

UNIVERSITATEA LIBERĂ INTERNAȚIONALĂ DIN MOLDOVA  
CENTRUL DE CERCETĂRI STRATEGICE ÎN ECONOMIE



# STUDII ECONOMICE

Revistă științifică

An. VIII, nr. 1, 2014

ISSN 1857- 226X

- Dezvoltarea economiei durabile
- Management, marketing în contextul național și internațional
- Contabilitate și audit în afaceri
- Inovare, antreprenariat în creșterea economică
- Finanțe, banking și asigurări
- Econometrie aplicată și inginerie managerială
- Tehnologii, calitate, expertiză
- Turism și ospitalitate
- K-economy: managementul secolului XXI

*[studii.economice.ulim@gmail.com](mailto:studii.economice.ulim@gmail.com)*

Chișinău, 2014

## **Colegiul de redacție:**

**ȚÂU Nicolae**, *Redactor-șef, dr.hab., prof.univ., Vicerector ULIM*  
**MOLDOVAN-BĂTRÎNAC Viorelia**, *Redactor-șef, dr., conf.univ., Vicerector ULIM*  
**BURLACU Natalia**, *Secretar responsabil, dr. hab., prof. univ., ULIM*  
**PIROJKOV Serghei**, *Academician al ANȘU, dr. hab., prof. univ. (Ukraina)*  
**KLIMENKO Irina**, *Academician al ANȘRK, dr. hab., prof. univ. (Kostanay, Kazahstan)*  
**AHLAMOV Anatolii**, *dr. hab., prof. univ., (Odesa, ORIGU)*  
**VIEHE Karl William**, *dr., conf. univ., M.L.T. (Washington, D.C., USA)*  
**ARMITAGE Jack** *Ph.D., CPA, CFE. Distinguished Alumni Accounting Professor*  
*Department of Accounting (University of Nebraska at Omaha)*  
**STEVENS Kevin**, *dr., prof.univ. and Director of the School of Accountancy and*  
*Management Information Systems, DePaul (University, Chicago USA)*  
**RUF Alexandru**, *dr.hab., prof.univ., Președinte Colegiului de Audit (Moscova, Russia)*  
**MIȘCOI Gheorghe**, *Academician AȘM, dr. hab., prof. univ., ULIM*  
**TOBĂ Alexandru**, *dr., prof. univ. (Craiova)*  
**STRATAN Alexandru**, *dr. hab., prof. univ. Director IEFS*  
**ROȘCA Petru**, *dr. hab., prof. univ., ULIM*  
**GRIBINCEA Alexandru**, *dr. hab., prof. univ, ULIM*  
**CROTENCO Iurii**, *dr.hab., conf. univ., ULIM*  
**BALAN Igor**, *dr., conf. univ., ULIM*  
**COȘERIN Florin**, *dr., conf. univ. (Ceronav, Constanța)*  
**GHEDRANOVICI Valentina**, *dr., conf. univ. (Minsk, IU)*  
**EȘANU Valeriu**, *dr., BC.MoldovaAgroinbank S.A.*  
**IONIȚĂ Veaceslav**, *dr., conf. univ. (ASEM)*  
**ȘELARU Marina**, *Director Executiv ACAP RM*

*Redactor: Eugenia BALAN*

*Machetare computerizată: Adriana Buzdugan*

### **ADRESA REDACȚIEI:**

**Str: Vlaicu Pârcălab 52, MD 2012, Chișinău, Moldova**

*ULIM, E-mail: [studii.economice.ulim@gmail.com](mailto:studii.economice.ulim@gmail.com)*

Certificat de înregistrare nr. 01-6-17/03.05.2007

Index poștal: PM - 2012

ISSN 1857-226X

© *Editura ULIM, Chișinău – 2014*

*Redacția nu este responsabilă pentru conținutul articolelor publicate  
Materialele neacceptate nu se recenzează și nu se restituie autorilor.*

*Responsibility for each published text belong to the authors.  
Authors views are not always accorded the editorial board's opinion..*

## CUPRINS

<b>I. DEZVOLTAREA ECONOMIEI DURABILE.....</b>	<b>9</b>
ROLUL DIPLOMAȚIEI ECONOMICE ÎN PROMOVAREA COMERȚULUI EXTERIOR.....	9
<b>Nicolae ȚĂU.....</b>	<b>9</b>
EXPERIENȚE ȘI POLITICI ALE MIGRAȚIEI FORȚEI DE MUNCĂ ÎN CADRUL UNIUNII EUROPENE: DE LA COORDONARE LA UNIFICARE.....	21
<b>Natalia LOBANOV .....</b>	<b>21</b>
MANAGEMENTUL AFECTĂRII SUSTENABILITĂȚII MEDIULUI ȘI A DOMENIULUI SANITAR SUB EFECTE BIOFIZICE ȘI BIOCHIMICE .....	29
<b>Petru ROȘCA, Ioana Andreea MARINESCU .....</b>	<b>29</b>
ECONOMIC DIPLOMACY AS A TOOL FOR ACHIEVING NATIONAL INTERESTS .....	35
<b>Alexandru GRIBINCEA, Corina GRIBINCEA .....</b>	<b>35</b>
АДМИНИСТРАТИВНЫЕ УСЛУГИ В УКРАИНЕ: НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ.....	46
<b>Оксана ГУНЕНКОВА.....</b>	<b>46</b>
УКРАИНСКИЕ УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГАХ: АНАЛИЗ СИТУАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ НА БУДУЩЕЕ.....	55
<b>Юлия МОЛОДОЖЕН, Марина ВОРОНА, Алена ДЬЯЧЕНКО .....</b>	<b>55</b>
<b>II. MANAGEMENT, MARKETING ÎN CONTEXTUL NAȚIONAL ȘI INTERNAȚIONAL .....</b>	<b>64</b>
APLICAȚII METODICE UTILIZATE ÎN MANAGEMENTUL RISCURILOR .....	64
<b>Natalia BURLACU, Irina CĂLUGĂREANU .....</b>	<b>64</b>
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ПРОЦЕССАХ КЛАСТЕРИЗАЦИИ .....	72
<b>Ольга КОВИНЧУК.....</b>	<b>72</b>
CONCEPTUL ȘI ISTORIA EVOLUȚIEI RECLAMEI SOCIALE .....	80
<b>Adriana BUZDUGAN .....</b>	<b>80</b>
CUANTIFICAREA INTENSITĂȚII MOTIVAȚIEI.....	88
<b>Constantin RACOCEANU.....</b>	<b>88</b>
PRINCIPII ȘI METODE DE ADMINISTRARE FISCALĂ A IMPOZITELOR ȘI TAXELOR.....	94
<b>Olga BLAGORAZUMNAIA, Carmen STOICA.....</b>	<b>94</b>
FORMAREA, COORDONAREA SI REFORMAREA SISTEMULUI DE ORGANIZARE A AUDITULUI INTERN IN CADRUL INSTITUTIILOR PUBLICE DIN ROMANIA IN PERIOADA POST INTEGRARII .....	106

<b>Gabriela Adina HASEGAN- MARES</b> .....	106
ABILITĂȚI ȘI RESPONSABILITĂȚI AL UNUI LIDER DE ECHIPĂ MANAGERIALĂ.....	112
<b>Leonid BABII, Stela GUZUN</b> .....	112
CADRUL LOGISTIC AL INTERMEDIERII COMERCIALE .....	122
<b>Dumitru MODREA</b> .....	122
<b>III. CONTABILITATE ȘI AUDIT ÎN AFACERI</b> .....	128
EVOLUȚIA PROFESIEI DE AUDITOR ȘI ROLUL ACAP CA ORGANIZAȚIE DE REFERINȚĂ ÎN REPUBLICA MOLDOVA .....	128
<b>Marina ȘELARU, Igor BALAN</b> .....	128
ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО И НОРМАТИВНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА.....	139
<b>Василий ЩЕРБАТЮК</b> .....	139
PARTICULARITĂȚILE DE ORGANIZARE A MISIUNILOR ȘI EVALUAREA ACTIVITĂȚII DE AUDIT INTERN LA ENTITĂȚILE ECONOMICE .....	150
<b>Igor BALAN</b> .....	150
<b>IV. INOVARE, ANTREPRENORIAL ÎN CREȘTEREA ECONOMICĂ</b> .....	161
REZULTATUL ACTIVITĂȚII DE GESTIUNE A ANTREPRENORULUI CONSTRUCTIV: EVALUARE ȘI EFICIENTIZARE .....	161
<b>Stela EFROS</b> .....	161
<b>V. FINANȚE, BANKING ȘI ASIGURĂRI</b> .....	172
IMPACTUL FLUXURILOR VALUTAR-FINANCIARE INTERNAȚIONALE ASUPRA ECONOMIEI REPUBLICII MOLDOVA .....	172
<b>Adrian ȚURCANU</b> .....	172
INVESTIȚIILE EXTERNE – NEVOIA REALĂ ȘI OBIECTIVĂ PENTRU ECONOMIILE ÎN TRANZIȚIE .....	186
<b>Dan Alexandru BUȘU</b> .....	186
<b>VI. ECONOMETRIE APLICATĂ ȘI INGINERIE MANAGERIALĂ</b> .....	191
СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ .....	191
<b>Мануела БУРЛАКУ</b> .....	191
MODELE ECONOMICE ALE ASIGURĂRILOR AUTO.....	199
<b>Elena PAVLOVSCHI</b> .....	199
<b>VII. TURISM ȘI OSPITALITATE</b> .....	206
ROLUL INFORMAȚIEI ÎN ACTIVITATEA TURISTICĂ.....	206
<b>Amalia GURGUI</b> .....	206

<b>VIII. K-ECONOMY: MANAGEMENTUL SECOLULUI XXI.....</b>	<b>219</b>
PROBLEMELE GESTIUNII ȘI FUNCȚIONĂRII A ÎNȚREPRINDERILOR VIRTUALE.....	219
<b>Nina PESTUȘCO.....</b>	<b>219</b>
РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ВЛИЯЮЩИХ НА ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И	
КОНКУРЕНТНУЮ БОРЬБУ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ СЕКТОРЕ	
РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА .....	230
<b>Владимир КАРА .....</b>	<b>230</b>
<b>IX. RECENZII, PREZENTĂRI DE CĂRȚI.....</b>	<b>238</b>
RECENZIE asupra monografiei „Managementul sistemului național de cercetare-dezvoltare:	
între globalizare și provincializare”, elaborată de Gheorghe CUCIUREANU .....	238

## CONTENTS

<b>I. DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE ECONOMY.....</b>	<b>9</b>
ROLE OF ECONOMIC DIPLOMACY IN PROMOTING TRADE.....	9
<b>Nicolae ȚĂU.....</b>	<b>9</b>
EXPERTISE AND LABOUR MIGRATION POLICIES IN THE EUROPEAN UNION: THE COORDINATION TO UNIFICATION .....	21
<b>Natalia LOBANOV .....</b>	<b>21</b>
ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND MANAGEMENT DAMAGE HEALTHCARE UNDER THE EFFECT BIOPHYSICS AND BIOCHEMISTRY .....	29
<b>Petru ROȘCA, Ioana Andreea MARINESCU .....</b>	<b>29</b>
ECONOMIC DIPLOMACY AS A TOOL FOR ACHIEVING NATIONAL INTERESTS .....	35
<b>Alexandru GRIBINCEA, Corina GRIBINCEA .....</b>	<b>35</b>
ADMINISTRATIVE SERVICES IN UKRAINE: UNSOLVED PROBLEMS AND TARGETS	46
<b>Oxana GUNENCOVA.....</b>	<b>46</b>
UKRAINIAN EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE INTERNATIONAL RANKINGS: SITUATION ANALYSIS AND PROSPECTS FOR THE FUTURE.....	55
<b>Iulia MOLODOJEN, Marina VORONA, Aliona DIACENCO.....</b>	<b>55</b>
<b>II. MANAGEMENT, MARKETING IN THE NATIONAL AND INTERNATIONAL CONTEXT .....</b>	<b>64</b>
APPLICATION METHODS USED IN RISK MANAGEMENT .....	64
<b>Natalia BURLACU, Irina CĂLUGĂREANU .....</b>	<b>64</b>
THE FOREIGN EXPERIENCE OF STATE PARTICIPATION IN THE PROCESS OF CLUSTERING .....	72
<b>Olga COVINCIUC .....</b>	<b>72</b>
CONCEPTS AND EVOLUTIONARY HISTORY OF SOCIAL ADVERTISING .....	80
<b>Adriana BUZDUGAN .....</b>	<b>80</b>
QUANTIFICATION OF INTENSITY MOTIVATION .....	88
<b>Constantin RACOCEANU.....</b>	<b>88</b>
PRINCIPLES AND METHODS OF TAX ADMINISTRATION OF TAXES AND FEES .....	94
<b>Olga BLAGORAZUMNAIA, Carmen STOICA.....</b>	<b>94</b>
TRAINING, COORDINATION AND ORGANIZATION REFORM INTERNAL AUDIT WITH PUBLIC INSTITUTIONS IN ROMANIAIN THE PERIOD POST INTEGRATIONS .....	106
<b>Gabriela Adina HASEGAN- MARES .....</b>	<b>106</b>
SKILLS AND RESPONSIBILITIES OF A MANAGEMENT TEAM LEADER .....	112

<b>Leonid BABII, Stela GUZUN</b> .....	112
THE LOGISTICS BUSINESS INTERMEDIATION .....	122
<b>Dumitru MODREA</b> .....	122
<b>III. ACCOUNTING AND AUDIT BUSINESS</b> .....	128
THE EVOLUTION OF AUDIT PROFESSION AND THE ROLE OF ACAP AS REFERENCE ORGANIZATION IN MOLDOVA .....	128
<b>Marina ŞELARU, Igor BALAN</b> .....	128
PROBLEM ASPECTS OF THE LEGISLATIVE AND REGULATORY ACCOUNTING .....	139
<b>Vasilii ŞERBATIUC</b> .....	139
FEATURES MISSIONS ORGANIZATION AND EVALUATION OF INTERNAL AUDIT ACTIVITY ENTERPRISE .....	150
<b>Igor BALAN</b> .....	150
<b>IV. INNOVATION, ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC GROWTH</b> .....	161
ACTIVITY RESULT MANAGEMENT CONTRACTOR CONSTRUCTION: ASSESSMENT AND EFFICIENCY .....	161
<b>Stela EFROS</b> .....	161
<b>V. FINANCE, BANKING AND INSURANCE</b> .....	172
INTERNATIONAL FINANCIAL IMPACT OF FLOW RATE ON THE ECONOMY OF MOLDOVA.....	172
<b>Adrian ŢURCANU</b> .....	172
FOREIGN INVESTMENTS - REAL NEEDS AND GOALS FOR TRANSITION ECONOMIES.....	186
<b>Dan Alexandru BUŞU</b> .....	186
<b>VI. APPLIED ECONOMETRICS AND ENGINEERING MANAGEMENT</b> .....	191
MODERN INFORMATION TECHNOLOGY IN HIGHER EDUCATION.....	191
<b>Manuela BURLACU</b> .....	191
ECONOMIC MODELS OF AUTO INSURANCE.....	199
<b>Elena PAVLOVSCHI</b> .....	199
<b>VII. TOURISM AND HOSPITALITY</b> .....	206
ROLE OF INFORMATION IN TOURIST ACTIVITY .....	206
<b>Amalia GURGUI</b> .....	206
<b>VIII. K-ECONOMY: THE MANAGEMENT OF XXI CENTURY</b> .....	219
ISSUES MANAGEMENT AND OPERATION OF A VIRTUAL ENTERPRISE .....	219
<b>Nina PESTUŞCO</b> .....	219

DEVELOPMENT OF THE TECHNOLOGY INFLUENCING BOTH THE INNOVATION PROCESSES AND COMPETITION IN TELECOMMUNICATIONS SECTOR OF MOLDOVA.....	230
<b>Vladimir CARA.....</b>	<b>230</b>
<b>IX. RECENZII, PREZENTĂRI DE CĂRȚI.....</b>	<b>238</b>
RECENZIE asupra monografiei „Managementul sistemului național de cercetare-dezvoltare: între globalizare și provincializare”, elaborată de Gheorghe CUCIUREANU .....	238



# I. DEZVOLTAREA ECONOMIEI DURABILE

## I. DEVELOPMENT OF SUSTAINABLE ECONOMY

### ROLUL DIPLOMAȚIEI ECONOMICE ÎN PROMOVAREA COMERȚULUI EXTERIOR ROLE OF ECONOMIC DIPLOMACY IN PROMOTING TRADE

Nicolae ȚĂU, dr. hab., prof. univ., ULIM

**ABSTRACT.** *This article is about the role of economic diplomacy in export-import promotion between developed and developing countries in the period after the collapse of Soviet Union. In this context this paper analyses the activity of newly opened embassies of developed countries in Newly Independent States and embassies from OECD in Newly Independent States in domain of export and import activities.*

**ABSTRACT.** *Acest articol este despre rolul diplomației economice în promovarea export-import între țările dezvoltate și în curs de dezvoltare în perioada de după colapsul Uniunii Sovietice. În acest context, acest articol conține activitatea ambasadelor nou deschise ale țărilor dezvoltate și ambasadelor din OCDE în domeniul activităților de export și import.*

**KEY WORDS:** *international economic relations; competition; competitiveness; composite approach; structural and nonstructural approaches; efficiency; economic diplomacy; export-import promotion; developed and developing countries; Newly Independent States.*

**CUVINTE CHEIE:** *relații economice internaționale; concurență; competitivitate; abordare compozit; abordările structurale și nestructurale; eficiență; diplomație economică; promovarea export-import; țările dezvoltate și în curs de dezvoltare; statele recent independente.*

#### Introducere.

Promovarea exportului este considerată deseori ca obiectiv major al misiunilor diplomatice. Drept exemplu poate servi strategia Germaniei care determină viitorul rol al ambasadelor diferite în acord cu nivelul de dezvoltare a relațiilor bilaterale și în special relațiile cu țările emergente. Andrew Rose a cercetat eficiența activității misiunilor externe în domeniul exporturilor folosind partea reprezentativă a 22 exportatori mari și a descoperit un efect mic, dar semnificativ pozitiv al reprezentanței permanente externe mai mare în exporturile unilaterale [9, p. 22-38]. Acest efect poate avea loc în comerțul dintre țările dezvoltate și țările în tranziție și nu în interiorul acestor grupe de țări. Conform mai multor autori, există două cauze în această alegere specifică. Prima este reorientarea puternică în domeniul comerțului extern realizată în ultimii 10 ani ai secolului trecut, care lasă o amprentă importantă asupra activității misiunilor diplomatice în promovarea comerțului extern. A doua este transformarea sistemului de plan socialist în economie de piață, care oferă pentru exportatori o nouă lume a oportunităților. Din punctul de vedere al promovării politicilor este interesant să constatăm dacă țările care s-au aflat în afara relațiilor diplomatice cu țările industrializate au profitat mai mult sau mai puțin de potențialul oportunităților pentru export.

#### Conținut de bază.

Din punct de vedere metodologic, cercetările diferă de cele efectuate de Andrew Rose. În primul rând, estimările sunt efectuate pentru un grup de țări. Grupul de țări dă posibilitate să se examineze efectele fixe ale țărilor în pereche la nivel bilateral și verificarea eterogenitatea relațiilor bilaterale ori caracteristicile tipice invariabile în timp, dintre diferite perechi de țări. Totodată, aceasta va permite cercetărilor să câștige în urma estimărilor părtinitoare din cauza omiterii variabilelor, cum argumentează Cheng și Wall [6, p.199].

În acest context prezintă interes cercetările efectuate de Emiel Afman și Mathilde Maurel în lucrarea „Diplomatic Relations and Trade Reorientation in Transition Countries” unde ei cercetează relațiile diplomatice și impactul lor asupra reorientării comerțului țărilor în tranziție. Ei au cercetat și analizat numărul misiunilor permanente ca aproximație a intensității diplomației și au relatat aceasta la exporturile

actuale estimând modelul standard al gravității cu efectele fixe pentru a controla alți determinanți ai comerțului. În concluzie autorii au demonstrat că numărul mediu al misiunilor diplomatice este asociat cu un export mai înalt, făcând sugestie că promovarea exportului prin deschiderea noilor misiuni diplomatice este efectiv în țările care au interes în comerțul cu țările în tranziție. Această concluzie vine în contrast cu concepția că modelul comerțului internațional este determinat de factorii macroeconomici și nu de rolul misiunilor diplomatice.

În al doilea rând, în aceste cercetări Emiel Afman și Mathilde Maurel [1, p.25], sunt adăugate misiunile externe ale țărilor importatoare în țările exportatoare ca variabile ale interesului, deoarece acest tip al relațiilor diplomatice poate facilita importul. Și încă o diferență, în aceste cercetări s-a folosit o altă bază de date pentru măsurarea relațiilor diplomatice bilaterale în timp (Correlates of War Project. 2008. "State System Membership List, v. 2008.1." Online, <http://correlatesofwar.org>.) (COW) [4, p.80]. Așadar, contribuția empirică privind determinarea relațiilor dintre misiunile externe și export este dublă. La evidența raportată de Andrew Rose, în cercetări s-a adăugat grupa economiilor în tranziție în formă de studiu de caz și s-a aplicat metoda analizei folosind lista structurată a datelor, care a corectat eterogenitatea relațiilor bilaterale ori caracteristicile tipice invariabile în timp, inclusiv efectele fixe dintre diferite perechi de țări.

Cercetările efectuate de Emiel Afman și Mathilde Maurel s-au axat pe două grupe de țări: o grupă compusă din țările de est formată din 30 țări în tranziție și grupa secundă compusă din țările de vest formată din 26 țări industrializate membre ale OECD.

Sarcina a fost de a identifica influența diplomației asupra exporturilor pentru fiecare pereche de țări din aceste grupe. Relațiile diplomatice au fost abordate în două direcții. Prima: conform lui Andrew Rose, s-a efectuat măsurarea intensității activității diplomatice de reprezentanțele permanente străine acreditate în țările importatoare. Aceste reprezentanțe includ ambasadatele, consulatatele generale, consulatatele, consulatatele onorifice, oficiile ambasadelor, oficiile reprezentanțelor și agențiile consulare. Numărul consulatelor acreditate în alte țări măsoară valoarea economică a țării exportatoare alocate în țara care importă. În adaus și simetric, de asemenea, este calculat numărul misiunilor externe a țărilor importatoare în țările exportatoare. Drept exemplu servește Ambasada Franceză în Kazahstan care trebuie să promoveze importul petrolului din Kazahstan spre Franța.

Informații privind misiunile externe sunt plasate pe portalul World Wide Web și în special pe adresa electronică [www.embassypages.org](http://www.embassypages.org). Această primă variabilă a fost numită FM1 (foreign missions – misiuni externe).

Trebuie de notat că crearea unei așa variabile nu este sinecură. Ca dovadă a intensității au fost calculate numărul ambasadelor, consulatelor generale, consulatelor și a altor misiuni cum ar fi oficiile ambasadelor în țările determinate în prealabil. În cazul când ambasada și consulatul sunt localizate într-un singur oraș, au fost calculate ca o singură misiune. Atunci când un ambasador este acreditat în două țări cu reședința într-o singură țară, se consideră ca o singură misiune în țara de reședință a ambasadorului. Ca exemplu, ambasadorul Olandei este acreditat în Armenia și Georgia, însă reședința lui este în Tibilisi, Georgia, în acest caz în Armenia numărul misiunilor este 0, iar în Georgia este egal cu 1.

Alt exemplu folosit de Emiel Afman și Mathilde Maurel este Azerbaidjan. Conform datelor COW, ambasadorul Azerbaidjanului este acreditat în Suedia, Norvegia și Finlanda. În același timp, reședința

ambasadorului se află în Azerbaidjan. În acest caz, în aceste țări misiunile externe ale Azerbaidjanului sunt egale cu 0. Cele mai multe misiuni externe ale unei țări în altă țară sunt ale Republicii Cehă care are 16 consulate în Statele Unite ale Americii.

A doua, baza de date folosită de Emiel Afman și Mathilde Maurel este referitor la Schimbul Diplomatic au fost culese din „Correlates of War project [4, p.77]. Această bază de date conține date referitor la reprezentanțele străine la nivel de ambasadori, charge d'affaires, și miniștri consilieri pe perioada 1817-2005. În lucrare s-au examinat anii 1995, 2000 și 2005, cercetările fiind axate pe relațiile Est–Vest, țări în tranziție – țări industrializate în domeniul comerțului extern și relațiilor diplomatice. Aceste variabile au fost numite FM2t (indexul t exprimă dimensiunea timpului).

Există diferențe importante între aceste două proxime ale relațiilor diplomatice: prima este concentrată asupra intensității activităților diplomatice și depinde de numărul misiunilor externe acreditate, a doua abordează longitudinal perspectiva și este concentrată asupra schimbărilor în relațiile diplomatice. Drept exemplu poate servi schimbarea nivelului de acreditare de la charge d'affaires la nivel de ambasador sau a unui consulat la nivel de consulat general.

Din tabelul 1 putem observa următoarele:

- țările în tranziție au mai multe misiuni în țările dezvoltate OECD și viceversa (1,92 contra 1,04);
- țările cu resurse naturale au mai multe misiuni externe de promovare a exportului în comparație cu țările fără resurse naturale (2,17 contra 1,07);
- țările în tranziție cu resurse naturale posedă cel mai mare număr de misiuni externe 2,84 și găzduiesc cele mai multe misiuni de promovare a importului–1,51 în comparație cu țările în tranziție fără resurse naturale.

**Tabelul 1**

**Numărul mediu al misiunilor externe pe subgrupe (FM 1)**

	Misiuni externe de promovare a exportului			Misiuni externe de promovare a importului		
	total	țări industrializate	țări în tranziție	total	țări industrializate	țări în tranziție
Exemplu complet	1,48	1,04	1,92	1,48	1,92	1,04
Cu resurse naturale	2,17	1,51	2,84	2,17	2,84	1,51
Fără resurse naturale	1,07	0,76	1,38	1,07	1,38	0,76

Sursa: [1].

În continuare, ei au examinat fluxul comercial din 30 țări în tranziție spre 26 OECD într-o direcție pe 3 ani (1995; 2000; 2005)  $30 \times 26 \times 1 \times 3 = 2340$  examinări (tabelul 2.3).

Tabelul 2 demonstrează că țările în tranziție și în special țările cu resurse naturale, în medie au acreditate mai multe misiuni de promovare a exportului în țările de vest și viceversa.

**Tabelul 2**

**Relații diplomatice, comerț Est–Vest (FM 2t)**

Misiuni externe de promovare a exportului	1995	2000	2005
---	------	------	------

Fără misiuni acreditate	425	392	343
Nivel de charge d'affaires	20	14	9
Ambasador	326	366	428
Alte misiuni	9	8	0
<b>Misiuni de promovare a importului</b>			
Fără misiuni	410	338	292
Nivel de charge d'affaires	46	41	23
Ambasador	314	398	464
Alte misiuni	10	3	1

Sursa: [1].

Numărul ambasadurilor acreditați s-a majorat de la 314 în 1995 până la 464 în 2005, pe când numărul misiunilor diplomatice absente a scăzut de la 425 de promovare a exportului și 410 de promovare a importului, în 1995, până la 343 de export și 292 de import în 2005. Numai numărul charge d'affaires s-a redus, motivul fiind creșterea importanței și numărului ambasadurilor acreditați. Poziția de ambasador în toate timpurile s-a considerat mai prestigioasă în comparație cu cea de charge d'affaires. Însă există și variante inverse, când țara dorește să reducă nivelul relațiilor diplomatice, reduce nivelul reprezentativ de la poziția de ambasador la cea de charge d'affaires pentru a demonstra pe viitor reducerea interesului în promovarea relațiilor bilaterale cu această țară.

Emiel Afman și Mathilde Maurel revin la variabilele misiunilor externe (fm) baza de date din statistică, pentru comerțul bilateral, controlând alți determinanți folosind analiza empirică a comerțului: modelul gravitațional care poate fi specificat pe diferite căi. Primul test a fost realizat cu ajutorul modelului Rose 2007 (1). Andrew Rose și-a pus același scop – determinarea importanței economice a misiunilor externe folosind exemplul complet. Această strategie permite efectuarea unei comparații directe.

$$\log X_{ij}^t = \gamma_1 \cdot f m_{ij} + \gamma_2 \cdot f m_{ij} + \beta_1 \log d_{ij} + \beta_2 \log Y_i^t + \beta_3 \ln Y_j^t + \beta_4 pop_i^t + \beta_5 p_j^t + \beta_6 \log area_i + \beta_7 \log area_j + \beta_8 EEA_{ij} + \beta_9 b_{ij} + \beta_{10} land_{ij} + \alpha_o + \alpha_i + \alpha_j + \epsilon_{ij}^t \quad (1)$$

Unde:

$\log X_{ij}^t$  – este valoarea exportului din țara i spre țara j în perioada de timp t;

$f m_{ij}$  – are două dimensiuni: prima este numărul *misiunilor externe* permanente ale țării i în țara j (fm1); alternativ, când estimările au fost realizate în baza datelor COW, a fost egal cu 1, când țara i avea reprezentanță în țara j (fm2t);

$d_{ij}$  – este dimensiunea distanței în kilometri dintre capitalele țărilor (baza de date CEP);

$Y_i^t$  – este PIB al țării i în prețuri constante în timpul t (World Bank, WDI);

$p_i^t$  – populația țării i în mil. în timpul t (World Bank, WDI) World Development Indicators);

$arie_i$  – teritoriul țării i;

$EEA^{ij}$  – aria economică europeană este echivalent în valoare de 1 dacă ambele țări sunt membre ale Uniunii Europene,

$b_{ij}$  – echivalent în valoare de 1 dacă țările i și j au frontieră comună,  $land_{ij}$  este egal cu 1 dacă o țară este înconjurată de uscat. CEPII – baza de date;

$\alpha_{ij}$  – efect specific de la operațiile de export și import;

$\alpha_0$  – interceptarea;

$\alpha_t$  – interceptarea unui an specific (raport privind globalizarea atunci când comerțul crește mai rapid în comparație cu venitul) și  $\alpha_{ij}$  este efectul fix. În final  $\hat{\varepsilon}_{ij}^t$  este reziduu.

Există și alte posibilități de evaluare a ecuației gravitaționale propuse de . Una dintre ele este ecuația (2) cea propusă de Anderson și Van Wincoop în 2003 [3, p.170-192], bazată pe cel mai bun fundament teoretic introducând indicii rezistenței multilaterale. Este extrem de utilă înțelegerea unor complexități ale comerțului extern. Drept exemplu pot servi efectele comerțului de frontieră care implică comerțul regional mult mai larg în comparație cu echivalentul internațional. Autorii au propus următoarea ecuație:

$$t_{ij} = (FM_{ij}) \cdot FM_{ij} d_{ij}^{\rho},$$

unde:

FM – misiuni externe (baza de date COW).

$\rho$  - este elasticitatea distanței;

$\sigma$  -este elasticitatea substituției dintre toate bunurile (constant);

$FM_{ij}$  (respectiv  $FM_{ji}$ ) este egal cu 1 atunci când țara  $i$  sau  $j$  are ambasada acreditată în țara  $j$  sau  $i$  (FM2t).

Presupunem că  $FM_{ij} = FM^{fm_{ij}}$  și simetric  $FM_{ji} = FM^{fm_{ji}}$ ,

unde  $fm_{ij}$  și  $fm_{ji}$  este egal cu 1, atunci când țara  $i$  sau  $j$  are acreditată ambasada în țara  $j$  sau  $i$ .

Aceasta înseamnă că investirea într-o misiune externă în țara partener este o oportunitate pentru ambele țări atât exportatoare, cât și importatoare de a reduce costul informației, costul designerului, costurile legale și regulatorii și cele legate de transport.

$$\log\left(\frac{X_{ij}^t}{(Y_i^t * Y_j^t)}\right) = (1-\sigma) \log(FM_{ij}) + (1-\sigma) \log(FM_{ji}) + (1-\sigma)\rho \log d_{ij} - (1-\sigma)\alpha_i - (1-\sigma)\alpha_j$$

$$\log\left(\frac{X_{ij}^t}{(Y_i^t * Y_j^t)}\right) = (1-\sigma) \log(FM)fm_{ij} + (1-\sigma) \log(FM)fm_{ji} + (1-\sigma)\rho \log d_{ij} - (1-\sigma)\alpha_i - (1-\sigma)\alpha_j + \varepsilon_{ij} \quad (2)$$

Robert Feenstra [7, p.491-506] a comparat diferite metode de estimare a procedurii și a conchis că metoda efectelor fixe prezintă estimări consistente, fiind simplă pentru implementare. Deci, poate fi considerată metodă empirică preferată. Ideea este de a descompune reziduurile în două părți, partea fixă și partea de reziduu cu proprietăți obișnuite. Câteva specificații ale efectului fix sunt posibile. Trei din ele sunt expuse mai jos:

1. Un model  $\alpha_{ij}$  pentru fiecare pereche bilaterală de țări este metoda recomandată de Cheng and Wall [6, p.199] și livrează cele mai bune estimări periclitând posibilitatea părtinirii statisticii. Această metodă reflectă fiecare flux bilateral al comerțului (Franța – Ungaria sau Franța – Rusia) are ceva specific, care trebuie verificat. Câteva efecte fixe pot fi identificate mult mai explicit, examinând relațiile bilaterale implicate de prezența resurselor naturale în țara importatoare sau exportatoare. Drept exemplu poate servi Kazahstanul cu resurse naturale extensive și este adecvat să aibă o mai mare interceptie pentru export în comparație cu Belarus care are mai puține resurse naturale. În

același timp, Kazahstanul trebuie să aibă în medie mai multe misiuni externe în comparație cu Belarus, din cauza prezenței petrolului. Ca rezultat, coeficientul pentru misiunile externe va majora unele efecte ale exportului petrolului care nu au nimic comun cu misiunile externe comerciale. Cu alte cuvinte, el va părtini orientarea creșterii în sus. Două abordări sunt posibile. Prima este de a reduce timpul invariabil explicativ variabilei, cum s-a prevăzut cu resursele naturale și de substituit cu efecte fixe chibzuite. A doua este de a introduce cât mai mult timp invariant variabil și de verificat această fixă și întâmplătoare livrare specifică a aceluiași produs.

2. Un model pentru fiecare țară importatoare specific  $\alpha_i^t$  și respectiv pentru fiecare țară exportatoare  $\alpha_j^t$  care implică efectul specific de exportator, indiferent de țara de destinație care trebuie să fie diferit în fiecare punct al timpului. Această metodă a fost susținută de Anderson și Van Wincoop [3, p.195] ca una alternativă pentru metodele de estimare liniară folosite pentru computerizarea termenilor multilaterali de rezistență.
3. În 2007 Andrew Rose a estimat ecuația gravitațională folosind OLS (modelul liniar). OLS cu efecte fixe specifice ale exportatorului ( $\alpha_i$ ) și cu efecte fixe ale importatorului ( $\alpha_j$ ) și OLS cu ambele, de exportator și de importator, efecte fixe (strategia  $\alpha_i$  și  $\alpha_j$ ) și în final două stadii OLS folosind instrumente variabile.

