativity in Science and Engineering*, www.rbs0.com/create.htm
23. Radu Mihalcea, *Management* (in Romanian), Economica, ISBN 973-590-284-2
24. Mickey Meece, Inspiration can be found in many places, but you Need to Be Looking, *New York Times*, Thu. October 23, 2008
25. [Dra-00] Mihai Draganescu, *Conștiința, frontieră a științei, frontieră a omenirii*, comunicare la sesiunea Comitetului Român pentru Istoria și Filosofia Științei și Tehnicii, Academia Română, 18 octombrie 2000, publicată în *Revista de filosofie*, XLVII, Nr.1-2, 2000, p. 15-22. <http://www.racai.ro/~dragam/Constiinta.html>
[Ros-06] Ion Gh. Rosca. *Societatea cunoașterii*. Editura Economica, 2006, Bucuresti, 336 p.
[Tod-08] Dumitru TODOROI, Diana MICIȘA, Gloria-Cerasela CRIȘAN, Elena NECHITA. *INFORMATICS BASES*. 2nd Revised Edition.// Editura PIM, Iași, 2008, 532 pages.
[Mih-10] Radu Mihalcea, Ion Gh Rosca, Dumitru Todoroi. *Sisteme informatice in Societatea Conștiinței*. // *Analele ASEM*, Editia a VIII-a, Editura ASEM, 2010, p. 341 – 360.
[Tod-10] Dumitru Todoroi, Nicoleta Todoroi, Dumitru Micusa. *Conștiința: definiții, caracteristici, funcții, modele, adaptabilitate*. // *Proc. of International conf. “Modelare matematică, optimizare și tehnologii informaționale”*, Ediția a II-a, Chișinău, Evrica, 24-26 martie 2010, pp.268-287
[ZTod-11] Zinaida TODOROI, Dumitru TODOROI, Helen LOBANOFF. *Education in Conscience Society*. // *Int. HUMBOLDT-KOLLEG “Knowledge, Culture, Science – the Fundament of Quality of Life in Society”*, Timișoara, November 23-28, 2010 (To be published)

**APLICAȚII ALE METODEI GRADIENTULUI GENERALIZAT LA
SOLUȚIONAREA UNOR MODELE MICROECONOMICE**

**Conf. univ. dr. Anatol GODONOAGĂ
Conf. univ. dr. Anotolie BARACTARI**

Abstract. *We consider the economic models of optimization on enterprise's level for various situations of decisional maker informing. For solving of these models we suggest a new version of the method of the generalized gradient, which is based on principle of "connection-disconnection" relative to constraints from the researched problems.*

Metoda gradientului generalizat, propusă de către N. Shor [6], inițial pentru minimizarea funcțiilor convexe, pe parcursul a aproape cinci decenii și-a găsit un vast spectru de aplicații [1, 2, 4], în particular și pentru rezolvarea problemelor economice de diversă complexitate. În [3], autorii actualei lucrări propun o generalizare a metodei subgradientului pentru modelele convexe cu un număr arbitrar, dar finit de restricții – situație specifică pentru multe probleme economice.

Așadar, fie considerat modelul:

$$R(u) \rightarrow \min, \quad (1)$$

$$\Phi(u) = \max \{ \Phi_1(u), \dots, \Phi_m(u) \} \leq 0, \quad (2)$$

$$u \in U \subset E^n. \quad (3)$$

Unde, domeniul U e compact și convex în spațiul euclidian n -dimensional E^n , funcția scop $R(u)$ și funcțiile din restricții $\Phi_i(u), i = \overline{1, m}$ sunt continue și convexe pe U .

În continuare, se prezintă un proces iterativ:

$$u^{k+1} = \pi_U(u^k - h_k \times \eta^k), k = 0, 1, \dots \quad (4)$$

Pentru care punctul inițial u^0 este dat și aparține domeniului U ;

$\pi_U(Z)$ realizează proiectarea pe mulțimea U a punctului Z ;

$$\eta^k = \begin{cases} g_R(u^k) / \|g_R(u^k)\|, \text{ pentru } \Phi(u^k) \leq \varepsilon_k, g_R(u^k) \neq 0; \\ g_\Phi(u^k) / \|g_\Phi(u^k)\|, \text{ pentru } \Phi(u^k) > \varepsilon_k, g_\Phi(u^k) \neq 0; \\ 0, \text{ pentru restul cazurilor.} \end{cases} \quad (5)$$

Cu $g_R(u^k)$, $g_\Phi(u^k)$ aici se notează subgradienții funcțiilor $R(u)$ și $\Phi(u)$, corespunzător, calculați în punctul $u = u^k$. Fie că problema (1)-(3) posedă soluție. În aceste circumstanțe, are loc următoarea afirmație [3]:

Dacă la realizarea schemei (4), (5) șirurile numerice $\{h_k\}$ și $\{\varepsilon_k\}$ respectă condițiile:

$$h_k \geq 0, h_k \rightarrow 0, \varepsilon_k > 0, \varepsilon_k \rightarrow 0, h_k / \varepsilon_k \rightarrow 0, \sum_{k=0}^{\infty} h_k \times \varepsilon_k = \infty,$$

atunci, pentru orice element $u^0 \in U$, are loc:

$$\lim_{k \rightarrow \infty} \min_{u^* \in U^*} \|u^k - u^*\| = 0, \lim_{k \rightarrow \infty} R(u^k) = R(u^*).$$

Aici u^* este o careva soluție optimă (soluția optimă nu neapărat este unică).

Metoda respectivă îmbină în sine ideea "conectare-deconectare" propusă de B. Polyak [5] și cea de mișcare succesivă a "pragului de toleranță" ε_k .

Remarcă. În caz dacă problema (1)-(3) nu are soluție, atunci algoritmul respectiv va conduce la minimizarea funcției $\Phi(u)$ pe domeniul U .

În continuare, dacă facem abstracție de natura comportamentului factorului necontrolabil $y = (y_1, \dots, y_n)$ - cererea la n bunuri, pe care firma le expune pe piață cu vectorul ofertei $u = (u_1, u_2, \dots, u_n)$ și care urmează a fi determinat în raport cu scopul urmărit de întreprindere, se consideră două tipuri de modele.

Modelul 1. Fie

$$r(u; y) = \sum_{j=1}^n (v_j \times \min\{u_j; y_j\} - p_j \times \max\{0; u_j - y_j\}) \quad (6)$$

Care reprezintă venitul total brut constituit din volumul $\min\{u_j; y_j\}$ a comercializării bunurilor j la prețul $v_j > 0$ și cel de pierderi $\max\{0; u_j - y_j\}$ la valoarea unitară $p_j > 0, j = \overline{1, n}$.

Totodată, considerăm respectarea restricțiilor tehnologice:

$$\sum_{j=1}^n a_{ij} u_j \leq b_i, \quad i = \overline{1, m} \quad (7)$$

b_i - disponibilul resursei i , a_{ij} - normele de consum a resursei i la producerea unei unități de bun j ;

și respectarea unor restricții economice firești de forma:

$$\underline{u}_j \leq u_j \leq \bar{u}_j, \quad j = \overline{1, n} \quad (8)$$

Cu \underline{u}_j se notează cantitatea minimă ($\underline{u}_j \geq 0$) începând cu aceea, cu care are sens lansarea procesului de fabricare a produsului j , iar cu \bar{u}_j - capacitatea maximă de ofertă a întreprinderii pe o anumită perioadă de timp. Definim:

$$U = \{u = (u_1, \dots, u_j, \dots, u_n) : \underline{u}_j \leq u_j \leq \bar{u}_j, \quad j = \overline{1, n}\},$$

$$\Phi_i(u) = \sum_{j=1}^n a_{ij} u_j - b_i, \quad i = \overline{1, m}.$$

În dependență de natura cererii se consideră trei scheme:

Algoritmul 1 (cererea y este cunoscută – cazul determinist).

Se declară $R(u) = r(u; y)$.

Pasul 1. Se verifică dacă vectorul $u=y$ satisface restricțiile (7) și (8). Dacă răspunsul este afirmativ, atunci soluția optimă (oferta optimă) $u^* = y$. Dacă răspunsul este negativ se trece la următorul pas.

Pasul 2. Se lansează schema (4), (5) luând în calitate de u^0 orice element din U .

Componentele j a vectorilor $g_R(u^k)$ și $g_\Phi(u^k)$ se calculează astfel:

$$(g_R(u^k))_j = \begin{cases} v_j, & \text{pentru } u_j^k \leq y_j, \\ -p_j, & \text{pentru } u_j^k > y_j. \end{cases} \quad (9)$$

$$(g_\Phi(u^k))_j = a_{i_k j}, \quad (10)$$

unde $i_k \in \{1, 2, \dots, m\}$ și pentru care $\Phi(u^k) = \Phi_{i_k}(u^k) = \max\{\Phi_1(u^k), \dots, \Phi_m(u^k)\}$.

Remarcă. Acest model, dar și următorul, reprezintă o problemă de maximizare a funcției convexe. De aceea, dacă facem abstracție de operația de normare a direcției de deplasare, în calitate de vector η^k se va lua:

$$\eta^k = \begin{cases} -g_R(u^k), & \text{pentru } \Phi(u^k) \leq \varepsilon_k \\ g_\Phi(u^k), & \text{pentru } \Phi(u^k) > \varepsilon_k \end{cases}$$

Algoritmul 2 (cazul stohastic). Se presupune că cererea $y = (y_1, \dots, y_n)$ reprezintă un vector aleatoriu cu legea distribuției de probabilitate $P(dy)$ cunoscută sau, există careva modalități de simulare a factorului y . În calitate de funcție-obiectiv se consideră funcția de venit mediu în raport cu factorul de cerere y :

$$R(u) = E_y[r(u; y)] \rightarrow \max$$

În acest caz vectorul de deplasare η^k este aleatoriu și se determină astfel:

$$\eta^k = \begin{cases} -g_r(u^k, y^k), & \text{pentru } \Phi(u^k) \leq \varepsilon_k \\ g_\Phi(u^k), & \text{pentru } \Phi(u^k) > \varepsilon_k. \end{cases} \quad (11)$$

y^k reprezintă o simulare independentă a vectorului-cerere y obținută la iterația k ; valorile $(g_r(u^k, y^k))_j$ se calculează ca și în (9) doar că $y_j = y_j^k$, mărimea $g_\Phi(u^k)$ se determină la fel ca și în (10).