Impactul misiunilor externe FM1 (numărul consulatelor) și FM2t (varianta timpului corelată cu COW), numărul misiunilor externe și schimbările numărului lor în timp va fi evaluat în două maniere diferite.

Pentru FM1 timpul este invariant și se aplică metoda de estimare la nivel bilateral, a perechii efectelor fixe chibzuite în linie cu perspicacitatea lui Cheng și Wall (2004) [60, p.199], sau modelul liniar OLS fără efecte fixe care aduce deseori estimări de părtinire. Cheng și Wall argumentează că cea mai potrivită cale de evaluare a corelației dintre comerț și FM1 este de a proceda la două măsurări. Prima etapă constă în lansarea ecuației de gravitație cu efecte bilaterale fixe, care implică reducerea timpului invariant incluzând variabilitatea FM1. A doua etapă constă în lansarea regresiei efectelor fixe în variabilele interesului, numit FM1, misiunile externe ca determinant al efectului fix specific comerțului bilateral.

Prima etapă:

$$\log X_{ij}^t = \beta_2 \log Y_i^t + \beta_3 \log Y_j^t + \beta_4 \log p_i^t + \beta_5 \log p_j^t + \alpha_0 + \alpha_t + \alpha_{ij} + \varepsilon_{ij}^t \quad (3)$$

Etapa a doua:

$$\alpha_{ij} = \xi_1 \lg d_{ij} + \gamma_2 \log fmi + \gamma_3 \log fmj + \xi_2 \log area_i + \xi_3 \log area_j + \xi_4 b_{ij} + \xi_5 land_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (4)$$

În a doua regresie se poate efectua controlul altor determinanți empirici de succes al comerțului cum ar fi distanța, frontiera comună, teritoriul, înconjurarea pe uscat din toate părțile. Este necesar a determina dacă reprezentanțele diplomatice sunt semnificative sau nu. Însă acest coeficient semnificativ nu poate fi interpretat drept cauză a relațiilor lansate de misiunile externe în domeniul comerțului, deoarece este

puțin înțeles. Noi putem constata că prezența misiunilor externe este asociată cu un efect fix pozitiv și puternic.

Pentru FM2t cu variație în timp, se aplică metoda de estimare panel cu efect fix chibzuit și se estimează atât modelul lui Andrew Rose, cât și al lui Van Wincoop:

$$\log X_{ij}^t = \gamma_1 \cdot fm_{ij}^t + \gamma_2 \cdot fm_{ij}^t + \beta_2 \log \gamma_i^t + \beta_3 \log \gamma_j^t + \beta_4 \log p_i^t + \beta_5 \log p_j^t + \alpha_0 + \alpha_t + \alpha_{ij} + \varepsilon_{ij}^t \quad (5)$$

Pentru fiecare an  $t$  există trei evaluări:

$$\Rightarrow \log \left( \frac{X_{ij}^t}{(Y_i^t * Y_j^t)} \right) = (1-\sigma) \log(FM)fm_{ij} + (1-\sigma) \log(FM)fm_{ji} + (1-\sigma)\rho \log d_{ij} - (1-\sigma)\alpha_i - (1-\sigma)\alpha_j + \varepsilon_{ij} \quad (6)$$

Concentrarea atenției asupra diplomației economice și a comerțului exterior ne dă posibilitatea să punem sarcina în contextul inversării sau al simultaneității. Promovarea comerțului este scopul corpului diplomatic guvernamental, resursele cărui sunt limitate. Deci, atunci când guvernul optimizează structurile diplomatice, el ia decizia unde va deschide un consulat ori ambasadă și unde nu va deschide. Unul dintre factorii care stau la baza acestei decizii este atractivitatea potențialului de export sau potențialului economic.

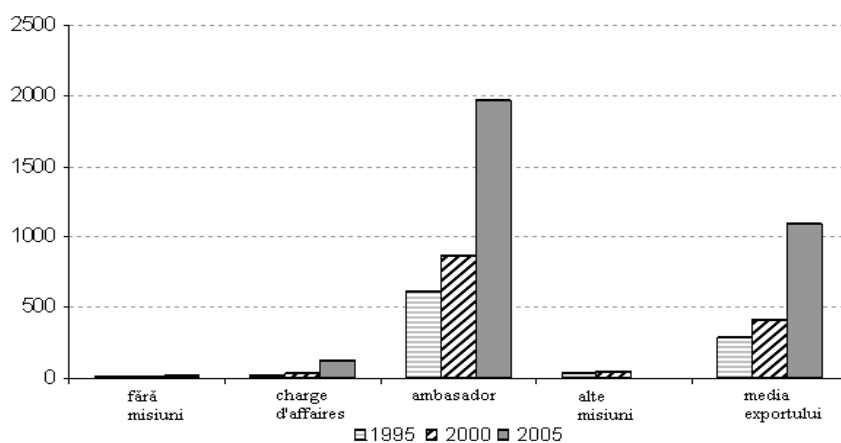
Comerțul este promovat de existența acestor misiuni diplomatice și, în același timp, este cauza ce stimulează cererea deschiderii acestor misiuni externe. O altă problemă este simultaneitatea. De exemplu, petrolul determină cererea înaltă a comerțului și, în același timp, prezența petrolului atrage misiunile externe. În ambele cazuri guvernul are două căi de promovare a relațiilor cauzale, iar în cazurile recente unele misiuni externe au restabilit efectul petrolului.

O cale de comportare cu rezultatele de părtinire este de a revedea specificarea ecuației de gravitație prin adăugarea tuturor variabilelor specific omise. Această strategie este o alternativă la cea propusă de Andrew Rose [9, p.31] care a instrumentat variabilele misiunilor externe cu variabilele corelate cu numărul misiunilor, dar nu direct cu rezultatele activității lor, cu volumul exporturilor. Andrew Rose a folosit un număr de instrumente specifice cum ar fi rezervele de petrol, gaze și alte instrumente care se referă la relațiile bilaterale dintre țări.

Emiel Afman și Mathilde Maurel folosind baza de date COW [4, p.55], au analizat 116 examinări în relațiile bilaterale dintre state, privind deschiderea noilor ambasade, începând cu anul 1995. Schimbările care au avut loc privind majorarea numărului misiunilor diplomatice sunt asociate cu creșterea exporturilor, în cazul deschiderii unei noi ambasade creșterea exporturilor este egală în medie cu 47 milioane USD în această perioadă. Figura 2.1, demonstrează cum exportul mediu este asociat cu tipul misiunii externe acreditate. În special trebuie să menționăm exportul dintre țările cu relații diplomatice puternice care este la nivel înalt și în permanentă creștere.

Tabelul 3 demonstrează că exportul mediu din țările în tranziție spre țările înalt industrializate OECD este mult mai înalt, dacă țările exportatoare și importatoare au stabilite relații diplomatice cel puțin la nivel de o reprezentanță permanentă.

#### **Media exportului (milioane USD) misiuni externe (OECD și țări în tranziție)**



Sursa: [1].

**Fig. 1. Exportul Est-Vest în dependență de tipul misiunilor externe și an**

Cifrele din tabelul 3 demonstrează că o evidență sau cel puțin o corelație dintre numărul reprezentanțelor externe acreditate și media exporturilor înregistrate. Însă cum ne vor satisface aceste argumente în cazul când vom apela la alți factori care determină comerțul? Cât de mare este efectul parțial al misiunilor externe permanente? Care este rolul misiunilor externe în promovarea importului și în special a tehnologiilor avansate?

**Tabelul 3**

**Exporturile medii Est-Vest asociate cu relațiile diplomatice (mil. USD)**

Anul	Exemplu complet		Cu misiuni diplomatice		Fără misiuni diplomatice	
	N	export	N	export	N	export
1995	681	287	391	492	290	9,7
2000	771	418	472	675	299	11,7
2005	780	1098	518	1646	262	15

Sursa: [1].

În tabelul 3 Emiel Afman și Mathilde Maurel prezintă modelul liniar OLS pentru varianta comerțului în două direcții cu datele FM1 și numărul misiunilor externe. În coloana 1 sunt introduse restricțiile privind interceptarea care este aceeași pentru toate țările și pentru toți anii. Coloana 2 reduce restricțiile în timp și permite interceptarea în timp variabil. Aceasta este important, deoarece modelul omite variabilele importante care variază în timp.

Este necesar a menționa că interceptația pentru anii 2003 și 2004 este semnificativ mai înaltă în comparație cu 1997, anul de bază care implică un nivel de creștere a comerțului privind toți indicii (posibil datorită globalizării), însă în orice caz accentuăm că modelul într-adevăr omite variabilele care variază în timp în această formă. Din coloana 3 putem observa variabilitatea timpului și interceptarea variabilă a țării. Unele țări pot exporta mai multe produse în comparație cu alte țări fără a lua în considerație cadrul lor diplomatic și nu este evidentă rațiunea de a introduce restricții care ar intercepta fiecare țară, aceste restricții fiind unele și aceleași în cadrul curent de regresie.

În opinia autorului, rezultatele tabelului 4 prezintă interes vădit. Constatăm că modelul lui Rose folosit de Emiel Afman și Mathilde Maurel este funcțional, estimarea ecuației care explică variațiile exportului sunt între 73 și 79 la sută. Coeficienții variabilelor de control sunt mai mari în comparație cu estimările făcute în



prealabil. Deci, constatăm că distanța și conexiunea reduce comerțul, acordurile de frontieră iar statutul de membru al Uniunii Europene majorează considerabil volumul comerțului.

Proximitatea economiei în masă (PIB și populația) au semnul și mărimea expectativă dacă sunt semnificative, numai insignifianța economiei în masă a țării exportatoare prezentată în coloana 3 este probabil la nivel aproximativ. Hans Linneman [8, p.105] consideră că coeficientul populației poate fi negativ, referindu-se la dominația pieței interne. Jeffrey Bergstrand [5, p.480] argumentează că importatorii și exportatorii folosesc datele despre populație ca proximitate pentru determinarea caracteristicilor produselor importate, vor fi dintre cele mai înalte sau ordinare și exportate la nivel de capitalo-intensive sau consumatoare de forță de muncă. Modelul exportatorului țării industrializate devine semnificativ în coloana 3 după includerea efectului fix al țării.

**Tabelul 4**

**Ecuția gravitațională**

	Specificare Rose [16] (Ecuția 1).		
	Variabile dependente: $\log X_{ij}^t$		
	(1)	(2)	(3)
Misiuni externe i în j	0.166*** (0.011)	0.170*** (0.011)	0.136*** (0.011)
Misiuni externe j în i	0.033*** (0.011)	0.037*** (0.011)	0.070*** (0.011)
Distanța	-1.391*** (0.022)	-1.396*** (0.022)	-1.364*** (0.024)
PIB <sub>i</sub>	0.968*** (0.022)	0.957*** (0.022)	0.344 (0.226)
PIB <sub>j</sub>	0.694*** (0.022)	0.681*** (0.022)	0.688*** (0.020)
Populația <sub>i</sub>	0.143*** (0.024)	0.150*** (0.024)	-0.616 (0.551)
Populația <sub>j</sub>	0.277*** (0.024)	0.285*** (0.024)	0.310*** (0.022)
Arie <sub>i</sub>	-0.023* (0.014)	-0.024* (0.013)	0.893** (0.447)
Arie <sub>j</sub>	-0.040*** (0.015)	-0.041*** (0.014)	-0.070*** (0.013)
EEA	0.780*** (0.099)	0.586*** (0.109)	0.274** (0.098)
Frontiera	0.780*** (0.099)	0.586*** (0.109)	0.274** (0.098)
Înconjurat de uscat	0.274** (0.098)	-0.132*** (0.028)	-0.269*** (0.035)
Exportator industrializat	-0.094 (0.087)	-0.096 (0.086)	2.745** (1.342)
Modelul timpului	Nu	Da	Da
Efectul fix specific țării	Nu	Nu	Da $a_i$ și $a_j$
N	10930	10930	10930
R2	0.7306	0.7319	0.7905
F	2276.99	1489.15	568.91

Sursa: [9]

Notă: \*, \*\*, \*\*\* denotă semnificația, respectiv nivelul 10%, 5%, 1%.

În continuare cercetările efectuate de Emiel Afman și Mathilde Maurel s-au concentrat asupra activității misiunilor externe. Rezultatele (tabelul 2.5) care demonstrează o importantă asociere dintre numărul reprezentanțelor externe ale țărilor exportatoare acreditate în țările importatoare și nivelul exporturilor. Estimările sunt ceva mai înalte în comparație cu cele raportate de Rose [9, p.30] care variaau mai sus de 0.06 – 0.11. În varianta propusă promovarea majorării exportului de misiunile externe este

asociată cu nivelul dintre  $e^{0.136} - 1 = 14,6$  și  $e^{0.170} - 1 = 18,5$  la sută. Mai puțin majorat, dar ca asociere semnificativă a fost identificată pentru reprezentanțele țărilor importatoare acreditate în țările exportatoare.

Dacă la modelul țării este adăugat coeficientul pentru misiunile externe al țării exportatoare, comerțul se va reduce, pe când creșterea coeficientului pentru facilitarea importului misiunii externe a țării  $j$  în țara  $i$  este remarcabilă, fiind dublă ca mărime. Aceasta permite menținerea rolului de orientare în atragerea reprezentanțelor diplomatice dacă țara dorește să exporte mai mult spre anumite țări, valorificând relațiile bilateral reciproc bune. Tabelul 5 redă o privire generală a eficienței amplasării misiunilor externe. În tabel sunt separate estimările elasticității pentru misiunile externe ale țărilor exportatoare  $i$  în țările importatoare  $j$  – misiunile externe de promovare a exporturilor și misiunile externe ale țărilor importatoare  $j$  acreditate în țările exportatoare  $i$  – misiunile externe de facilitare a importurilor. Este, de asemenea, estimată eficacitatea tipului exportatorului din țările industrializate sau în tranziție. Toți coeficienții din tabel sunt semnificativi la nivelul de 1 la sută.

**Tabelul 5**

**Corelarea parțială, misiuni externe și înregistrarea exporturilor și importurilor**

Exemplu complet	Misiuni externe de promovare a exporturilor			Misiuni externe de facilitare a importurilor		
	tot	exportatori ai țărilor industrializate	economii în tranziție	tot	exportatori ai țărilor industrializate	economii în tranziție
Nici unul	17,0	14,2	18,8	3,0	6,2	5,5
Modelul timpului	17,4	14,6	19,1	3,4	6,7	6,0
Timpul + efectul fix al țării	13,6	12,6	16,1	7,0	2,8	14,0

*Sursa:* elaborat în baza ecuației gravitaționale de Emiel Afman și Mathilde Maurel.

Autorii au observat că asocierea exporturilor cu misiunile externe ale exportatorilor  $i$  în țările importatoare  $j$  sunt pozitive în toate cazurile. Sunt mai înalte pentru economiile în tranziție în comparație cu economiile industrializate. Urmărind activitatea reprezentanțelor externe de facilitare a importurilor se observă unele estimări foarte înalte ale eficacității misiunilor externe de vest acreditate în țările în tranziție pentru exporturile din țările în tranziție. Într-adevăr acesta este cazul când economiile de vest deschid consulate ori ambasade în unele țări în tranziție în ordine să faciliteze importurile din aceste țări. Aceasta este analiza subexemplului comerțului Est-Vest privind comerțul dintre țările cu resurse naturale și comerțul dintre țările fără resurse naturale.

Constatăm că estimările activității misiunilor externe pentru facilitarea importurilor conform cercetărilor Emiel Afman și Mathilde Maurel, sunt respectiv la nivelul de 0,09 și 0,44 care denotă un răspuns decisiv. Mai curând aceasta este o manifestare a relațiilor neliniare în comerțul exterior. Economii în tranziție exportatoare fără petrol acreditează în medie 0,76 misiuni externe ale țărilor OECD, atunci când țările exportatoare cu resurse naturale au acreditate în medie 1.51 misiuni externe în interiorul țării (tabelul 2.2).

**Republica Moldova** are ambasade acreditate în 28 țări, 5 misiuni și 5 consulate generale la Bologna, Italia, Frankfurt, Germania, Istanbul, Turcia și Odesa, Ucraina și Iași, România. La etapa actuală este dificil a aprecia activitatea reprezentanțelor externe ale Republicii Moldova în domeniul relațiilor economice internaționale. Concluzionăm că balanța comerțului la nivel național este negativă și diferența crește din an în an. Aceasta ne demonstrează rezultatele activității în domeniul comerțului exterior în anii 2011 și 2012. În

2011 balanța comercială export–import a fost egală cu -2,9 miliarde USD, iar în 2012 a atins cifra de -3,05 miliarde USD. Din 26 ambasade acreditate peste hotare în 2012 numai 19 au depășit pragul de 10 milioane USD în domeniul exporturilor. Pe primul loc la exporturi s-a clasat ambasada acreditată în Federația Rusă care a atins cifra exporturilor de 654,9 milioane USD în comparație cu 625,5 mil. USD în 2011. Pe locul doi s-a clasat ambasada acreditată în România cu exporturi în descreștere – 356,7 mil. USD în 2012 în comparație cu 376,3 mil. USD în 2011. Pe locul trei ambasada din Italia cu exporturi în descreștere de la 202,3 mil. USD, la 215,1 mil în 2011 USD și pe locul patru ambasada din Ucraina cu exporturi în descreștere de 122,4 mil. USD în comparație cu 152,9 în 2011 [2].

În opinia autorului, există mai multe cauze ce au condus la acest rezultat. În primul rând, nu toți ambasadorii acreditați peste hotare sunt implicați în strategia de promovare a exporturilor din Republica Moldova. În al doilea rând, nu toți ambasadorii au pregătire suficientă în domeniul relațiilor economice externe pentru a organiza promovarea exporturilor.

Pentru a schimba situația considerăm că este nevoie de elaborarea unui plan strategic de dezvoltare a comerțului exterior, începând cu domeniul producerii produselor de calitate înaltă și exportul lor cu sprijinul reprezentanțelor externe ale Republicii Moldova care vor organiza promovarea lor pe piețele externe. Totodată, este nevoie de conștientizarea tot mai puternică la nivelul ambasadelor, și în special a șefilor de misiune, a rolului determinant pe care diplomația trebuie să-l joace în promovarea intereselor economice. În acest sens, s-a avut în vedere o implicare mai activă a misiunilor diplomatice în sprijinirea activității firmelor naționale în străinătate, atunci când ele dispun de potențialul necesar de a concura pe piețele externe.

Este nevoie ca șefii misiunilor diplomatice să se implice mai activ în sprijinirea companiilor naționale în vederea facilitării accesului pe piețele străine, exercitarea de lobby pe lângă autoritățile din statele de reședință și mari companii pentru promovarea intereselor firmelor moldovenești, rezolvarea problemelor cu care se confruntă oamenii de afaceri în străinătate, transmiterea operativă de informații utile și identificarea oportunităților care pot fi valorificate de întreprinzătorii autohtoni.

După cum am menționat mai sus conceptul de diplomație economică a evoluat în ultimii ani, extinzându-se dincolo de „diplomația comercială” care se referă în principal la activitatea de comerț exterior, în sfera sa de cuprindere fiind incluse domenii precum investițiile, atât în interior, cât și în exterior, fluxurile financiare și energetice, schimburile tehnologice, ajutorul pentru dezvoltare, negocierile bilaterale și multilaterale.

Considerăm că la nivelul ministerului este necesar a întări componenta economică prin înființarea unei direcții de diplomație economică, care să contribuie la efortul general al ministerului de externe și a altor instituții cu atribuții pe linie economică, de promovare a intereselor economice ale țării în străinătate.

În opinia autorului, la prima etapă va fi nevoie de reformulat cadrul legal al raporturilor dintre Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene și Ministerul Economiei și Comerțului în vederea clarificării aspectelor instituționale ce țin de reprezentarea economică în cadrul misiunilor diplomatice. În acest sens este nevoie de elaborat și aprobat un Protocol comun privind reglementarea activității personalului diplomatic trimis în misiune permanentă de Ministerul Economiei și Comerțului în cadrul misiunilor diplomatice.

Trebuie depuse eforturi pentru fluidizarea dialogului cu mediul de afaceri, prin consultări și contacte directe vizând atât identificarea tipului de sprijin necesar, cât și rezolvarea unor probleme punctuale cu care se confruntă oamenii de afaceri și facilitarea dialogului acestora cu misiunile diplomatice străine.

Desigur, în acest efort Ministerul de Externe și Integrării Europene nu este singur. Principalul partener instituțional pentru reprezentarea economică externă este Ministerul Economiei și Comerțului. O coordonare eficientă a eforturilor celor două instituții trebuie să vizeze atât sprijinul acordat mediului de afaceri în relația cu străinătatea, cât și susținerii proiectelor economice în care Republica Moldova are interese strategice și în principal la promovarea intereselor naționale privind asigurarea securității energetice, dezvoltarea infrastructurii, la susținerea efortului companiilor autohtone de a-și promova produsele în principalele zone de interes economic.

Pe linia dezvoltării relațiilor interinstituționale este nevoie de o colaborare mult mai eficientă dintre Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene și Camera de Comerț și Industrie în scopul instituirii unui parteneriat activ pentru promovarea și realizarea obiectivelor comune în domeniul relațiilor economice internaționale. Acest parteneriat include pregătirea delegațiilor oamenilor de afaceri care să participe la vizite oficiale, organizarea de forumuri de afaceri, conferințe, alte evenimente cu caracter economic, având ca scop promovarea intereselor economice naționale ale Republicii Moldova.

### **Concluzii.**

În concluzie putem remarca că în acest articol a fost identificată o asociere importantă, cantitativ largă dintre numărul reprezentanțelor externe acreditate în țările importatoare și nivelul exporturilor indiferent de direcția comerțului. Acest efect este în special mare pentru țările care nu sunt înzestrate cu resurse naturale.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Afman Emiel și Maurel Mathilde, *Diplomatic Relations and Trade Reorientation in Transition Countries countries*. University of Paris: Pantheon Sorbonne, 2006. 315 p.
2. Biroul Național de Statistică al Republicii Moldova, *Anuarul statistic al Republicii Moldova*, 2013. Chișinău: Statistica, 2013.
3. Anderson J. E. and Eric van Wincoop. Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle. // *The American Economic Review*. Vol. 93 (1), 2003. p.170-192.
4. Bayer R. *Diplomatic Exchange Data set, v2006.1*. Online: <http://correlatesofwar.org>, 2006.
5. Bergstrand J. H. The Gravity Equation in International Trade: Some Microeconomic Foundations and Empirical Evidence. // *The Review of Economics and Statistics*. -Vol. 67(3). 1985. p. 474-481.
6. Cheng I. H. and Howard J. W. Controlling for Heterogeneity in Gravity models of Trade and Integration. *The Federal Reserve Bank of St. Louis Working Paper Series*, working paper 1999-010E, <http://research.stlouisfed.org/wp/1999/1999-010.pdf>, version Revised July 2004. p.199.
7. Feenstra R. C. Border effects and the Gravity Equation: Consistent Methods for Estimation. // *Scottish Journal of Political Economy*. 2002. Vol. 49(5). p. 491-506.
8. Linneman H. *An Econometric Study of International Trade Flows*. Amsterdam: North-Holland, 1966. 477 p.
9. Rose A. K. *The Foreign Service and Foreign Trade: Embassies as Export Promotion*. *The World Economy*, Vol. 30, nr.1, 2007. p. 22-38.

*EXPERIENȚE ȘI POLITICI ALE MIGRAȚIEI FORȚEI DE MUNCĂ ÎN CADRUL UNIUNII  
EUROPENE: DE LA COORDONARE LA UNIFICARE  
EXPERTISE AND LABOUR MIGRATION POLICIES IN THE EUROPEAN UNION: THE  
COORDINATION TO UNIFICATION*

**Natalia LOBANOV**, dr.hab., conf.univ., ASEM

**ABSTRACT.** *The article examines the evolution of managing the legal migration process in the European Union, measures aimed at improving the efficiency and predictability of the process, as well as at the integration of immigrants into the social and economic life of the host countries. Despite the unification process of the immigration policy inside the EU, there exist the tendency of the national government to adopt independent decisions concerning the control of the immigration processes in strict relation with the existent traditions and current situation.*

**ABSTRACT.** *Articolul analizează evoluția gestionarea procesului de migrație legală în Uniunea Europeană, măsuri care vizează îmbunătățirea privind eficiența și predictibilitatea procesului, precum și la integrarea imigranților în viața socială și economică a țărilor gazdă. În ciuda procesului de unificare a politicii de imigrare în interiorul UE, există tendința guvernului național de a adopta decizii independente cu privire la controlul proceselor de imigrare în strictă legătură cu tradițiile existente și situația actuală.*

**KEYWORDS:** *European Union, integration, migration, immigration policy, economic development.*

**CUVINTE CHEIE:** *Uniunea Europeană, integrare, migrație, politica de imigrare, de dezvoltare economică.*

### **Introducere.**

Pe parcursul secolului al XX-lea fluxurile migraționiste internaționale au cunoscut o vădită activizare și extindere. Imigrația a devenit un fenomen capabil să contribuie la soluționarea problemelor demografice și economice, dar și să provoace instabilitate socială, în viziunea unei părți a populației să fie până și o amenințare la securitatea personală.

### **Conținut de bază.**

În prezent toate statele membre ale Uniunii Europene sunt afectate de fluxul migrației internaționale. Acestea au convenit să promoveze o politica comună privind imigrația la nivel european. Comisia Europeană a făcut numeroase propuneri pentru dezvoltarea acestei politici, multe dintre ele devenind o parte integrantă a legislației UE. Obiectivul principal este managementul mai bun al fluxurilor de migrație printr-o abordare coordonată care să țină cont de situația economică și demografică a UE.

În 1991 în UE au fost înregistrați circa 13 milioane de imigranți legali, în 1997 circa 18,7 milioane de resortisanți din străinătate. În perioada 1990-2000 numărul total de imigranți a crescut cu 40%, inclusiv copiii migranților, care conform legislației mai multor țări europene aveau același statut ca și părinții lor. În 2005 populația UE-27 a crescut cu 2 milioane, din care 1,7 milioane pe seama imigranților.

În 2012, conform datelor Eurostat, în UE locuiau 34,3 milioane de resortisanți străini (6,8% din populație). Această populație străină număra 13,6 milioane de cetățeni ai UE (2,7%), stabiliți în altă țară din acest spațiu și 20,7 milioane, sau 4,1% din toată populația UE, de resortisanți din țări extra UE: Peste trei pătrimi din numărul total de resortisanți locuiau în 5 țări: Germania (7,4

milioane de persoane, sau 9% din populația totală a țării), în Spania (5,6 milioane, sau 12%), în Italia și în Marea Britanie (4,8 milioane în fiecare țară, sau 8%), în Franța (3,9 milioane, sau 6%). Totodată cea mai mare pondere a resortisanților în populația totală s-a înregistrat în Luxemburg (44% din toată populația), Cipru (20%), urmând Letonia și Estonia (câte 16%). Cea mai mare pondere a resortisanților din afara UE a fost constatată de asemenea în Luxemburg (38% din populația țării) și Cipru (13%) [1].

Această creștere a fost rezultatul fluxurilor migraționiste, orientate spre țările Uniunii Europene ca urmare a mișcărilor majore pe arena internațională, înăsprirea conflictelor dintre state, a extinderii UE, precum și a globalizării. Comunități importante de imigranți se formau în țările receptante urmare a „conectării” țărilor lumii la trasee migraționiste. Aceste comunități, erau pe de o parte, un factor de menținere a creșterii economice și a nivelului adecvat al asigurării sociale, pe de alta – generau diverse probleme. Ținând cont de intensificarea proceselor integraționiste, trecerea la noi metode ale politicii de imigrare a fost posibilă datorită armonizării treptate a acțiunilor statelor în domeniul dat.

Astfel, în perioada anilor 1960-1970, instituțiile CEE o atenție prioritară acordau problemei mișcării libere în cadrul Comunității, pe când reglementarea imigrației rămânea o prerogativă a guvernelor naționale. Diferitele modele ale politicii migraționiste erau legate de tradițiile istorice ale țărilor, de schemele de integrare socială și de acordare a cetățeniei, de problemele identității, ce complicau elaborarea unei politici comune de imigrare.

Dar deja din a doua jumătate a anilor 70 în politica de imigrare a țărilor din Europa de Vest apar anumite tendințe de convergență. Două trăsături majore erau specifice acelei politici: impunerea restricțiilor și a controlului asupra fluxurilor migraționiste, precum și sprijinul financiar acordat imigranților stabiliți, pentru a stimula plecarea acestora. Inițial, similitudinea în politica migraționistă nu era rezultatul coordonării acțiunilor guvernelor naționale, căci în același timp statele tindeau să-și întărească funcțiile de control prin intermediul colaborării structurilor naționale de forță. Un timp îndelungat, o astfel de colaborare avea un caracter interguvernamental în regim ad hoc, ce se manifesta în activitatea diferitelor grupe de lucru. Un pas important în domeniul reglementării migrației l-a constituit semnarea de către șase state a Acordului Schengen (1985) și a Convenției privind realizarea acestuia (1990). Un document la fel de important l-a constituit și Convenția de la Lisabona, care a pus bazele politicii comune în domeniul acordării de azil politic.

Prin Tratatul de la Maastricht (1992) s-a stabilit, ca colaborarea în problemele justiției și afacerile interne să devină unul din pilonii Uniunii Europene. Totodată de nivelul comunitar țineau doar deciziile referitoare la politica vizelor. Celelalte aspecte au fost incluse în al treilea pilon cu formularea „de interes comun”. Trei din aceste aspecte erau cu referință la politica imigrației,

politica de acordare a azilului, reguli de reglementare a trecerii frontierelor externe a statelor membre și efectuării controlului respectiv; politica imigrației și politica în relațiile cu țările terțe [3].

Dar, în scurt timp, a fost constatată eficiența scăzută a colaborării interguvernamentale în domeniul dat. Parlamentul European și Comisia Europeană insistau asupra transferului politicii imigraționiste în sfera competenței supranaționale.

Realizând că este actuală o nouă abordare a managementului migrației, liderii UE au convenit, în cadrul Consiliului European din octombrie 1999, ce a avut loc în Tampere (Finlanda), asupra elementelor necesare unei politici de imigrare la nivel european. Abordarea stabilită în Tampere în 1999 a fost confirmată în 2004 prin adoptarea Programului de la Haga, care stabilește obiectivele pentru consolidarea libertății, securității și justiției în UE pentru perioada anilor 2005-2010.

Totodată, Planul Comisiei privind migrația legală, apărut în 2005, constituie un document al Comisiei Europene care stabilește prioritățile UE în domeniul migrației legale. Contextul în care se stabilesc aceste priorități este legat de necesitatea tot mai mare de a atrage forța de muncă din țări terțe pentru a susține creșterea economică în cadrul UE. Principalul rezultat al abordării susținute în "Planul de politici privind migrația legală" a UE a fost apariția unui regim diferențiat privind imigrația forței de muncă, care acordă drepturi, standarde și condiții diferite de intrare și ședere pentru diferite grupuri și țări de origine ale migranților. Printre manifestările concrete ale acestei abordări se numără adoptarea Directivei "Cartea albastră" și inițiativele privind ocuparea forței de muncă sezoniere. [4].

Directiva 2009/50/CE din 25 mai 2009 privind condițiile de intrare și de ședere a resortisanților din țările terțe pentru ocuparea unor locuri de muncă înalt calificate. este prima din propunerile Planului privind migrația legală, elaborat de Comisia Europeană (2005). Această directivă privește condițiile de intrare pentru resortisanții cu înaltă calificare din țările terțe. Directiva creează o „Carte Albastră a UE” și stabilește condițiile și drepturile de ședere în statul membru emitent, precum și în alte state membre. Cartea Albastră a UE este un permis de ședere care conferă posesorului acesteia dreptul de ședere și de muncă pe teritoriul unui stat membru UE, excepție făcând Danemarca, Irlanda și Marea Britanie. Pot obține Cartea Albastră cetățenii statelor terțe care fac dovada unei calificări profesionale superioare (de exemplu, diplomă de studii superioare, o diplomă care să ateste finalizarea unor cursuri de calificare ori, prin derogare, dacă legislația națională prevede, atestarea unei experiențe profesionale de minim 5 ani relevantă în profesia sau sectorul specificat în contractul de muncă sau oferta fermă de angajare).

Obiectivul acestei directive este de a spori capacitatea Uniunii Europene de atragere a unor lucrători cu înalte calificări din țările terțe, urmărind nu numai creșterea competitivității în contextul strategiei de la Lisabona, ci și limitarea exodului de creiere. Directiva este concepută pentru:

- facilitarea admisiei acestor persoane prin armonizarea condițiilor de intrare și de ședere pe întreg teritoriul UE;
- simplificarea procedurilor de admisie;
- îmbunătățirea statutului juridic al celor aflați deja în UE [5].

În general, intrarea în vigoare a Tratatului de la Lisabona în decembrie 2009 a oferit o ocazie unică pentru componentele de migrație politică. Pentru prima dată, a fost introdusă o nouă dispoziție în Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene, referitoare în mod expres la politica în domeniul imigrației forței de muncă. Alineatele 1 și 5 din articolul 79 stipulează acum că "Uniunea trebuie să dezvolte o politică de imigrație comună care vizează asigurarea, la toate etapele, gestionarea eficientă a fluxurilor de migrare, tratamentul echitabil al migranților țărilor terțe care au reședința legală în statele membre..." și "prezentul articol nu aduce atingere dreptului statelor membre de a stabili contingentele de admisie a migranților care provin din țări terțe pe teritoriul lor, în scopul de a căuta de lucru, fie că sunt angajați sau liberi profesioniști". Este adevărat că acest articol exclude în mod expres armonizarea în probleme referitoare la contingente (adică dreptul statelor membre de a stabili contingentele de admisie). Nu sunt definite clar mai multe aspecte administrative ale imigrației forței de muncă, cum ar fi cele legate de procesul de admitere, condițiile și drepturile de reședință. [7].

Începând din 2013, Comisia culege anual statistici din statele membre cu privire la numărul de resortisanți din țări terțe cărora le-a fost eliberată, reinnoită, retrasă sau refuzată o Carte Albastră a UE, cu privire la naționalitățile și la ocupațiile acestora, precum și la familiile acestora. Începând din 2014, Comisia înaintează o dată la trei ani Parlamentului European și Consiliului rapoarte cu privire la aplicarea directivei și propune eventualele modificări pe care le consideră necesare.