Algoritmul 3 (decizia se ia în condiții de incertitudine).

Cu privire la factorul de cerere $y = (y_1, y_2, \dots, y_n)$ se cunoaște doar că fiecare componentă y_j poate lua valori dintr-un anumit interval $y_j \in [\underline{y}_j; \bar{y}_j]$. Valorile \underline{y}_j și \bar{y}_j sunt date.

Decizia cu privire la stabilirea volumului optim al ofertei u^* , se ia în viziunea criteriului de maximă prudență:

$$R(u) = \min_y [r(u; y)] \rightarrow \max_u$$

Prin urmare, se obține o problemă de max-min. Determinarea valorilor exacte ale funcției $R(u)$ pe mulțimea punctelor șirului $\{u^k\}$, ce urmează de a fi construit conform schemei (4), (5), este o problemă dificilă. De aceea, în acest scop, se folosesc estimatorii statistici, care pe parcurs reprezintă din ce în ce mai exact valorile funcției-scop (e vorba de convergența estimatorilor respectivi către valoarea funcției $R(u^*)$ cu probabilitatea 1).

Astfel, vectorul mișcării η^k se construiește ca și în (11), doar că elementul aleatoriu y^k în acest caz, spre deosebire de cel precedent, se determină în conformitate cu următoarea regulă:

$$y^k = \begin{cases} y^{k-1}, & \text{pentru } r(u^k, y^{k-1}) \leq r(u^k, \tilde{y}^k) \\ \tilde{y}^k, & \text{pentru } r(u^k, y^{k-1}) > r(u^k, \tilde{y}^k), k = 1, 2, \dots \end{cases}$$

Șirul $\tilde{y}^1, \tilde{y}^2, \dots, \tilde{y}^k, \dots$ reprezintă simulări sau observații independente efectuate asupra factorului „aleator” al cererii y cu valori din domeniul indicat. Cu alte cuvinte, în mod artificial, y este considerat ca un vector aleatoriu care, de exemplu, posedă repartiție uniformă de probabilitate pe domeniul $Y = \{y = (y_1, \dots, y_j, \dots, y_n) : \underline{y}_j \leq y_j \leq \bar{y}_j, j = \overline{1, n}\}$. Elementul y^0 este arbitrar din Y .

Modelul 2. În acest model fiecare produs j este specificat în două categorii de calitate (A și B): $\alpha_j \times u_j$ reprezintă cantitatea producției j de calitatea A care se comercializează la prețul v_j^A , iar $\beta_j \times u_j$ - volumul producției j de calitatea B , cu prețul de vânzare v_j^B , $0 \leq v_j^B < v_j^A$; $0 < \alpha_j < 1$; $\beta_j = 1 - \alpha_j$. Cercetările efectuate [1] sugerează ideea că pentru producător este mai eficient să comercializeze mai întâi producția de calitatea A , apoi pe cea de calitatea B și nicidecum invers.

Definim cu $r_j(u_j, y_j)$ funcția care reprezintă numeric venitul brut al producătorului în raport cu produsul j . În acest caz, la fel, se iau în considerare pierderile posibile cauzate de fenomenul „supraprodus”. Integrând toate cazurile posibile, în dependență de coraportul dintre ofertă (u_j) și cerere (y_j), se poate constata că funcția respectivă ia forma:

$$r_j(u_j, y_j) = v_j^A \times \min\{\alpha_j \times u_j; y_j\} + v_j^B \times \min\{\max\{0; y_j - \alpha_j \times u_j\}; \beta_j \times u_j\} - p_j \times \max\{u_j - y_j; 0\}.$$

Astfel, venitul total este determinat de expresia $r(u, y) = \sum_{j=1}^n r_j(u_j, y_j)$.

La fel, ca și în cadrul modelului 1, putem considera cele 3 cazuri (certitudine, risc, incertitudine) în raport cu comportamentul cererii y . Aici, nu vom cerceta în mod minuțios fiecare caz luat separat. Aceste cazuri sunt similare celor descrise anterior. Unica deosebire constă în modalitatea de calcul a gradientului generalizat pentru funcția $r(u, y)$. Altfel spus, pentru a elucida situațiile respective, e necesar de indicat regula de calcul a derivatelor parțiale generalizate, sau a derivatelor generalizate a funcției $r_j(u_j, y_j)$ în raport cu factorul de decizie u_j . Se poate demonstra că [1]:

$$(g_r(u^k, y^k))_j = \begin{cases} v_j^A \times \alpha_j + v_j^B \times \beta_j, & \text{pentru } u_j^k \leq y_j^k; \\ v_j^A \times \alpha_j - v_j^B \times \alpha_j - p_j, & \text{pentru } \alpha_j \times u_j^k \leq y_j^k \leq u_j^k; \\ -p_j, & \text{pentru } y_j^k \leq \alpha_j \times u_j^k. \end{cases} \quad (12)$$

$$j = \overline{1, n}; k = 0, 1, 2, \dots$$

Remarcă. În cazul determinist y este fixat (cunoscut) și la realizarea algoritmului respectiv, în (12) trebuie de considerat $y_j^k = y_j$ pentru orice iterație k . În situațiile de risc și incertitudine y^k reprezintă elemente aleatoare, simulate conform regulilor indicare pentru modelul 1.

În baza modelelor expuse și a metodei (4), (5) au fost soluționate probleme aplicative pentru firme din sectorul real din domeniul prelucrării lemnului și producerii mobilei, care lansează producție de una sau mai multe categorii de calitate [1].

Metoda elaborată se deosebește de metodele ce folosesc funcțiile Lagrange sau cele de penalizare. Există anumite considerații prioritare în acest sens din punct de vedere al calculului: metoda este simplă în realizare și nu necesită ajustări complicate ale parametrilor utilizați.

Bibliografie

1. Baractari A. „Modele economico-matematice de funcționare eficientă a întreprinderii pentru diverse situații decizionale”, teză de doctor în economie, Chișinău, 2010, 168 p.
2. Godonoagă A., Baractari A. „Analysis and optimization of some non-smooth processes of production with consideration of various forms of demand behavior”. *The International Symposium “The Issues of Calculation Optimization (ISCOPT-XXXIII)” 23-27 of September 2007, Katsyveli, (Ukraine)*, pp. 87-88.
3. Godonoagă A., Baractari A. „Cu privire la metoda subgradientului în prezența unor restricții cu caracter general”. *Conferința științifică internațională „Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii: probleme și soluții pentru România și R. Moldova” (26-27 septembrie 2008) Volumul II, Editura ASEM, Chișinău, 2008*, pp. 323-330.
4. Михалевич В. С., Трубин В. А., Шор Н. З. Оптимизационные задачи производственно-транспортного планирования. Модели, методы, алгоритмы. Москва, Наука 1986, 264 с.
5. Поляк Б. Т. „Введение в оптимизацию”. Наука, Москва, 1983.
6. Shor N. Z. „Nondifferentiable optimization and polynomial problems”. Boston, Kluwer Academic Publishers, 1998.

METODOLOGIA ANALIZEI COMPARATIVE. STUDII DE CAZ

Drd. Awad Galam Sami, ASEM

În lucrare este descrisă o metodologie pentru analiza comparativă, sunt efectuate studii de caz, precum și calcule numerice prin evaluarea nivelului de trai în diferite țări.

1. Introducere. În [1] a fost propusă o metodologie bazată pe analiza comparativă a parametrilor de dezvoltare ai unei țări, în care compararea se face cu un etalon, pornind de la orientarea proeuropeană a Republicii Moldova și având în vedere necesitatea promovării exporturilor băuturilor alcoolice spre piața comunitară, prin prisma acestei metodologii au fost abordate politicile fiscale la accize, urmărindu-se creșterea volumului de export, asigurarea veniturilor bugetare, etc. Totodată, luând în considerare modificările calitative în marketingul internațional în condițiile globalizării, particularitățile politicilor de comerț exterior ale țărilor lumii la etapa actuală, de observat că în literatura de specialitate din ultimii 2-3 ani sunt reconsiderate cercetările bazate pe studierea calității vieții, evaluată prin coșul și bugetul de consum raportate la salariul mediu (minim) pe economie pe de o parte, iar pe de altă parte, comparată cu normele strict fundamentate ale consumului de produse alimentare, echilibrate după conținut caloric, proporții de albumine, grăsimi, hidrați de carbon, săruri, substanțe minerale, vitamine și suplimentată de necesarul de medicamente, sanitarie, igienă, optică, mărfuri și servicii. Relevant în acest sens este studiul [2] inițiat de Comisia Europeană și Eurostat, care a venit cu un proiect-pilot privind investigarea nivelului de prețuri indicative la anumite categorii de mărfuri și servicii, proiect ce constituie o extensie a proiectului HICP (indicele armonizat al prețurilor de consum) și care, la sigur, va deschide un nou capitol pentru analize și prognoze în domeniu. În contextul menționat mai sus, în lucrarea de față este trecută în revistă legislația respectivă în diferite țări, se descrie metodologia analizei comparative elaborată de autor, se arată metoda de calcul respectivă, însoțită de teste numerice efectuate, precum și date statistice colaterale.