În prezent, situația forței de muncă din UE este următoarea:

- populația europeană este în continuă scădere, ceea ce afectează și populația activă de pe piața muncii; se prevede că până în 2050, populația activă va scădea cu mai mult de 10%;
- îmbatrânirea populației și creșterea speranței de viață contribuie în mod negativ la diminuarea forței de muncă din UE;
- pe plan internațional, SUA atrag 55% din forța de muncă înalt calificată, pe când UE atrage doar 5%, ceea ce reflectă scăderea competitivității economiei europene;
- din cauza lipsei cadrului juridic, imigranții din țările terțe care ajung pe teritoriul UE, se văd nevoiți să lucreze ilegal și astfel nu plătesc impozite și nu beneficiază de acces la educație și servicii publice de bază.

Toți acești factori conduc la ideea, că Uniunea Europeană are nevoie de atragerea forței de muncă, atât înalt calificată cât și necalificată din țări terțe, și prin urmare, se impune adoptarea unor măsuri de reglementare a imigrației legale la nivel european.



Pentru a răspunde provocărilor și oportunităților aduse de schimbările demografice, factorii de decizie europeni preconizează:

- să încurajeze creșterea ratei natalității prin stimulente financiare, prin luarea de măsuri ce ar permite femeilor care lucrează să-și crească mai ușor copiii, prin instituții de îngrijire a copilului eficiente, printr-un cadru juridic și un statut social al familiei mai solide;
- să crească rata participării forței de muncă, în special pentru femei și tineri lucrători, inclusiv prin încurajarea muncii cu fracțiune de normă;
- să crească vârsta de pensionare și vârsta la care o persoană are dreptul la pensionare, să descurajeze pensionarea anticipată și să combată menținerea aceluiași loc de muncă pe o perioadă nelimitată;
- să crească rezerva financiară depusă de cei care lucrează și destinată pensiei și să încurajeze fonduri de economii și sisteme de pensii mai flexibile;
- să promoveze o productivitate mai mare a lucrătorilor existenți, astfel încât producția mai mare să echilibreze efectele deflaționiste ale populației în descreștere;
- să încurajeze adaptabilitatea lucrătorilor, în așa fel încât aceștia să dobândească un ansamblu de competențe care să le permită să schimbe posturile și profesiile pe toată durata vieții active.[8]

În perioada de față este elaborat un set de recomandări privind politicile care ar trebui să ghideze următoarea fază a politicii de imigrare a forței de muncă în UE prin punerea în aplicare a Programului de la Stockholm (și elaborarea succesorului său din 2015), precum și a Strategiei Europene 2020, și anume:

1. *Înțelegerea imigrației.* Există o contradicție între abordarea politică a imigrației forței de muncă care percepe migrații în termeni pur economici (în calitate de vânzători de scurtă durată a forței lor de muncă), și o abordare mai holistică, care îi vede pe migrații ca coloniști, participanți, rezidenți și cetățeni în așteptare. Înțelegerea și tratarea migrației ca o problemă de securitate, ca o amenințare pentru coeziunea socială sau ca un fenomen care trebuie să fie bine controlat, împiedică acceptarea realității ca o mobilitate umană într-o lume globală a fluxurilor. O prioritate politică cheie ar trebui să accepte pe deplin rolul migrației în sporirea competitivității Europei, stimularea creșterii economice și pentru a răspunde la provocările de îmbătrânire a populației și de declin a forței de muncă în UE. Corelația dintre politica ocupării forței de muncă și migrație, prin urmare, ar trebui să fie luată în serios și dezvoltată în continuare. Așa cum angajații, lucrătorii independenți, consumatorii și investitorii, migrații aduc contribuții economice semnificative, în timp ce stimulează, de asemenea, productivitatea, acționând ca un stimulator sigur a locurilor de muncă pe piață, reducând presiunile salariale.

2. *Discuțiile și opinia publică.* UE ar trebui să adopte, de asemenea, o poziție puternică ca răspuns la creșterea utilizării de către liderii europeni și politicienii de agende de politici anti-imigrație și discursuri discriminatorii calificând imigrația ca o amenințare la securitatea și coeziunea socială, și, artificial, facând legătură cu criminalitatea. Combaterea unor asemenea percepții, răspunsurile responsabile la discursuri populiste și xenofobe ar trebui să constituie o altă prioritate politică a UE. În acest scop, trebuie să fie concepută o strategie de comunicare comună cu privire la aspectele etice ale politicii de imigrare a Europei.

3. *Dimensiunile migrației.* O abordare globală a migrației ar trebui să fie capabilă de a depăși deficiențele, peisajul eurocentrist acordând o atenție politicilor globale ale migrației, circulației persoanelor, efectelor politicii migrației forței de muncă în țările de origine și construirea de parteneriate puternice, care respectă standardele UE privind statul de drept.

Dimensiunile externe ale politicii UE privind imigrația forței de muncă necesită mai multă certitudine juridică. Utilizarea politicilor, precum parteneriate de mobilitate, în integrarea politicii de imigrație a UE în domeniul relațiilor externe solicită o evaluare atentă a efectelor parteneriatelor asupra statutului de drept și a drepturilor fundamentale ale migranților. Valoarea acestor instrumente, din punctul de vedere al sistemelor care favorizează migrația forței de muncă (circulare), rămâne a fi demonstrată și solicită o evaluare independentă. Parlamentul European ar trebui să fie implicat în parteneriate pentru mobilitate, în scopul de a asigura responsabilitatea democratică adecvată. UE ar trebui să reconsidere valoarea adăugată și esența conceptului de migrație circulară (temporară), deoarece există o tensiune între migrația circulară forțată (temporară), de mobilitate și o abordare bazată pe drepturile și incluziunea migranților. Politica UE în domeniul imigrației forței de muncă ar trebui să se situeze în limitele cadrului juridic de protecție a drepturilor și a celor patru libertăți fundamentale pe care a fost bazată și dezvoltată integrarea europeană. Tratatul de la Lisabona prevede acum bazele instituționale și de luare a deciziilor necesare pentru ca acest obiectiv să fie atins. Mai mult, atunci când se elaborează o politică europeană de migrație a forței de muncă, instituțiile europene ar trebui să aibă grijă pentru a se asigura că mecanismele pe care le adoptă să nu împiedice realizarea pieței interne. Măsurile care împart teritoriul UE în 28 de segmente diferite de piețe de forță de muncă separate, sunt contrare obiectivului fundamental al UE cu o singură piață de muncă.

4. *Reglementarea imigrației forței de muncă.* Proiectarea unui regim a migrației forței de muncă ar trebui să fie caracterizată prin deschidere (spre deosebire de protecționismul național); flexibilitate (acceptarea faptului că migrația poate fi temporară, precum și pe termen lung, că diferențele de pe piața muncii apar la toate nivelurile, de multe ori destul de imprevizibile și de faptul că migranții deseori își depășesc statutul); compatibilitate cu alte politici (inclusiv drepturile fundamentale).

Tratatul de la Lisabona, Programul de la Stockholm și, din punct de vedere juridic, Carta Drepturilor Fundamentale a UE, oferă oportunități importante pentru proiectarea unui model reînnoit de migrație în UE, care va însoți modelul unic al cetățeanului UE. UE ar trebui să fie un susținător mai activ al ONU, al Consiliului Europei, al instrumentelor OIM și a convențiilor de protecție a drepturilor omului, a migranților în statele membre ale UE. Aceasta ar putea contribui, de asemenea, la o mai bună punere în aplicare națională a standardelor existente deja în domeniul drepturilor omului prin construirea de parteneriate mai strânse cu acești actori internaționali și europeni.

5. *Proiectarea sistemelor de migrație a forței de muncă.* Actualul cadru legislativ fragmentat al UE solicită consolidare, mai multă transparență și certitudine juridică. Experiențele pozitive de codificare în domeniul vizelor și a frontierelor externe sugerează, că crearea unui cod de imigrație ar putea fi un pas pozitiv. Domeniul de aplicare al codului personal nu ar trebui să acopere doar pe cei etichetați ca "migranți din țările terțe care au reședință legală", dar ar trebui să abordeze, de asemenea, drepturile și statutul grupurilor vulnerabile, cum ar fi lucrătorii migranți fără forme legale. Statele membre ale UE nu ar trebui să folosească revizuirea propunerilor actuale de migrație legală și de prezentare a inițiativei codului de imigrație ca pe o oportunitate politică de a reduce drepturile europene existente, libertățile și standardele de care se bucură deja migranții din țările terțe și familiile lor.

6. *Implicarea imigranților,* precum și considerarea punctelor lor de vedere în procesul de formare a politicilor UE. Platformele actuale ale UE care tind să asigure că societatea civilă contribuie pe deplin la politicile în materie de imigrație ar trebui să fie consolidate și dezvoltate. Rezultatele procedurilor de consultare ale Comisiei ar trebui să fie deschise. Societatea civilă și organizațiile migranților ar trebui să fie considerate ca fiind actori cheie în dezvoltarea, monitorizarea și evaluarea politicilor de imigrare ale UE. Propunerea de a stabili o platformă europeană pentru dialogul privind imigrația forței de muncă ar putea fi o modalitate de a realiza acest lucru, dar rolul său real ar trebui să fie analizat și examinat cu atenție.[10]

### **Concluzii.**

În concluzie menționăm, că libera circulație a lucrătorilor este un drept fundamental care permite cetățenilor unui stat membru al UE să muncească într-un alt stat membru al UE în aceleași condiții ca și cetățenii statului gazdă. Tratatul comunitare prevăd posibilitatea restricționării în aplicarea acestei libertăți pentru o perioadă de maxim 7 ani pentru statele nou intrate în UE. Aceste restricții privesc numai libera circulație în scopul ocupării unui loc de muncă și pot să difere de la un stat la altul. Măsurile tranzitorii reglementează dreptul fiecărui stat membru de a stabili politica de acces la încadrarea în câmpul muncii pentru lucrătorii din statele nou-aderate la UE în funcție de

situația pe piața muncii autohtonă în așa fel, încât să nu se creeze dezechilibre economice și să nu se exercite presiuni asupra sistemului de securitate socială.

După cum arată experiența țărilor Uniunii Europene, imigrația poate fi un instrument puternic pentru susținerea creșterii economice a unei țări și a prosperității acesteia, dar succesul în realizarea acestui obiectiv depinde de politicile de imigrație bine concepute și puse în aplicare, care în mod strategic facilitează contribuția economică a imigranților.

#### **BIBLIOGRAFIE:**

1. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY\\_PUBLIC/3-17072013-BP/FR/3-17072013-BP-FR.PDF](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_PUBLIC/3-17072013-BP/FR/3-17072013-BP-FR.PDF)
2. Versiune consolidată a tratatului privind uniunea europeană. Jurnalul Oficial al Uniunii Europene. 9.5.2008 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:115:0013:0045:RO:PDF>
3. Tratatul de la Amsterdam [http://ec.europa.eu/romania/documents/eu\\_romania/tema\\_24.pdf](http://ec.europa.eu/romania/documents/eu_romania/tema_24.pdf)
4. Communication from the commission to the council and the European Parliament Area of Freedom, Security and Justice: Assessment of the Tampere programme and future orientations [http://ec.europa.eu/home-affairs/doc\\_centre/intro/docs/bilan\\_tampere\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/home-affairs/doc_centre/intro/docs/bilan_tampere_en.pdf)
5. The Hague Programme : strengthening freedom, security and justice in the European Union [http://ec.europa.eu/home-affairs/doc\\_centre/docs/hague\\_programme\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/home-affairs/doc_centre/docs/hague_programme_en.pdf)
6. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/internal\\_market/living\\_and\\_working\\_in\\_the\\_internal\\_market/114507\\_ro.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/living_and_working_in_the_internal_market/114507_ro.htm)
7. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/justice\\_freedom\\_security/free\\_movement\\_of\\_persons\\_asylum\\_immigration/jl0001\\_ro.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/justice_freedom_security/free_movement_of_persons_asylum_immigration/jl0001_ro.htm)
8. [http://europa.eu/legislation\\_summaries/internal\\_market/living\\_and\\_working\\_in\\_the\\_internal\\_market/114573\\_ro.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/internal_market/living_and_working_in_the_internal_market/114573_ro.htm)
9. <http://www.newsru.com/world/05jan2014/thewall.html>
10. Carrera Sergio, Anais Faure Atger, Elspeth Guild and Dora Kostakopoulou. Labour Immigration Policy in the EU: A Renewed Agenda for Europe 2020 , No. 240, 5 April 2011.

*MANAGEMENTUL AFECTĂRII SUSTENABILITĂȚII MEDIULUI ȘI A DOMENIULUI  
SANITAR SUB EFECTE BIOFIZICE ȘI BIOCHIMICE  
ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY AND MANAGEMENT DAMAGE HEALTHCARE UNDER  
THE EFFECT BIOPHYSICS AND BIOCHEMISTRY*

**Petru ROȘCA**, dr. hab., prof. univ., ULIM  
**Ioana Andreea MARINESCU**, drd., ULIM, (București)

**ABSTRACT.** *In this article are presented scientific investigations related to the development of original management model (proposed in terms of optimal organization and effective management) and biophysical and biochemical effects on environmental sustainability, including sanitary infrastructures sustainability in modern society. We can conclude that aiming at development of managerial model for environmental sustainability it is mandatory to develop functional biophysical and biochemical model, generally characterized by concentration, accumulation and amplification of processes and phenomena in the health sector.*

**ABSTRACT.** *În acest articol sunt prezentate cercetări științifice legate de dezvoltarea unui model de management original (propus în ceea ce privește organizarea optimă și un management eficient), precum și efectele biofizice și biochimice privind sustenabilitatea mediului, inclusiv durabilitatea infrastructurii sanitare în societatea modernă. Putem concluziona că vizează dezvoltarea modelului managerial pentru durabilitatea mediului ceea ce este obligatoriu să se dezvolte functional modelul de biofizică și biochimice, în general, caracterizată prin concentrare, acumulare și amplificarea proceselor și fenomenelor din sectorul sănătății.*

**KEYWORDS:** *management sustainability, sanitary sustainability of biophysical, biochemical structures.*

**CUVINTE CHEIE:** *management sustenabil, sustenabilitatea sustenabilă a biofizicii, structure biochimice.*

### **Introducere.**

#### **1. Modelul managerial pentru sustenabilitate**

Obiectivul managerial general al investigației de față a fost împărțit în sub-obiective care se referă la analiza și obținerea de concluzii pe drumul concepțiilor următoare (*fig. 1*):

- definirea sub-obiectivelor;
- delimitarea sub-obiectivelor;
- documentare, investigarea critică a cunoașterii în domeniu;
- sistematizarea surselor de afectare;
- sistematizarea resurselor de asigurare și consolidare a sustenabilității;
- obținerea de concluzii specifice pe baze analitice și logico-științifice;
- examinarea critică a concluziilor;
- formularea de soluții, variante, alternative ș.a. pentru asigurarea sustenabilității generale, inclusiv sanitare;
- crearea/ elaborarea modelului managerial original (proponeri de organizare și conducere optimă, eficientă) a fluxurilor și efectelor biofizice și biochimice asupra sustenabilității mediului, inclusiv asupra sustenabilității sanitare, în infrastructurile din societatea modernă.

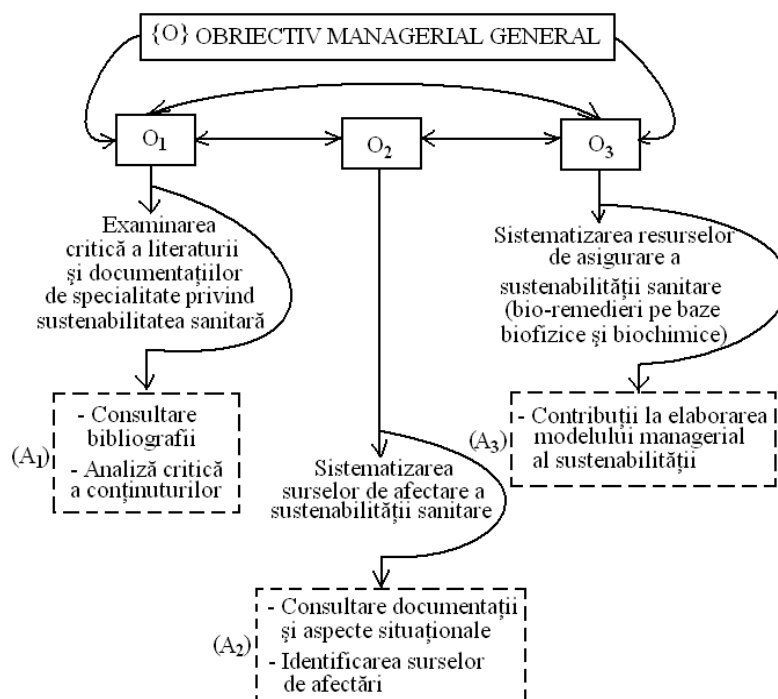


Fig. 1. Desfășurarea obiectivului manageriale general {O} în sub-obiective {O<sub>1</sub>, O<sub>2</sub>, O<sub>3</sub>} și activități {A<sub>1</sub>, A<sub>2</sub>, A<sub>3</sub>} pentru studiul organizării și conducerii spre asigurarea și consolidarea sustenabilității sanitare pe baza bio-remediilor de natură biofizică și biochimică

Sursa: elaborată de autori

### Conținutul de bază.

Observația generală, de ansamblu, cu posibilități de generalizare, se referă la faptul că întregul proces afectant, respectiv cel de asigurare și consolidare a sustenabilității, este dominat de fenomenele și/sau procesele de *bioconcentrare*, *bioacumulare* și *bioamplificare* a intrărilor și ieșirilor în sistemul bio-fizico-chimic general din mediul înconjurător.

Prin extensie, se apreciază că modelul managerial țintit spre elaborare în prezenta lucrare, este suprapus funcțional pe modelul bio-fizico-chimic general, caracterizat de concentrare, acumulare și amplificare a proceselor și fenomenelor în domeniul sanitar (fig.2).

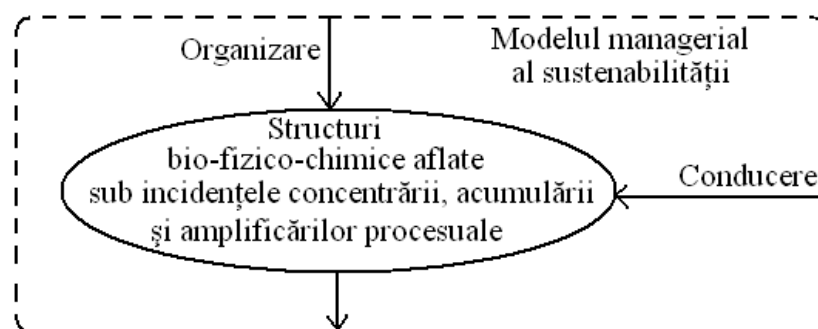
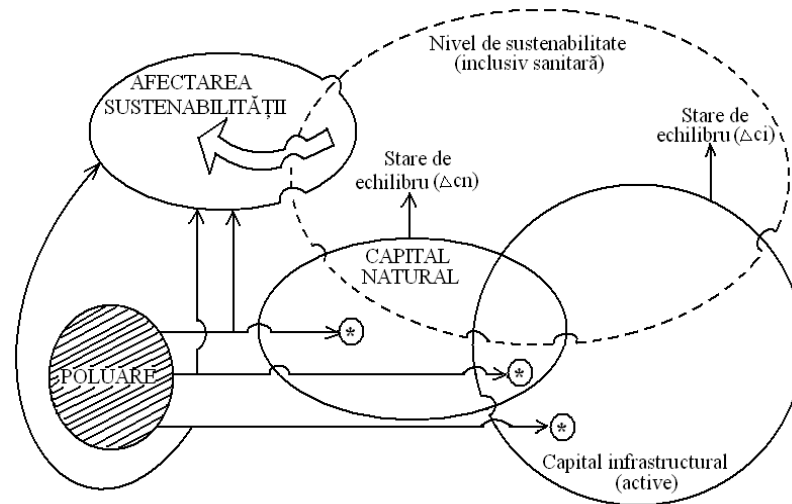


Fig. 2. Acoperirea, respectiv asigurarea managerială a structurilor bio-fizico-chimice

Sursa: elaborată de autori

Perturbările din sistemul bio-fizico-chimic (date, de exemplu, de poluare) impun cerințe funcționale suplimentare pentru managementul sustenabilității în domeniu.

*Poluarea* reprezintă deteriorarea capitalului natural, constând în contaminarea aerului, apei, solului cu substanțe dăunătoare organismelor vii [2]. În opinia noastră, poluarea este cea care determină afectarea nivelurilor pozitive, convenționale recunoscute de sustenabilitate, inclusiv a sustenabilității sanitare (fig.3).



*Fig. 3. Afectarea nivelului de sustenabilitate de către poluarea deranjantă a capitalului natural și a celui infrastructural*  
*Sursa: elaborată de autori*

Fluxurile de *afecțanți* biofizici, respectiv biochimici, tangenți sau regăsiți în procesul sau fenomenul de poluare, au manifestări duale sau combinate: *a)* sunt rezultatul unor procese biofizice și biochimice naturale; *b)* sunt rezultatul unor activități antropice sau *c)* reprezintă combinații antropico-naturale.

De exemplu, poluanții pot fi considerați diverși *compuși* care dau efecte directe sau indirecte asupra organismelor vii, deteriorând (erodând, alterând) distribuțiile de fluxuri energetice, variind nivelurile de radiații, ori modificând constituțiile fizico-chimice ale organismelor vii sau structurile mediului natural [ 1 ].

Se observă că, în contemporaneitate, capitalurile de infrastructură cresc, regăsindu-se în interiorul spațial al capitalurilor naturale (fig. 4).

Acestea (capitalurile infrastructurale) produc implicit afectări ale sustenabilității, în condițiile în care limitele (contururile) capitalului natural general sunt fixe (cvasi-fixe).

Extensia (creșterea) activelor tangibile se face pe seama ocupării, prin degradare, a arealelor (spațiilor) aferente capitalului natural.

Dimpotrivă, creșterea activelor intangibile (a cunoașterii) este asiguratorie pentru sustenabilitatea generală, situație în care economia bazată pe cunoaștere implică apariția societății bazate pe cunoaștere, când se ivește cerința constituirii unui Nou Management și el, la rândul său, bazat pe cunoaștere.

O sustenabilitate scăzută înseamnă deteriorări ale capacităților funcționale ale infrastructurilor atunci când sunt omise din calcule relațiile de interdependență a activelor tangibile.

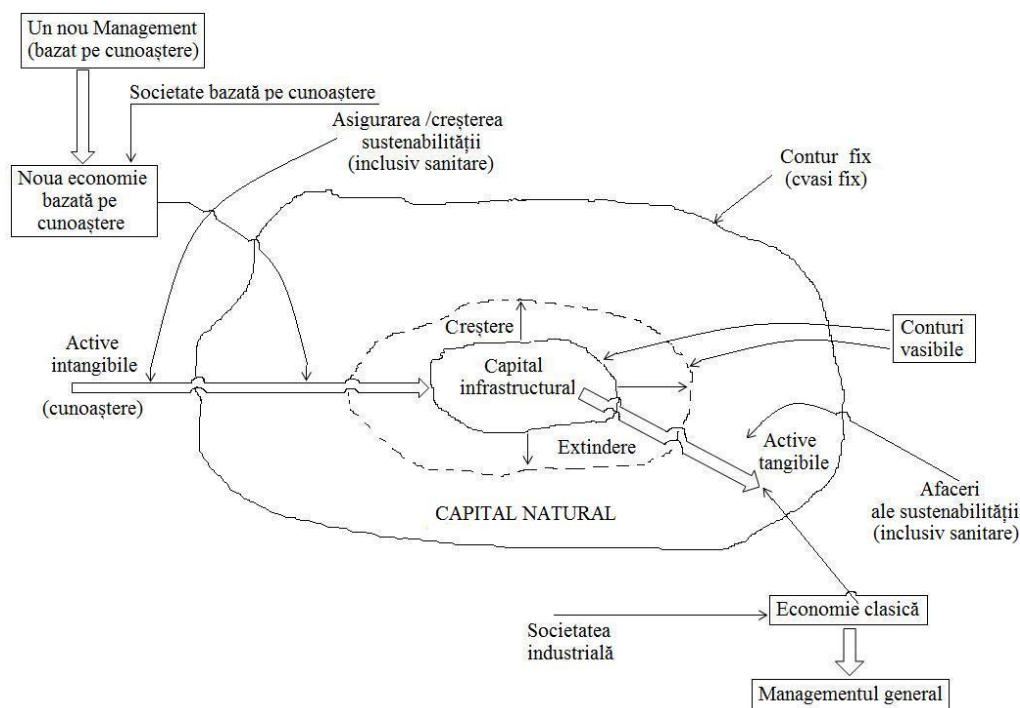


Fig. 4. Rolul creșterii activelor intangibile în asigurarea și consolidarea sustenabilității asupra capitalului natural general și a capitalurilor infrastructurale fizice

Sursa: elaborată de autori

Modelul managerial pentru sustenabilitate trebuie să facă față necesității de a furniza soluții, variante sau alternative de *organizare* și *conducere* pentru oprirea apariției situațiilor inadecvate în capitalurile infrastructurale cu active tangibile (de exemplu, din laboratoarele de cercetare pentru dezvoltarea biofizică-biochimică).

Afectările poluante revin din clase majore de compuși *a)* artificiali, *b)* anorganici sau *c)* organici (deja existenți în natură).

Activitățile umane (de exemplu, derularea de acțiuni de cercetare-dezvoltare) sporesc fluxurile de factori și elemente biofizice și biochimice de largă diversitate care au efect perturbator atât în interiorul cât și în exteriorul infrastructurilor (fig.5).

Constatăm că, în fapt, conținuturile elementare și procesuale din biofizică și biochimie au *esențialitate* în organismul uman, semnificând necesarul lor fiziologic pentru funcționarea convențional favorabilă metabolică a omului/ organismelor vii.



Însă, depășirea unor niveluri de concentrație determină perturbări și expuneri la efecte toxicologice a organismelor în cauză.

La nivel individual, toxicitatea biofizică și biochimică poate determina apariția stresului *distructiv* sau a celui *fiziologic* [1, p.5-11].

În egală măsură, constatăm că stresul distructiv este cel întâlnit în urma perturbărilor biofizice și biochimice date de doze letale, iar cel fiziologic, în principal, revine din *perturbări biochimice* la nivel molecular (disfuncții enzimatică, mutații, alterări ale structurilor ADN ș.a.).

Exemplificativ, în Complexul facultății de Medicină Veterinară a Universității Spiru Haret din București, în cursul investigațiilor efectuate pentru lucrarea de față, am constatat că creșterea biomasei a fost încetinită (2012) datorită prezenței ridicate a reziduurilor concentrate de substanțe chimice din laboratorul de biochimie.

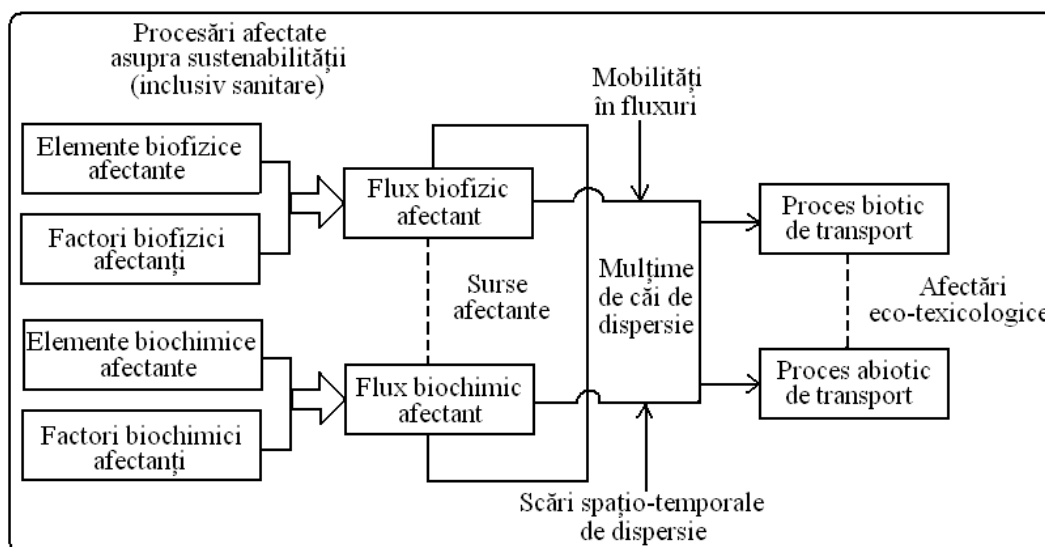


Fig. 5. Algoritmul compus al fluxurilor și proceselor afectante asupra sustenabilității (inclusiv sanitare)

Sursa: elaborată de autori

Arealul observat a fost pe o rază de 0,2 km de laborator, în jurul lizierei de la rampa de deșeuri, locație în care au fost depozitate cu frecvență și deșeuri municipale, în măsura în care containerele speciale nu au fost gestionate corespunzător pentru închidere.

Apariția decolorării ierburilor, respectiv a arbuștilor din zonă, confirmă afectările în cauză.

Se constată că în, situația de mai sus, s-a manifestat așa numitul *stres oxidativ* asupra plantelor.

S-a obținut concluzia că, în fapt, contaminarea solurilor cu substanțele amintite a condus la apariția *fitotoxicității*, crescând aciditatea zonei, înregistrându-se astfel efecte negative asupra metabolismului plantelor.

Odată cu luarea măsurilor stricte de gestionare a deșeurilor, situația semnalată anterior nu s-a mai înregistrat negativ.

## **Concluzii.**

Concluziile și consecințele întrevăzute pentru reținere, asumare și transpunere în practică din punct de vedere managerial se referă, sintetic, în raport cu elementele din investigația cazuistică de mai sus, la faptul că se impune fundamentarea sistemului de *control a mobilității*, a) factorilor, b) substanțelor și c) operațiilor din procesele biofizice și biochimice.

Organizarea și conducerea controlului asigură optimul funcțional și operațional a activităților umane în infrastructuri cu active tangibile (laboratoare de cercetare-dezvoltare).

În context, optimalitatea obținută prin reglări, ajustări, orientări și compuneri vectoriale a parametrilor de pozitivitate conduc la obținerea stării adecvate de sustenabilitate convențional programată și acceptată ca nivel asiguratoriu în colectivitățile umane.

## **BIBLIOGRAFIE**

1. Postolache, C. (col.). *Introducere în ecotoxilogie*. București: Ed. Ars Docendi, 2000, p. 5-11, 20-40, 151-220
2. \*\*\*- *The American Heritage Science Dictionary*, 2010, <http://science.yourdictionary.com/pollution>, accesat în data de 4 ianuarie 2014

**ABSTRACT.** *Economic diplomacy is traditionally defined as the decision-making, policy-making and advocating of the sending state-business interests. Economic diplomacy requires application of technical expertise that analyzes the effects of a country's (Receiving State) economic situation on its political climate and on the sending State's economic interests. The Sending State and Receiving State, foreign business leaders as well as government decision-makers work together on some of the most cutting-edge issues in foreign policy, such as technology, the environment, and HIV/AIDS, as well as in the more traditional areas of trade and finance. Versatility, flexibility, sound judgment and strong business skills are all needed in the execution of Economic Diplomacy. International and Domestic economic issues – this includes the “rules for economic relations between states” that has been pursued since the World War II. And owing to the increased globalization and the resultant interdependence among state during the 1990s obliges “economic diplomacy to go deep into domestic decision making” as well. This covers “policies relating to production, movement or exchange of goods, services, instruments (including official development assistance), money information and their regulation” (Bayne and Woolcock).*

**ABSTRACT.** *Diplomație economică este definită în mod tradițional ca fiind de luare a deciziilor, de elaborare a politicilor și pledează pentru a trimit intereselor de stat-business. Diplomație economică necesită recurgerea la expertiză tehnică care analizează efectele (statul primitor), situația economică a unei țări asupra climei sale politice și de interesele economice ale statului trimițător lui. Statul Trimiterea de stat și primirea, liderii de afaceri străini, precum și factorii de decizie guvernamentali să lucreze împreună pe unele dintre cele mai probleme de vârf în politica externă, cum ar fi tehnologia, mediul, și HIV / SIDA, precum și în mai mult zonele tradiționale de comerț și finanțe. Versatilitate, flexibilitate, o judecată sănătoasă și de afaceri puternic competențe sunt toate necesare în executarea de Diplomație Economică. Problemele economice interne și internațional - aceasta include "regulile relațiilor economice dintre state", care a fost urmărite de la al doilea război mondial. Și ca urmare a globalizării și a crescut interdependența rezultată în rândul stat în cursul anilor 1990 obligă "diplomație economică pentru a merge adânc în procesul de luare a deciziilor în familie", precum și. Acest lucru se referă la "politicile privind producția, circulația sau schimbul de bunuri, servicii, instrumente (inclusiv asistența oficială pentru dezvoltare), informații bani și reglementarea lor" (Bayne și Woolcock).*

**KEYWORDS:** *economic diplomacy, policy-making, advocating, state-business interests, economic situation.*

**CUVINTE CHEIE:** *diplomație economică, elaborarea politicilor, promovarea, intereselor de stat-business, situația economică.*

### **Introduction.**

In diplomacy as in politics, we can say that art is possible. Its mission is to build a reasoned action and thus maximize the final effect. But the final effect in this case can be expressed only by implementation of various interests, such as tactical or strategic, short or long term, local or systemic. The part of motivational diplomacy is in the country's interest and economic diplomacy, namely - the economic interests. Since today these interests are largely built on international relations and economic diplomacy, these occupy a substantial importance for research and rational policy build. Since today these interests are largely built, international relations and economic diplomacy occupies a substantial importance in research and for building a rational policy.

Global world expands limits of "possible" in all sizes especially in the economy and search for answers to the question how to get advantage of this "art of the possible". It will allow such measures to build an economic component, the circumstances, investment foreign relations of the country? In this regard, a particular interest are some aspects of national foreign policy, which aims to protect the political sovereignty and economic independence of the country, without impeding the processes of regional and international economic integration.

**Characteristics of economic diplomacy in conditions of globalization.** Excluding from the diplomatic field its economic component, in this case remains the formal and protocol part. But it loses any sense because it will not be able to solve any significant issues in international relations, including conflict situations. *Guy Carron de La Carrière*, a known researcher notes that "in conditions when economic openness grows outside countries and deepen international division of labor, also the role of economic diplomacy inevitably increases, substituting traditional relations, mainly political and military methods of taxation, and interstate recovery force recovery "[1].

However, economic diplomacy needs special skills and qualification from those people involved in. Firstly, we need to identify priorities formulated by national interests. In this respect, it is important the economic, political and socio-cultural context. It is set during the environment formation and common values to all interaction parties coordinated. Unique field of this interaction forms under the influence of common goals of its members – without such goals the motivation loose its point of support, disappears the coordination frame of the activity in the global space.