2. Legislație. La analizarea și prognozarea nivelului de trai al populației unei țări deseori se pornește de la raportul salariului mediu față de bugetul minim de consum, articolele de bază ale căruia sunt : alimentarea (pâine și produse de panificație, carne și produse din carne, lapte și produse lactate, unt, cartofi, legume și bostănoase, fructe și pomușoare, ulei vegetal, zahăr și articole de cofetărie, pește și produse din pește, ouă, alte produse); îmbrăcăminte, lenjerie, încălțăminte; medicamente, obiecte sanitare, igienă și optică; mobilă, obiecte socioculturale și de uz casnic; locuință și servicii comunale, combustibil; acțiuni de culturalizare și odihnă; servicii sociale, transport, comunicații; servicii prestate către instituțiile preșcolare; alte cheltuieli (încasări, plăți și cheltuieli neprevăzute). Concomitent, printr-un act normativ la nivel național sunt aprobate normele de consum la această listă de mărfuri și servicii. **(A).** Studiul [2] concret include compartimentele: Food and non-alcoholic beverages – Produse alimentare; Alcoholic beverages and tobacco – Băuturi alcoolice și tutun; Clothing and footwear – Îmbrăcăminte și încălțăminte; Housing, water, electricity, gas and other fuels – Casnice, apă, electricitate, gaz și alți combustibili; Furnishing, household equipment and routine maintenance of the house – Furnitură, echipamente etc.; Health - Sănătate; Transports – Transport; Communications – Comunicații; Recreation and culture – Odihnă și cultură; Education - Educație; Restaurants and hotels – Restaurante și hoteluri; Miscellaneous - Alte. Legile despre statistică în unele țări prevăd expres date despre prețurile curente în valută națională, astfel în România [4] sunt monitorizate prețurile din piețele amplasate în teritoriu la cartofi, ceapă, fasole, varză, roșii, mere, lapte, brânză de oaie, ouă, miere, iar în [5] se pot găsi date despre prețuri în Republica Moldova. **(B).** Normele de consum la aceste categorii de mărfuri și servicii, de exemplu în Republica Moldova, includ la produsele alimentare [3]: Făină de grâu; Făină de porumb; Crupe de grâu; Crupe de hrișcă; Crupe de mei; Crupe de ovăz; Griș; Paste făinoase; Orez; Păstăioase; Carne de vită; Carne de porc; Carne de oaie; Carne de pasăre; Lapte integral; Unt; Brânză de vacă; Frișcă și smântână; Cașcaval, brânză; Pește proaspăt; Ouă; Ulei vegetal; Zahăr și produse de cofetărie; Miere de albine; Cartofi; Varză; Sfeclă; Morcov; Ceapă; Vânăță; Chiperi dulci, gogoșari; Bostănel și bostani; Ridiche; Culturi de bostănărie; Fructe și pomușoare; Drupacee; Sămânțoase; Pomușoare; Struguri; Ceai; Drojdie; Nuci; Sare, mirodenii. **(C).** Contează mult și parametrii sistemului fiscal, care influențează direct nivelul de trai al cetățeanului. În UE, de exemplu, la vinuri, vinuri spumoase nu se aplică accize,

în deosebi în țările-producătoare, excepție făcând țările nordice, Suedia în mod special, unde există anumite interdicții la consum. La vinuri liniștite la fel nu se aplică accize. Nivelul maxim în UE la accize este : vinuri liniștite – 476 EURO/hl, vinuri spumoase – 656 EURO/hl, băuturi fermentate liniștite – 328 EURO/hl, băuturi fermentate spumoase – 656 EURO/hl. În Republica Moldova există șase grupuri de produse accizate : berea, alcoolul etilic, vodca, divinul, vinuri spumoase, vinuri liniștite, iar cota accizului se stabilește în procente față de valoarea în lei a produsului, ceea ce presupune, conform prognozelor, menținerea și pe viitor a unei ponderi exagerate a acestui impozit, iar în UE însă există cotă fixă, în EURO, la fiecare grup. Astfel, spre deosebire de UE, cadrul legislativ curent în Republica Moldova nu este unul stimulatoriu pentru, mai ales metodologia de calcul. (D). În fine se ia în considerare salariul mediu. În Republica Moldova acesta acoperea în ultimii ani cam jumătate din bugetul minim de consum, constituind circa 2700 lei.

3. Metodologie. Analiza comparativă permite efectuarea cercetărilor destul de aprofundat, de aceea a devenit un puternic suport analitico-informatic de analiză și prognoză. În economie practic compararea se face cu un **etalon**, după care se apreciază omogenitatea dezvoltării, gradul de convergență/divergență structurală, devierea de la un etalon dinainte stabilit - media unui indicator economic, valoarea lui maximă sau minimă.

I) În formula clasică a analizei comparative, restricțiile asupra variabilelor sau careva dependențe funcționale lipsesc, modelul tradițional fiind cel econometric (a se vedea mai jos).

II) Modelul clasic este unul static, nu poate genera o gamă de soluții, deci nici nu poate indica care anume din componente sunt mai aproape sau mai departe de etalon și în ce măsură acestea ar putea fi modificate numeric. Numai schimbarea acestor componente în variabile, așa cum se procedează în metodologia propusă, transformă metoda în una dinamică cu o multitudine de soluții.

III) Prețurile, mai ales cele indicative, reflectă deseori cel mai bine situația din economie și totodată permit efectuarea studiilor comparative. În tabelul de mai jos se aduce lista prețurilor la câteva produse alimentare observate pe piața internă din diferite țări (România – țară-membru UE, Turcia – țară-candidat, ca statut și etapă de negocieri, aproape de Republica Moldova) în anul 2009. Rata de schimb pentru valutele naționale, față de EURO : TRY(NEW TURKISH LIRA) – 1,92; RON(NEW ROMANIAN LEU) – 3,66.

Tabelul 1

	cartofi	ceapă	fasole	varză	roșii	mere	lapte	brânză de oaie	ouă (10 bucăți)	miere
[4],RON România	1,5	2,7	5,5	1,9	1,5	4,5	4,9	20	3,6	16,4
[5],MDL Republica Moldova	4,5	1,8	15,5	2,8	2,5	6,5	7,5	55	9,5	60
[2], € Turcia					0,49	0,97	0,89		0,86	
[2], € Prețul maximUE					1,33 Lux	2,85 Lux	1,31 Grecia		3,39 Austria	

De remarcat calitatea datelor statistice din [2], care oferă în premieră prețuri la servicii precum : transport urban (prețul unui bilet), taxi (prețul unui bilet), frizerie (prețul unui serviciu), cost pastă de dinți – 1 bucată, costul unei sticle de bere la terasă, prețul unui bilet la cinema, prețul unui televizor la procurare, etc.

IV) Normele biologice, fundamentate de instituțiile de resort, includ **necesarul** consumului minim de produse, în sensul asigurării echilibrului caloric, dar și necesarul de medicamente pentru diferite grupuri socio-demografice ale populației, conforme totodată vârstei și sexului. În Republica Moldova aceste norme constau dintr-o listă de 255 mărfuri alimentate și nealimentare pentru o persoană. În România instituțiile specializate au elaborat coșul de consum (aproximativ 400 poziții), diferențiat pentru familii de salariați și pensionari. Astfel necesarul zilnic de produse alimentare se calculează separat pentru bărbați, femei, băiat, fată, apoi se face media pe țară. Pentru produsele nealimentare se calculează pornind de la : numărul de obiecte din dotare, durata de utilizare, valoarea produsului, iar serviciile includ numărul de prestări și valoarea acestora. Astfel, pentru cele ce urmează, de menționat că necesarul în medie pe o persoană – salariat în România, cam același peste

tot și în UE, este: produse alimentare în echivalent, anual (făină albă – 130 kg, cartofi – 73 kg, legume – 110 kg, fructe – 60 kg, carne – 62 kg, pește – 10,5 kg, lapte – 237 kg, ouă – 11,2 kg, grăsimi vegetale – 7,8 kg, zahăr – 23,7 kg); produse nealimentare (îmbrăcăminte, costum bărbat – o unitate la 5 ani, îmbrăcăminte, costum femeie – o unitate la 3 ani, încălțăminte, pantofi bărbat – o unitate la 4 ani, încălțăminte, pantofi femeie – o unitate la 2 ani, încălțăminte, pantofi copil – o unitate la 1 an, televizor – o unitate la 13 ani, frigider o unitate la 14, mașină de spălat – o unitate la 14 ani, bec de iluminat – 20 bucăți pe an, baterii pentru electrocasnice – 3 unități la 10 ani, pahare – 6 bucăți, detergenți – 26 kg, pastă de dinți – 40 bucăți, șampon – 20 bucăți, cotidian – 400 bucăți, casete – 6 bucăți, țigări – 100 pachete pe an, curățat costum – 3 operații pe an, tuns femei – 8 operații pe an, transport călătorii 24 ori pe an, alimentare publică – 48 ieșiri pe an).

V) Analize mai profunde pot fi efectuate dacă de rând cu cele menționate mai sus, se analizează paralel și consumul **de facto** la această listă de mărfuri. Pentru aceeași listă de mai sus, conform datelor statistice din România, consumul anual mediu pe locuitor a fost în ultimii ani doar de 50,2 kg carne, 6,9 kg pește, 14,3 gr pe zi lapte, 229 ouă, 16,7 kg grăsimi, 157 kg cereale, 71,7 kg cartofi, 135,6 kg legume, 53 kg fructe, 24, 7 kg zahăr; la fel conform datelor statistice din Republica Moldova un locuitor consumă în mediu lunar: carne – 3,1 kg, lapte – 14,7 kg, pește – 14 kg, cartofi – 7,3 kg, legume – 11 kg, fructe 3,2 kg, produse de panificație – 11 kg, în ambele cazuri cu mult sub media comunitară.

VI) O componentă esențială a calculelor este salariul mediu pe economie. În anul 2008 în Republica Moldova, bunăoară, salariul mediu a constituit 2529,7 MDL. Acesta se raportează la bugetul minim de consum. În același caz de mai sus, în Republica Moldova în ultimii ani acest raport este de circa 50%. În România salariul mediu a ajuns la circa 1.300 RON în anul 2008.

VII) Bugetul de consum cuprinde produsele de consum curent, care se cumpără cu o frecvență mare și produsele cu o durată de utilizare, care depășește un an și produsele alimentare enumerate anterior, dezagregate după sortimente, prețuri și valoare, astfel încât produsele să fie **reprezentative**. Procentual, de la o țară la alta, păstrând și obiceiurile naționale, în bugetul de consum cota celui alimentar este de 45-60%, consumul nealimentar deține 25-35%, iar serviciile – restul de 5-20%. Respectiv și cheltuielile medii ale familiilor se încadrează în limitele procentuale de mai sus. În atare structură a bugetului de consum ponderea cheltuielilor curente atinge deseori 70-75%, mai ales în perioadele scăderii nivelului de trai, când veniturile sunt direcționate spre acoperirea bugetară a strictului necesar, de obicei alimente cu valoare nutritivă mare și bunuri nealimentare absolut necesare.