The concept of "economic diplomacy" is a specific area of diplomatic activity related to the use of economic issues as a purpose and means of struggle and cooperation in international relations. It involves diplomatic official proceedings, focusing on increasing exports, attracting foreign investment and participation in international economic organizations, for example, actions focused on confirming the economic interests of the country at international level.

Economic diplomacy and diplomacy in general, is an integral part of foreign policy, international activities of the state; namely foreign policy defines the goals and objectives of economic diplomacy.

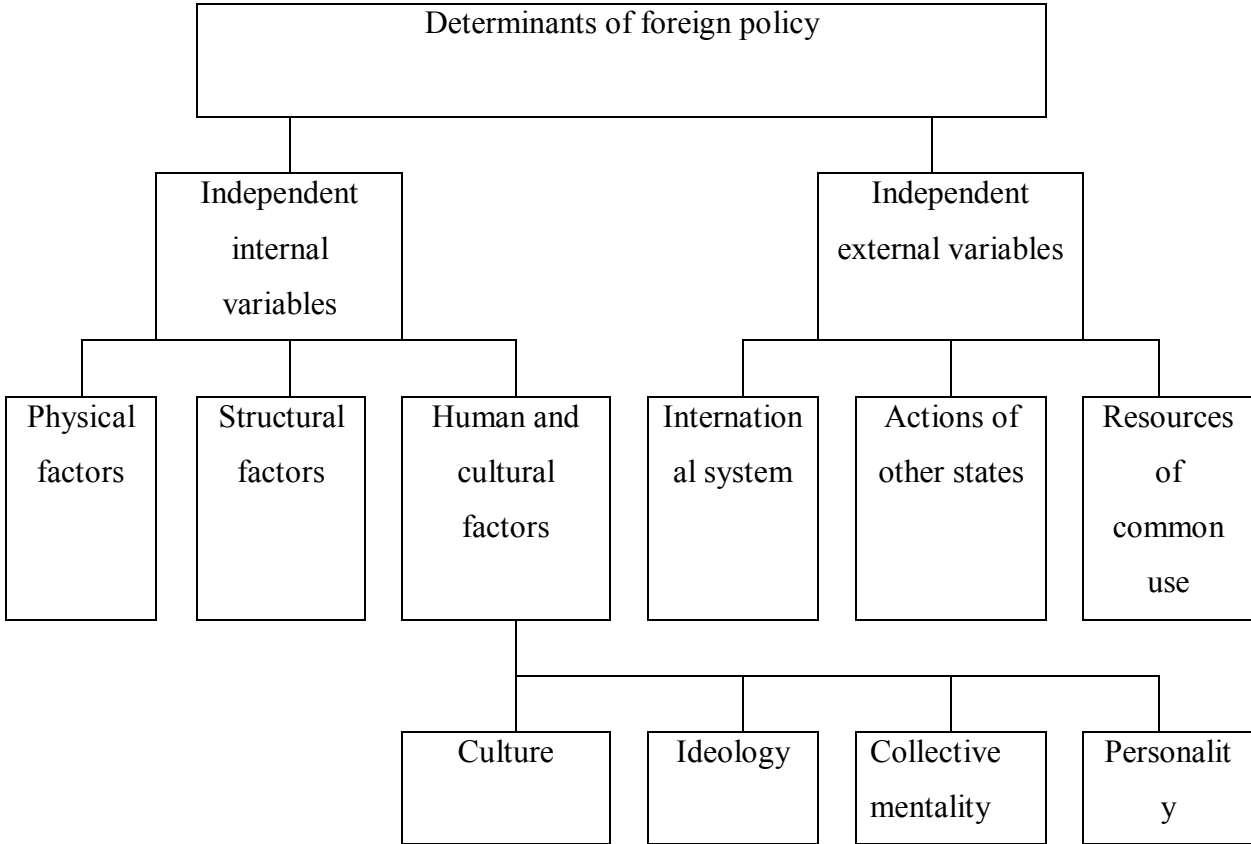
*The objectives of economic diplomacy:*

1. Advancing national economic interests on the world stage;
2. Economic security through diplomatic means;
3. Increasing international competitiveness.

*The issues of economic diplomacy:*

1. Expansion of mutually beneficial economic cooperation;
2. Use of national resources, or in foreign policy purposes or to gain an advantage at the expense of trading partners;

3. Strengthen the international competitiveness of the country;
4. Obtaining benefits and competitive advantages in the global market;
5. Ensure national interests in a rapidly globalizing world;
6. Insuring external economic security (warnings or risk prevention of balanced development of the economy, due to the distortion of foreign economic relations);
7. Insuring country with international economic collaboration, those favors ultimately increase the level and quality of people’s life;
8. Developing national foreign economic relations perspective (formulating common goals and specific tasks on separate regions and economic relations with major countries);
9. Ascension of economic development level of the country;
10. Solve global problems (migration, poverty, disease, underdevelopment, environment, ecology, etc.).



**Figure 1. Determinants of foreign policy**

Source: author’s investigations

Determine the scope and form of interaction is mainly due to clear establishment of national interests’ macro parameters. In it economic actors find resource environment, environment factors and institutional market adapted and predictable source of income, and ultimately, to protect the rights of the state. The subject of national economic interests serve national economies as a whole,

which develops primarily to the efforts of domestic producers and their interest sustained by economic and social policy of the state. Just such interaction mechanism is able to provide economic self-development, based on the economic model, which is the largest national economy task and purpose. Simultaneously, the interests of economic development at national level and its components cannot be achieved by unilateral protectionism – this requires a comprehensive economic cooperation in the international arena.

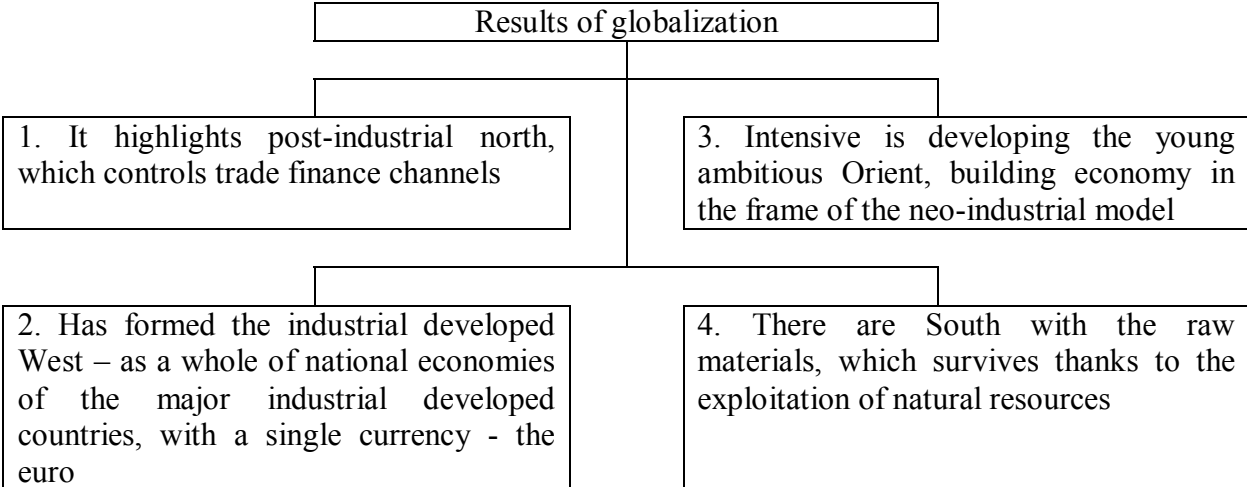
Economic diplomacy helps to solve international problems optimally by complementing traditional diplomatic instruments with economic factors. Economy of today ahead policy tasks not by means of war, conquest, but through successful competition for a share of world GDP. This does not rule out a military-aggressive policy of some countries, but makes it less effective than promoting capital in the business products and services abroad.

At the beginning of XXI century, ideological contradictions in relations between countries pass on the second and foreign policy significantly increases the economic component. Economic diplomacy of the process is determined by the active participation of countries in international division of labor and tighter integration of national economies into the global economy in the context of globalization [2].

Present economic diplomacy reveals as one of the most effective measures to achieve national economic interests. We agree with the view that "economic diplomacy" involves diplomatic efforts focused on promoting economic interests worldwide [3]. Important in this context is the use of national competitive advantage, specialization and industrial cooperation for strategic and tactical interests of the country. Member states easily integrate into the system of interest and economic relations that are established, if the country has own economic opportunities and participate in the activities of regional and international organizations. International organizations are a source of financial capital, but also a mean of adapting to external economic environment. This environment is more institutionalized and to penetrate in it is necessary carefully to consider the correlation between competitive global centers. Optimally, in terms of national interests it is necessary to optimize and interests of these centers focus on the potential of economic and geo-economic position of the country - the main task, which needs to solve economic diplomacy. Economic diplomacy should actually appreciate their opportunities and develop methods that can efficiently use existing competitive advantages. Firstly, all these are factorial advantages. For these countries with economies in transition on the first place are the raw materials;

Economic diplomacy should be implemented in all areas and aspects of international economic relations [4] as national economic interests cover the whole process of reproduction, which are involved all economic entities. Also the range of tasks of economic diplomacy can estimate two implementation levels: macro and microeconomic level. In case if microeconomic

diplomacy requires individual support of businesses, focusing on individual actions of operators, the macro includes questions about the development and protection of national interests in solving the problems of integration of national economies into the global economy, focusing on the interaction of national economic systems [5]. In this context, it is important to present strong and scientific arguments on the table of economic diplomacy services. It is important also to react to the possible non-feed events that may constitute a threat to the implementation of national economic interests. Today, success criteria of economic diplomacy is not in a discriminatory or suppression of a partner but finding a balance of interests. In this system each pursues its own interests, but these capacities come as far as it allows domestic potential. Even conception of Gottfried Haberler revealed the limit of productive possibilities of the country, claiming that the utilization of these opportunities largely depend on the efficiency of economic diplomacy.



**Figure 2. The impact of globalization on society**  
 Source: author’s investigations

In economic diplomacy is important to find a series of factors that are most effective in the short and long term. At the time of independence such factor for ex-USSR countries were raw materials and energy. It is clear also the objective necessity to use at full capacity. It was more difficult not to decide how to do it, but making it in the future do not fall into total dependence on oil and other hydrocarbons exports. Much depends on the oil factor rating of political positions, given the balance of forces in the region in the Western triad - Iran - Russia.

These estimates represented strategic calculations of "oil diplomacy" - a widespread notion that today includes such questions as international and domestic economic policy. Here it is necessary to recall the words "dollar diplomacy", "textile diplomacy", etc., which are oriented outwardly and return to internal problems of the initiating countries. In this regard, economic diplomacy is part of economic policy and vice versa they are indispensable in the factors structure of policy making and national interests. From this point of view, diplomacy, based on the

advantages of raw materials, including "economic diplomacy" shows quite acceptable and widely used.

Main position of the oil factor in the economy and foreign relations of the CIS countries is a reality. It can be assessed differently, but more importantly how to place it in the interest of the nation. Every nation moves forward, using factors advantages available. Therefore, you should not complain about the "resource curse." The main issue is whether to convert resources, natural deposits of the country in the national communication tool for economic growth and national welfare.

Hydrocarbons – a raw material, which is useful when its combined with the technique used; but the sources of raw materials are mainly concentrated in economically weak areas on Earth, and technical and technological possibilities - in industrially developed areas. So the flow of raw materials should be directed to processing centers and intensive operation. In opposite also are moving consumer goods, often from the same hydrocarbons, energy and industrial cycles are complementary in the international economic system. Countries that can meet these cycles developing national economy, obviously, provides the most favorable conditions in the socio-economic development, self-affirmation in a broader geopolitical sense. Today, the assertion in the global economy is a prerequisite for progress in all areas, while „in international interaction of the nation it receive impetus for development or destroys itself" [6].

The impetus for development in this case consists of assumptions that determine the country's space for asserting global economic interaction. First of all, these natural raw materials are the basis with industrial character. Secondly, it is political and ideological indicators of stability; but in the country's self-affirmation in the international economy, a great importance plays the people's ability to perceive other values and cultures. To encourage factors that need to be public in representation of diplomatic activity service, describing the country's image, tendency to inter-cultural cooperation - this is important in establishment and development of business cooperation.

### **Experience of the world economic diplomacy in national interests**

Thus, some countries determining interests and political-diplomatic methods of its achieving emerge from historical factors, others are based on historical data, others rely on ideological imperative, others are targeted toward pragmatic goals of maintaining or state of leadership, protecting the independence and territorial integrity, social reforms and economic welfare.

Real interests of the people and economic resources to achieve them may be institutionalized in the form of civil society and with democratic norms. So, it creates the conditions for maintaining social and political stability and national reconciliation in the country, and finally the possibility of solve the challenges of political, economic and social, to achieve national interests on the international arena. Shaping a vision not conflicting, but one of compromise upon external world



and diplomacy receive strong arguments and support the public. However, here depends much on geo-economic position of the country, which tasks sets on the world stage.

From this point of view is interesting vision upon diplomatic traditions of several countries. Today's economic diplomacy leader is US, as important subject in the world economy. US truly determine the "fate of the world, domestic and foreign policies of dozens of countries" through economic methods, role in international economic organizations through support programs [7]. US economic diplomacy exerted a strong influence on transatlantic society and global economy. According to estimates of "The Washington Post", the translation into life of the diplomacy is supported by 59% of Americans, which believe that it brings real economic dividends to US and their own [8]. Obviously, the main achievements of American foreign policy is based on a solid economic foundation, but the foundation itself forming a significant return of economic diplomacy. Making US economic diplomacy to succeed is due to American currency. History shows us that "the main strategic offensive weapon" of American civilization was and remains dollar (USD) [9]. In particular, namely the position of the dollar as the base of the system of the currency and international finance allowed the United States to keep the army abroad and to participate in military action on its own territories [10].

Economic diplomacy often takes the form of a weapon for achieving imperial interests. In 2000 this trend was carried by F. Ruse policy to ex-USSR countries. Here also was localized such type of philosophy "Empire of imperial space, imperial economy - imperia of economy." "Nothing is wrong with the nation or empire in Russia, moreover, only they can survive only with Russia, to strengthen and move forward" [11]. Author do not specify where to move "forward", but it is clear the political level, when firms take into account debt, energy infrastructure, pipelines and energy monopoly uses geopolitical interests.

A new essential character is wearing modern European diplomacy. First of all it is related to economic competitive opportunities of a united Europe and the existence of industrial micro subjects, advanced technology asked on the world market of innovative achievements. Hence the advanced micro economy diplomacy exerts direct influence on business, this increase export advantages.

In this regard is widely used government subsidies, are formed informational state offices regarding international trade, organized roundtables with the participation of representatives from business and professional diplomats abroad. The aim of these measures is to develop an overall strategy to promote European business. For example, the department of the Ministry of Foreign Economic Reform in Germany was reorganized in working group (*Arbeitsstab*), which duties shall accompany commercial delegations, supporting various initiatives of entrepreneurs and forms a positive image of the country to be attractive for investors. [12]

In Moldova was organized the *Organization of Investment and Export Promotion* (MIEPO) - a state institution working in coordination with the Ministry of Economy of the Republic of Moldova and empowered to implement state policies to attract investment in the economy and promote exports of Moldovan products, creating a prerequisite for ensuring continued strong growth. MIEPO is working directly with foreign investors in order to promote investment in Moldova and in Moldovan companies in order to increase exports. Moldova's future success lies in selling value-added products and services in international markets, thus, contributing to business development in Moldova.

*The main objectives of MIEPO lists:*

1. Improve the image of the Republic of Moldova as a destination for foreign investors;
2. Develop a proactive strategy to address foreign investors, offering concrete proposals for investment and location;
3. Identify and develop opportunities of export markets for Moldovan companies and expanding international network of relationships with foreign buyers;
4. Proactive support for Moldovan companies, providing assistance in marketing in order to increase exports on existing markets and new one.

The practice of driving economic diplomacy system of private enterprises representatives is widespread in France. Organizing experience in collaboration with foreign partners with major French corporations ("Renault", "Cardin", "Air France") helps to develop a more "efficient" approach in achieving the country's economic interests abroad [13].

European economic diplomacy can be considered conservative by the methods applied, with no obvious aggression. But it's stable, attractive for partners because it is not heavily emphasized by political motivation.

Economic diplomacy is a "bridge" between East and West, which is characteristic for Turkey, often treated as a "tiger of the Middle East" and exceeded according to macroeconomic indicators some new countries industrialized in Asia-Pacific. Export-oriented strategy, investment attraction, time launch on East European and Eurasian markets from post-Soviet countries put Turkey in the top 20 worldwide macroeconomic countries.

Effective economic diplomacy combined with Turkey's foreign policy doctrine "zero problems with neighbors" is a positive experience to react to changes in regional reality and its clever used in national interests.

**Table 1. Consolidated forecast growth in the Europe and Central Asia (%) GDP in current prices (USD, 2010 base)**

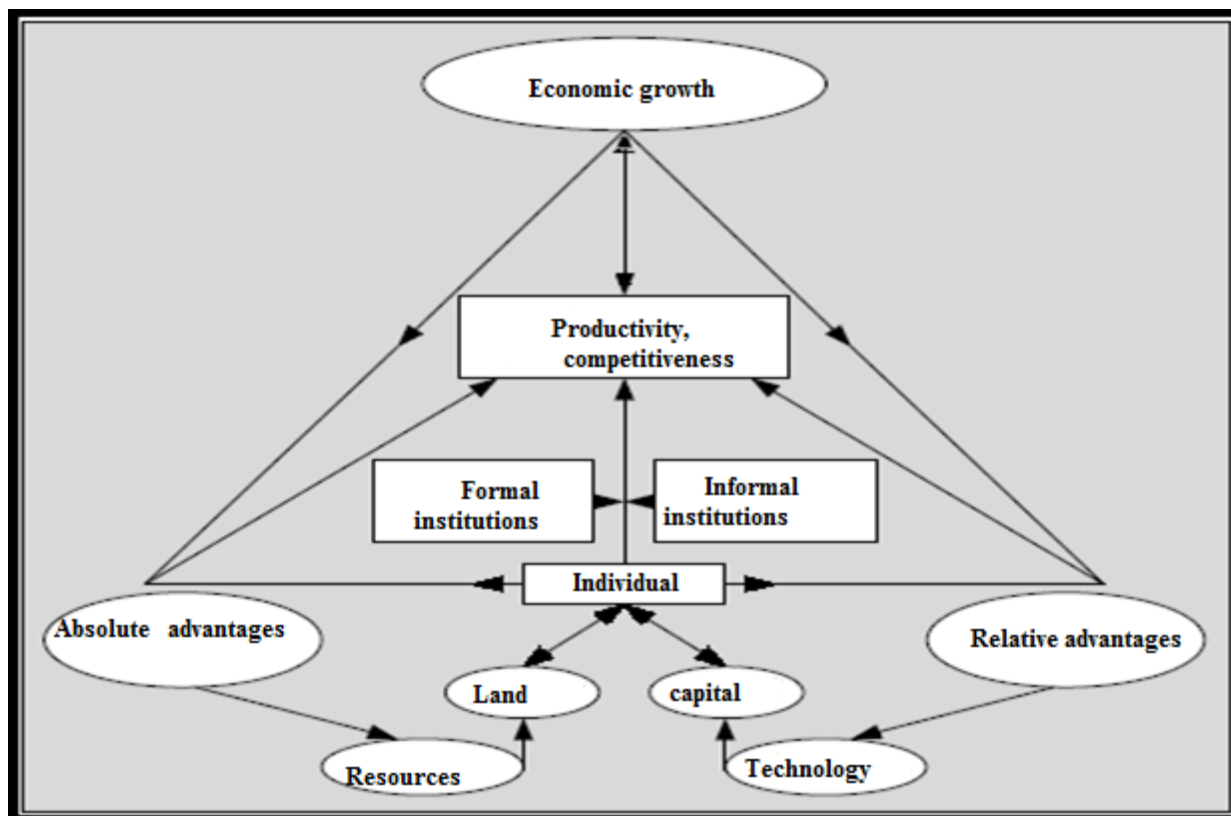
Country	Data	Forecast
---------	------	----------

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Albania	4.9	3.8	3.1	1.3	0.4	2.1	3.3	3.5
Armenia	7.7	2.2	4.7	7.2	3.5	5.0	5.0	5.0
Azerbaijan	14.4	4.9	0.1	2.2	5.8	5.2	4.1	3.6
Belarus	6.6	7.7	5.5	1.7	0.9	-0.5	1.5	1.0
Bosnia and Herzegovina	4.0	0.7	1.3	-1.1	1.8	2.0	3.5	3.5
Bulgaria	4.0	0.4	1.8	0.6	0.9	1.7	2.4	2.8
Georgia	5.6	6.3	7.2	6.2	3.2	5.0	5.5	6.0
Kazakhstan	7.5	7.3	7.5	5.0	6.0	5.1	5.9	6.0
Croatia	5.8	3.9	4.5	2.7	3.0	3.5	3.5	4.0
Kyrgyzstan	4.2	-0.5	6.0	-0.1	10.5	6.5	5.4	5.3
Latvia	3.7	-0.3	5.3	5.0	4.1	3.8	4.0	4.6
Lithuania	4.2	1.3	6.0	3.7	3.3	3.3	4.0	4.2
Moldova	4.9	7.1	6.8	-0.7	8.9	3.0	3.8	4.5
Macedonia	2.3	2.9	2.8	-0.4	3.1	3.0	3.5	3.7
Montenegro	3.4	2.5	3.2	-2.5	3.5	3.2	3.5	3.3
Romania	4.4	-0.9	2.3	0.4	3.5	2.8	3.2	2.9
Serbia	3.6	1.0	1.6	-1.5	2.5	1.0	1.5	2.5
Tajikistan	7.7	6.5	7.4	7.5	7.4	6.3	6.2	5.8
Turkey	3.0	9.2	8.8	2.1	4.0	2.4	3.5	3.9
Turkmenistan	12.6	9.2	14.7	11.1	10.1	10.0	10.0	10.1
Ukraine	3.9	4.1	5.2	0.3	0.0	-5.0	2.5	4.0
Uzbekistan	6.1	8.5	8.3	8.2	8.0	7.0	6.7	6.7

Source: World Bank Report, 2014

All these achievements are directly or indirectly related to the factor of economic and energy diplomacy. Countries need multi-sectorial diplomacy and competitive economy. Type of economic growth in a high extend is a result of interaction, formal institutions (market) and informal (traditional adapted) and international competition. Success depends on the country stable link, shown in figure 3.

This system can serve as a model for the resources design phase for national economic development. The first phase is characterized by high share of raw materials in the product export, which leads to the revenues expansion based on exports, increases consumption and investment goods; on second stage, there is more investment in production for domestic consumption and technology development; on third stage – volume growth of competitive products, leading to increased exports of finished products. Plastic transition from the first to the second and third steps will allow countries to move from one to another stage of development, followed by economic and diplomatic measures necessary for the full realization of national interests.



**Figure 3. Multifactorial scheme of economic growth**

Source: authors' investigation

### Conclusions.

Knowledge of principles and methods of economic diplomacy is relevant not only for diplomatic structures and services. The goals, objectives and instruments of economic diplomacy are important for all stakeholders, officials of various economic policy issues and directions.

The experience of many countries can be traced, as the methodology to achieve closer economic diplomacy in the way it intersects with the notion of national interests in their multilateral dimensions. In addition, every government official or participant in international economic relations will be able to protect their own national interests only if he obtains diplomatic and economic knowledge and skills.

### REFERENCES:

1. Auswärtiges Amt. Aussenwirtschafsförderung der Bundesregierung [http://www.auswaertiges-amt/], 18.07. 2000.
2. Diplomația SUA. Planul Marshall și doctrina Truman despre strategie. În: Revista Belorusă de drept internațional și relații internaționale, 2003, № 4 [http://www.evolutio.info/index.php?option=com\\_content&task=view&id=908&Itemid=215](http://www.evolutio.info/index.php?option=com_content&task=view&id=908&Itemid=215)].
3. Gottfried Haberler. Theory of International Trade, 1936
4. Gribincea A. Diplomatul – profesie sau funcție? Administrarea Publică, 2002, Nr.1, p. 101-115
5. Gribincea A. Informatizarea și instruirea cadrelor diplomatice în epoca postindustrială. Materialele conferinței internaționale. Valorificarea potențialului uman în epoca postindustrială. 29 martie 2004, IRIM, Chișinău: 2004, p.94-101

6. Gribincea A., Prodan M. The new pages of economic relationship under United States and European Union. În: Materialele III conferinței internaționale „Актуальні проблеми теорії та практики менеджменту. 22-23 травня 2014, Одеса: ОНПУ, 2014, P.173-176
7. Guy Carron de La Carrière. La diplomatie économique. Le diplomate et le marché. București: Economica, 2003, 224 p.
8. Guy Carron de La Carrière. La diplomatie économique. Le diplomate et le marché. Economica. 1998
9. Дегтерев Денис. Экономическая дипломатия: экономика, политика, право. М.: МГИМО, 2010
10. Зонова Т.В. Экономическая дипломатия // Внешнеэкономические связи, март 2006, № 1. С. 14—16.
11. Магеррамов А., Рустамбеков Г. Экономическая дипломатия как инструмент реализации национальных интересов. [http://www.ca-c.org/c-g/2011/journal\\_rus/c-g-1-2/06.shtml](http://www.ca-c.org/c-g/2011/journal_rus/c-g-1-2/06.shtml)
12. Национальная экономика / Под ред. проф. П.В. Савченко. М: Экономистъ, 2005. С. 112

*АДМИНИСТРАТИВНЫЕ УСЛУГИ В УКРАИНЕ: НЕРЕШЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ЗАДАЧИ*  
*ADMINISTRATIVE SERVICES IN UKRAINE: UNSOLVED PROBLEMS AND TARGETS*

**Оксана ГУНЕНКОВА**

Одесский региональный институт государственного управления  
Национальной академии государственного управления при Президенте Украины

***ABSTRACT.** In this article are described the problems of administrative services functioning in Ukraine. There were analyzed the causes of arising problems at state and local levels. The author provided with examples of informational work in the administrative bodies (in the Kherson region). The prospects of administrative services system and their further development have been considered in this work.*

***ABSTRACT.** În acest articol sunt descrise problemele de servicii administrative care observă în Ucraina. Au fost analizate cauzele care provoacă problemele de la nivel de stat și local. Autorul a prezentat exemple de lucrări de informare în organele administrative (în regiunea Herson). Au fost luate în considerare în această lucrare perspectivele sistemului de servicii administrative și dezvoltarea acestora.*

***KEYWORDS:** administrative services, the system of administrative services, centers of administrative services, public administration bodies, local self-government bodies.*

***CUVINTE CHEIE:** servicii administrative, sistemul de servicii administrative, centre de servicii administrative, organe ale administrației publice, organisme autonomiei locale.*

**Введение.**

Взяв курс на демократическое развитие, и изучая позитивный опыт реформирования публичного управления в Европейских странах, правительство Украины с 1998 года задекларировало задачи по смене административно-командной системы управления на такую деятельность всех органов власти, которая направлена на обеспечение реализации прав и свобод граждан, в частности – путем предоставления государственных услуг. С тех пор с этой целью был разработан ряд нормативно-правовых актов, направленных на создание системы предоставления административных услуг и повышения их качества. Отдельные аспекты функционирования этой системы, в том числе организационно-правовые, рассматривались такими украинскими исследователями: В.Аверьянов, В. Тимошук, И. Колиушко, В.Долечек, А.Поляк, А. Липенцев, Т. Буренко, С.Дембицька. Вопросы качества предоставления административных услуг населению исследовали также В. Сороко, Ю. Куц, А. Кирмач, Ю. Шаров, В. Дзюндзюк, В. Луговой, Ю.Даньшина, В. Мамонова и другие. Вместе с тем, общественное мнение подчеркивает сложность, непрозрачность, неэффективность и коррумпированность этой системы, что снижает авторитет власти, как на государственном, так и на местном уровнях.

**Основной текст.**

Административная услуга - это результат осуществления властных полномочий субъектом предоставления административных услуг по заявлению физического или юридического лица, направленный на приобретение, изменение или прекращение прав и /

или обязанностей такого лица в соответствии с законом [2] (например: выдача разрешений (лицензий), сертификатов, удостоверений, проведение регистрации и т.п.).

К основным недостаткам, существующим в указанной сфере и описанным в Концепции развития системы предоставления административных услуг органами исполнительной власти, утвержденной распоряжением Кабинета Министров Украины в феврале 2006 года, были отнесены следующие: наличие непредусмотренных законами видов таких услуг; разделение административной услуги на несколько платных; перекалывание обязанностей административных органов по сбору справок или согласованию документов на физических и юридических лиц-заявителей; требования к заявителям предоставлять документы, не предусмотренные законодательством; необоснованное взимание платы за предоставление отдельных видов административных услуг; установление в административном органе графика приема граждан в неудобное для них время; необоснованно длительный срок предоставления отдельных услуг; ограниченность доступа к информации, необходимой для получения таких услуг; отсутствие стандартов их предоставления; отношение к физическим и юридическим лицам как к просителям, ориентация не на удовлетворение потребностей личности, а на формальное соблюдение процедуры и т.д.. [3]

Устранение указанных недостатков было возможным при условии принятия определенных системных мер, как на государственном, так и на местном уровнях, среди которых - нормативно-правовое регулирование, соответствующее финансирование, применение информационных технологий, организационная и информационно-разъяснительная работа. Но до 2012 года работа по улучшению качества предоставления административных услуг тормозилась некоторой правовой неопределенностью в этой сфере, и лишь с принятием Закона Украины «Об административных услугах» была активизирована. Так, например, в течение 2012-2014 годов в Херсонской области были приняты несколько распоряжений и даны поручения председателя областной государственной администрации по данному вопросу. В мае 2013 года облгосадминистрацией был подписан Меморандум о взаимном сотрудничестве в сфере упрощения процедуры предоставления административных услуг с Херсонской дирекцией УППС «Укрпочта». Департаментом экономического, регионального развития и торговли облгосадминистрации установлен постоянный мониторинг по реформированию системы предоставления административных услуг в области в соответствии с требованиями действующего законодательства [1].

Согласно Закону Украины «Об административных услугах» (далее - Закон) городские советы городов областного значения и районные государственные администрации (РГА) обязаны были создать центры предоставления административных услуг (ЦПАУ) до 1 января 2014 года. Постановлениями Кабинета Министров Украины были утверждены Примерное

положение о центре предоставления административных услуг и его Примерный регламент. По состоянию на 01.04.2014 года такие центры были открыты исполнительными комитетами Херсонского, Каховского и Новокаховского городских советов, принято решение по образованию ЦПАУ и исполкомами Высокопольского поселкового совета и Голопристаньского городского совета. Из восемнадцати райгосадминистраций такие центры открыли четырнадцать, из них только шесть - в 2013 году. Из всех созданных центров - три работают с нарушением определенного Законом времени приема субъектов обращений; шесть - в помещениях, площадь которых не соответствует утвержденным нормам (например: 25,4 кв. м, при норме не менее 70 кв. м; или - 10 кв. м, при норме не менее 50 кв. м). Предоставление сопутствующих услуг для удобного обслуживания граждан (копирование, ламинирование документов, продажа канцтоваров, банковские услуги и т.п.) пока в созданных центрах не осуществляется [4].

По информации райгосадминистраций и горисполкомов, основные проблемные вопросы в части создания и надлежащего функционирования Центров требуют неотложного решения на государственном уровне. К таким проблемам они отнесли:

1. Отсутствие утвержденного на государственном уровне Перечня административных услуг, которые должны предоставляться через Центры.
2. Недостаточный уровень подготовки администраторов Центров, отсутствие соответствующих учебных программ повышения их квалификации.
3. Несоответствие нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность субъектов предоставления таких услуг, требованиям действующего законодательства в сфере их предоставления.
4. Нехватка средств, необходимых для создания условий надлежащего обслуживания граждан в Центрах [1].

Действительно, отсутствие утвержденного на государственном уровне перечня административных услуг приводит к тому, что органы местного самоуправления и местные органы исполнительной власти, несмотря на то, что понятие таких услуг были приведены как в Концепции, так и в Законе, не могут четко определиться, какие именно виды их деятельности подпадают под определение государственной услуги и требуют особых условий их осуществления для улучшения обслуживания жителей территориальных общин и предотвращения коррупционных рисков в этой сфере. Однако отсутствие государственного перечня услуг является не единственной причиной некоторого беспорядка в соответствующих документах местных органов власти. Так согласно Закону субъекты, предоставляющие административные услуги, обязаны обеспечить среди прочего создание и функционирование веб-сайтов, на которых размещается информация о порядке



предоставления таких услуг, доступ в помещение, в котором осуществляется прием субъектов обращений, наличие подъездных путей и мест парковки и т.д.. Материалы по этим вопросам, размещенные на сайтах городских советов, областной, районных государственных администраций Херсонской области, имеют много противоречий и недостатков, содержат устаревшую, запутанную и неполную информацию. Например: почти на всех указанных сайтах есть информация о перечнях административных услуг, предоставляемых указанными органами, но они очень разные по количеству, составу, содержанию и некоторым аспектам технологии предоставления. Кроме того, на официальном сайте Государственной службы Украины по вопросам регуляторной политики и развития предпринимательства ежеквартально публикуется информация о результатах осуществления постоянного мониторинга выполнения органами исполнительной власти и органами местного самоуправления требований Закона Украины «Об административных услугах». Эта информация не соответствует данным собственных веб-сайтов органов местной власти, а также обобщенным данным, размещенным на сайте Херсонской областной государственной администрации и на сайте Министерства экономического развития и торговли Украины.

Анализ опубликованных перечней услуг в разрезе по видам деятельности местных органов власти также показал, что ними на недостаточном уровне было проведено функциональное обследование с целью определения, какие именно виды деятельности этих органов относятся к административным услугам.

Особенности местного самоуправления предполагает некоторое разнообразие создаваемых в составе исполкомов различных структурных подразделений, а так же – незначительные различия в потребностях граждан разных территориальных общин в получении административных услуг. Однако не может быть значительных различий в предоставлении этих услуг, например: по вопросам труда и социального обеспечения (количество таких услуг в перечнях райгосадминистраций и исполкомов колеблется от нуля до шестидесяти), по защите прав детей (от 0 до 13 услуг) и т.д. Так, например: Высокопольская и Голопристаньская райгосадминистрации Херсонской области к административным услугам по социальной защите населения не отнесло ни одной из выполняемых функций, а в перечень Чаплынской РГА вошло 48 таких услуг. Не обратила на это внимание и Херсонская областная государственная администрация, на сайте которой обнародованы перечни услуг по всем райгосадминистрациям.