4. Metoda de calcul. I) Din punct de vedere matematic compararea cu etalonul s-a efectuat prin utilizarea normei. Din multitudinea de definiții ale normei unui vector x , norma $\|x\|^2$ – suma pătratelor componentelor x_i , s-a utilizat la efectuarea calculelor numerice, anume prin însumarea pătratelor diferențelor valorilor componentelor vectorilor x , x^0 , respectiv cel căutat și cel dat, altfel spus

$$f(x) = \|x - x^0\|^2, \quad (1)$$

ceea ce înseamnă o formă de reprezentare a normei convenabilă pentru metoda propusă de autor, spre deosebire de celelalte.

II. Mai jos se arată formula clasică (notațiile aparțin originalului), utilizată în ramura medicinei și sănătății din SUA [6].

$$\sum_{i=1}^n (a_i - \hat{a}_i)^2 / (\sum_{i=1}^n (a_i - \bar{a})^2) \quad (2)$$

aici (totul în USD):

a_i = cererea actuală pentru persoana i

\hat{a}_i = cererea prognozată pentru persoana i

\bar{a} = media (etalonul).

În baza formulei (2) se apreciază pentru fiecare pacient „distanța” de la etalon (media) - costul serviciilor medicale regionale sau pe țară.

III. Dacă există anumite restricții asupra variabilelor, de exemplu sub forma

$$h_j(x) = 0, j = 1, \dots, q \quad (3)$$

atunci se va rezolva deja problema (1), (3).

IV. Cu restricțiile liniare, adică sub forma $Hx \leq c$, unde H – matrice ($q \times n$),

30. Men's shirt Șorți femei	62,54	18,50	19,58
31. Ladies' skirt Fustă femei	72,38	19,87	19,99
32. Tights Dresuri	9,69	2,34	2,44
33. Children's jeans trousers Șorți copii	30,81	13,14	14,09
34. Dry cleaning Curățare chimică	14,78	5,31	5,44
35. Men's classic lace-up Dantelă	122,10	37,34	39,35
36. Ladies' conventional court shoes Încălțăminte	89,59	46,66	48,77
37. Cobbler Cizmarie	10,54	4,88	4,99
38. Towel Prosop	9,13	5,99	6,05
39. Fridge-freezer Frigider	779,34	589,39	597,09
40. Washing machine Mașină spălat	769,31	333,70	339,89
41. Vacuum cleaner Climatizor	144,23	87,06	90,99
42. Battery Acumulator	2,47	0,48	0,50
43. Light bulb Bec	1,52	0,30	0,38
44. Detergent for washing machine, powder Detergent	4,06	2,85	2,89
45. Urban bus transport, single ticket Tichet	2,36	0,36	0,45
46. Taxi	15,53	2,16	2,44
47. DVD player	108,02	108,02	108,02
48. Blank compact disc (CD-R)	0,92	0,80	0,99
49. Daily newspaper Presă	1,30	0,27	0,33
50. Beer (lager), domestic – glass Păhar	2,29	0,60	0,68
51. Cup of coffee Cafea(păhar)	2,70	0,73	0,88
52. Shampoo Șampun	5,57	5,64	5,57
53. Toothpaste Pastă de dinți	3,30	1,46	1,55
54. Shower gel Gel	3,26	2,90	2,99

Calcululele numerice din Tabelul 2 s-au efectuat pornind de la următoarele presupuneri : a) cele 54 de produse incluse sunt reprezentative pentru grupurile lor, deci pot fi generalizate pentru întreg coșul (54 : 400), același raport fiind și pentru salariu mediu 1 : 8; b) prețurile maxime înregistrate în România evident nu mai pot crește, sau chiar descresc, iar celelalte puțin cresc până la limitele admise de valoarea salariului.

5. Concluzii.

1). Calcululele numerice efectuate evidențiază doar trei poziții (9,47,52 din Tabelul 2), pentru care prețurile în România sunt și cele maxime în UE, în rest prețurile observate sunt mult sub valoarea maximală a prețurilor indicative comunitare, deci se poate pune problema armonizării acestora în sensul micșorării sumei abaterilor de la parametrii optimi.

2). Calcululele analogice pentru Republica Moldova arată că la salariul mediu, care a constituit 2529,7 lei în 2008, dacă se scade din acesta cel puțin 1500 lei - sumă, ce constituie cheltuielile reale pentru medicamente, servicii comunale, transport, comunicații, școlarizare, servicii sociale, asigurări, și se iau în vedere datele statistice, per locuitor, ale consumului de carne, lapte, pește, cartofi, legume, fructe, produse de panificație, se constată o distorsionare puternică a prețurilor.

3) Dată fiind generalitatea metodologiei elaborate, aceasta poate fi ușor adaptată pentru rezolvarea și a altor probleme economice.

Referințe

1. Awad Galam Sami Metodologia analizei comparative. Materialele Conferinței Științifice Internaționale „Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii”, ASEM, Chișinău, 2010
2. An experimental analysis into the measurement of indicative price levels for consumer products. Consumer prices research, European Commission, Eurostat, 2009
3. Cu privire la aprobarea modului provizoriu de determinare și calculare a bugetului minim de

- consum, Hotărâre de Guvern, 27 iulie 1993.
4. România : Anuar statistic, Prețuri, serie, București, INS 2007-2010
 5. Republica Moldova : Breviar statistic, serie, Chișinău, 1999-2010
 6. Robert B. Cumming, David Knutson, Brian A. Cameron, Brian Derrick A Comparative Analysis of Claims-based Methods of Health Risk Assessment for Commercial Populations, Minneapolis, 2002

CU PRIVIRE LA GEODEZICE ÎNCHISE SIMPLE ȘI NON-SIMPLE ALE VARIETĂȚILOR HIPERBOLICE DE CURBURĂ CONSTANTĂ

Conf. univ. dr. Vladimir Balcan, ASEM

In this paper we investigate the existence and the properties of closed geodesics, study the set of simple (that is, without self-intersections) and non-simple closed geodesics on a hyperbolic manifold (surface), the topology of geodesics. We begin by reviewing a range of results in the literature related to the aims of this thesis.

Keywords and phrases: simple and nonsimple closed geodesics, thrice-punctured sphere, hyperbolic manifold (surface), complexes of curves.

În comunicare se propune studiul geodezicelor și proprietățile geodezicelor simple închise ale varietăților (suprafețelor) hiperbolice Riemann compacte (și cu frontieră), echipate cu metrică de curbura constantă minus unu, adică varietatea hiperbolică este local izometrică spațiului hiperbolic. Vom aplica în textul comunicării abreviatul $gs\acute{i}$ pentru geodezica simplă închisă.

1. Existența geodezicelor închise simple și non-simple.

Orice varietate Rimaniană închisă conține o geodezică închisă, vezi Lyusternik și Fet [2]. Mai mult, o varietate hiperbolică închisă posedă unica geodezică închisă în orice clasă nontrivială homotopică de curbe închise, și o varietate hiperbolică completă de volum finit conține o geodezică în fiecare clasă homotopică nontrivială non-periferică. O varietate Riemann non-compactă poate să nu posedă nici o geodezică închisă. De exemplu, spațiile n -dimensionale euclidiene și hiperbolice. O varietate Riemann închisă, cu grupul fundamental nontrivial, întotdeauna conține o $gs\acute{i}$. Pentru astfel de varietate, geodezica minimală închisă homotopic nontrivială este simplă, doar nu putem tăia și lipi în punctul de auto-intersecție pentru obținerea curbei minimale, cel puțin ca una din ele să fie homotopic nontrivială și cea mai minimală geodezică închisă (vezi Fig.1).

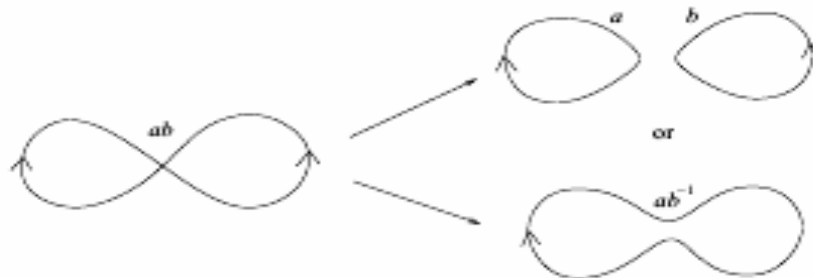


Figura 1. Înlăturarea punctului de auto-intersecție a unei curbe închise non-simple cu 2 posibile rute în trei curbe minimale, nu fiecare din ele este homotopic trivială

Pentru 2-sfera S , există cel puțin trei $gs\acute{i}$ distincte ale S pentru orice metrică Riemann netedă [3]. Pentru dimensiunile înalte nu se cunoaște existența în general a $gs\acute{i}$. În comunicare se enunță cazurile varietăților hiperbolice de dimensiunile doi și trei.

2. Geodezice simple închise ale varietăților hiperbolice.

Varietățile Riemann non-compacte generale, pot să nu conțină geodezice închise. Deși, aproape toate varietățile hiperbolice orientate de volum finit, de dimensiunile doi și trei conțin o $gs\acute{i}$, pentru dimensiunea $n = 2$ există o unică așa varietate, care nu conține $gs\acute{i}$ și anume sfera cu trei caspuri

(thrice-punctured sphere). Fig. 2 prezintă modul de tăiere și alipire a argumentului de auto-intersecție a curbelor și defectarea lui.