Многие услуги, попавшие в эти перечни, определены неверно. В частности, есть случаи деления одной услуги (например: установление опеки, попечительства над ребенком) на две:

1. Подготовка заключения службы по делам детей райгосадминистрации о целесообразности установления опеки, попечительства;
2. Распоряжение председателя РГА об установлении опеки, попечительства над ребенком.

Есть случаи ошибочного отнесения к админуслугам «Получение образования экстерном» и «Получение образования по индивидуальной форме обучения», что не соответствуют основным признакам таких услуг (они должны предоставляться по заявлению физического или юридического лица и являются результатом осуществления властных полномочий субъектом предоставления админуслуг). Образовательные учреждения, где осуществляется получение указанных форм обучения, не являются субъектами властных полномочий. Управление труда и социальной защиты населения Горностаевской районной госадминистрации указывает среди своих услуг «Выдачу удостоверений пострадавшим вследствие Чернобыльской катастрофы», которая фактически является услугой облгосадминистрации.

По координации взаимодействия между органами, которые образовали ЦПАУ и другими субъектами предоставления админуслуг можно рассмотреть следующий пример. Областной государственной администрацией совместно с Херсонским городским советом в июне 2013 года разработан и подписан Меморандум о сотрудничестве в этой сфере, а именно: о предоставлении таких услуг субъектам обращения из районов и городов областного значения через Центр предоставления административных услуг города Херсона. Вместе с тем в Меморандуме не определено, какие именно субъекты предоставления админуслуг (в том числе и в отношении структурных подразделений облгосадминистрации) будут их предоставлять через ЦПАУ г.Херсон, образованный горсоветом. Кроме того, в утвержденном 28.02.2014 горсоветом перечне админуслуг, предоставляемых через ЦПАУ, есть только услуги исполнительных органов городского совета, причем даже без учета документов разрешительного центра, который согласно Закону является частью ЦПАУ.

Учитывая вышеизложенное можно сделать выводы, что совершенствование системы управления в Херсонской области с целью предоставления качественных административных услуг населению, как одного из приоритетов комплексного развития региона, осуществляется очень медленными темпами. На недостаточном уровне осуществляется:

- Взаимодействие между всеми субъектами системы предоставления административных услуг региона;
- Анализ собственной деятельности местными государственными администрациями и исполкомами городских советов городов областного значения и составление на его основе качественных перечней таких услуг;
- Разработка единых для всех органов исполнительной власти стандартов и процедур деятельности;
- Контроль за качественным и своевременным выполнением возложенных в этой сфере задач;
- Надлежащее информирование населения по указанным вопросам.

Эти же проблемы есть и в других регионах Украины. Указанные недостатки на местном уровне, усиленные наличием пробелов в правовом поле и ненадлежащим финансированием, не позволяет повысить качество предоставления административных услуг населению, предотвратить проявления коррупции среди должностных лиц, уполномоченных на выполнение функций государства в этой сфере, и повысить авторитет органов исполнительной власти и местного самоуправления.

Устранить пробелы в правовом поле на местном уровне собственными силами невозможно. Нужна неотложная разработка и утверждение на государственном уровне перечня административных услуг. О намерениях решить эту проблему до конца текущего года принятием соответствующего закона было заявлено украинским правительством. Вместе с тем, утверждение такого перечня законом, возможно, будет нецелесообразным, поскольку он может нуждаться в частых корректировках для удовлетворения потребностей граждан, а также учитывая тенденции децентрализации власти в Украине. Как альтернативу, можно рассмотреть утверждение перечня административных услуг Кабинетом Министров Украины, что сделает процедуру внесения изменений в него значительно быстрее и гибче. На основе утвержденного перечня необходимо будет каждому субъекту предоставления административных услуг пересмотреть и утвердить распорядительными документами собственные перечни и соответствующие информационные и технологические карточки таких услуг. Затем органам власти, на которые возлагается обязанность по созданию центров предоставления административных услуг, совместно с органами власти, услуги которых будут предоставляться через такие центры, необходимо подготовить совместные распорядительные документы, в которых согласовать все вопросы, связанные с их предоставлением. Однако уже сейчас органы публичной власти, обеспечивающие предоставление услуг, должны проанализировать собственную информационную политику в этой сфере, принять меры по обеспечению качественного информирования граждан об исчерпывающем перечне услуг и всех деталях и условиях их предоставления на текущий момент с помощью Интернета, удалив при этом всю некорректную и устаревшую информацию со своих веб-сайтов.

Очень важным вопросом повышения качества предоставления административных услуг является соответствующее финансирование, поскольку необходимо не только подобрать помещение, в котором можно организовать обслуживание большого количества граждан на принципах «единого окна» и «прозрачного офиса», но и должным образом его обустроить соответствующими мебелью, оргтехникой и программным обеспечением, компьютерными сетями, телефонной связью, информационными стендами и терминалами, элементарными удобствами для посетителей и т.д. В этом вопросе очень важна поддержка государства, поскольку райгосадминистрации, которые должны образовывать центры предоставления административных услуг, содержатся за счет государственных средств. Кроме этого считаем нецелесообразным тратить государственные

средства на создание в отдельных территориальных подразделениях центральных органов исполнительной власти собственных «единых окон» для предоставления административных услуг, как, например, это пытаются осуществить органы Государственной автоинспекции и т.д..

Следует также заметить, что соответствующее финансирование хотя и является одним из главных условий налаживания необходимой работы в сфере предоставления административных услуг, но важнее можно назвать инициативу руководителей органов власти - субъектов предоставления этих услуг. Примером этому служат Винницкий, Криворожский, Ивано-Франковский, Луцкий горсоветы и другие органы публичной власти, которыми принимаются целенаправленные, последовательные, системные меры по предоставлению качественных административных услуг населению. Следует отметить, что улучшению качества обслуживания граждан при предоставлении административных услуг в указанных горсоветах предшествовала кропотливая работа по внедрению системы управления качеством с целью повышения эффективности деятельности структурных подразделений этих советов.

Еще одна проблема, которую необходимо решать как на государственном, так и на местном уровнях, – это сложность процедур предоставления административных услуг, которые связаны с необходимостью предоставлять для получения услуги определенные документы. Законом «Об административных услугах» указано, что перечень и требования к документам, необходимым для получения государственной услуги, определяются законом. Помимо этого также указано, что субъект предоставления административной услуги не может требовать от субъекта обращения документы или информацию, которые находятся во владении субъекта предоставления этих услуг или во владении государственных органов, органов власти Автономной Республики Крым, органов местного самоуправления, предприятий, учреждений или организаций, которые принадлежат к сфере их управления. Законом предусмотрено, что субъект предоставления административной услуги получает соответствующие документы или информацию без участия субъекта обращения, в том числе путем прямого доступа к информационным системам или базам данных других субъектов предоставления таких услуг, предприятий, учреждений или организаций, которые принадлежат к сфере их управления, за исключением собственных документов, перечисленных в Законе (например: документы, удостоверяющие личность и подтверждающие гражданство Украины; свидетельства о государственной регистрации актов гражданского состояния, документы о трудовой деятельности, трудовом стаже и заработной плате гражданина и другие). Субъекты предоставления административной услуги, которые обладают документами или информацией, необходимыми для предоставления такой услуги, обязаны обеспечить бесплатное предоставление этой информации не позднее трех рабочих дней со дня получения запроса от субъекта предоставления административной услуги, если иное не

предусмотрено законом, а также принимать меры по развитию системы межведомственного электронного взаимодействия, обеспечения бесплатного и открытого доступа к своим информационным системам и базам данных, если иное не предусмотрено законом [2]. Вместе с тем возможность доступа администраторов ЦПАУ к соответствующим базам данных на государственном уровне не создана, что приводит к необходимости посещения заказчиком государственной услуги значительного количества инстанций, представление большого количества документов, получения различных промежуточных решений (согласований, заключений) и другое. Обязанность сбора указанных документов, таким образом, перелagается на заявителей. Кроме того, эта же проблема делает невозможным создание и функционирование в Украине Единого государственного портала административных услуг, через который субъекты обращения из любого региона Украины согласно Закону уже с 1 января 2014 должны были иметь возможность только с помощью средств телекоммуникационной связи подавать заявления и получать результаты предоставления таких услуг. С целью устранения указанных проблем, а так же для формирования инновационной и эффективной системы управления путем использования информационно-коммуникационных технологий, правительством Украины в общем блоке запланированных реформ предусматривается до января 2015 года разработать и принять законы, позволяющие наладить электронное взаимодействие государственных электронных ресурсов, а так же обеспечить определенное финансирование этих мероприятий, разработав соответствующую государственную программу. Однако уже сейчас, не дожидаясь решения всех проблем «сверху», органы публичной власти, участвующие в процессах предоставления услуг на местном уровне, должны совместно разработать способы быстрого документооборота для улучшения обслуживания граждан.

Поскольку вопросы предоставления административных услуг в каждом регионе касается многих органов власти, считаем необходимым так же на местном уровне создать межведомственные рабочие группы, которые следует возглавить руководителям того органа, на который возложены обязанности по созданию ЦПАУ (при райгосадминистрациях и городских советах городов областного значения), для учета всех возможных предложений и координации деятельности в этой сфере. А для контроля и координации этой работы на областном уровне создать соответствующие рабочие группы при областной государственной администрации. Следует так же отметить, что для качественной организации работы по предоставлению административных услуг на местах следует доводить до ответственных исполнителей конкретные реальные сроки по каждому заданию и принимать действенные меры по контролю и мониторингу их выполнения.

Одним из главных шагов на пути совершенствования системы предоставления административных услуг в Украине должно стать максимальное приближение этих услуг к потребителям, что станет возможным благодаря их децентрализации. Реализовать эту задачу будет возможно после реформирования местного самоуправления и территориальной организации власти, Концепция которого была одобрена распоряжением Кабинета Министров Украины в апреле 2014 года. Кроме этого в пакете предложенных правительством в сентябре текущего года реформ предусмотрено существенное сокращение количества административных услуг, число которых с учетом различных разрешительных процедур в ходе проведенной инвентаризации на сегодняшний день в целом по стране составило более 1500. Так же планируется поэтапная передача органам местного самоуправления полномочий по предоставлению 42 услуг в сферах: градостроения и архитектуры; регистрации места проживания; регистрации имущественных прав, бизнеса; земельных отношений; регистрации автотранспорта и выдачи удостоверений водителя. С этой же целью подготовлены изменения в Бюджетный кодекс для направления средств от уплаты за административные услуги в местные бюджеты.

#### **Выводы.**

Учитывая вышеизложенное, можно сделать выводы, что административные услуги, предоставляемые органами государственной власти и местного самоуправления населению является важной составляющей деятельности публичных органов власти и показателем демократических принципов управления. Поэтому от того, насколько налажена эта работа в стране, зависит уровень доверия населения к органам власти, уровень коррумпированности в обществе и в целом – состояние развития демократических процессов. Учитывая это органам власти на местах необходимо пересмотреть свою политику по организации работы в сфере предоставления административных услуг, направив ее на поиск инициатив по этим вопросам, налаживание четкого взаимодействия между всеми участниками указанных процессов, принятия действенных последовательных мер по улучшению работы по оказанию административных услуг и качественного контроля над их выполнением.

#### **БИБЛИОГРАФИЯ:**

1. Официальный веб-сайт Херсонской областной государственной администрации // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.oda.kherson.ua>
2. Про адміністративні послуги : Закон України від 06.09.2012 №5203-VI // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5203-17>
3. Про схвалення Концепції розвитку системи надання адміністративних послуг органами виконавчої влади : розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.02.2006. № 90-р // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/90-2006-%D1%80>
4. Узагальнена інформація за результатами моніторингу виконання органами виконавчої влади і органами місцевого самоврядування вимог Закону України «Про адміністративні послуги» за I квартал 2014 року // [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.dkrp.gov.ua/info/3355.htm>

УКРАИНСКИЕ УЧЕБНЫЕ ЗАВЕДЕНИЯ В МЕЖДУНАРОДНЫХ РЕЙТИНГАХ: АНАЛИЗ  
СИТУАЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ НА БУДУЩЕЕ

UKRAINIAN EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE INTERNATIONAL RANKINGS:  
SITUATION ANALYSIS AND PROSPECTS FOR THE FUTURE

**Юлия МОЛОДОЖЕН**

доктор экономических наук, доцент

Одесский региональный институт государственного управления Национальной академии  
государственного управления при Президенте Украины

**Марина ВОРОНА**

Одесский региональный институт государственного управления Национальной академии  
государственного управления при Президенте Украины

**Алена ДЬЯЧЕНКО**

Департамент культуры и туризма Одесского городского совета, заместитель директора  
департамента – начальник отдела по туризму

**ABSTRACT.** *In the present article are considered the issues related to the analysis of the existing international rankings of higher education establishments. Were identified the main approaches and criteria for their compiling, the number of evaluated subjects. It was defined the ranking of leaders among higher educational institutions which is dominated by those of the USA. At the same time was examined the position of Ukrainian universities in the international rankings and possibilities for improving their position.*

**ABSTRACT.** *În prezentul articol sunt luate în considerare problemele legate de analiza clasamentelor internaționale existente ale instituțiilor de învățământ superior. Au fost identificate principalele abordări și criteriile pentru compilarea lor, numărul de subiecți evaluați. A fost definit clasamentul liderilor în rândul instituțiilor de învățământ superior, care este dominat de cele ale SUA. În același timp, a fost examinată situația din universitățile din Ucraina în clasamentele internaționale și posibilități de îmbunătățire a poziției lor.*

**KEY WORDS:** *rankings of higher education establishments in the world, the leaders of education in the world, the students' mobility, quality of education, educational system evaluation, rankings of the Ukrainian universities.*

**CUVINTE CHEIE:** *topul de instituții de învățământ superior din lume, liderii de educație din lume, mobilitatea studenților, calitatea educației, evaluarea sistemului de învățământ, clasamentul universităților ucrainene.*

**Введение.**

Глобализация образования и осознания перспектив последующего трудоустройства приводят к росту популярности международных университетских рейтингов. В условиях глобальной конкуренции и сотрудничества университеты стремятся знать, какие позиции они занимают в мире и стране, а также какими являются позиции других вузов. Это улучшает сотрудничество между вузами разных стран, облегчает процессы взаимопризнания дипломов, зачисления дисциплин и т.д. В мире существует около десятка международных рейтингов, которые сравнивают высшие учебные заведения по разным критериям, но в тоже время следует отметить, что ежегодно количество рейтинговых оценок университетов мира растет. В данной статье мы рассмотрим существующие мировые рейтинги учебных заведений и определим конкурентоспособность украинских ВУЗов. [1, с.20 ].

### Основной текст.

Технический университет Среднего Востока (Турция) является разработчиком Рейтинга университетов по академической деятельности (University Ranking by Academic Performance, дальше - URAP) [2]. Рейтинг URAP стремится оценить академические достижения высших учебных заведений мира, анализируя количество и качество научных публикаций сотрудников университетов. Источником информации служат базы данных Web of Science и ISI. В рейтинг URAP входят 2000 университетов, которые имеют наибольшее количество публикаций, включенных в эти базам данных. Университеты оцениваются по шести показателям, которые характеризуют количество и значимость научной работы высших учебных заведений, а именно: количество статей, индекс цитирования, общая авторитетность журналов, общая авторитетность цитирований, международное сотрудничество. Результаты рейтинга URAP за 2012-2013 учебный год представлены в таблице 1.

Таблица 1.

Наилучшие университеты мира за рейтингом URAP, 2012-2013 год [2]

№	Название	Страна	Общий балл
1.	Гарвардский университет	США	600.00
2.	Торонтский университет	Канада	463.69
3.	Университет Джонса Гопкинса	США	457.35
4.	Стенфордский университет	США	451.39
5.	Университет Калифорнии Беркли	США	447.64
6.	Мичиганский университет в Энн-Арбор	США	445.61
7.	Оксфордский университет	Великобритания	445.43
8.	Вашингтонский университет в Сиэтле	США	445.38
9.	Калифорнийский университет в Лос-Анжелесе	США	443.75
10.	Токийский университет	Япония	441.19

По результатам URAP 2012-2013, в котором представлены 2000 университетов из 109 стран мира, на первом месте в мире по всем показателям – Гарвардский университет, на втором – Торонтский университет (Канада), третью ступеньку занял Университет Джонса Гопкинса (США). В 2012 году в этот рейтинг попали шесть украинских вузов. Наилучшим по результатам рейтинговой оценки был определен Харьковский национальный университет имени В.Н.Каразина, который занял 1373 место. Кроме него, в рейтинговой таблице были представлены Львовский национальный университет имени Ивана Франка (1722 место), Одесский национальный университет имени И.И.Мечникова (1875 место), Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт» (1931 место), Национальный университет «Львовская политехника» (1950 место), Донецкий национальный университет (1999 место).



В то же время следует отметить, что большая часть рейтингов высших учебных заведений позволяют увидеть наилучшие учреждения, но они не дают представления о том, в каких условиях учится основная масса студентов. Среди существующих международных рейтингов университетов, не многие из них делают попытку оценить и сравнить, насколько сильными и эффективными являются системы высшего образования разных стран в целом. Поэтому особенно интересными являются результаты рейтинга систем высшего образования, который был создан группой университетов Universitas 21 (далее - U21) и опубликован в 2012 году.

Рейтинг U21 – это попытка определить, в каких странах существуют наилучшие условия для получения высшего образования. В 2014 году проект уже охватил 50 стран (в 2012 г. - 48 стран мира), которые имеют разный уровень экономического развития. Рейтинг U21 оценивает состояние систем образования по четырем блокам: ресурсы, среда, связи и результаты. Блок «Ресурсы» содержит оценку объемов государственных и частных расходов на высшее образование и научно исследовательскую деятельность университетов. Блок «Оценка среды» включает анализ государственной политики в отрасли высшего образования и показатели гендерного баланса среди студентов и преподавателей. Блок «Связи», ориентируется на оценку международных связей в сфере науки и образования, освещает показатели количества иностранных студентов и процент статей, написанных совместно с научными работниками из других стран. Блок «Результативность» оценивает эффективность научно- исследовательской деятельности, масштабы подготовки и востребованность выпускников на рынке труда. По каждому критерию оценки, страна с наилучшим результатом получает 100 баллов, а результаты других стран выражаются как процент от наилучшего результата. Рейтинг U21 представлен для каждого из четырех блоков отдельно (ресурсы, среда, связи и результативность), а также в сводном виде по всеми четырьмя параметрам (табл.2).

Таблица 2.

Сводный рейтинг систем образования U21, 2014 г, [3]

Место	Страна	Баллы
1.	США	100,0
2.	Швеция	86,7
3.	Канада	82,9
4.	Дания	82,9
5.	Финляндия	82,2
6.	Швейцария	81,5
7.	Нидерланды	80,4
8.	Великобритания	79,2
9.	Австралия	78,0
10.	Сингапур	76,3

По результатам рейтинга Universitas 21 в 2014 г. в топ-10 стран с наилучшими системами образования вошли США, Швеция, Канада, Дания, Финляндия, Швейцария, Нидерланды, Великобритания, Австралия и Сингапур. Украина в этом рейтинге заняла в 2014 году 42 место (общий балл – 43,9) из 50 стран мира, опередив Хорватию (44 место) и Турцию (47 место). Однако следует отметить, что в 2012 году Украина заняла 25 место, ее общий балл составлял 58,6. Тогда Украина опережала Чехию (26 место), Польшу (27 место) и Россию (32 место). За результатами U21 в 2014 году Чехия продолжает занимать 26 место, Польша – 31 место, Россия – 35 место.

Как отмечается Universitas 21 сильной стороной украинской системы образования являются большие объемы государственного финансирования: по оценке ресурсов Украина заняла десятую ступеньку рейтинга. По оценке среды Украина занимает средние позиции (28 место), хотя и не намного отстает от лидеров. Однако за результативностью Украина – лишь на 35 месте из 48 стран. За уровнем развития связей с научными работниками других стран и привлечением иностранных студентов Украина тоже заметно отстает, и среди стран, которые анализировались, занимает лишь 33 место (рис 1.).

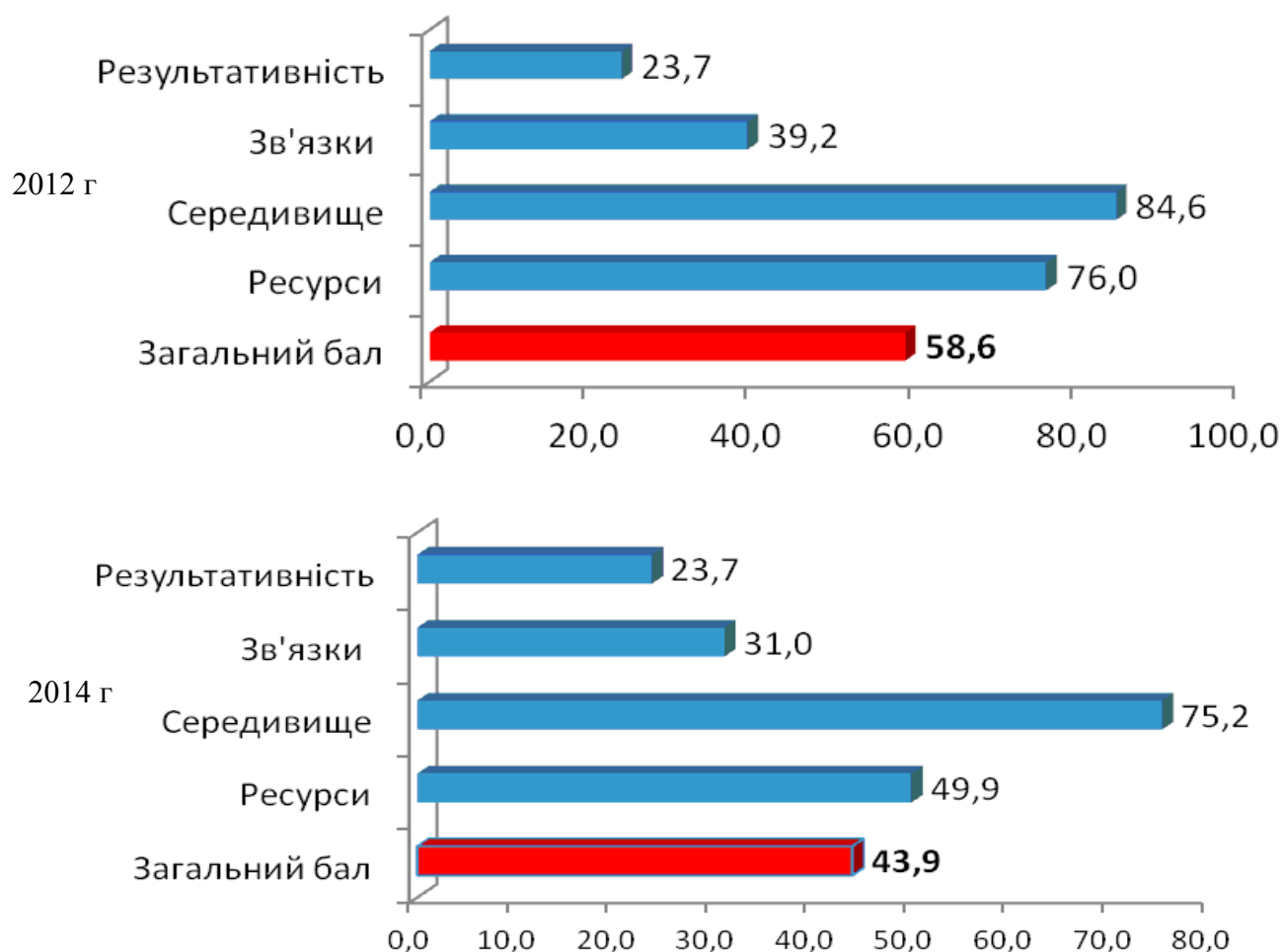


Рис. 1. Оценка системы высшего образования Украины в рейтинге U21 в 2012 - 2014 г. [3]

Следующий рейтинг университетов мира (World University Rankings) публикуется британской консалтинговой компанией Quacquarelli Symonds (далее – рейтинг QS). В рейтинге QS университеты оцениваются по шести параметрам. Наиболее весомым показателем (40% общей оценки) является международная научная репутация университета, который определяется по результатам масштабного опроса представителей академического сообщества со всего мира. Кроме этого, учитываются оценки работодателей (10%), соотношения количества преподавателей и студентов (20%), цитируемость трудов преподавателей (20%), процент иностранных преподавателей (5%) и иностранных студентов (5%). Всего исследования охватывает свыше 2000 университетов, а в рейтинг входят 700 наилучших из них [4].

В сентябре 2013 года был обнародован очередной международный рейтинг университетов „QS World University Rankings 2013/14”. Рейтинг 2013 года включал уже 800 лучших университетов мира. Лидерами традиционно являются американские и британские университеты, которые, как и в 2012 году, заняли 17 позиций из первых 20. Состав первой четверки не изменился. Возглавляет рейтинг Массачусетский технологический институт (США), за ним следуют Кембриджский университет (Большая Британия), Гарвардский университет (США), Университетский колледж Лондона (Великобритания). Оксфордский университет (Великобритания), занял шестую позицию, уступив пятое место Имперскому колледжу Лондона (Великобритания). В первой двадцатке, кроме американских и британских университетов, 2 университета из Швейцарии (Федеральная высшая техническая школа Цюриха – 12 место; Федеральная высшая политехническая школа Лозанны – 19 место) и один ВУЗ из Канады (Торонтский университет – 17 место). Среди университетов из стран СНГ уже традиционно лидером (120 место) является Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова [4].

Украину в этом рейтинге представляют три университета (Киевский национальный университет имени Шевченко - 56 место, Киевский политехнический институт – 163 место, Донецкий национальный университет – 286 место. Всего база данных QS содержит информацию о 18 украинских высших учебных заведениях. По оценкам QS сильной стороной украинских университетов является относительно небольшая нагрузка на преподавателей по соотношению преподаватели/студенты, которая создает условия для качественной учебы. Однако по остальным показателям позиции украинских вузов в мире остаются слабыми.

В рейтинг QS входит достаточно незначительное количество вузов Восточной Европы и постсоветских стран. В 2012 году в этот перечень попали всего 53 университета из них 14 - Российской Федерации, 8 – Казахстана, 4 – Чешской Республики, Венгрии, Польше и

Румынии, 3 – Азербайджана, Литвы, Украины, и по одному университету – в Болгарии, Беларуси, Эстонии, Хорватии, Сербии, Словении.

Самыми сильными университетами Восточной Европы считаются Московский государственный университет имени Ломоносова (116 место в мире) и Санкт-петербургский государственный университет (253 место). Среди российских вузов в рейтинг также входят Московский государственный технический университет им. М. Е. Баумана (352 место), Московский государственный институт международных отношений (367 место), Новосибирский государственный университет (371 место). Хорошие результаты в рейтинге QS показали университеты Казахстана (8 казахстанских университетов), два из них - Евразийский национальный университет имени Л.Н.Гумилева (369 место) и Казахский национальный университет имени Аль Фараби (390 место). Высокие позиции в мире имеют чешские университеты. В Чехии самым сильным является Карлов университет в Праге (286 место рейтинга QS). Польшу в этом рейтинге представляют четыре университета: Варшавский университет, Ягелонский университет, Лодзинский университет и Варшавский политехнический университет.

Среди имеющихся рейтингов университетов мира можно также отметить Вебометрикс, который оценивает наибольшее количество учебных заведений (свыше 20 тысяч университетов), среди них – 311 украинских ВУЗ [5].

Рейтинг Вебометрикс оценивает деятельность университетов, исходя из того, насколько они представлены в Интернет-пространстве. При анализе учитываются разные индикаторы, которые характеризуют объем, заметность и весомость Интернет-присутствия университетов, а именно количество страниц на сайте вуза («присутствие»), количество загруженных на сайт текстовых файлов («открытость»), количество публикаций, которые включены в базу данных Scimago («достижения») и количество внешних ссылок на ресурс («влиятельность»). Идея этого рейтинга простая: чем больше публикаций размещены на сайте университета, и чем чаще пользователи из всего мира обращаются к этой информации, тем, очевидно, сильнее являются позиции университета в мире. По итогам рейтинга в 2013 г в Интернет-пространстве лучше всего представлены американские университеты: Гарвардский, Стенфордский университет, Масачусетский технологический институт, Мичиганский университет, Пенсильванский университет, Калифорнийский университет в Лос-Анджелесе, Университет Калифорнии Беркли, Колумбийский университет в Нью-Йорке, Университет Корнуэлла, Университет Миннесоты). Кембридж в этом рейтинге занимает 14 место, Оксфорд – 16 место.

Приятно отметить, что украинские вузы постепенно улучшают свои позиции в этом рейтинге. В 2013 (2012 ли?) г. в топ-2000 вошли 14 украинских университетов – это на 9

больше, чем в 2012 г. Два украинских университета – НТУ «Киевский политехнический институт» и Киевской национальный университет имени Шевченко - попали в топ-1000. По сравнению с 2012 г., Киевский политехнический институт переместился вверх с 957 на 510 место, Киевский национальный университет имени Шевченко – с 1934 на 704. НТУУ «КПИ» имеет высокий рейтинг по показателю открытости – 88 место в мире по количеству размещенных на сайте публикаций.

Рассмотрим другой международный рейтинг, а именно рейтинг научно-исследовательских организаций SCImago (SCImago Institutions Rankings). Он дает возможность взглянуть на научные достижения университетов и других научно-исследовательских учреждений в глобальном масштабе [6].

Ежегодно, начиная с 2009 года, компания SCImago публикует отчет, где представлены результаты оценки научной деятельности университетов и других исследовательских учреждений по шести параметрам, которые характеризуют объем, тематическую разноплановость и академическую влияние научных публикаций. Отчет за 2012 год охватывает публикации за период 2006-2010 годов, которые включены в базу Scopus. В отчете, который публикуют исследователи, учреждения ранжированы по количеству публикаций, однако, как отмечают авторы проекта, пользователи могут сами избрать другой, более релевантный для них критерий сравнения.

В рейтинг SCImago входят лишь учреждения с «заметными объемами научных результатов» – то есть те, которые имеют больше ста публикаций в год в базе Scopus. В 2012 году в перечень попали 3290 научно-исследовательских организаций из 106 стран мира. Среди них больше всего учреждений из США (521), Китая (332), Франции (204), Японии (185), Великобритании (165), Испании (153), Германии (129), Индии (128), Италии (128) и Бразилии (104).

Из восточноевропейских государств наибольшим количеством высокопродуктивных научных учреждений может похвастаться Польша (49). Российскую Федерацию в этом рейтинге представляют 34 учреждения, Чехию – 28, Румынию – 19, Хорватию – 10, Венгрию, Сербию и Украину – по 8, Словакию и Словению – по 7, Литву и Болгарию – по 5, Беларусь и Эстонию – по 3, Латвию – 2, Македонию, Молдову, Боснию и Герцеговину, Черногорию – по одному научному учреждению.

В 2013 году в рейтинг SCImago попало 8 украинских научных учреждений – это на одно больше, чем в 2012 г. Однако позиции всех украинских исследовательских организаций в этом рейтинге сравнительно с 2012 годом несколько ухудшились. За количеством публикаций Национальная академия наук опустилась с 89 на 106 место, Киевский национальный университет им. Тараса Шевченко – с 1065 на 1149 место, Харьковский

национальный университет им. В.Н.Каразина – с 1504 на 1747 место, Львовский национальный университет им. Ивана Франка – с 1883 на 2178 место, Национальный университет «Львовская политехника» – с 2265 на 2342 место, Черновицкий национальный университет – с 2757 на 2971 место. В первый раз в рейтинг попал Харьковский национальный университет радиоэлектроники, который по количеству публикаций занял 2904 место в мире.

Наиболее производительным научным учреждением в Украине, как и раньше, является Национальная академия наук. По количеству публикаций НАНУ занимает 106 место в мире и 5 место в Восточной Европе. НАНУ достаточно активно сотрудничает с исследователями из других стран – 42% публикаций были написаны в соавторстве с зарубежными авторами. Четверть (26%) публикаций НАНУ были опубликованы в наиболее авторитетных научных журналах мира. Но показатели влияния остаются невысокими. Лишь 4% публикаций НАНУ принадлежат к наиболее цитируемым публикациям в отрасли. Нормируемый показатель цитируемости составляет 0,5 – это значит, что публикации НАНУ в мире в среднем цитируются вдвое реже, чем публикации других учреждений.

Среди украинских университетов, наивысшую ступеньку за количеством публикаций занимает Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко (1149 место в мире, 55 место в Восточной Европе). Университет Шевченко заметно отстает от НАНУ за количеством публикаций, однако за остальными показателями (международное сотрудничество, процент публикаций в авторитетных изданиях, цитируемость) их результаты достаточно близки. В соавторстве с научными работниками из других стран было написано 38,5% включенных к Scopus публикаций университета, 20% статей были опубликованы в наиболее авторитетных журналах мира. Однако лишь 3,7% публикаций университета широко цитируются в мире, нормируемый показатель цитируемости, как и в случае публикаций НАНУ, составляет 0,5 .

Следующий по количеству публикаций является Харьковский национальный университет имени В.Н.Каразина (1747 место в мире, 89 в Восточной Европе). Показатели международного сотрудничества у этого университета такие же, как и у университета имени Шевченко – в соавторстве с научными работниками из других стран было написано 38,6% публикаций. В наиболее авторитетных журналах было обнародовано 26% публикаций сотрудников университета, 3,7% публикаций активно цитируются в мире. Нормируемый показатель цитируемости составляет 0,6 – и хотя это наилучший результат среди всех украинских научных учреждений, однако и он значительно ниже среднего мирового уровня. Львовский национальный университет имени Ивана Франка за количеством публикаций – на 2178 ступеньке среди всех научных учреждений мира, и на 122 – среди учреждений региона.

Среди украинских научно исследовательских учреждений этот университет имеет наилучшие показатели международного сотрудничества – с научными работниками из других стран была создана больше половины (53,7%) публикаций, включенных к базе Scopus. Также этот университет имеет наибольшую частицу высококачественных публикаций – 28,6% публикаций университета были напечатаны в ведущих журналах мира. Поэтому, как видно, украинская Академия наук и отечественные университеты в мировом масштабе проигрывают как за объемами научной работы, так и за ее влиятельностью. Как показывают данные, труды украинских исследователей в мире цитируются в среднем два-три раза реже, чем публикации их коллег из других стран мира. То есть проблема не только в том, что украинские научно-исследовательские организации публикуют недостаточно статей, а в том, что их результаты остаются незамеченными или неинтересными для научных работников из других стран.

### **Выводы.**

Подводя итоги вышеизложенному, можно констатировать следующее:

- наличие существующих международных рейтингов позволяет высшим учебным заведениям ориентироваться в современных критериях оценки уровня образования, осознавать свои слабые и сильные стороны и использовать имеющиеся ресурсы для сохранения или достижения лидерских позиций;

- несмотря на разнообразные подходы в формировании рейтингов высших учебных заведений, они являются определенным ориентиром для абитуриентов, стремящихся получить лучшее образование для дальнейшего карьерного роста;

- международные рейтинги также позволяют формировать государственную политику в сфере образования, оптимизировать институциональную структуру, повышать квалификацию педагогических и научных кадров, привлекать студентов из других стран, формируя престиж своей страны.

### **БИБЛИОГРАФИЯ:**

1. OECD. Internationalization and Traid in Higher Education: Opportunities and Challenges. – Paris: OECD Publications, 2004. – P. 20-21.
2. Рейтинг университетов по академической деятельности [Электронный ресурс] Режим доступа - <http://www.urapcenter.org/2012/world.php?q=MS0yNTA=>
3. The leading global network of research univesiteties for the 21<sup>st</sup> century [Электронный ресурс]- Режим доступа -<http://www.universitas21.com/article/projects/?parentID=152> .
4. „QS World University Rankings” [Электронный ресурс]-Режим доступа <http://www.topuniversities.com/>
5. Гуляева Н. М. Мобільність викладачів і студентів: проблеми та орієнтири / Н.М.Гуляева // Матеріали VI щорічної міжнародної конференції «Розбудова менеджмент-освіти в Україні» (17–19 лютого 2005 року м. Дніпропетровськ). – К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2005. – С. 76-81.
6. Education at a Glance 2012, OECD inDiCatOrs (Взгляд на образование 2012, - [Электронный ресурс] - Режим доступа [http://www.oecd.org/edu/EAG%202012\\_e-book\\_EN\\_200912.pdf](http://www.oecd.org/edu/EAG%202012_e-book_EN_200912.pdf)

## II. MANAGEMENT, MARKETING ÎN CONTEXTUL NAȚIONAL ȘI INTERNAȚIONAL

### II. MANAGEMENT, MARKETING IN THE NATIONAL AND INTERNATIONAL CONTEXT

*APLICAȚII METODICE UTILIZATE ÎN MANAGEMENTUL RISCURILOR*

*APPLICATION METHODS USED IN RISK MANAGEMENT*

**Natalia BURLACU**, dr.hab., prof.univ., ULIM

**Irina CĂLUGĂREANU**, dr., lector superior, ASEM

**ABSTRACT.** *Risk management represents the process of determining boundaries between which the manager is willing to take the risk and its implications on firms profitability, and the certain level of risk to which the firms activity is exposed and the ability to take action for the risk elimination or reduction in order to consolidate the results.*

**ABSTRACT.** *Managementul riscului presupune stabilirea de către manager a limitelor între care este dispus să asume riscul și impactul acestuia asupra rentabilității întreprinderii, nivelul concret de risc la care este expusă activitatea firmei și adoptarea unor măsuri de eliminare sau de reducere a riscului în vederea optimizării rezultatelor.*

**KEYWORDS:** *risk, management, enterprise, risk management.*

**CUVINTE CHEIE:** *risc, management, întreprindere, managementul riscului.*

#### **Introducere.**

Managementul riscului presupune stabilirea de către manager a limitelor între care este dispus să asume riscul și impactul acestuia asupra rentabilității întreprinderii (atitudinea firmei față de risc), nivelul concret de risc la care este expusă activitatea firmei și adoptarea unor măsuri de eliminare sau de reducere a riscului în vederea optimizării rezultatelor. Există o strânsă legătură între rezultatele obținute de către o firmă și modul în care sistemul de management este capabil să gestioneze eficient riscul prin măsurile adoptate.

Gestiunea riscurilor a devenit astăzi o preocupare de bază a mediului de afaceri conștientizarea acestui fapt de către manageri, sporește gradul lor de competitivitate pe piața și șansele de a înfrunta crizele economice, care în prezent influențează direct și simțitor activitatea agenților economici. Iată de ce aprofundarea cunoștințelor de management a riscurilor, în special în învățământul universitar, impune utilizarea și a lucrărilor elaborate pentru activitățile practice. Ele au menirea de a pune probleme în discuții, de a fixa obiectivele de învățat, dar mai ales de a oferi teste, teme de referate, etc., oferind studenților, sau masteranzilor șă se verifice și să-și dezvolte propriile abilități manageriale.

Existența lucrărilor la obiectul managementul riscurilor este importantă pentru pregătirea specialiștilor pe de o parte și a inițierii celor interesați în tainele managementului riscurilor în afaceri, pe de altă parte.

Articolul își propune a fi un ghid metodic pentru activitățile practice la disciplina Managementul riscului în context global, Contabilitatea și Managementul Riscului, Managementul



riscurilor în afaceri fiind adresată studenților și masteranzilor din învățământul universitar, profiluri economice și neeconomice.

Prezentul articol cuprinde un set de probleme, situații pentru organizarea și desfășurarea în bune condiții a lecțiilor practice, precum și un număr grile pentru verificarea cunoștințelor

### **Conținut de bază.**

Profitul este principalul factor care îi încurajează pe întreprinzători să accepte și să-și asume riscurile ce apar într-o economie, în care se manifestă libertatea inițiativei. Într-un astfel de sistem economic, managerii iau decizii în condiții de certitudine, de risc și de incertitudine.

Adoptarea deciziilor complex fundamentate, devine posibilă prin apelarea la o gamă variată de metode și tehnici decizionle care facilitează alegerea variantei optime, fiecare dintre acestea încadrându-se într-un anumit model decizional. În funcție de volumul, structura și calitatea informațiilor de care se beneficiază, modelele decizionale pot fi: deterministe, evaluate, centrate pe informație cu grad ridicat de precizie, complete; nedeterministe și probabiliste. Utilizarea acestor metode și tehnici decizionale determină o sporire a gradului de rigozitate și implicit, de eficacitate a deciziilor adoptate, diferențiate în raport de tipologia situațiilor decizionale implicate.

### **Analiza riscului financiar prin intermediul efectului de levier financiar.**

Compania Beta dorește să obțină un împrumut a cărei rate a dobânzii este de 8%, care implică cheltuieli financiare pentru remunerarea datoriilor. Pentru a preveni riscul financiar întreprinderea "Beta" trebuie să-și analizeze și calculeze posibilitatea s-a financiară, prin determinarea gradului de îndatorare al companiei (levierul financiar).

### **Date inițiale pentru evaluarea riscului financiar al întreprinderii "Beta" S.A.**

Indicatori	Anul	
	2013	2014
Venitul din vânzări(VV), lei	12379436	14689215
Cheltuieli variabile(CV), lei	8595186	10212670
Datorii pe termen lung	-	2670261
Datorii pe termen scurt	1031072	1150831
Capital propriu $\overline{CP}$ , (lei)	22368485	22417452
Valoare medie a activelor $\overline{A}$	23503809	24843534
Profit până la impozitare, PPI,(lei)	-94773	1457811

Efectul de levier exprimă creșterea ratei de remunerare a capitalurilor proprii determinată de creșterea gradului de îndatorare. Efectul de levier este cu atât mai mare cu cât rentabilitate economica este superioară ratei dobânzii capitalurilor împrumutate. Indicatorul dat poate fi calculat după următoarele formule:

$$E=R_f = R_e + (R_e - R_d) \times D/C_{pr}$$

unde:

E – efectul de levier ;

Rf – rentabilitatea financiară (a capitalului propriu);

Re –rentabilitate economică (activelor totale), unde:

$$Re = \frac{\text{Profit}}{\bar{A}} ;$$

Rd –rata dobânzii;

D –datorii, unde:

$$D = DTS + DTL ;$$

Cpr –capital propriu;

$$Re = \frac{\text{Profit}}{\bar{A}} = \frac{1457811}{24843534} = 0,05867 = 5,86\% ;$$

$$D = DTS + DTL = 1150831 + 2670261 = 3821092 ;$$

$$Rf = Re + (Re - Rd) \times \frac{D}{Cpr} = 5,86 + (5,86 - 8) \times \frac{3821092}{22\ 839\ 821} = 5,86 + (-2,14) \times 0,17 = 5,5\% ;$$

$$E = (Re - Rd) \times \frac{D}{Cpr} = (5,86 - 8) \times 0,17 = -0,36 ;$$

Conform datelor obținute constatăm că  $Re < Rd$  ( $5,86\% < 8\%$ ), iar efectul de levier obținut este negativ (-0,36), ceea ce indică imposibilitatea întreprinderii să apeleze în continuare la credite, întrucât aceasta va conduce la reducerea performanțelor capitalului propriu și la reducerea rentabilității financiare cu 5,5 puncte procentuale.

Compania „Engros” S.R.L. dorește să obțină un credit de la o bancă cu rata dobânzii de 7 %. Pentru a preveni riscul financiar „Engros” S.R.L. trebuie să-și calculeze posibilitatea s-a financiară, prin determinarea gradului de îndatorare al companiei.

#### Date inițiale pentru evaluarea riscului financiar al entității „Engros” S.R.L.

Indicatori	Anul 2012	Anul 2013
1	2	3
Valoarea medie a activelor, mii lei	37122	37360,5
Profitul(pierderea) pînă la impozitare, mii lei	5818	9207
Capital propriu	19758	23481
Datorii pe termen scurt	11534	9712
Datorii pe termen lung	5917	4319
Cheltuieli aferente dobânzilor (Chd), mii lei	540	2203

Analizați riscul financiar pe baza efectului de levier la entitatea „Engros”S.R.L.

O societate comercială realizează o investiție pe o perioadă de 3 ani. Investiția este de 12000 lei, din care 2000 lei reprezintă valoarea unui teren, și 1000 lei reprezintă valoarea activelor circulante nete antrenate de noua investiție. Veniturile anuale din exploatare încasabile și cheltuielile anuale de exploatare plătibile generate de investiție se prezintă astfel:

- lei

	Anul 1	Anul 2	Anul 3
Ve încasabile	13000	15000	20000
Ce plătibile	7000	8000	10000

Investiția se finanțează astfel:

- în proporție de 20% printr-o emisiune de acțiuni pentru care rata așteptată a rentabilității este de 20%

- în proporție de 45% se utilizează un credit bancar cu rata nominală a dobânzii de 10%

- în proporție de 35% printr-o emisiune de obligațiuni pentru care rata cuponului este de 12%.

Calculați VAN și stabiliți dacă investiția este sau nu oportună.

Amortizarea anuală:

$$A = \frac{12000 - 2000 - 1000}{3} = 3000 \text{ lei}$$

CF net de exploatare = EBE\*(1 - T) + A\*T unde EBE = Ve încasabile - Ce plătitibile

$$CF \text{ net de exploatare}_1 = (13000 - 7000)*0,84 + 3000*0,16 = 5520 \text{ lei}$$

$$CF \text{ net de exploatare}_2 = (15000 - 8000)*0,84 + 3000*0,16 = 6360 \text{ lei}$$

$$CF \text{ net de exploatare}_3 = (20000 - 10000)*0,84 + 3000*0,16 = 8880 \text{ lei}$$

$$CF \text{ net de la sfârșitul exploatării}_3 = VR_a \text{ investiției} = 1000 + 2000 = 3000 \text{ lei}$$

1000 lei reprezintă  $\Delta NFR_{\text{recuperat}}$

$$CF \text{ net al anului 3} = CF \text{ net de exploatare}_3 + CF \text{ net de la sfârșitul exploatării}_3 = 11880 \text{ lei}$$

$$a = 20\%*20\% + 45\%*10\%*(1-16\%) + 35\%*12\%*(1-16\%) = 0,113 = 11,3\%$$

$$VAN = \frac{5520}{(1+0,113)^1} + \frac{6360}{(1+0,113)^2} + \frac{11880}{(1+0,113)^3} - 12000 = 6710,2 \text{ lei}$$

VAN este pozitivă  $\implies$  investiția este oportună.

O întreprindere realizează o nouă investiție în valoare de 30000 lei, care generează pe o perioadă de 3 ani următoarele venituri și cheltuieli anuale de exploatare:

- lei -

	Anul 1	Anul 2	Anul 3
Ve	32000	34000	37000
Ce	26000	29000	32000

Investiția se finanțează astfel:

- în proporție de 15% printr-o emisiune de acțiuni pentru care rata așteptată a rentabilității este de 15%

- în proporție de 45% se utilizează un credit bancar cu rata nominală a dobânzii de 8%

- în proporție de 35% printr-o emisiune de obligațiuni pentru care rata cuponului este de 12%.

Calculul Valorii la riscR în situații simple.

Considerăm un portofoliu format din acțiuni IBM care valorează 10 mil. USD. Presupunem că N (orizontul de timp) este de 10, iar X (interval de încredere) este 99, deci suntem interesați să aflăm pierderea potențială într-un interval de 10 zile, la un interval de încredere de 99%.

Considerăm că volatilitatea zilnică a acțiunilor IBM este de 2% (aprox. 32% pe an). Deviația standard a schimbărilor zilnice înregistrate de valoarea portofoliului este de 2% din 10 milioane USD, adică 200.000 USD. Dacă schimbările zilnice succesive ale valorii portofoliului sunt independente, deviația standard a acestei schimbări pe perioada celor 10 zile va fi de 10 din modificarea înregistrată de valoarea portofoliului într-o singură zi. Deviația standard a schimbării de valoare a portofoliului de acțiuni IBM calculată pentru o perioadă de 10 zile este astfel de 200.000  $\cdot$  10, sau 632.456 USD.

La calcularea VaR se obișnuiește să se presupună că schimbarea previzionată a prețului variabilei pieței în perioada de timp luată în considerare este 0. Bineînțeles această presupunere nu este perfect corectă, dar este o presupunere rezonabilă. Schimbarea prețului de piață într-o perioadă relativ scurtă de timp este în general mică în comparație cu deviația standard a schimbării de valoare. Să presupunem că acțiunile IBM înregistrează un venit anual de 13%. Pentru o zi, venitul așteptat este de 0,13/252, adică 0,05%, în timp ce deviația standard este de 2%. Pentru o perioadă de 10 zile, venitul estimat este de 13/25,2, adică 0,5%, în timp ce deviația standard este de 2  $\cdot$  10, adică 6.3%.

Am stabilit că schimbarea valorii portofoliului de acțiuni IBM într-o perioadă de 10 zile are o deviație standard de 632.456 USD. Considerăm că schimbarea valorii are o distribuție normală.

Astfel,  $N(-2,33) = 0.01$ , ceea ce înseamnă că există o probabilitate de 1% ca o variabilă cu distribuție normală să scadă cu mai mult de 2,33 deviații standard. Valoarea la risc (VaR) pentru portofoliu de 10 milioane USD pentru o perioadă de 10 zile și având în vedere un interval de încredere de 99% se cifrează la:

$$\text{VaR} = 2,33 \times 632.456 \text{ USD} = 1.473.621 \text{ USD}$$

În continuare, vom lua în considerare un portofoliu de acțiuni AT&T în valoare de 5 milioane USD, iar volatilitatea zilnică de la 1% (aproximativ 16% pe an). Un calcul asemănător celui din cazul IBM, ne arată că deviația standard a valorii portofoliului într-un interval de 10 zile este de 5.000.000  $\times$  0,01  $\times$  10 = 158.114

Dacă presupunem că avem de-a face cu o distribuție normală, VaR pentru o perioadă de 10 zile și un interval de încredere de 99% este de 158.114  $\times$  2,33 = 368.405 USD

În continuare, vom lua în considerare un portofoliu constând din acțiuni IBM în valoare de 10 milioane USD și din acțiuni AT&T în valoare de 5 milioane USD. Să presupunem că veniturile celor 2 acțiuni au o distribuție normală cu un coeficient de corelație de 0,7. Conform teoriei statistice, dacă avem 2 variabile X și Y, cu deviația standard X și Y, cu un coeficient de corelație egal cu  $\rho$ , cu un coeficient de corelație egal cu  $\rho$ , deviația standard a lui X+Y este dată de formula:

$$\sigma_{X+Y} = \sqrt{\sigma_x^2 + \sigma_y^2 + 2\rho\sigma_x\sigma_y}$$

X este egal cu modificarea valorii portofoliului de acțiuni IBM într-o perioadă de 10 zile, iar Y este egal cu modificarea valorii portofoliului de acțiuni AT&T într-o perioadă de 10 zile, astfel încât:

$$\sigma_x = 632.456 \quad \sigma_y = 158.114$$

Deviația standard a modificării valorii portofoliului format din cele 2 tipuri de acțiuni într-o perioadă de 10 zile este:

$$- \quad 632.453 + 158114 + 2 \times 0.7 \times 632.456 \times 158.114 = 751.665$$

Schimbarea valorii portofoliului are o distribuție normală, ceea ce înseamnă că Valoarea la risc (VaR) a portofoliului este  $751.665 \times 2,33 = 1.751.379$  USD

### Concluzii:

1. VaR a portofoliului format din acțiuni IBM este 1.473.621 USD;
2. VaR a portofoliului de acțiuni AT&T este de 368.405 USD;
3. VaR a portofoliului de acțiuni IBM și AT&T este de 1.751.379 USD;

Suma  $(1.473.621 + 368.405) - 1.751.379 = 90.647$  USD. reprezintă beneficiile diversificării. Dacă IBM și AT&T erau perfect corelate, VaR a portofoliului IBM și AT&T ar fi egalat VaR a acțiunilor IBM plus VaR a portofoliului AT&T. O corelație imperfectă conduce la diversificarea riscului.

**Analiza riscului economic pornind de la pragul de rentabilitate.** Este recomandată situația pentru evaluarea riscului financiar al entității.

### Date inițiale pentru evaluarea riscului financiar al entității „Limark” S.R.L.

Indicatori	Anul 2012	Anul 2013	Abaterea (+;-)
1	2	3	4
1. Venituri din vânzări (VV), mii lei	94681	105412	+10731
2. Consumuri și cheltuieli variabile (CV), mii lei	52643	57630	+4987
3. Marja de contribuție (M), mii lei [rd.1-rd.2]	42038	47782	+5744
4. Rata marjei de contribuție (RM), % [(rd.3/rd.1) x100%]	44,4	45,33	+0,93
5. Consumuri și cheltuieli fixe (CF), mii lei	42909	48184	+5275
6. Cheltuieli aferente dobânzilor (Chd), mii lei	540	2203	+1663
7. Pragul de rentabilitate (PR1), mii lei [[rd.5+rd.6)/rd.4]x100]	97858	111156	+13298
8. Indicatorul de poziție în mărimi absolute (IPoz), mii lei [rd.1-rd.7]	-3177	-5744	-2567
9. Indicatorul de poziție în mărimi relative (Is), puncte [(rd.1-rd.7)/rd.7]	-0,03	-0,05	-0,02
10. Coeficientul de elasticitate (CE), puncte [rd.1/(rd.1-rd.7)]	-29,80	-18,35	-11,45

Sursa: Bilanțul contabil al companiei „ Engros”S.R.L. pentru anii 2012-2013

Din informația prezentată în rezultă că la entitatea ”Limark”S.R.L. marja de contribuție s-a majorat în anul 2013 față de anul 2012 cu 5744 mii lei. Totuși, sporirea veniturilor din vânzări într-un ritm mai rapid  $(105412/ 94681 \times 100\% = 111, 33 \%)$  decât ritmul creșterii consumurilor și cheltuielilor variabile  $(57630/ 52643 \times 100\% = 109,47 \%)$  a determinat creșterea punctului critic total cu 13298 mii

lei, și diminuarea indicatorilor de poziție în mărimi relative și absolute. Acești indicatori s-au micșorat, creșterea consumurilor și cheltuielilor fixe a determinat o diminuare a coeficientului de elasticitate cu 11,45 puncte. Din cele prezentate mai sus, putem menționa, că activitatea entității analizate poate fi caracterizată ca fiind riscantă atât în anul 2012 cât și în anul 2013.

Totalitatea riscurilor ce pot apărea într-un proiect de parteneriat public-privat sunt anticipate de către partenerul public în studiul de fezabilitate, care include în sine o analiză complexă ce ar defini și cuantifica în termeni economici și financiari riscurile de proiect, luând în considerare scenariile identificate de partajare a acestora între parteneri cu argumentări raționale în studiu.

**Riscul** este un element incert, dar posibil, ce apare permanent în procesul evenimentelor tehnice, umane, sociale, politice, reflectând variațiile distribuirii rezultatelor posibile, probabilitatea de apariție cu valorile subiective și obiective, având efecte posibil negative și ireversibile.

**Managementul riscurilor** este un element - cheie pentru parteneriatul public-privat, una din metodologiile de management al riscurilor proiectelor de parteneriat public-privat ce reprezintă Matricea riscurilor. Matricea reprezintă o perspectivă asupra principalelor riscuri ce va fi utilizată ca referință pentru identificarea riscurilor pe întreaga durată de viață a proiectului. Fiecare proiect poate avea riscuri specifice care nu sunt menționate în matrice, iar riscurile specificate pot fi sau nu aplicabile unui anumit proiect.

Procesul de management al riscului implică următoarele etape:

**I. Identificarea riscurilor** reprezintă în esență o evaluare a riscurilor ce pot afecta proiectul de parteneriat public-privat prin identificarea amenințărilor și pericolelor previzibile și calcularea probabilității de manifestare a acestora și gravitatea impactului lor asupra proiectului de parteneriat public-privat. Deoarece evenimentele viitoare au un anumit grad de incertitudine, estimarea probabilității de materializare se face cu o marjă de eroare, apelând, după caz, la o consultanță specializată pentru cuantificarea acestei valori.

În acest sens, Matricea riscurilor evidențiază câteva categorii de riscuri în funcție de tipul lor: de locație, de proiectare, de construcție, de operare, financiare, comerciale, politice/legislative, de mediu, de forță majoră etc.

Fiecare categorie conține un număr de riscuri interdependente, cum ar fi întârzieri în construcție și depășiri de costuri, în care un astfel de risc are impact asupra altuia și viceversa.

**II. Evaluarea riscurilor.** Impactul sau valoarea unui risc, precum și probabilitatea ca evenimentul reprezentat ca risc să aibă loc, sunt destul de subiective și speculative, de aceea adeseori este recomandabil ca analiza să fie simplă și clară, accentul fiind pus pe identificarea riscurilor-cheie ale proiectului și, ulterior, asupra cuantificării lor în termeni economici și financiari, precum și asupra utilizării tehnicilor de atenuare și gestionare a respectivelor riscuri.

Deși teoretic riscurile pot fi identificate și evaluate, nu se poate estima ce riscuri apar efectiv în practică. Din acest motiv, este necesară analiza de senzitivitate pentru identificarea factorilor cu impact asupra valorii actualizate nete a proiectului.

**III. Alocarea riscului** reprezintă unul dintre cele mai importante elemente de asigurare a succesului unui parteneriat public-privat. După identificarea și evaluarea tuturor riscurilor materiale, fiecare risc trebuie analizat ca *risc transferabil* sau *risc reținut*, în măsura în care el poate fi transferat partenerului privat ori reținut de către partenerul public în cadrul parteneriatului public-privat.

#### **Concluzii.**

Printre principalele riscuri alocate partenerului privat se regăsesc unele riscuri de amplasament (structurile existente sunt inadecvate pentru dezvoltare, pregătirea terenului are ca rezultat un cost mult prea ridicat și depășește termenul stipulat în contract etc.), riscuri de proiectare, construcție și recepție a lucrărilor contractate (aparitia unui eveniment neprevăzut pe perioada desfășurării lucrărilor etc.), riscuri legate de finanțare (investitorul este incapabil să asigure suficiente resurse financiare) și riscuri ce privesc operarea (resursele necesare au un cost mai ridicat decât s-a anticipat în momentul contractării).

#### **BIBLIOGRAFIE**

1. Balea S. Analiza performanțelor financiare și riscului întreprinderii. București: Economica, 2007. 321 p.
2. Dobre I., Bădescu A., Păun L. Teoria deciziei. București: ASE, 2007. 343 p.
3. Istocescu A. Studiul de caz. Concepte, aplicații, variabile. București: ASE 2006. 327 p.

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ УЧАСТИЯ ГОСУДАРСТВА В ПРОЦЕССАХ КЛАСТЕРИЗАЦИИ  
THE FOREIGN EXPERIENCE OF STATE PARTICIPATION IN THE PROCESS OF  
CLUSTERING

**Ольга КОВИНЧУК**

аспирант Одесского регионального института  
государственного управления Национальной Академии  
государственного управления при Президенте Украины

***ABSTRACT.** The article highlights the main options for state participation process in clustering based on international experience. There is pointed out the complexity of the cluster approach to the development of territories, singled out the types of activity of public authorities oriented to create sustainable conditions for the development and implementation of cluster initiatives and projects in Ukraine.*

***ABSTRACT.** Articolul evidențiază principalele opțiuni pentru procesul de participare a statului în clustering bazate pe experiența internațională. S-a subliniat complexitatea metodei de grup pentru dezvoltarea teritoriilor, individualizarea tipurilor de activitate a autorităților publice orientate pentru a crea condiții durabile pentru dezvoltarea și punerea în aplicare a inițiativelor de tip cluster și proiecte în Ucraina.*

***KEYWORDS:** cluster, clustering, public administration, socio-economic development, cluster policy, competition, collaboration.*

***CUVINTE CHEIE:** cluster, clustering, administrație publică, dezvoltare socio-economică, politica de grup, concurență, colaborare.*

**Введение.**

С целью обеспечения жизнедеятельности государства и благосостояния его граждан, перед государственным управлением возникают все новые задачи по поиску эффективных инструментов реализации государственной политики для ответов на вызовы современности.

С точки зрения государственного управления, как управления социального, важным является выделение актуальных проблем и потребностей человеческой составляющей территории (например образование, здравоохранение и т.д.). Однако, стоит помнить, что социальная функция управления неразрывно связана с его экономической функцией. Социальная стабильность и благополучие населения страны во многом зависят от уровня развития экономики и самодостаточности регионов страны.

**Основной текст.**

Согласования интересов предприятий и регионов приводит к улучшению качества жизни работников и жителей территорий, а также уменьшения социально-экономического напряжения в регионе и стране в целом, что является основой повышения уровня социально-экономического развития страны.

Кластеры как территориально-локализованные структурные объединения зарекомендовали себя как эффективная форма сотрудничества субъектов хозяйствования на определенной территории. Такое сотрудничество помогает предприятиям достигать ожидаемых финансовых результатов, научно-исследовательским организациям успешно



внедрять собственные инновационные разработки, финансовым институтам результативно инвестировать финансовый капитал, а государству и регионам получить ряд конкурентных преимуществ [1]. Кластерный подход как инструмент экономического развития региональных и национальных экономик используют большое количество стран мира.

Фундаментальную основу исследования феномена кластера и процессов кластеризации в мире составляют работы А. Маршалла, М. Портера, С. Розенфельда, Э. Бергмана и Е. Фесера, Т. Андерсона, К. Кетельса и др.

К украинскому научному наследию по освещению проблем организации и управления кластерами, эффективности их деятельности и влияния на развитие экономики региона и страны в целом, относят труды М. Войнаренко, В.Гейца, С. Соколенко, В. Захарченко и В. Осипова, др.

Сегодня уже нельзя сказать, что для Украины это явление новое, однако невозможно и привести яркие примеры успеха реализации кластерных инициатив. В первую очередь это вызвано не только нежеланием предпринимательских структур интегрироваться, но и бессистемностью и «частичностью» участия в процессах кластеризации государственной и региональной политик.

Зарубежный опыт свидетельствует о том, что кластерный подход во всем мире признается как действенная политика пространственного (территориального) развития и повышения конкурентоспособности региональных и национальных экономик. Деятельность по реализации кластерного подхода может быть обозначена как кластеризация и представлять собой комплекс организационно-экономических мер, осуществляемых государственными и общественными институтами с целью ассоциации предприятий в кластеры и установления между ними неформальных взаимоотношений и сетевого сотрудничества [5].

Важным элементом кластеризации экономики государства является фасилитатор (субъект содействия кластерному развитию), первичной ролью которого является помощь кластера в процессе формирования и мотивации потенциальных членов кластера к проведению совместной деятельности. Кроме промышленных ассоциаций, на начальных стадиях кластерного развития, само государство может выступать в роли фасилитатора, путем принятия кластерных стратегий, через деятельность агентств регионального развития и / или региональных органов власти, которые инициируют процесс кластерного развития.

Предлагаем подробнее рассмотреть примеры участия государства в кластеризации, на основании зарубежного опыта, приведенные в таблице (табл.1.).

Таблица 1 Зарубежный опыт участия государств в кластеризации

<i>Страна</i>	<i>Особенности кластеризации</i>
<p>Великобритания и Северная Ирландия</p>	<p><i>Цель:</i> уменьшение отставания по уровню производительности и существенных диспропорций в уровнях производительности между различными регионами государства.</p> <p><i>Основные мероприятия:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• создано Практическое руководство развития кластеров, которое обосновывал целесообразность, механизм и особенности организации кластеров;</li> <li>• сформировано руководящую группу по развитию кластеров, которая действует при Кабинете Министров;</li> <li>• издана книга по конкурентоспособности "Наше конкурентоспособное будущее: развитие экономики на основе знаний" (1998);</li> <li>• создана карта кластеров, выделено 154 кластеров, от 8 до 18 в каждом регионе, в зависимости от географического размещения, развития и специализации каждого региона.</li> </ul>
<p>Швеция</p>	<p><i>Цель:</i> стимулирование инновационной деятельности и развитие всех регионов.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• программа Vinnväxt- лучший в мире образец по развитию инноваций на основе кластеров;</li> <li>• программа Visanu (укрепление кластеров независимо от их расположения, которое основывается на распространении знаний, создание наиболее благоприятных условий кластеризации);</li> <li>• Региональная кластерная программа (стимулирование реализации инициатив кластеризации, экспорта, развития маркетинга и сотрудничества с научно-исследовательскими учреждениями.)</li> </ul>
<p>Япония</p>	<p><i>Цель:</i> активизация деловой активности, повышения конкурентоспособности.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 программ по формированию базы развития кластеризации;</li> <li>• созданы региональные бюро по вопросам экономики, торговли и промышленности (RBETI), которые непосредственно работают с малым и средним бизнесом;</li> <li>• поощрение расширения кластеров в направлении сотрудничества с университетами, создание новых венчурных предприятий</li> </ul>
<p>Австрия</p>	<p><i>Цель:</i> объединение усилий в экономике для адаптации после обретения членства в ЕС.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• программа стратегического развития на основе обучения, квалификационной подготовки и маркетингового размещения кластеров;</li> <li>• предоставление особой поддержки малым и средним предприятиям;</li> <li>• программы по повышению мотивации участников кластеров, их квалифицированности.</li> </ul>
<p>Норвегия</p>	<p><i>Цель:</i> реализация программы инновационного развития.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• инвестирование в развитие инновационных центров при учебных заведениях и исследовательских центрах, как центров размещения кластеров, определение проблем и их решения (62 кластеры);</li> <li>• размещение бизнес-парков за рубежом, как способа расширения производства и влияния, исследования новых направлений инвестирования;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• выделение департамента по развитию кластеров при Кабинете Министров</li> </ul>
Португалия	<p><i>Цель:</i> повышение конкурентоспособности национальной экономики.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработка Национального плана действий (анализ существующих кластеров и регионов, определение их специализации для предпринимателей);</li> <li>• создание трансграничных кластеров</li> </ul>
Российская Федерация	<p><i>Цель:</i> реализация конкурентного потенциала территорий (регионов) Российской Федерации путем создания сети территориально-производственных кластеров, формирование ряда инновационных высокотехнологичных кластеров в европейской и азиатской части России.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Разработаны Методические рекомендации по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации;</li> <li>• на федеральном уровне сформирован ряд механизмов, позволяющих обеспечить гибкое финансирование мероприятий по развитию кластеров, в частности это: нормативно-правовое регулирование, административные меры, бюджетная поддержка, благоприятный инвестиционный климат, соответствующее информационное обеспечение.</li> <li>• одно из наиболее ключевых мест использования кластерного подхода в стратегиях социально-экономического развития ряда субъектов Российской Федерации и муниципальных образований.</li> </ul>
Польша	<p><u>До 2013 года</u></p> <p><i>Цель:</i> повышение инновационности экономики Польши.</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Развитие институтов, обеспечивающих предоставление консультационных и технических услуг;</li> <li>• Поддержка совместных действий предприятий, основанных на формировании сетей, ориентированных на внедрение инновационных проектов;</li> <li>• Усиление кооперации между R&amp;D сектором и экономикой, включая кластеры;</li> <li>• - Распространение использования ИК технологий.</li> </ul>
	<p><u>2014-2020 годы</u></p> <p><i>Цель:</i> усиление инновационности и конкурентоспособности польской экономики на основе интенсификации сотрудничества, взаимодействия и распространения знаний в рамках кластеров, а также поддержка развития стратегической экономической специализации (ключевых национальных кластеров)</p> <p><i>Мероприятия кластеризации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Широкая поддержка существующих кластеров и тех, которые создаются путем дофинансирования (главным образом с регионального уровня) координаторов кластеров, в том числе кластерных инициатив, которые ими проводятся.</li> <li>• - Интеграция доступной публичной поддержки вокруг выбранных кластеров с ключевым значением и потенциалом для экономики (центральная поддержка) и отдельных регионов (региональная поддержка), которые вписываются в «умную» специализацию.</li> </ul>

\* Доработано автором на основании источника [3]

Анализируя международный опыт, можем выделить четыре основных варианта участия государства в процессах кластеризации:

1) функциональная (или каталитическая) кластерная политика, при которой государство способствует соединению заинтересованных сторон между собой (выступает катализатором процесса кластеризации) и предоставляет определенную финансовую поддержку в ее реализации;

2) поддерживающая кластерная политика, где функция государства заключается в поддержке и направлении инвестиций в инфраструктуру;

3) директивная кластерная политика, когда поддерживающая функция государства дополняется проведением специальных программ, направленных на трансформацию специализации локального региона через развитие кластеров;

4) интервенционистская кластерная политика, когда государство вместе со своей директивной функцией берет на себя ответственность за дальнейшее развитие кластера путем предоставления трансфертов, субсидирования, других инструментов активного регулирования и формирования его специализации [3].

Кроме того, стоит отметить, что опыт других стран свидетельствует об отсутствии единых унифицированных механизмов создания и развития кластеров.

Таким образом, процесс создания кластеров в Украине должен иметь два направления. Во-первых, это подражание примеров формирования и функционирования кластерных систем в мире. Во-вторых, поиск специфических, чисто украинских, направлений для развития таких систем, с учетом особенностей национальной экономики.