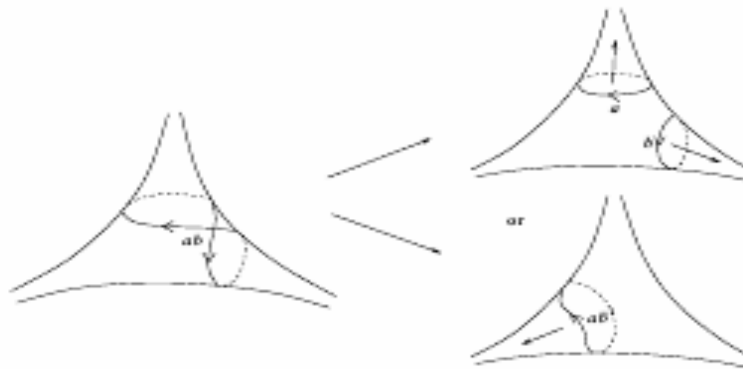


Figura 2. Prin tăierea și alipirea figurii-„curbă opt”, în preajma a două caspuri a sferei trei-ori perforate, rezultă curbele izotopice a fiecăruia din caspuri

Pentru dimensiunea $n = 3$ cazul a fost rezolvat în [1], în particular orice 3-varietate hiperbolică orientată de volum finit conține o $gs\hat{i}$.

3. Geodezice non-simple închise ale varietăților hiperbolice.

Sunt obținute rezultate variate despre existența geodezicelor închise non-simple ale varietăților hiperbolice. Pentru 2-varietate hiperbolică completă orientată de arie finită, orice clasă primitivă homotopică de curbe închise conține un nod (loop) non-simplu reprezentat de geodezica non-simplă. Aceste varietăți conțin o infinitate de geodezice non-simple închise. Mai mult, sfera cu trei caspuri (the thrice-punctured sphere) oferă un exemplu, unde orice geodezică închisă este non-simplă. Geodezica minimală non-simplă a oricărei suprafețe Riemann pur hiperbolică, prezintă în sine figura geodezică opt. Pe sfera cu trei caspuri, figura geodezică opt, este geodezica închisă non-simplă minimală. Dacă pe suprafața hiperbolică S clasa izotopică pentru orice cerc nontrivial conține unica $gs\hat{i}$, atunci numărul de intersecție geometrică a două clase distincte se realizează de geodezicele în clasele date. O geodezică închisă minimală a unei suprafețe hiperbolice (cu excluderea 2-sferă trei ori perforată) este simplă, posedând numărul zero de intersecții. În plus, lungimea geodezicei închise minimale pe o suprafață de genul g este mărginită superior de o constantă, care depinde numai de genul suprafeței. Pe o suprafață hiperbolică, geodezica închisă non-simplă minimală posedă numai un punct de autointersecție. Una din cele mai uimitoare proprietăți ale suprafețelor hiperbolice este regularitatea distribuirii lungimilor la geodezicele închise. Aceasta este reflectată de teorema geodezicei prime. Pe o suprafață convexă (non-degenerată) se deduce, că geodezica minimală închisă este simplă. Pentru cazul non-convex, se compun ușor exemple, pentru care geodezica închisă minimală este non-simplă.

$Gs\hat{i}$ și geodezicele la general, joacă un rol important în studiul suprafețelor Riemann compacte. Construcția suprafețelor Riemann compacte cu $gs\hat{i}$, devine bine cunoscută pentru geometri odată cu faimosul manuscris original Fenchel-Nielsen din anul 1948. Parametrii Fenchel-Nielsen, compuși pentru lungimile $gs\hat{i}$ și a parametrilor cu torsiune, joacă un rol important în studiul suprafețelor și ale $gs\hat{i}$. Apoi, teorema mărimii (collar) [4], teorema descompunerii Bers, studiul lungimii spectrului și ceva mai recent, studiul bazelor homologice (homology) canonice sunt noi direcții în studiul $gs\hat{i}$. În [5] T.Jorgensen a demonstrat o proprietate simplă a geodezicelor închise și anume: dacă un punct, care este intersecția transversală a două geodezice închise, nu necesar distincte, atunci el este un punct de intersecție a unui număr infinit de mare de geodezice închise diferite. Suprafața Bolza (Bolza's surface) posedă grupul ciclic de automorfisme de ordinul $8 = 4g$ (cel mai larg grup) și este unica suprafață hiperbolică ($g = 2$), unde lungimea $gs\hat{i}$ este maximală. Grupul complet de automorfisme $AutX$ (X -suprafața) este grupul linear $GL(2, Z_3)$ și suprafața Bolza posedă poligoanele Dirichlet cu 8 laturi.

Există un număr numerabil de geodezice închise (nu necesar simple) ale unei suprafețe compacte hiperbolice (nu necesar închise). Astfel se definește densitatea explicită (sau non densitate) a $gs\hat{i}$ pe suprafețe compacte. Anume: se deduce existența unui număr pozitiv ρ , a. î. toate $gs\hat{i}$ a suprafeței date

nu intersectează toate discurile de rază ρ , dar se calculează marginea explicită și precisă pentru ρ , care nu depinde de genul și alegerea suprafeței. Problema cu privire la densitatea globală a geodezicilor unei suprafețe hiperbolice date S de gen $g \geq 2$, a fost rezolvată de I. Birman și C. Series în [6].

4. Suprafețe hiperbolice cu caspuri. Sfera 2-dim. – trei ori perforată (thrice punctured sphere).

Se consideră o geodezică cusp-to-cusp infinită a unei 2-varietăți hiperbolice cu casp. Se numește geodezică completă a suprafeței de caracteristică Euler negativă, dacă este una închisă și netedă, sau deschisă și de lungime infinită în ambele direcții. Pentru o varietate 2-dimensională hiperbolică orientată de arie finită, orice curbă simplă închisă non-contractibilă și non-periferică este homotopică unei geodezice simple închise. Unicul exemplu, care nu conține $gs\bar{i}$ este 2-sfera-trei ori perforată (thrice punctured sphere). Se consideră geodezică infinită cusp-to-cusp pentru o 2-varietate hiperbolică cu caspuri. Geodezica dată perturbând puțin, constituie o geodezică închisă în formă de spirală pe parcursul unei distanțe în direcția caspului, apoi în formă de spirală se întoarce înapoi și se închide (vezi Fig.3). La variația numărului a învârtșurilor în spirală, noi obținem o infinitate de așa geodezice închise.

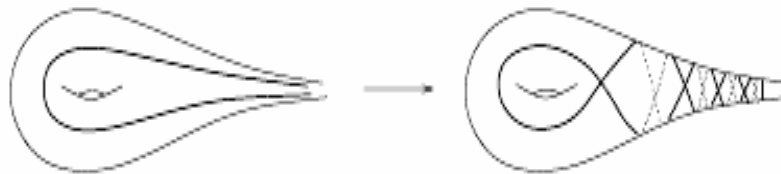


Figura 3. Geodezica cusp-to-cusp, perturbând puțin, constituie o curbă închisă cu învârtșuri în spirală în casp.

Teorema. Sfera 2-dimensională cu trei caspuri $X(2) = \Gamma(2) \backslash H$ (thrice-punctured sphere) nu posedă $gs\bar{i}$, dar există pe suprafața dată șase geodezice simple complete.

Demonstrație. Considerăm suprafața $X(2) = \Gamma(2) \backslash H$, unde $\Gamma(2)$ este subgrupul de congruență principal de nivelul 2. Aplicând domeniul fundamental pentru $\Gamma(2)$, se prezintă că

$\Gamma(2) \backslash H$ este definit de porțiunea dintre $z = \pm 1$ și semicercurile $\left| z \pm \frac{1}{2} \right| = \frac{1}{2}$ (vezi Fig.4).

Frontierele se identifică prin: $z \rightarrow z + 2$, $z \rightarrow \frac{z}{2z+1}$.

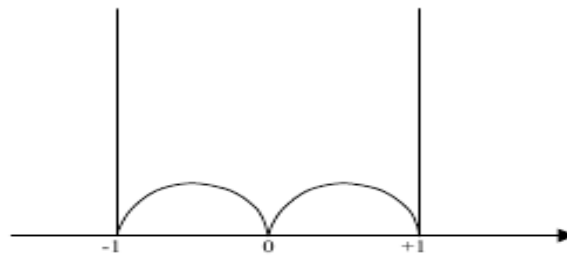


Figura 4. Factorul spațiu $H/\Gamma(2)$, care este echivalent cu doi-sfera trei ori perforată.

Prin identificarea laturilor domeniului, transformările parabolice A și B fixează caspurile la ∞ și 0 respectiv. Punctele $\Gamma(2)$ -echivalentă -1 și 1 reprezintă al treilea casp pentru $X(2)$. Sfera 2-dim. cu 3 caspuri (cusps) posedă o structură hiperbolică unică, care rezultă din $\Gamma(2) \backslash H$, unde $\Gamma(2)$ este subgrupul principal de congruență de nivelul 2 în grupul modular. În particular $\Gamma(2)$ este un grup Fuchs aritmetic. Remarcăm, că suprafața $\Gamma(2) \backslash H$ este o suprafață hiperbolică de volum finit egal cu

2π , de genul 0 și posedă 3 caspuri (cusps). Se poate de prezentat, că reuniunea a două triunghiuri ideale cu vârfurile respective $(0, 1, \infty)$ și $(1, 2, \infty)$ constituie un domeniu fundamental de acțiune pentru $\Gamma(2)$ pe planul hiperbolic H .

Analogic putem cerceta modelul discului unitar D pentru planul hiperbolic H și fie τ un triunghi geodezic ideal (domeniul triunghiular geodezic pe D cu vârfurile la infinit (frontiera D) prezentat în stânga Fig. 5 a.

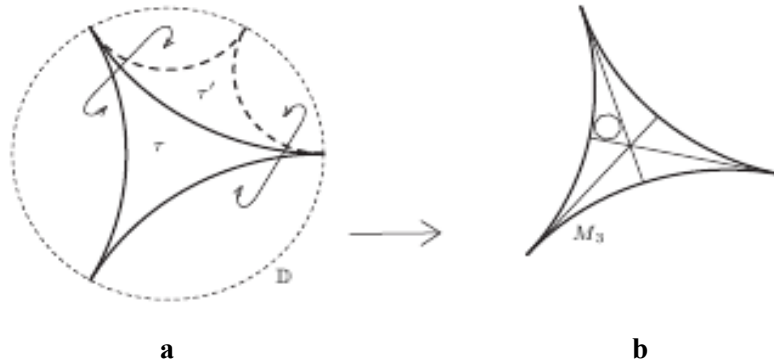


Figura 5. Patrulaterul hiperbolic ideal și sfera 2-dim. cu trei caspuri construită.