Мировой опыт свидетельствует, что определяющим в высокой конкурентоспособности кластерных формирований являются:

- С одной стороны - использование конкурентных преимуществ территорий, на которых концентрируется то или иное производство (наличие и качество ресурсов, квалификация и стоимость рабочей силы, территориальное размещение, природно-климатические условия и т.п.), что позволяет использовать данные преимущества для производства конкурентоспособного продукта и повышение доходов жителей и бюджетов этих территорий. С такой точки зрения кластеры выполняют функцию своеобразных «точек роста» региональных экономик, а иногда и государств в целом;

- С другой стороны - усиление конкурентных преимуществ через налаживание прямых связей между участниками кластера (как формальных, так и неформальных), которые формируются для совместной деятельности по крупнотоварному производству конкурентоспособного продукта - отдельный участник без сотрудничества с другими и специализации не может наладить эффективное производство. Одновременно это и

конкуренция партнеров и интенсивный обмен информацией и взаимными требованиями, которые побуждают их к внедрению инноваций [2, с. 6].

Учитывая вышеизложенное, предлагаем считать, что кластерный подход - это комплексный подход к развитию территорий, научно-практическая разработка территории в целом, а не отдельных объектов. В основе любого кластера лежит частно-государственное партнерство, а следовательно, государственные и местные органы власти должны быть прямыми участниками кластеризации.

Однако в украинских реалиях следует понимать, что, несмотря на совершенно обоснованное участие государства в процессах кластеризации, ключевую роль в формировании и функционировании таких объединений все же выполняют бизнес-структуры. Именно от их готовности к интеграции, продуктивного сотрудничества, наличия отлаженной кооперации, установленных неформальных связей возможно формирование и функционирование кластеров на определенной территории [1].

Роль государства, а учитывая ускоренные процессы децентрализации и региональных / местных органов власти заключается в косвенных мероприятиях влияния, а именно в формировании благоприятной среды для формирования и функционирования таких территориально-интегрированных структур как кластеры. Так, по мнению наиболее известного кластерного теоретика Портера, на раннем этапе основная задача правительства (органов власти) - улучшение инфраструктуры и устранение неблагоприятных условий, дальше его роль должна концентрироваться на устранении ограничений к развитию инноваций.

Сегодня, формирование и развитие кластеров в Украине, со стороны центральных органов власти, требует создания соответствующих правовых, организационных, финансовых условий.

Региональным органам власти, кроме определения кластеризации перспективным направлением развития территорий и повышения конкурентоспособности региона в своих стратегиях, целесообразно проводить мероприятия по созданию благоприятных условий для разработки и реализации кластерных инициатив и проектов и постепенной системной интеграции кластерной модели развития в существующий механизм хозяйствования и управления, в частности:

- выявление «точек роста» экономики на долгосрочную перспективу, которые стали бы основой для развития кластеров;

- подготовка необходимых методико-инструктивных и пояснительных материалов по вопросам развития кластерных формирований для их распространения среди участников кластерных объединений и кандидатов на участие в них [4];

- формирование на основе заказов участников кластера заказ высшим учебным и профессионально-техническим заведениям Украины на обучение специалистов и специалистов необходимого профиля с будущим их трудоустройством в структуре кластера;
- разработка программ краткосрочной подготовки и переподготовки специалистов в области создания и функционирования инновационных сетевых структур (кластеров);
- осуществление организационно-правовой поддержки инициатив предприятий и организаций кластерного объединения
- разработки веб-сайтов и единой информационной базы с информацией о существующих в регионах кластеры, информирование предпринимателей о преимуществах кластерной модели организации производства во время мероприятий по развитию предпринимательства, создания электронных форм заявок для предприятий, желающих стать участниками кластеров;
- привлечение средств массовой информации к широкой пропаганде и разъяснения среди предпринимателей экономической выгоды ведения бизнеса на основе кластерных объединений, освещение лучшего опыта их работы [4].

#### **Выводы.**

Таким образом, обзор зарубежного опыта позволяет сформировать представление о роли, возможных вариантах и степени участия государства в процессах кластеризации.

Преимущества применения кластерной политики для органов государственной и региональной власти заключаются в том, что она позволяет комплексно, системным образом рассматривать ситуацию в группе взаимосвязанных предприятий, принадлежащих к различным отраслям. Преимущества кластера для его участников носят объективный характер, т.е. не зависят конкретно ни от одного из них, поэтому потенциально они более устойчивы, чем объединение другого типа.

Реализация же государственными органами власти политики содействия экономического развития территории, в том числе кластерной политики, требует формирования адекватных институтов реализации. Это может служить основой для дальнейших исследований.

#### **БИБЛИОГРАФИЯ:**

1. Буснюк С.В. державне регулювання процесу формування та функціонування кластерів в Україні [Електрон. ресурс] / С.В. Буснюк // Економічний форум 1/2014 – Режим доступа:  
[https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0CD8QFjAE&url=http%3A%2F%2Ffirbis-nbu.gov.ua%2Fcgi-bin%2Ffirbis\\_nbu%2Fcgiirbis\\_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD%3D1%26Image\\_file\\_name%3DPDF%2Fecfor\\_2014\\_1\\_7.pdf&ei=EwYaVOS-](https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=5&cad=rja&uact=8&ved=0CD8QFjAE&url=http%3A%2F%2Ffirbis-nbu.gov.ua%2Fcgi-bin%2Ffirbis_nbu%2Fcgiirbis_64.exe%3FC21COM%3D2%26I21DBN%3DUJRN%26P21DBN%3DUJRN%26IMAGE_FILE_DOWNLOAD%3D1%26Image_file_name%3DPDF%2Fecfor_2014_1_7.pdf&ei=EwYaVOS-)

KsSgyAO4oYLIBg&usg=AFQjCNHrI2\_hHc3m5X3B5sTh63BmN6oj1g&sig2=W6QiN\_JWQ3l-cNCQ40ptmA

2. Кропивко М.Ф. Концептуальний підхід до кластерної організації та управління розвитком агропромислового виробництва / М.Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. - № 11. – С. 3-13
3. Люльчак З.С., Вишньовська Х.М. Кластеризація – спосіб підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств агропромислового комплексу та галузі, загалом [Електрон. ресурс] . / З.С. Люльчак, Х.М. Вишньовська, 2011 // Електронний науковий архів Науково-технічної бібліотеки Національного університету «Львівська політехніка» - Режим доступу: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13856/1/29\\_188-196\\_Vis\\_720\\_Menegment.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/13856/1/29_188-196_Vis_720_Menegment.pdf)
4. Рекомендації Міжнародної науково-практичної конференції «Кластеризація – вагомий фактор підвищення конкурентоспроможності економіки України» [Електрон. ресурс] – Режим доступу: <http://seu.org.ua/recommendations/>
5. Solvell O. Clusters. Balancing Evolutionary and Constructive Forces / Silvell I. – 2009 - P.63, 70.

*CONCEPTUL ȘI ISTORIA EVOLUȚIEI RECLAMEI SOCIALE*  
*CONCEPTS AND EVOLUTIONARY HISTORY OF SOCIAL ADVERTISING*

**Adriana BUZDUGAN**, dr., lector univ., ULIM

**ABSTRACT.** *Advertise commercial and social opinion are divided into consumer and the producer. Until recently many of those working in the field of commercials and achieved significant success here, believed that there is some prospect of working with social advertising, the simple reason that it does not profit. But nowadays increasingly more producers consider advertising social advertising a challenge for creativismul and professionalism available.*

**ABSTRACT.** *Reclama comercială și socială sunt despărțite în părerea consumatorilor și în cea a producătorilor. Până nu demult mulți dintre cei care lucrează în sfera reclamelor comerciale și au obținut aici un succes semnificativ, credeau că nu există o careva perspectivă de lucru cu reclama socială, din simplu considerent că ea nu aduce profit. Însă actualmente din ce în ce mai mulți producători de publicitate consideră reclama socială o adevărată provocare pentru creativismul și profesionalismul de care dispun.*

**KEYWORDS:** *advertisement, advertising, social advertising, corporate social responsibility.*

**CUVINTE CHEIE:** *reclamă, publicitate, publicitate socială, reclamă socială, responsabilitate social corporativă.*

**Introducere.**

Actualitatea conceptului de reclamă socială este determinată de faptul că Republica Moldova tinde să adere la Uniunea Europeană și respectiv să primească toate valorile acesteia. Toate aceste valori au fost educate în timp anume prin reclamele sociale. Republica Moldova a fost și ea o perioadă îndelungată supusă influenței reclamei sociale, și anume a reclamei sociale din URSS. Toate acele sloganuri, cum erau: „Păziți pădurea de incendii”, „Economisiți căldura și lumina”, „Spălați mâinile înainte de mîncare”, „Pîinea – bogăția noastră” chiar și „Obligatoriu să fii vigilent și de viclenia dușmanului să nu uiți”. Totuși reclama perioadei sovietice avea un caracter strict ideologic, fapt carui da o nuanță intensă de formalism.

În ultima perioadă reclama socială a devenit un instrument din ce în ce mai utilizat de către ONG-uri și desigur de către stat. Această tendință va permite dezvoltarea unor procese pozitive, va regla procesul de diagnosticare și autoreglare a problemelor sociale.

Reclama comercială și socială sunt despărțite în părerea consumatorilor și în cea a producătorilor. Până nu demult mulți dintre cei care lucrează în sfera reclamelor comerciale și au obținut aici un succes semnificativ, credeau că nu există o careva perspectivă de lucru cu reclama socială, din simplu considerent că ea nu aduce profit. Însă actualmente din ce în ce mai mulți producători de publicitate consideră reclama socială o adevărată provocare pentru creativismul și profesionalismul de care dispun.

Reclama socială este privită ca un mijloc simplu și accesibil de reglare la o mare parte din problemele sociale. În pofida simplității aparente, reclama socială este un instrument extrem de fragil, ce nu admite violența, nu admite un mimetism sub alte tipuri de reclame (politică,



comercială), rapid reacționează la limitările ideologice, care riscă să transforme reclama socială în bine cunoscuta agitație sau propagandă.

Republica Moldova este departe de nivelul social din țările europene, de aceea reclama socială este necesară mai mult ca oricând. Și necesită o aplicare prudentă și corectă de către stat, ONG-uri și agenți economici.

### **Conținut de bază.**

În viața cotidiană, când discutăm la subiectul de „publicitate” gândul ne duce la un produs sau la un serviciu contra cost. Publicității îi mai putem spune și reclamă. Totuși, între acești doi termeni nu ar trebui să punem semnul sinonimiei absolute.

Publicitatea (reclama) este atribut iminent al unei societăți în care funcționează economia de piață. Decenii la rând, în țara noastră, ca și în întreaga URSS din care făcea parte, nu era necesară publicitatea (reclama) comercială, deoarece economia era planificată, centralizată, existând doar o profundă abordare a reclamei sociale (care de fapt nici nu era numită reclamă socială, ci doar noi astăzi o percepem astfel) ca instrument principal de informare și control a societății sovietice. Odată cu obținerea independenței și, implicit cu, liberalizarea relațiilor economice a apărut publicitatea (reclama) și necesitatea reglementării ei.

Dat fiind că, în mod obiectiv, într-o perioadă restrânsă urmau să fie reglementate, practic toate domeniile activității sociale, legislatorul, în elaborarea și adoptarea actelor normative a apelat masiv și uneori în grabă la experiențe existente deja în lume. Așa s-a întâmplat că, având în limba română doi termeni – publicitate și reclamă, în textele juridice a fost și rămâne utilizat termenul de „publicitate”. Se vede, a fost o traducere/adaptare din engleza americană unde termenul „publicity” este echivalat cu informație de interes public. Dar americanii mai au și termenul „advertising” prin care definesc cu exactitate tocmai ce noi înțelegem, de fapt, eronat, prin termenul publicitate.

Sintagma „publicitate socială” a pătruns în limbajul uzual, dar și cel juridic, prin filiera limbii ruse în perioada sovietică și post-sovietică. La rândul său, respectiva sintagmă a pătruns în limba rusă constituind de fapt un calc din îmbinarea de cuvinte engleze "social advertising". În SUA, de regulă, sunt utilizate două sintagme: "public service advertising" și "public service announcement", prescurtat – PSA. PSA are drept subiect o idee care ar trebui să aibă o anumită valoare socială. Publicitatea socială este de multe ori destinată celui mai larg public, și care se preocupă de așa probleme omenești ca: lupta împotriva violenței, protecția naturii, sănătatea copiilor (și societății), narcomania și SIDA. Scopul PSA – este de a schimba atitudinea publicului la o anumită problemă, dar pe termen lung - crearea unei noi valori sociale”. Scopurile PSA sunt foarte apropiate de scopurile organizațiilor non-profit prin publicitatea acestora, și anume își propune să schimbe tiparele comportamentale ale societății [3].

Prin urmare, prima preocupare ar trebui să fie identificarea unei sintagme, care ar transmite exact sensul a ceea ce trebuie să definească. PSA, mai degrabă, ar fi un anunț sau reclamă (dacă nu dorim să renunțăm la acest cuvânt) cu rol de serviciu public. Preocuparea pentru exactitatea noțiunilor este îndreptățită și din motiv că, de fapt, „social (ă)” are mai multe conotații. Cercetătoarea din Rusia Olga Savielieva, pe bună dreptate, observă că, deoarece toată viața noastră este socială, în orice tip de publicitate coexistă două nivele, două discursuri: unul ține de marfă/serviciu, iar altul – de societate. Reclama comercială nu are rost în afara societății și, deci, este și socială. Orice tip de reclamă are impact asupra cetățeanului/cumpărătorului ca parte din structura societății, or, acest fapt, demonstrează o dată în plus necesitatea de a identifica o altă sintagmă/noțiune pentru de defini ceea ce azi denumim „reclamă socială”, sau ceea ce, de exemplu, în SUA este definit drept PSA. Obiectul unei asemenea noțiuni ar trebui să fie ideea care conține o anumită valoare socială/publică.

O noțiune exactă și o definiție clară a „reclamei sociale” ar facilita și modul de identificare a acesteia, ceea ce actualmente implică dificultăți. Astfel, este necesar de combinat toți termenii utilizați de diferiți experți: publicitate „socială”, „publică”, „non-profit”, „necomercială” într-un singur termen – reclamă socială.

Așa cum se cunoaște, furnizori de „reclamă socială” pot fi statul, instituțiile necomerciale, dar și organizații comerciale. Ultimele, din motive lesne de înțeles, în situația lipsei unor „reguli de joc” exacte și clare, ar putea încerca să utilizeze „reclama socială” în scopuri promoționale, comerciale, sau chiar politice. Pentru publicitatea comercială legislația prevede multiple restricții și interdicții când e vorba de medicamente, alcool, produse pe bază de tutun, apariția în spoturi, mai ales video, a unor simboluri, sau a unor personaje (medici, copii, autori/prezentatori de știri și emisiuni etc). Pentru „reclama socială” atare restricții și interdicții lipsesc. Mai mult, un creator de mesaje/apeluri de interes public, de exemplu, trebuie să conteze pe protagoniști-personaje binecunoscute auditoriului și credibile, pentru a fortifica impactul așteptat de pe urma difuzării spotului.

În Moldova există practica difuzării la radio și televiziune a „reclamei sociale” în același segment temporal rezervat publicității comerciale. Și, dacă în spoturile de „reclamă socială” sunt prezente elemente de conținut interzise de lege în publicitatea comercială, persistă pericolul sancționării din partea organului de supraveghere a respectării legislației cu privire la publicitate.

Pentru a contracara eventualele abuzuri și confuzii ar fi necesar ca cineva să stabilească, totuși, să identifice care reclamă face parte din categoria celei „sociale”. În campaniile electorale, bunăoară, spoturile motivaționale, educaționale, orientate către alegători, produse de organizațiile necomerciale, și care, în esență, reprezintă „reclama socială”, sunt acceptate pentru difuzare/distribuire după ce, în prealabil, un consiliu din cadrul Comisiei Electorale Centrale

constată că respectivele spoturi nu urmăresc scopuri politice/electorale. Prin analogie, acest rol ar putea să-l aibă Agenția Națională pentru Protecția Concurenței, responsabilă de respectarea legislației cu privire la publicitate - în cazul în care „reclama socială” va rămâne reglementată de respectiva lege. Soluția preferabilă, însă, ar fi o autoritate de autoreglementare, un Consiliu Național pentru Publicitate, care ar putea avea în atribuții și această funcție, cum se practică în țări, precum SUA, Germania sau România.

Oricare formă instituțională care ar avea respectiva autoritate va trebui de fiecare dată să dea o apreciere calificată caracterului publicității ca mesaj, inclusiv în cazurile în care „reclama socială” indică sponsorii. De exemplu, conținutul unui spot de „publicitate socială” ar putea fi: *„Gura Căinarului” vă îndeamnă să beți numai apă curată!*”, sau: *„Partidul verzilor” vă invită la salubritatea localităților Moldovei!*”, sau: *„gasNatural Fenosa” vă amintește: „Stingeți lumina înainte de a ieși din casă!”*, sau: *„Încălțăminte „Zorile” adaugă sănătate picioarelor!”*. Exemplele invocate conțin mesaje sociale. Concomitent, însă, ele fac publicitate sponsorilor. Acest fapt ridică mai multe întrebări. Dacă în mesajele sociale ar exista interdicția de a aminti sponsorii, ar fi un gest descurajator pentru sponsori de a promova și mesaje sociale, de interes public. Pe de altă parte, scoaterea interdicției ar putea conduce la diminuarea bugetelor pentru publicitatea comercială, de rînd ce efectul poate fi atins și prin difuzarea de „publicitate socială”. Oricum, în toate situațiile, autoritatea care va avea atribuția de a da „verde” „reclamei sociale” va trebui să fie recunoscută de către toți producătorii de „reclamă socială”, fie că e vorba de organe de stat, de organizații necomerciale sau de business.

Pentru o mai bună înțelegere a reclamei sociale, în continuare vor fi numite funcțiile acesteia, care sunt:

1. Informativă (de exemplu, cînd și unde se poate de dat declarația pe venit, ce evenimente au loc – colectarea donațiilor pentru casele de copii, pentru victimile din urma inundațiilor, ș.a.);
2. Formarea de noi comportamente (renunțarea la fumat, propaganda anti-alcool și alte elemente ale unui nivel sănătos de viață);
3. Crearea unei imagini pozitive a serviciilor sociale și ONG-uri;
4. Consolidarea eforturilor instituțiilor sociale și sponsorilor în rezolvarea problemelor sociale;
5. Formarea canalelor de „feedback” între organizațiile sociale și clienți pentru a controla funcționarea sistemului și aplicarea ajustărilor necesare.

În momentul în care este necesar de realizat o aprofundare în reclama socială și determinarea rolului acesteia în evoluția societății, se va începe cu relatari istoriei acesteia.

Publicitatea socială a apărut odată cu apariția de politici publice și de publicitate electorală. Ea s-a născut atunci cînd statul a simțit necesar de a comunica cu populația de a comunica anumite mesaje populației pentru a primi ajutor în păstrarea ordinii publice și recrutarea în armată.

Încă în Roma antică și Grecia, exista reclama socială orală, unde pe străzi populația era informată despre treburile statului, despre începutul războaielor sau despre recrutarea în armată.

Istoria oficială a reclamei sociale pornește de la începutul secolului XX. În anul 1906, organizația publică „American Civic Association” a creat primele reclame sociale, îndemnând protejarea cascadei Niagara de la prejudiciul cauzat de companiile de energetice [2, p. 19].

Boom-ul reclamei sociale a avut loc în timpul celui de-al doilea război mondial. Sub forme de: afișe, pliante, radio (mai puțin), foto (doar o fotografie sau bază de pliante, afișe)

Afișele celui de al doilea război mondial sunt împărțite în trei mari categorii:

1. Este asociat cu recrutarea de soldați din armata;
2. Asociat cu colectarea de bani pentru război;
3. Este asociat cu o demonstrație de țara sa și a lumii fata inamicului.

Posterele din toate țările sunt extrem de asemănătoare în structura lor grafică și scopul social. Ele efectuau două funcții importante - de a informa și de a crea o imagine negativă clară a dușmanului. Cele mai faimoase afișe de recrutare, sunt afișe gemene, apărute în Anglia, Statele Unite și URSS. Afișul englez "Țara ta are nevoie de tine" unde degetul arătător este îndreptat în public, asemănător fiind cu cel din URSS - "Te-ai oferit voluntar?", și cel din SUA „I want you for U.S.ARMY” cu „Unchiul Sam” ca personaj.

În legătură cu dificultățile economice și alimentare din perioada celui de-al doilea război mondial, în anumite țări au apărut afișe ce chemau la păstrarea resurselor de alimentare și combustibil. Un exemplu tipic este un poster cu un apel de a mânca pește, deoarece peștele se hrănește independent și nu are nevoie să fie hrănit cu mincare specială (și în plus, a cheltui bani pe acea mincare). În timpul celui de-al doilea război mondial, în Statele Unite ale Americii a fost realizată o campanie specială, cu participarea celui mai mare psiholog social K. Lewin, în scopul de a schimba atitudinea negativă a populației cu privire la folosirea măruntaielor alimentare, și respectiv astfel reducând consumul de carne în condiții de război și probleme cu bugetul.

În timpul Primului Război Mondial, guvernul SUA făcea o intensă propagandă în rândurile populației. Astfel sa ajuns la crearea Comitetului pentru informare publică. El explica publicului motivele pentru care războiul a început, cum el decurge și de ce trebuie câștigat. Au avut loc și alte evenimente efective, cum ar fi: publicarea gratuită a anunțurilor de primire la armată, la marșuri militare și vinderea obligațiilor de stat. Toate aceste evenimente, combinau reclama socială și PR-ul social, astfel excelent îndeplineau sarcina. Există referiri că președintele SUA D. Eisenhower spunea că, fiecare dolar cheltuit pentru povestirea istoriei succesului american, era echivalentul a 5 dolari cheltuiți pentru înarmare.

În primii 2 ani a celui de-al doilea război mondial, în Anglia au fost tipărite peste 100 de diferite afișe în tirajuri foarte mari. Unul din cele mai eficiente poate fi numit și afișul „*Tată, dar ce*

ai făcut TU în timpul marelui răzvoi?” („Daddy, what did YOU do in the Great War?”). Pe afiș este prezentată o fetiță ce stă pe genunchii tatălui său, și dă această întrebare. Iar la podea un băiețel se joacă cu soldățeii. Acel afiș avea 2 publicuri țintă – recruții și familiile acestora, care trebuiau să-și convingă bărbații să meargă la război. Acest afiș a formulat foarte clar situația și viitoarele acțiuni ale celor ce trebuia să împlinescă armata britanică.

Se crede că Primul Război Mondial a fost un punct de cotitură în istoria reclamei sociale de tip afiș. În rezultat A. Hitler în „*Mein Kampf*” în anul 1926, a constatat că reclama socială britanică era foarte efektivă din punct de vedere al „șantajului emoțional” [2, p. 28].

În Rusia, după Revoluția din Octombrie din 1917, guvernul sovietic a înființat un program special pentru producția a reclamei sociale. Specific acestei programe, a fost orientarea spre populația urbană analfabetă și țărani care trebuiau infectați cu ideile revoluționare.

În anul 1919 a apărut „*Окна РОСТА*” (Agenția Rusă de Telegrafie), care a reprezentat afișele politice în serie, cum ar fi poveștile de pe benzi desenate. Cel mai renumite dintre ele sunt însoțite de texte ale lui V. Maiakovski. Artiștii de avangardă și designerii au contribuit foarte mult la primele reclame sovietice. „*Окна РОСТА*” era bine acceptată de către populație din cauza unei forme simplificate de prezentare a informațiilor și utilizarea unui interval îngust de stereotipuri.

În 1942, în SUA, a fost stabilit Consiliul de Publicitate („Ad Council”). În timpul războiului, el a rezolvat problema de mobilizare a națiunii spre victorie. El la fel ca și în timpul Primului război mondial, contribuia la chemarea recruților la armată, la vânzarea obligațiunilor de stat, încuraja amenajarea „parcurilor de victorie” și trimiterea scrisorilor poștale pe câmpul de luptă. În anii 50-60 această consiliu și-a modificat metoda de abordare a temelor cât și însăși temele au devenit altele. De la simplele militaro-patriotice, s-a trecut la problemele sociale ale societății: securitatea în stradă, preîntâmpinarea incendiilor în păduri. Consiliul de Publicitate a fost primul care a ridicat problema analfabetismului printre americani și violența asupra copiilor. La acest consiliu s-a alăturat și alte organizații și instituții, cum sunt: serviciul de imigrație, ministerul de comunicații, ministerul sănătății, ș.a.

În SUA statul plătește la prețul de piață pentru publicarea reclamelor sociale. Astfel pentru reclama socială se cheltuie anual peste 800 mln. USD. În calitate de principal difuzor este statul, prin faptul că reclama socială este poziționată de statul american ca – cel mai important instrument în reglarea problemelor sociale [4].

În SUA, anul 1987 s-a evidențiat prin începerea unei campanii sociale foarte mari cu denumirile: „SIDA – Se poate întâmpla și cu tine”, „Pur și simplu zi: NU” și „Trez la volan”.

Cea mai eficientă campanie organizată de Consiliul de Publicitate a fost - „Trez la volan”. Primul ei ciclu a durat 7 ani, din anul 1987 până în anul 1994. Eficacitatea campaniei în indicatorii sociali este nespus de mare – numărul de șoferi beți la volan a scăzut cu 20%.

Următorul pas spre dezvoltarea reclamei sociale a fost făcut în anul 1991, când cunoscuta firmă americană de cosmetică „AVON” a inițiat o companie de profofilactică preventivă de prevenire a cancerului la sîni la femei. Acțiunea a primit susținere și durează pînă în zilele noastre, obținînd susținerea a 42 de țări. Necătînd la faptul că nu este o legătură directă a temei programei și activității companiei „AVON”, anume datorită acetei acțiuni firma momentan s-a evinețiat printre concurenți, demonstrînd primul model de succes a responsabilității social corporative (RSC) [1, p.154].

În anul 1996, concernul „Philip Morris” a început campania anti-fumat cu cel mai mare buget din istoria campaniilor anti-fumat, pentru această campanie s-a cheltuit 6 mlrd. USD. Senzaționalul proiect a stîrnit un deosebit interes la marca comercială „Philip Morris” și rapid a crescut capacitatea concurențială a ei pe piața mondială de tutun.

Astfel, SUA din nou a demonstrat o tehnologie nouă practic paradoxală, iar atenția și atitudinea pe care ei o au asupra problemelor sociale, prin prisma bugetelor destinate unor asemenea campanii sociale, și descrie valorile unei națiuni.

În SUA chiar și cetățenii de rînd contribuie foarte mult la aplicarea și dezvoltarea campaniilor sociale, peste 50% din americani donînd anual în jur de 500 USD iar 6% donînd peste 5000 USD.

În Republica Moldova reclama socială s-a dezvoltat ca parte a URSS și nu a suportat nici o diferențiere pînă în 1989. Atunci a început să apară afișe în limba română deja care chemau la diferite mișcări revoluționare, informau despre activitatea statului nou și altă informație de genul acesta. Reclama socială cu chemare la ocrotirea naturii, apelor, păstrarea curățeniei au apărut mai tîrziu prin anii 1998. O altă etapă de dezvoltare a reclamei sociale în Republica Moldova a început în anul 2007, cînd AAPM a început prima campanie socială care purta denumirea de „NU! Beției la volan”

În Marea Britanie, Consiliul de Publicitate a fost creat în anul 1946, și funcționează pînă astăzi sub denumirea de „Biroul Central de Informații” („The Central Office of Information”). Acest centru independent de marketing, are drept sarcină principală – coordonarea activității structurilor de stat în domeniul comunicației și interacțiunea cu agențiile de publicitate. La fel ca în SUA, în Marea Britanie, statul nu publică gratuit în mass-media, ci plătește prețul de piață pentru amplasarea publicității.

În Coreea de Sud, Consiliul de Publicitate a fost fondat în anul 1981 cu denumirea de KOBACO - Korea Broadcasting Advertising Corporation. Acesta este principalul organ de stat care reglementează amplasarea și difuzarea publicității sociale. KOBACO deține monopolul absolut asupra distribuției publicității și respectiv publicității sociale la TV și radio. Anume experții KOBACO determină dacă o reclamă are caracter social sau nu.

## **Concluzii.**

În urma studierii temei cu privire la reclama socială și rolul ei în evoluția societății putem trasa următoarele concluzii:

1. Reclama socială este un instrument extrem de fragil, ce nu admite violența, nu admite un mimetism sub alte tipuri de reclame (politică, comercială), rapid reacționează la limitările ideologice, care riscă să transforme reclama socială în bine cunoscuta agitație sau propagandă.

2. Rolul reclamei sociale în evoluția societății este major, astfel că datorită prezenței ei societatea a devenit una mai tolerantă, mai sănătoasă, mai naturalistă, mai cu omenie, mai pacifistă ș.a., însă în regiunile în care nu a fost prezentă reclama socială, fiind înlocuită de reclame ideologice și politice s-a format o societate plină de cruzime și intoleranță.

3. Pe parcursul evoluției reclamei sociale în Republica Moldova, putem menționa că reclama socială pură a suferit o încetinire considerabilă și de durată în perioada anilor 1991-2006. Totul se datorează faptului că odată cu declararea independenței Republica Moldova, organele de conducere au considerat prioritare alte domenii diferite de reclama socială, iar ONG-urile internaționale abia prindeau rădăcini în țara nou formată. Cît privește ONG-urile naționale ele erau abia în proces de formare și depuneau de un buget mult prea mic pentru a da naștere unei reclame sociale calitative. Totul s-a schimbat însă în anul 2006 cînd s-a observat un avînt al reclamelor sociale, s-a conceput formarea Asociației Agențiilor de Publicitate în Moldova cît și s-a organizat pentru prima dată un concurs al reclamelor sociale la care puteau participa toți doritorii.

## **BIBLIOGRAFIE:**

1. Stoica D. Despre publicitate, în volumul Comunicare și cultură: aplicații interdisciplinare, București: Tritonic, 2006.
2. Кипнис М. Тренинг креативности. – 2-е изд., Москва: Ось-89, 2006.
3. <http://ombudsman-vrn.ru/index.php/111-proekty/konkurs-rabot-o-pravakh-cheloveka/287-2012-9-q-q> (vizitat 10.05.2014)
4. [http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT\\_ID=399&SECTION\\_ID=108](http://www.socreklama.ru/analytics/list.php?ELEMENT_ID=399&SECTION_ID=108) (vizitat 20.05.2014)

CUANTIFICAREA INTENSITĂȚII MOTIVAȚIEI  
QUANTIFICATION OF INTENSITY MOTIVATION

**Constantin RACOCEANU**, drd., ULIM (România)

**ABSTRACT.** *In this article are discussed the issues of motivation quatification and are used some mathematical models to measure the intensity of motivation for workers. The results of an association depend on common effort of its members. If the personnel's objectives are near by the association ones, then the effort made will bring a higher contribution to the expected results of the association.*

**ABSTRACT.** *În acest articol sunt discutate aspecte legate de cuantificarea motivației și sunt folosite unele modele matematice pentru a măsura intensitatea de motivare a lucrătorilor. Rezultatele unei asociații depinde de efortul comun al membrilor săi. În cazul în care obiectivele personalului sunt aproape de cele de asociere, atunci efortul depus va aduce o contribuție mai mare la rezultatele așteptate ale federației.*

**KEYWORDS:** *motivation, common effort, textile clothes.*

**CUVINTE CHEIE:** *motivație, efort comun, haine textile*

**Introducere.**

Motivația este un concept fundamental în psihologie exprimând faptul că la baza conduitei umane se afla un ansamblu de mobiluri (trebuințe, tendințe, interese, intenții, idealuri) care susțin realizarea anumitor acțiuni, fapte, atitudini.

Motivația acționează ca un câmp de forțe în care se află atât subiectul cât și persoanele, activitățile. Analog vectorilor fizici, vectorii motivației sunt caracterizați prin intensitate, direcție și sens, proprietăți care pot fi măsurate prin anumite metode psihologice. Sensul și direcția unui vector exprimă atracția, apropierea, evitarea sau respingerea. Intensitatea lui se regăsește în forțe de apropiere sau respingere.

Motivația se referă la forțele individuale care dau direcția, nivelul și persistența efortului unei persoane la muncă.

Direcția se referă la alegerea pe care o face individul când are mai multe alternative, nivelul la cantitatea de efort pe care o depune persoana iar perseverența la perioada de timp în care o persoană este atașată de o anumită acțiune.

**Conținut de bază.**

Motivația este un ansamblu de forțe ce incită individul în a se angaja într-un comportament dat. Ea se raportează la factori interni (tipul nevoilor, aspirațiilor) și factori externi (mediu).

Managerul trebuie să aibă la bază cunoașterea efectivă a modului în care oamenii se comportă și se schimbă de-a lungul timpului și nu felul în care ar dori ei să se comporte.

Motivarea personalului are mai multe roluri:

- managerial – determină conținutul și eficacitatea funcției de antrenare care condiționează previziunea, organizarea, coordonarea și controlul;

- organizațional – se referă la impactul major pe care motivarea îl are direct și indirect asupra modului de funcționare al firmei;



- individual – determină dependența satisfacțiilor și insatisfacțiilor fiecărui salariat, a evoluțiilor sale, de motivarea exercitată;

- economic – condiționarea performanțelor economice de motivarea ce predomină în fiecare firmă;

- social – reprezintă efectul celorlalte roluri în planul elementelor psiho-sociologice.

A motiva înseamnă a dezvolta în om sentimentul îndeplinirii sale profesionale și sociale. Salariul este principala cale de motivare a personalului dar personalul angajat are nevoie de a învăța prin muncă, de a lua decizii, de a fi recunoscut ca profesionist, de a contribui la viitorul unității, etc.

Motivele care îi animă pe oameni sunt legate de așteptările lor. Așteptările concretizează credințele indivizilor în existența unor șanse ce pot fi obținute în urma efortului și performanței.

Factorii motivaționali care sporesc valoarea subiectivă a muncii sunt: aprecierea reușitei salariaților, cunoașterea performanțelor organizației, încurajarea inițiativei, climat de lucru în echipă, decizii ale colectivelor de lucru etc.

Factori motivaționali pot fi pozitivi atunci când se asociază direct rezultatele muncii, cu atitudinea față de muncă sau negativi atunci când sunt muștrări, avertismente sau diminuări de salarii.

Cu cât crește gradul de dificultate a sarcinilor, cu atât descrește intensitatea optimă a motivației și invers. Conducătorii trebuie să utilizeze strategii practice de motivare a muncii având în vedere potențarea încrederii oamenilor în ei înșiși, dezvoltarea aprecierilor pozitive despre muncă, etc.

Motivația de realizare este influențată de cinci factori:

- de personalitate – fiecare individ este impulsivat de dorința de realizare a succesului și de evitare a eșecului;

- situaționali – posibilitatea de succes în funcție de situație;

- combinarea factorilor de personalitate și situație;

- reacții emoționale;

- comportamentul de realizare ca rezultat al interacțiunii celor patru factori.

### **Cuantificarea intensității motivației**

Mc Clelland sugerează managerilor folosirea a patru direcții către performanță:

- perseverența în asigurarea feedback-ului performanței;

- stimularea și popularizarea angajaților cu rezultate bune;

- promovarea unei imagini în care persoanele au nevoie de schimbare și de succes;

- urmărirea comportamentelor angajaților.