Fie Γ – grupul de izometrii pe D (Möbius transformations) generate de trei reflecții de-a lungul laturilor pentru τ și fie $\Gamma_3 \subset \Gamma$ subgrupul de indicele doi, care constă din elementele lui Γ cu păstrarea tuturor orientațiilor. Atunci τ este domeniul fundamental lui Γ , iar reuniunea $\tau \cup \tau'$ este domeniul fundamental pentru Γ_3 , unde τ' este imaginea reflecției a lui τ în raport cu una din laturile lui. Exemplul nostru este în dreapta Fig. 5 b – suprafața $M_3 = D \setminus \Gamma_3$ – factor a lui D ca acțiune Γ_3 . Suprafața M_3 poate fi descrisă și obținută prin metoda alipirii concomitente a laturilor patrulaterului ideal $\tau \cup \tau'$ arătat în stânga Fig.5 a.

O curbă simplă închisă γ a unei suprafețe M este un cerc topologic inclus pe M . O curbă Jordan $\gamma \subset M$ pe o suprafață este o curbă simplă închisă care mărginește un disc topologic D . Un disc Jordan $D \subset M$ este un disc topologic mărginit de curba Jordan. Teorema curbei Jordan afirmă, că: orice curbă simplă închisă a unei sfere 2-dim. S^2 delimitează două discuri Jordan. O curbă simplă închisă $\gamma \subset M$ (M -Suprafața) se numește separabilă, dacă $M - \gamma$ posedă două componente disjuncte. După teorema Jordan orice curbă simplă închisă pe sferă (sau sfera cu găuri) este separabilă. Suprafața M_3 – sfera cu trei caspuri nu conține nici o *gsi*, doar în virtutea teoremei curbei Jordan așa geodezică va delimita un disc, care precis conține unul din punctele speciale. Însă faptul dat este imposibil. Totodată suprafața M_3 posedă șase geodezice simple complete. Trei din ele unesc vârfurile la infinit între fiecare altul, altele trei geodezice vin de la un vârf infinit spre linia de contur și se întorc în același vârf infinit. Complementara acestor geodezice constă din 12 triunghiuri. Discurile circulare înscrise posedă proprietatea, că în ele nu intră *gsi*. Figura 6 reflectă formele posibile a geodezicelor proprii, fără puncte de auto-intersecții, în dependență de capetele ei care sunt, pe același casp sau caspuri diferite.



Figura 6. Două tipuri de intersecții ale geodezicilor

Neexistența ale $gs\hat{I}$ în orice clasă isotopică de curbe simple închise se mai demonstrează și pe următoarea suprafață (vezi Fig.7). Construim un patrulater cu trei vârfuri ideale în modelul Poincare disc a planului hiperbolic. Aplicând dublarea patrulaterului de-a lungul frontierelor, obținem o suprafață hiperbolică de genul 0 cu trei puncte-casperi notate 1, 2, 3 și un punct – con notat 4. Curba punctată ridică o curbă simplă închisă γ pe suprafață. Deși, dacă noi tratăm punctul con ca pe un casp, nu există o $gs\hat{I}$ în aceeași clasă isotopică ca și γ .

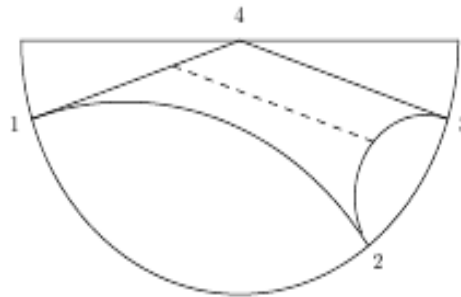


Figura 7. Patrulaterul cu trei vârfuri ideale.

Codul traiectoriilor prin simboluri consecutive, a descrierii comportamentului global pentru geodezice ale suprafețelor hiperbolice a fost aplicat de I. Hadamard. Există un număr numerabil de geodezice închise (nu necesar simple) pe o suprafață hiperbolică compactă (nu necesar închisă). În 1924, E. Artin, aplicând analiza arcurilor geodezice prin intermediul fracțiilor continue, a demonstrat ergodicitatea fluxului geodezic pe suprafața modulară Riemann deschisă. În 1939 Hopf a anunțat, că fluxul geodezic este ergodic pe orice varietate de curbură constantă negativă. Biliardul lui Artin este biliardul neeuclidian doi-dimensională, masa de biliard a căruia este suprafața Riemann non-compactă nu netedă de curbură Gauss constantă negativă $k = -1$ și cu topologia sferei doi-dimensională cu casp (ascuțit) la infinit (descrierea fizicianului Pierre Duhem) -„corn” infinit de lung. (vezi în Fig.8 factorul-spațiu a suprafeței modulare $X(1) = H/\Gamma(1)$).

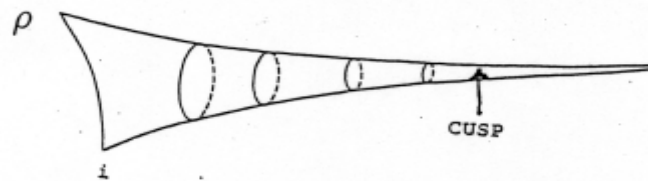


Figura 8. Factor – spațiu $X(1) = H/\Gamma(1)$.

Domeniul fundamental standard de acțiune pentru $\Gamma(1)$ este prezentat în Fig. 9. E. Artin a investigat legătura dintre fracțiile regulate continue și suprafața modulară și a propus un exemplu, care atrage atenția: aproape orice geodezică a suprafeței modulare S este quasi-ergodică, anume că geodezica trece aproape prin orice punct în orice direcție. El a menționat că geodezicele închise ale

unei suprafețe corespund fracțiilor continue periodice.

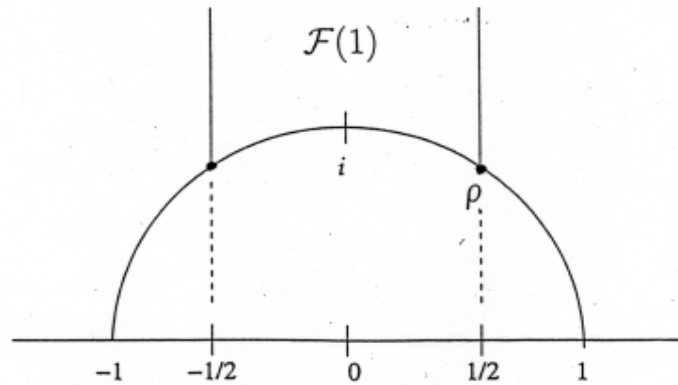


Figura 9. Domeniul fundamental standard de acțiune pentru $\Gamma(1)$.

5. Complexe de curbe ale suprafețelor orientate de genul mic.

Pe orice suprafață S putem defini un complex de curbe, notat $C(S)$: vârfurile ale $C(S)$ sunt gs_i ale S , iar mulțimea de vârfuri constituie un simplex, numai și numai dacă geodezicele în mulțime sunt pereche disjuncte. S-a investigat pentru o suprafață conexă orientată cu caspuri complexul de arcuri și curbe, notat $AC(S)$. Pentru sfera cu un casp – $AC(S)$ este o mulțime vidă, iar dacă 2-sfera posedă 2 caspuri, $AC(S) = A(S)$ și se reduce la un unic arc, iar în cazul 2-sferei cu 3 caspuri $AC(S) = A(S)$ și prezintă un complex finit (Fig.10).



Figura 10. În stânga, este prezentat complexul de arcuri pentru 2-sfera cu trei caspuri, care este simplicial finit cu șase vârfuri, nouă laturi și patru două-celule. În dreapta – vârfurile complexului sunt clasele isotopice ale arcurilor

Sfera S , cu cel mult trei puncte perforate, nu posedă cercuri nontriviale. Cercul este o curbă simplă închisă. Deci, complexul de curbe $C(S)$ pe S este vid.

Arcul și complexul de curbe pe suprafețele orientate conexe perforate caracterizează tipul topologic a curbei pe suprafață. Se notează, că dacă numărul de caspuri $n = 0$, atunci nu există arcuri pe S și complexul de curbe $AC(S_{g,0}) = C(S_{g,0})$. În cazul sferei cu un casp arc și complexul de curbe $AC(S)$ este mulțime vidă. Pentru sfera cu două caspuri, $AC(S) = A(S)$ și se reduce la un arc, iar în cazul sferei cu trei caspuri $AC(S) = A(S)$ este un complex finit. (Vezi fig.10). Se deduce, că numărul maxim de cercuri non-triviale, pereche disjuncte și nonisotopice pe suprafața hiperbolică S este $3 \cdot g - 3 + n$, cu unele excepții (g -genus, n -punctures). Aceste excepții sunt sferile cu cel mult trei puncte perforate (punctures) unde nu există cercuri non-triviale și torul închis (closed tori), unde numărul dat este unu. Un arc se numește non-trivial, dacă el nu poate fi deformat în punct. Fie S sfera cu trei caspuri. Atunci are loc afirmația că: (i) aplicând isotopia, se confirmă existența unui arc non-trivial unic inclus, care unește caspul P cu el însuși sau P cu alt casp Q : (ii) orice cerc (curbă simplă închisă) este trivial (vezi Fig.6).

Bibliografie:

1. Colin Adams, Joel Hass and Peter Scott. *Simple closed geodesics in hiperbolic 3-manifolds*. Bull. London Math.Soc., 31 (1) (1999), 81-86.
2. L.Lyusternic and A.I.Fet. *Variational problems on closed manifolds*. Dokl.Acad.Nauk SSSR (U.S.)(Russian), 81 (1951), 17-18.
3. L.Lyusternic and L.Schnirelmann. *Sur le probleme de trois geodesiques fermees sur les surfaces de genre zero*, C.R. Acad. Sci. Paris, 189 (1929), 269-271.
4. Linda Keen. *Collars on Riemann surfaces*. Ann. of Math.Studies. No.79.Princeton Univ. Press, Princeton, N.7, 1974, p.263-268.
5. Troels Jorgensen. *Closed geodesics on Riemann surfaces*. Proc. Amer. Math.Soc., 72 (1):140-142, 1978.
6. Joan S. Birman and Caroline Series. *Geodesics with bounded intersection number on surfaces are sparsely distributed*. Topology, 24 (2): 217-225, 1985.

MODEL IMUN LA DIMENSIUNEA PROBLEMEI DE OPTIMIZARE

Eugeniu Gârlă, ASEM

1.Aspecte generale. Rezolvarea sistemelor de ecuații liniare reprezintă unul din domeniile în care calculatoarele numerice și-au dovedit din plin eficiența. Fie forma matriceală a sistemului

$$Ax \sqsubseteq b, \quad (1)$$

atunci pentru matricea A inversabilă, soluția se exprimă

$$x \sqsubseteq \hat{A}^{-1}b.$$

Algoritmii direcți de rezolvare a (1), conduc la soluția exactă a sistemului. Metodele directe aduc sistemul prin transformări de echivalență, la un sistem particular (diagonal, triunghiular, etc.), care se rezolvă prin metode elementare. (A). Este bine cunoscut că, în deosebi, din cauza erorilor de rotunjire acești algoritmi, în general, sunt **nestabili** sau cel mult **regresiv stabili**, dacă, bunăoară, se recurge, la trecerea de la un pas la altul, la regula dreptunghiului (pivotului). Odată cu creșterea dimensiunilor matricei A instabilitatea se agravează devenind insurmontabilă. (B). Este cunoscut la fel că **complexitatea metodelor directe de rezolvare a (1) este de $O(n^3)$, adică de ordinul 3, n fiind dimensiunea A** , ori altfel spus, algoritmul se execută în timp cubic, spre deosebire de cele **iterative pentru care complexitatea este de $O(n^2)$** , dar ultimele construiesc doar un șir de aproximații pentru x , $k \sqsubseteq 1, 2, 3, \dots$ convergent în anumite condiții la soluția exactă, iar procesul iterativ se oprește, când aproximația de ordin k se încadrează între limitele unei precizii stabilite inițial, considerente din care acestea nu sunt examinate aici. Într-adevăr, dacă avem în vedere că (1) reprezintă, deseori, așa numita problema auxiliară a unui sistem de ecuații neliniare sau a unui model de optimizare neliniară, problemă care urmează să fie rezolvată la fiecare iterație, din punct de vedere metodologic este, practic, imposibil în cazul general de stabilit aproximările ε_1 și ε_2 , respectiv precizia pentru problema inițială și cea auxiliară, mai ales raportul dintre acestea. De aceea vom studia doar metodele finite de rezolvare a (1). Acestea se reduc ori la operația de inversare nemijlocit a lui A , bunăoară prin factorizarea Cholesky, ori la aflarea lui A^{-1} prin construirea unui șir de matrice după metoda Gauss-Jordan, etc., care fac economii serioase ale timpului și a spațiului de memorie – resursele de calcul totdeauna limitate. Oricum complexitatea (1) în toate situațiile este polinomială, de unde rezultă dificultățile apărute odată cu creșterea dimensiunii problemei. (C). Creșterea dimensiunii problemei și trecerea acesteia în **clasa de probleme de dimensiuni mari**, automat o transformă în problemă foarte dificilă de rezolvat, în speță la efectuarea calculelor numerice. Chiar și operațiile triviale sau elementare se transformă într-un impediment, adesea de netrecut. Bunăoară, în procesul calculării matricei A^{-1} , apare efectul degenerării care este aproape de neocolit. Astfel procedura de inversare a matricelor devine una din cele mai complicate. Suplimentar, de accentuat că inversarea matricei se efectuează, după cum s-a spus mai sus, de mai multe ori în procesul de rezolvare numerică. De aceea este foarte important de propus metode și modele, care ar fi, într-un anumit sens (de exemplu cu

aproximație de una sau mai multe operații elementare, neglijabile în evaluarea ordinului complexității), imune la dimensiunea problemei. Desigur că astfel de metode și modele sunt excepție de la regulă, căci majoritatea depind esențial de acest “blestem” al problemelor de optimizare, în speță a celor neliniare. Mai jos este descris anume un astfel de caz fericit.

2. Modelul MKPC. Problemele de optimizare neliniară în control optimal, economie, statistică, merceologie, etc. [2] sunt probleme de valori extreme cu condiții suplimentare, caracterizate prin aceea că, de regulă, numărul variabilelor este foarte mare. Este binecunoscut faptul că majoritatea modelelor de optimizare operează cu inversa matricei, adică cu A^{-1} . Dacă A^{-1} s-ar afla, atunci soluția s-ar găsi în urma unor operații matematice elementare. Totodată nu există soluția în formă analitică, de aceea majoritatea metodelor sunt metode iterative, adică de la iterație la iterație se construiește consecutivitatea

$$f(x^0) \geq \dots \geq f(x^{k-1}) \geq f(x^k) \geq f(x^{k+1}), \geq \dots,$$

după formula:

$$x^{k+1} = x^k + \alpha_k p_k, \text{ unde } \alpha_k - \text{număr}, p_k - \text{vector},$$

iar procesul de calcul se încheie, dacă diferența dintre două valori consecutive ale lui x satisfac inegalitatea $|x^{k+1} - x^k| < \varepsilon$, ε – număr mic dat, iar iterația aici incluzând rezolvarea problemei auxiliare - problemă-cheie, de care depinde esențial și eficiența problemei inițiale. În probleme enumerate, de obicei, funcțiile și derivatele sunt continue, în schimb, după cum s-a spus, dimensiunea este mare, în consecință, găsirea lui A^{-1} este dificilă. De aceea cercetările făcute de autor se axează pe ideea selectării claselor de probleme de dimensiuni mari, care determină careva cazuri particulare, dar care acoperă o mare parte din problemele practice și pentru care totodată pot fi propuse scheme eficiente de calcul numeric.

Repere ale MKPC [1]. Fie problema inițială de optimizare neliniară în forma

$$\begin{aligned} & \min f(x), \\ & \begin{cases} g_j(x) = 0, j = \overline{1, m} \\ 0 \leq x_i \leq a_i, i = \overline{1, n} \end{cases} \end{aligned} \quad (2)$$

problema auxiliară este o problemă de programare pătratică cu matrice unitară

$$\begin{aligned} & \min (1/2 \|p\|^2 + (d,p)), \\ & Hp = h, 0 \leq p_i \leq a_i, i = \overline{1, \dots, n}. \\ & H = \begin{bmatrix} h_{11} & \dots & h_{1n} \\ \dots & \dots & \dots \\ h_{m1} & \dots & h_{mn} \end{bmatrix} \end{aligned} \quad (3)$$

$f(x)$, $g_j(x)$, – funcții de x , continue, împreună cu derivatele lor, forma matriceală a restricțiilor Jacobianului – (3), unde $h_j(x) \equiv g'_j(x)$, însemnând derivata, iar componenta i a gradientului $h_j(x)$, notată respectiv cu – h_{ji} . Nu distingem aici separat cazul unui sistem de ecuații neliniare, deoarece se poate lua oricând $f \equiv 0$, astfel modelul este valabil și pentru sistemul de ecuații neliniare (2). La fel nu abordăm convergența modelului MKPC ca atare. În continuare se examinează doar complexitatea modelului, în speță a celei mai dificile operații – inversarea matricei. De mai remarcat că în (2) $m \ll n$, restricții de tip „=” sunt foarte puține, adevărata dimensiune mare a problemei depinzând esențial de n . Pentru (2) se definește operatorul de proiecție:

$$P = A^T (AA^T)^{-1} A,$$

care alcătuiește matricea de proiectare din restricții după un algoritm stabilit. Operatorul P , are o serie de proprietăți remarcabile, fapt pentru care constituie des metoda de bază a rezolvării problemei auxiliare. Dar în cazul problemelor de dimensiuni mari, examinate aici, dacă s-ar proceda frontal, atunci în A s-ar include și restricțiile paralelipipedice de tip „ \leq ” fapt ce-ar îngreuna la maximum inversarea lui $(AA^T)^{-1}$, matrice de dimensiuni foarte mari ($m+n, m+n$). Pentru operatorul de proiecție al modelului MKPC însă, s-a reușit reducerea inversării la calculul matricei

$$R^{-1} = (HH^T)^{-1},$$

unde H este compusă doar din restricții de tip „=”, iar restricțiile de tip „ \leq ” se iau H în considerare adăugând în H o coloană după o formulă, sau scoțând din H o coloană conform unei formule

similare, altfel spus s-a demonstrat că luarea în considerație a unei restricții în procedura de optimizare echivalează cu adăugarea unei coloane sau cu scoaterea coloanei respective din matricea restricțiilor de tip „”.

Problema auxiliară. S-a demonstrat că pentru problema auxiliară (3) la pasul k există:

- întotdeauna o direcție p nenulă : $p^{k+1} = p^k - \alpha^k(I-P)(p^k+d)$
- formulă de calcul a multiplicatorilor Lagrange : $\lambda_{m+ik} = \{ p^k+d \}_i + (H_i, \lambda_k)$
- soluție după un număr finit de pași $\leq n$
- număr α^k , găsit după o formulă analitică
- metodă de inversare a $(HH)^T$.

Pentru evitarea calculării excesive a $(HH^T)^{-1}$ în procesele iterative se aplică frecvent formula generală de recurență a lui Woodbury, sau cazul particular al acesteia – formula Sherman-Morrison cu modificării, care permit calcularea inversei noii matrice, la care s-a adăugat o coloană (vectorul H_j) și un rând (vectorul H_j^T), fără a iniția procesul de inversare a acesteia, ci folosind matricea inițială R^{-1} și operația produsului vectorial.

Formula Sherman-Morrison

$$R^{-1}_{nouă} = R^{-1} \mp (I \pm H_j^T R^{-1} H_j)^{-1} R^{-1} H_j H_j^T R^{-1} .$$

Analiză. (a). În cazul calculării

$$PH = HT(HHT)^{-1}H, \quad (4)$$

operația de multiplicare a două matrice pătrate, dacă se efectuează cu naivitate, complexitatea este $O(n^3)$ pentru înmulțirea a două matrice dreptunghiulare (una $m \times l$, alta $l \times n$) este $O(mln)$ (b). Este bine știut că la calcularea complexității modelului contează doar **ordinul superior** al operațiilor efectuate în procesul algoritmicării, deci se reține doar termenul care crește cel mai repede odată cu creșterea lui n , deoarece acest termen are impactul cel mai mare asupra timpului de execuție sau al spațiului ocupat al implementărilor algoritmului, ceilalți termeni devenind neglijabili pentru valori mari ale lui n . (c) Chiar dacă dimensiunile P_H sunt $n \times n$, realmente în procesul de calcul nu este nevoie de păstrat în memorie un întreg tablou de n^2 numere, deoarece, în primul rând, pe parcursul întregului algoritm se întâlnește doar operația $P_H \times r$, r –vector, iar pe de altă parte, spre deosebire de (1), în (4), se poate profita de descompunerea în produs de matrice, efectuând succesiv de la dreapta spre stânga, operația de înmulțire a matricei la vector (complexitatea multiplicării unei matrice cu m linii și n coloane, cu un vector cu n elemente este $O(mn)$), astfel fiecare dintre operații având complexitatea mai mică ca $O(n^3)$. (d) Modelul MKPC mai are un mare avantaj legat de stabilitate, deoarece anume operația inversării matricei generează multă instabilitate. Or referitor la MKPC matricea supusă inversării are dimensiuni constante și mult mai mici comparativ cu cele care se înmulțesc, ceea ce permite și utilizarea eficientă a procedurii de restabilire prin factorizare a matricei simetrice și pozitiv definite după un anumit număr de pași întru evitarea acumulării erorilor.

3. Concluzii.

Ușor de observat că dimensiunea matricei supuse inversării nu depinde de parametrul n , care reprezintă de fapt dimensiunea problemei, ci numai de m , altfel spus matricea inversabilă are permanent aceeași dimensiune constantă – $m \times m$, $m \ll n$, iar complexitatea operației este $O(m^3)$, totodată multiplicările matricelor la vector din aceleași considerente au complexitatea liniară $O(mn)$ echivalentă cu $O(n)$. Pornind de la aceste evaluări și având în vedere particularitățile legate de stabilitate, se poate de concluzionat că MKPC este practic **imun** la dimensiunea problemei.

Referințe

- [1]. Gârlă Eugeniu: Probleme de optimizare de dimensiuni mari .Materialele conferinței științifice internaționale „Competitivitatea și inovarea în economia cunoașterii”, Chișinău , 25-26 septembrie, 2009
- [2]. Gârlă Eugeniu: MODELUL KRUGMAN-PORTER COMBINAT, Economica, Nr.3 (73), 2010

METODE ECONOMETRICE DE EVALUARE A ACTIVELOR FINANCIARE

Ana Machidon
Ana Ghirba, anul II, CSIE
Prof. univ. dr. Ion Pârțachi

Scurt istoric

La începutul anilor 1950, teoria financiară era încă în faza incipientă și nu îi interesa cu adevărat pe economiști. Teoria modernă a portofoliului și teoria financiară, de manieră mai generală, s-a dezvoltat datorită lucrărilor lui Markowitz asupra comportamentului investitorului confruntat cu alegerea portofoliului într-un univers riscant. Ea s-a dezvoltat în jurul a două ipoteze, care au devenit între timp centrale în finanțe: *aversiunea față de risc* și *analiza alegerilor investitorului într-un cadru anumit* numit „varianță-medie”.

1. *Aversiunea față de risc* presupune că investitorii cer o primă de risc corespunzătoare nivelului de risc, pe care și-l asumă și chiar proporțională cu acesta atunci când li se oferă posibilitatea de a investi în portofolii riscante.
2. În contextul *alegerii portofoliului de titluri financiare*, sub anumite restricții, speranța de utilitate se exprimă în funcție de media și varianța randamentului patrimoniului investitorului. Așadar, atunci când își repartizează patrimoniul între diferite active financiare, investitorul trebuie să evalueze portofoliile alternative pe baza preferinței sale în ceea ce privește randamentul și a aversiunii sale față de risc.

Modelul de evaluare a activelor financiare (CAPM)

La faptul cum se fixează prețurile de echilibru a activelor financiare a încercat să răspundă modelul (CAPM).

Plasamentul de capital în obiectivele de investiție presupune un ansamblu de judecăți de valoare, atât pentru cel care contractează capital, cât și pentru cel care își plasează capitalul în obiectivele respective. În aceste condiții, modul de valorificare a capitalului presupune utilizarea unor modele specifice pieței de capital. Printre aceste modele se află și modelul CAPM (Capital Asset Pricing Model).

Nivelul rentabilității previzionate.

Acest model pune în evidență rentabilitatea previzionată pentru furnizorul de capital, în funcție de câștigul minim realizat în condițiile unui risc zero și de o primă de risc corespunzătoare obiectivului de finanțat sau titlurilor de piață, altele decât bonurile de tezaur.

Conform acestui model, rentabilitatea previzionată pentru un titlu cumpărat de la o firmă trebuie să asigure un câștig suficient de mare (ER_i) care să depășească:

- Câștigul titlurilor de stat care este egal cu zero, R_f , cu
- sumă egală cu diferența dintre câștigul mediu pe piața de capital, ER_M , și câștigul mediu pentru titlurile de stat, R_f , multiplicată cu un coeficient de volatilitate β_i (prima de risc sau prețul riscului):

$$\text{Relația } ER_i = R_f + \beta_i(ER_M - R_f).$$

Dacă $\beta = 0$, titlul este fără risc,

Dacă $\beta = 1$, titlul are același risc cu piața,

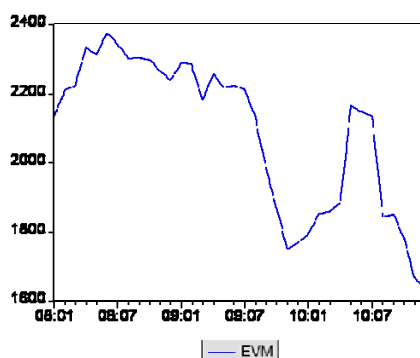
Dacă $\beta < 1$ titlul este mai puțin riscant decât piața.

Astfel, cu cât capitalul este plasat într-o pondere mai mare în titluri cu risc ridicat, cu atât prețul de risc va avea o pondere mai mare în rentabilitatea sau câștigul previzionat. Coeficientul de volatilitate reprezintă o contribuție marginală a activelor riscante la riscul general. Acest coeficient este specific fiecărui tip de titlu și este o măsură a volatilității titlului în cauză în raport cu un titlu cu volatilitate medie, titlu pentru care indicele beta este egal cu 1.

Prin intermediul unei relații foarte simple, CAPM-ul permite calcularea randamentului sperat al unei acțiuni în funcție de rata dobânzii, de prima de randament a portofoliului de piață (EVM Composite) și de β al acțiunii.

Dacă analizăm atent evoluția indicelui EVM-Composite (lunar în perioada 01.01.2008-

01.12.2010), prezentat în graficul de mai jos, putem observa o descreștere ușoară, fapt ce permite vizualizarea unei mici porțiuni în cadrul pieței titlurilor întreprinderilor cotate la bursă.



Graficul 1. Evoluția indicelui EVM-Composite

Iar în cazul în care vorbim despre unele dezavantaje ale modelului putem menționa că CAPM-ul este un model static, piața nu este singurul factor determinant al așteptărilor legate de câștig și nu se poate aplica direct unor societăți necotate.

Posedând:

1. Valoarea medie a unei acțiuni în lei spre vânzare pentru o lună;
2. Valoarea indicelui EVM-Composite;
3. Seria indicilor de preț și a indicilor ex-ante pentru unele societăți, conform datelor convenționale.
4. Rata dobânzii fără risc (date convenționale)

Devine destul de realizabil momentul aplicării metodelor menționate, astfel încât pachetele econometrice permit efectuarea testelor asupra coeficienților modelului. Testul t-student asupra coeficienților α_i și β_i permite de a detecta viitoarele rentabilități fără succes a acțiunilor c/t și caracterul lor defensiv sau agresiv în raport cu piața.

Iar existența autocorelării reziduurilor poate fi detectată și prin intermediul testului Durbin-Watson.

Pentru datele analizate putem menționa că valoarea teoretică a testului cu un prag de semnificație de 0,05 este de 1,41. Statistica DW demonstrează existența unei autocorelări negative pentru societățile X și Y,

pentru celelalte companii influența autocorelației fiind mai puțin semnificativă.

Corectarea autocorelației presupune Aplicarea Metodei Cochrane-Orcut și Hildreth-lu.

Bibliografie:

1. Claude jessua, Christian Labrousse „Dicționar de științe economice”, 2006
2. Cadoret Isabelle „Econometrie appliquee” – 2ème édition
3. Regis Bourbonnais „Econometrie”, 2007
4. <http://www.cnpf.md/>
5. <http://www.moldse.md/>
6. <http://www.evm.md/>

Analele ASEM, ediția a IX-a

Redactare – Constantin Crăciun (Secția I); Maria Năstase (Secția II, III);
Valentina Namolovan (Secția IV, V); Natalia Ivanov (l. rusă)
Rectificare computerizată – Tatiana Vais, Natalia Ivanov, Vera Chiruță
Redactor tehnic – Feofan Belicov

Semnat pentru tipar 05.07.2011
Coli edit. 37,5. Coli de tipar 32,5.
Format 60 × 84 1/8.
Tirajul 50 ex.

Tipografia Departamentului Editorial-Poligrafic al ASEM
tel. 402-986