Urmărind comportamentul în muncă V. Vroom constată că acesta este produsul a doi factori: valența și așteptarea.

Recompensele pe care indivizii le consideră atractive sunt cele pe care le percep că au o valență ridicată.

Cuantificarea intensității motivației se face folosind formula lui McCormick și Ilgen:

$$E = A \left( \sum_{j=1}^n I_{ij} \cdot V_j \right)$$

în care:

E – efortul

A – așteptarea că efortul depus va duce la performanță

$I_{ij}$  – instrumentalitatea unei performanțe  $i$  pentru obținerea unui rezultat  $j$  de ordinul II

$V_j$  – valența rezultatului de ordinul II

N – numărul rezultatelor de ordinul II

Lipsa oricărui factor din relația de mai sus semnifică absența motivației.

Așteptarea – se referă la percepția unui angajat că efortul depus conduce la performanță, iar aceasta este influențată de abilitățile angajatului (experianță, cunoștințe), resursele de care dispune (informații relevante, materiale, timp) și claritatea obiectivelor.

Instrumentalitatea – reprezintă relația percepută dintre rezultatele de pe primul nivel (terminarea muncii mai devreme) și al doilea nivel (evaluarea superioară). Acest lucru poate fi cuantificat cu valori cuprinse între +1 și -1. Dacă rezultatul de pe primul nivel conduce la o evaluare pozitivă atunci instrumentalitatea unuia față de celălalt este de +1. Acest rezultat se poate apropia de zero atunci când nu există nicio relație percepută sau instrumentalitate de -1, atunci când se consideră ca rezultatul de pe nivel secund nu poate fi atins ca urmare a rezultatului de nivel prim. Instrumentalitatea este probabilitatea ca un rezultat de ordinul I (nivel de performanță) să fie urmată de un rezultat de ordinul II (retribuție). Pentru ca percepția angajatului că rezultatele dorite să fie atașate performanței obținute, legătura dintre rezultatele de ordinul I și II trebuie să fie vizibilă pentru acesta. Șansele de obținere a unei recompense estimată de individ (instrumentalitatea) pot varia între 0 și 1. 0 înseamnă că nu întrevide nicio șansă de obținere a recompensei dorite, iar 1 traduce convingerea individului că va obține recompensa (rezultatul dorit) pentru modul cum și-a îndeplinit sarcinile.

Valența – reprezintă atașamentul sau preferința unei persoane pentru un anumit rezultat. Valențele pot fi pozitive (plata, promovările și sarcinile interesante) sau negative (muștrările). Valența este valoarea sau atractivitatea unui rezultat pe care o anticipă un angajat, ea nu există ca atare, ci numai în relație cu un anumit obiect sau stare, numite rezultate. Aceste rezultate pot fi tangibile (retribuție, condiții de muncă bune, etc), intangibile (recunoașterea performanțelor, sentimentul realizării) sau niveluri de performanță.

### **Corelația rangurilor**

Pentru a arăta concordanța sau neconcordanța dintre instrumentalitatea performanței și valența rezultatului se folosește corelația rangurilor. Rangul este locul pe care îl ocupă valorile  $I_{ij}$  și  $V_j$  în cadrul șirurilor din care fac parte, șiruri ordonate crescător sau descrescător.

Pentru determinarea intensității corelației rangurilor se folosește coeficientul lui Spearman (R).

$$R = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)} \text{ unde: diferența dintre rangurile } u_i \text{ (rangurile valorilor } I_{ij} \text{) și } w_i \text{ (rangurile$$

valorilor  $v_j$ )

$n$  – numărul termenilor seriei

**Tabelul 1. Calculul coeficientului Spearman la S.C. Confecția S.A. Tg-Jiu**

Vechimea în unitate Ani	$I_{ij}$	$I_{ij}$	$V_j$	$u_i$	$w_i$	$d$	$d^2$
0 – 5	0,3	0,4	0,3	1	1	0	0
5 – 10	0,5	0,6	0,6	2	3	- 1	1
10 – 20	0,7	0,8	0,7	3	4	- 1	1
Peste 20	0,5	0,6	0,5	4	2	2	4
				10	10	0	6

*Sursa:* calculele autorului

$$R = 1 - \frac{6 \cdot 6}{4(16 - 1)} = 0,4$$

Deci între cele două variabile există o corelație directă. Rezultatele de nivelul doi pentru un manager sunt:

- ocazia de a obține o creștere de salariu pentru angajați
- șansa de a obține o promovare a acestora.

Promovarea are valențe mai mari decât salariul. Instrumentalitatea unei performanțe medii pentru atingerea acestor rezultate favorabile este mai mică. Performanța înaltă are o valență mai mare decât cea medie.

Scopurile organizațiilor pot fi realizate doar prin efortul comun al membrilor ei. Pentru a lucra bine oamenii trebuie să fie puternic implicați și dornici să atingă anumite scopuri. Cu cât obiectivele personale sunt mai apropiate de cele organizaționale, cu atât efortul depus va aduce o contribuție mai mare la rezultatele așteptate de organizație.

Teoria așteptărilor pleacă de la ideea că efortul depus de individ într-o activitate depinde de valoarea recompensei pe care o așteaptă să o primească în schimb.

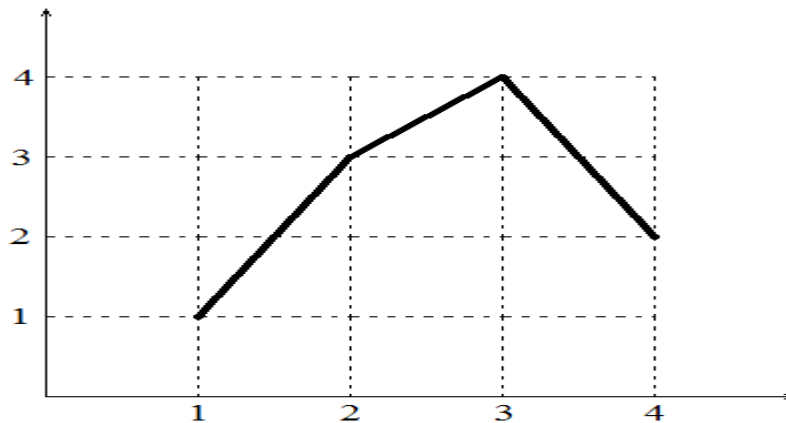
Din combinarea așteptării, (efort – performanță), instrumentalității (performanță – rezultat) și valenței (valoarea rezultatelor) rezultă intensitatea ridicată a motivației. Deci angajatul trebuie să valorizeze recompensa asociată și să aibă indicii că performanța sa în activitate va fi răsplătită.

Corelația dintre performanță și rezultat are în vedere că instrumentalitatea (probabilitatea ca un rezultat de ordinul I – nivelul de performanță) este urmată de un rezultat de ordinul II (retribuție, promovare, sentimentul împlinirii).

Comportamentele și nivelurile de performanță sunt denumite rezultate de ordinul I iar toate celelalte de ordinul II.

În analiza corelației rangurilor poate fi folosită și corelograma rangurilor, al cărei mod de construcție este următorul:

- pe abscisă se trec valorile rangurilor  $u_i$
- pe ordonată – valorile rangurilor  $w_i$



*Fig. 1. Corelograma rangurilor*

*Sursa:* elaborată de autor

### **Concluzii**

A motiva un angajat nu este o sarcină ușoară pentru un manager deoarece el trebuie să adapteze eforturile sale la particularitățile aceluși individ care sunt diferite de alți indivizi și la nevoile specifice lui. Motivarea salariaților se bazează mai mult pe o filozofie managerială decât pe aplicarea unei tehnici date. Atitudinea managerului față de oamenii pe care îi conduce determină și o reacție a acestora la această atitudine. Membrii unei culturi organizaționale au obiective asemănătoare care diferă cantitativ și calitativ. Managerul trebuie să aibă o atitudine justă, o viziune clară asupra mecanismului percepției și o analiză sistematică.

Managerii au tendința de a-i percepe pe ceilalți prin prisma propriilor lor competențe. Ei au o viață trepidantă și sunt tentați să utilizeze metoda cea mai facilă în analiza comportamentelor persoanelor cu care intră în contact, existând pericolul de a ignora caracterul unic al fiecărui individ.

Performanțele sunt rezultatul produsului dintre abilități, motivație și rolul pe care îl joacă un individ într-o organizație.

Managerul trebuie să ia în considerație orice tip de comportament, să adopte punctul de vedere al celuilalt pentru a-l înțelege deoarece motivația este o componentă subiectivă, să se comporte exemplar, realist, obiectiv și perseverent în demersul său de motivare.

O motivare eficientă presupune respectarea următoarelor cerințe: angajarea persoanelor care apreciază rezultatele firmei, oferirea de recompense, asigurarea unor sarcini care duc la

autodepășire, comunicarea explicită a sarcinilor, încadrarea personalului pe posturile care li se potrivesc, minimizarea sancționării personalului, motivațiile să fie corespunzătoare, etc.

Performanța și satisfacția sunt separate și independente.

Performanța este influențată de atributele individuale precum abilități și experiență, sprijinul organizațional legat de resurse și tehnologie și de efortul muncii.

### **Concluzii.**

Motivația individuală determină direct efortul în muncă și cheia pentru această motivație este de a crea un cadru de muncă care răspunde la nevoile și obiectivele individuale. Motivația depinde de recompense și valoarea imediată a lor. Managerii trebuie să realizeze că există posibilitatea ca nevoile salariaților să se schimbe în timp. Ei trebuie să acționeze pentru satisfacerea nevoilor de securitate, de stimă, de autorealizare ale personalului angajat. Motivația salariatului poate avea o rată de creștere, poate înregistra o stagnare sau un regres. În acest proces trebuie să intervină managerii.

A merge doar pe motivare financiară reprezintă o greșeală majoră din partea unui angajator, întrucât nu o să poată mări salariile în fiecare lună. Managerii trebuie să acționeze încât angajații să se simtă cel mai bine la actualul lor loc de muncă.

Angajatul trebuie stimulat să lucreze mai bine, mai mult, mai eficient, cu drag, cu tragere de inimă, fără să fie vorba de stimulente financiare.

Responsabilitatea este dată de profesionalismul și viziunea companiei. Motivarea financiară trebuie făcută la sfârșitul anului în funcție de profitul companiei.

Dar pentru aceasta managerul trebuie să prezinte un set de reguli foarte clare, respectarea angajaților, tratarea angajaților ca persoane, ședințe eficiente, atmosferă colegială între angajați, respectul între ei, repartizarea clar a sarcinilor, promovare transparentă așa încât fiecare angajat să aibă acces, angajații să fie apreciați pentru ce fac, sistemul salarial să fie transparent, să fie ascultate părerile angajaților.

Un indicator ferm al performanței este raportul dintre costuri și beneficii. Cu cât raportul este mai bun cu atât avem de-a face cu performanță.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Druță F. – Motivația economică, Editura Economică, București, 1999
2. Statistică – Isaic Maniu Alexandru, Mitruț Constantin, Voineagu Vergil, Editura Universitară, București, 2003

## PRINCIPII ȘI METODE DE ADMINISTRARE FISCALĂ A IMPOZITELOR ȘI TAXELOR

### PRINCIPLES AND METHODS OF TAX ADMINISTRATION OF TAXES AND FEES

**Olga BLAGORAZUMNAIA**, dr., conf.univ., ULIM  
**Carmen STOICA**, drd., ULIM (România)

**ABSTRACT.** *In contemporary managerial economic research lacks a unique approach for determining principles of fiscal management. Based on our existing scientific studies were highlighted the principles of fiscal administration of taxes and fees, which are based on key organizational provisions on the operation of the tax system.*

**ABSTRACT.** *În cercetările economico-manageriale contemporane lipsește abordarea unică privind determinarea principiilor administrării fiscale. Bazându-ne pe studiile științifice existente s-au evidențiat principiile administrării fiscale a impozitelor și taxelor, care se bazează pe principalele prevederi organizatorice privind funcționarea sistemului fiscal.*

**KEYWORDS:** *tax, tax system, tax administration, taxes, tax management, legislation.*

**CUVINTE CHEIE:** *fiscale, fiscalitate, administrație fiscală, taxe, management fiscal, legislația.*

#### **Introducere.**

Prin principiile organizării administrării fiscale urmează a înțelege cerințele fundamentale față de construirea sistemului administrării fiscale, realizarea cărora permite asigurarea eficacității necesare și rentabilității măsurilor planificate, de reglementare și control, prin urmare, sporirea prelevărilor plăților fiscale în buget.

În literatura de specialitate încă nu au fost întreprinse tentative de determinare în complex a principiilor administrării fiscale. De obicei, se examinau doar principiile unor elemente de gestionare a impozitelor. Astfel autorul propune de a diviza principiile administrării fiscale în două grupe mari:

- 1) principiile generale caracteristice nemijlocit administrării fiscale;
- 2) principiile particulare, care includ în sine principiile administrării conform funcțiilor acesteia, deoarece administrarea fiscală este formă de gestionare a raporturilor fiscale.

Înainte de formularea principiilor generale ale administrării fiscale urmează de remarcat, că și în legislația română nu este specificată nici însăși noțiunea, nici principiile caracteristice ei. Totuși în Codul fiscal al României, Cap II, art. 3 sunt prezentate nemijlocit principiile fiscalității, ale impozitelor și taxelor care se bazează pe următoarele principii:

a) neutralitatea măsurilor fiscale în raport cu diferitele categorii de investitori și capitaluri, cu forma de proprietate, asigurând condiții egale investitorilor, capitalului român și străin;

b) certitudinea impunerii, prin elaborarea de norme juridice clare, care să nu conducă la interpretări arbitrare, iar termenele, modalitatea și sumele de plată să fie precis stabilite pentru fiecare plătitor, respectiv aceștia să poată urmări și înțelege sarcina fiscală ce le revine, precum și să poată determina influența deciziilor lor de management financiar asupra sarcinii lor fiscale;

c) echitatea fiscală la nivelul persoanelor fizice, prin impunerea diferită a veniturilor, în funcție de mărimea acestora;

În Bazele Codului Mondial Fiscal (BCMF) sunt stabilite principiile de bază ale construirii sistemului fiscal în ceea ce privește administrarea fiscală.

- 1) unificarea organelor fiscale;
- 2) calcularea de sine stătătoare a impozitelor, precum și executarea legilor de către contribuabili din cont propriu în ceea ce privește:
  - informarea pretutindeni și calitativă și instruirea contribuabililor;
  - abordarea unică la aplicarea legislației;
  - sporirea nivelului de competență a lucrătorilor organelor fiscale (selectarea lucrătorilor se propune de a efectua în baza procedurilor elaborate de către administratorul fiscal, inclusiv organizarea examenului de concurs);
  - lista strict reglementată a sancțiunilor fiscale (aplicate atât contribuabililor, cât și organelor fiscale);
- 3) construirea unui „sistem transparent” de percepere a plăților fiscale din contul:
  - reținerii impozitelor la sursă (în măsura posibilităților);
  - deținerii numerelor de identificare a contribuabililor nu doar pentru plățile fiscale, dar și pentru operațiuni vamale;
  - confirmării documentare a operațiunilor economice;
  - aplicării soft-urilor pentru prelucrarea datelor;
  - distribuirii pretutindeni a verificărilor de audit în scopul confirmării calculelor fiscale de bază;
- 4) centralizarea informației ce ține de operațiunile de comerț extern și intern ale contribuabililor (crearea bazei unice de date).

#### **Conținut de bază.**

În literatura economică contemporană lipsește abordarea unică privind determinarea principiilor administrării fiscale. Bazându-ne pe studiile științifice existente, putem evidenția următoarele principii, care se bazează pe principalele prevederi organizatorice privind funcționarea sistemului fiscal:

- 1) principiul legității, care înseamnă necesitatea respectării cu strictețe a actelor normativ-juridice la desfășurarea activității de către organele fiscale;
- 2) principiul derulării administrării fiscale de către subiecții special împuterniciți în aceste scopuri (persoane oficiale ale organelor fiscale)
- 3) principiul realizării controlului fiscal în calitate de element funcțional de bază al administrării fiscale, în forme stabilite strict de legislație;
- 4) principiul exercitării controlului asupra tuturor contribuabililor;
- 5) principiul continuității administrării fiscale;
- 6) principiul respectării secretului fiscal de către funcționarii serviciului fiscal;

7) principiul răspunderii pentru contravențiile comise atât de către contribuabili, cât și de către organele fiscale;

8) principiul prevalării măsurilor orientate pentru prevenirea contravențiilor asupra prevenirii sancțiunilor de pedeapsă;

9) principiul plenitudinii, multilateralității și obiectivității activității administrative;

10) principiul realizării administrării fiscale sub controlul concomitent de stat și public (de stat – controlul din partea serviciului fiscal asupra structurilor subordonate; public – controlul în persoana organizațiilor publice ale ordinii de drept).

Reieșind din cele expuse, pot fi formulate principiile generale ale administrării fiscale, care reprezintă prima grupă în clasificarea prezentată de autor. În opinia autorului, la cele principale dintre ele pot fi referite:

1. Principiul legăturii reciproce și interdependenței elementelor fundamentale ale administrării fiscale, care includ planificarea fiscală, reglementarea fiscală și controlul fiscal. În cazul funcționării incorecte a unei dintre aceste componente se perturbază activitatea rațională a întregului sistem al administrării fiscale.

2. Principiul unității, care presupune existența abordării unice din partea tuturor subiecților administrării fiscale a aplicării normelor legislației fiscale. Respectarea acestui principiu contribuie la executarea completă și totală a legilor fiscale, sporind totodată nivelul conducerii și claritatea conlucrării organelor respective. Încălcarea principiului duce, viceversa, la aplicarea de către subiecții administrării fiscale a normelor legislative în mod arbitrar, ceea ce se reflectă negativ asupra calității administrării fiscale și contribuie la reducerea perceptibilității impozitelor.

3. Principiul neutralității și independenței în raport cu obiectele administrării, care presupune imposibilitatea influențării obiectelor verificate asupra activității subiecților administrării fiscale. Respectarea principiului menționat se asigură datorită lipsei subordonării organizaționale nemijlocite a obiectelor subiecților administrării.

4. Principiul generalității, care presupune, că administrării fiscale se supun toți contribuabilii, fără excepții.

5. Principiul răspunderii, care prevede răspunderea materială și administrativă atât a organelor administrării fiscale, cât și a contribuabililor pentru nerespectarea legislației fiscale, actelor normativ-juridice, regulamentelor și regulilor.

6. Principiul rentabilității și eficienței administrării fiscale. Cea mai răspândită metodă de determinare a rezultatului în organizațiile de stat este evaluarea volumului de lucrări executate. Evaluarea eficacității se efectuează prin raportarea rezultatului la cheltuieli sau resurse consumate. În ceea ce privește Inspectoratul fiscal al României, prin rezultatul activității lui înțelege volumul veniturilor fiscale mobilizate. Pe lângă aceasta, despre rezultatele lucrărilor executate mărturisește



numărul de contravenții fiscale, numărul de declarații prezentate la timp organelor fiscale și alți indicatori. Rezultatul activității organelor fiscale este legat nu doar de volumul total de venituri fiscale, dar și de profilaxia contravențiilor fiscale, sporirea disciplinei fiscale (de asemenea se exprimă prin indicatori cantitativi).

7. Principiul centralizării, care presupune verticala strictă a gestionării veniturilor fiscale, bazată pe specificul structurii județene. Dezvoltarea finanțelor regionale și locale nu trebuie să conducă la decentralizarea completă a gestionării veniturilor fiscale, deoarece aceasta poate atrage după sine încălcarea unității spațiului fiscal al țării.

8. Principiul divizării autorizațiilor între organele administrării fiscale. Stabilitatea structurii funcționale a organelor fiscale permite fortificarea unui cerc de drepturi și obligații în funcție de sfera de competență a fiecărei verigi administrative. Deoarece lista funcțiilor administrative depinde de caracteristicile verigii administrative concrete, soluționarea de către persoana oficială a subiectului administrării fiscale a unei întrebări la proprie latitudine nu se admite. Principiul menționat abordează problema corespunderii structurii organizaționale nivelului concret, soluționarea căreia contribuie la perfecționarea aparatului administrării de stat. Realizarea acestui principiu este orientată spre distribuirea funcțiilor între organele sistemului administrării fiscale, în care fiecare element este în stare să realizeze sarcini locale și indicații țintă, iar totalitatea lor (elementelor) – să acționeze eficient asupra obiectului administrării în complex. Orientarea spre țintă a administrării fiscale de stat urmează a fi examinată de pe poziția realizării sarcinilor de plan privind veniturile fiscale, precum și realizării politicii fiscale de stat orientate pentru sporirea eficacității sistemului fiscal.

9. Principiul stimulării financiare a lucrătorilor organelor administrării fiscale, orientate pentru sporirea rentabilității și eficienței administrării fiscale.

Deoarece administrarea fiscală reprezintă în sine forma de gestionare a raporturilor fiscale, apare necesitatea concretizării principiilor generale ale administrării fiscale în forma grupei a doua de principii caracteristice ei – particulare. În cadrul acestei grupe urmează a evidenția principiile planificării fiscale și prognozării, reglementării, controlului, evidenței și analizei [3].

Prognozarea și planificarea sunt bazate pe următoarele principii, care într-o măsură oarecare sunt caracteristice planificării și prognozării fiscale:

- alternativă (efectuarea alternativelor studiilor de pronostic);
- sistematizare (crearea sistemului de indicatori, metode și modele, corespunzătoare fiecărui obiect, care permite de a construi tabloul integru al dezvoltării lui);
- continuitate (elaborarea pronosticurilor și planurilor de diferit aspect de timp și ajustarea lor);
- complexitate (se realizează în legătură strânsă cu principiul priorității și presupune examinarea tuturor laturilor obiectului studiului în legătură reciprocă și interdependentă și alte procese și fenomene);

- caracterul adecvat (reflectarea proceselor reale în economie);
- orientare și prioritate (fiecare plan trebuie să fie orientat pentru atingerea unui oarecare scop, iar în calitate de priorități trebuie să fie evidențiate cele mai acute probleme din sfera concretă);
- optimalitate (se realizează prin dezvoltarea planificării optimale în baza diferitor metode);
- echilibrare și proporționalitate (ajustarea de bilanț a indicatorilor, stabilirea proporțiilor și asigurarea respectării lor);
- orientarea socială (prioritatea rezolvării problemelor sociale);
- îmbinarea aspectelor de ramură și județene ale planificării (presupune necesitatea elaborării planurilor de ramură, ținând cont de teritoriu concret și utilizarea rațională a resurselor locale).

Planificarea și prognozarea fiscală de stat este activitatea sistematică în vederea elaborării veniturilor fiscale planificate și altor indicatori, pregătirea deciziilor legate de viitorul sistemului impozitelor, impozitării și mecanismului fiscal. Datorită planificării și prognozării fiscale la nivel macro are loc determinarea bazei fiscale pe fiecare impozit și taxă, monitorizarea dinamicii vărsării lor în câteva perioade, calcularea nivelului vărsămintelor acestor plăți, evaluarea stării datoriei la plăți fiscale, precum și rezultatelor schimbării legislației fiscale. Scopul planificării fiscale este atingerea nivelului maxim posibil al vărsămintelor de impozite și taxe în sistemul bugetar al țării.

Principiile planificării fiscale după conținut se împart în [2]:

- 1) juridice (principiul „prezumției nevinovăției” contribuabilului, principiul legității, principiul utilizării în complex a legislației);
- 2) economice (principiul fundamentării economice, principiul calculării în complex a economiei și pierderilor fiscale);
- 3) de organizare (principiul îmbinării perspectivei și operativității, principiul profesionalismului, principiul confidențialității).

Deoarece planificarea fiscală este strâns legată de politica fiscală, îi sunt caracteristice unele dintre principiile acesteia:

- contribuirea la creșterea economică reală (creșterea PIB-ului, veniturilor subiecților economiei);
- asigurarea ritmurilor stabile de creștere a veniturilor de stat nu din contul amplificării poverii fiscale, ci în baza creșterii indicatorilor economici;
- unitatea strategiei și tacticii fiscale, politicii fiscale federale și teritoriale într-un spațiu fiscal unic al întregii țări;
- integrarea în spațiul mondial economic și fiscal.

În legătură strânsă cu planificarea fiscală și prognozarea se efectuează reglementarea fiscală de stat, care reprezintă în sine activitatea cu scop determinat în vederea acționării asupra economiei, ramurilor ei aparte, asupra sferei sociale, promovate doar cu ajutorul diferitor metode și instrumente fiscale (tipurile de impozite, metodele impozitării, înlesniri fiscale etc.), în scopul creării condițiilor pentru creșterea veniturilor fiscale în sistemul bugetar al țării. Reglementarea fiscală are strategie macroeconomică clară și influențează nu asupra întreprinderilor concrete, ci asupra economiei în întregime.

Reieșind din funcțiile de bază, care intră în componența reglementării, precum și din sarcinile acesteia, pot fi formulate principiile fundamentale ale construirii reglementării fiscale de stat:

1) principiul continuității, care înseamnă acțiunea permanentă asupra economiei prin aplicarea diferitor metode de reglementare. Respectarea acestui principiu este necesară pentru echilibrul permanent al proceselor, care au loc în economie, și în particular, în sfera fiscală. Încălcarea acestuia, viceversa, se reflectă negativ asupra funcționării întregului stat;

2) principiul atotcuprinderii, care presupune, că reglementarea fiscală cuprinde nu unele întreprinderi, ci economia în întregime;

3) principiul diversității formelor și metodelor reglementării de stat, aplicarea rațională și raportarea optimală a cărora garantează construirea unui sistem fiscal ca indicator la calității politicii fiscale a statului;

4) principiul orientării sociale, care se manifestă prin orientarea maximă pentru asigurarea financiară a intereselor sociale;

5) principiul asigurării siguranței fiscale realizate datorită respectării legității, echilibrului intereselor vitale ale personalității, societății și statului, precum și răspunderii reciproce.

Este cunoscut faptul, că condiție necesară pentru administrarea fiscală eficientă este controlul fiscal, scopul căruia constă în combaterea eschivării de impozite, precum și asigurarea remiterii stabile a veniturilor în bugetul statului.

Controlul fiscal este activitatea organelor competente reglementată de normele dreptului fiscal. Care asigură respectarea legislației fiscale și corectitudinea calculării, plenitudinea și oportunitatea defalcării impozitelor și taxelor la buget.

Principiile organizării controlului fiscal pot fi împărțite, de asemenea, în generale și specifice. În componența celor generale intră:

- nerambursarea (gratuitatea) efectuării (se realizează din contul mijloacelor bugetului, și nu a contribuabililor);

- competență (controlul se efectuează doar de către organele respective ale statului, care acționează strict în limita atribuțiilor stabilite și conform competenței);

- profesionalism (pregătirea corespunzătoare a inspectorilor și respectarea cerințelor față de calificarea profesională);

- obiectul controlului este determinat (obiectul controlului poate fi cât verificarea cerințelor obligatorii, atât și executarea prescrierilor organelor de control fiscal);

- coordonarea și interacțiunea organelor de control (imposibilitatea îndeplinirii sarcinilor care nu sunt atribuite organului concret; interacțiunea permanentă cu alte organe, schimbul de informații necesare);

- plenitudine (controlul cuprinde toți contribuabilii, indiferent de volumul plăților fiscale);

- preventivitate (prevenirea contraveniențelor fiscale).

Principiile specifice ale controlului fiscal includ în sine:

- respectarea formei procesuale (vinovăția trebuie să fie demonstrată în modul prevăzut de lege);

- prezumția nevinovăției contribuabilului (contribuabilul este nevinovat până ce vina lui nu va fi stabilită prin decizia instanței de judecată întrată în vigoare);

- prezumția dreptății contribuabilului (tratarea neclarităților neelucidate și contradicțiilor în folosul contribuabilului);

- respectarea secretului fiscal (prevede răspundere pentru divulgarea secretului fiscal);

- asigurarea îmbinării optime a orientării fiscale și de reglementare a controlului fiscal (neadmiterea cauzării daunelor contribuabilului în rezultatul acțiunilor incompetente ale persoanelor oficiale).

Pe lângă aceasta, controlul fiscal se bazează și pe unele principii stabilite de Constituția României, cum sunt: legitatea, stima și respectarea drepturilor omului și cetățeanului, umanismul, egalitatea drepturilor omului și cetățeanului față de lege.

Controlul asupra încasărilor fiscale se exercită prin ținerea evidenței operativ-contabile în organele fiscale pe fiecare contribuabil a calculării și defalcării fiecărui tip de impozit și altor plăți obligatorii. În cadrul evidenței are loc înregistrarea și evidența contribuabilului, evidența defalcării impozitelor și datoriilor, primirea și prelucrarea declarațiilor și rapoartelor, evidența utilizării mijloacelor pentru întreținerea organelor fiscale, precum și analiza și controlul. Principiile fundamentale ale evidenței în calitate de elemente ale administrării fiscale sunt [1]:

- continuitatea;

- utilizarea datelor unice pentru planificarea și evidența unităților de măsură;

- continuitatea și utilizarea multiplă a informației intermediare;

- obiectivitatea, plenitudinea și analiticitatea, care asigură informația exhaustivă despre obiectul de evidență;

- periodicitatea;

- evaluarea rezultatelor activității organului fiscal;

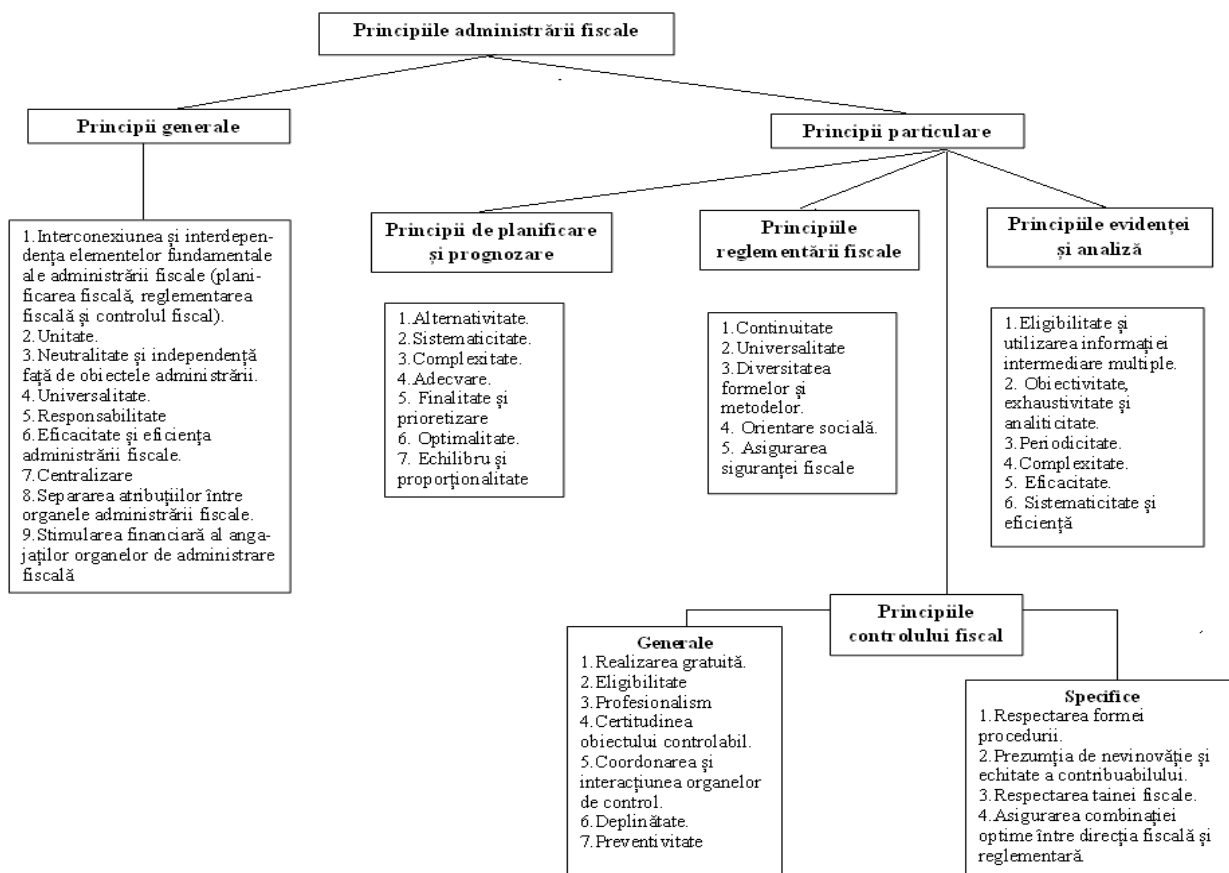
- corespunderea veniturilor și cheltuielilor în baza caracterului determinat provizoriu al faptelor activității economice.

În baza evidenței încasărilor fiscale se formează rapoartele despre veniturile fiscale (pe tipuri de impozite și taxe), se creează baze de date, care conțin indicatorii activității economice a contribuabililor. De aceea, urmează de examinat elementul indispensabil al evidenței – analiza. Analiza veniturilor fiscale presupune studierea și evaluarea volumelor, dinamicii și structurii veniturilor fiscale în sistemul bugetar și fondurile extrabugetare.

Analiza veniturilor fiscale trebuie să corespundă anumitor principii metodologice caracteristice analizei economice: caracterul științific, complexitate și abordare sistemică, obiectivitate, eficacitate, caracterul sistematic și rentabilitate.

Schematic principiile sus-menționate sunt prezentate pe figura 1.2

Studiind principiile administrării fiscale, urmează de trecut la examinarea metodelor, care permit realizarea principiilor menționate mai sus. Deoarece administrarea fiscală se bazează pe principiile reglementării, planificării, controlului și evidenței, realizarea lor este posibilă prin aplicarea metodelor caracteristice acestor noțiuni.



**Fig.1.1. Principiile administrării fiscale [Elaborat de autor]**

Drept metodă de planificare fiscală de stat servește evaluarea raportului dintre potențialul fiscal și defalcările reale de impozite și determinarea în baza acestora a volumelor fundamentate din

punct de vedere economic și structurii veniturilor în sistemul bugetar al impozitelor în perioada planificată. Totodată, planificarea fiscală se orientează spre un nivel înalt justificat de mobilizare a impozitelor și taxelor în sistemul bugetar. Cel mai frecvent în practica planificării fiscale se aplică următoarele metode:

- metoda trendului sau extrapolare (continuarea în viitor al tendințe, care s-au format în trecut) – se bazează pe date despre prelevarea impozitelor și taxelor concrete într-o anumită perioadă de timp anterioară, despre starea datoriilor la plățile fiscale, pe analiza tendințelor dezvoltării bazei impozabile etc.;

- metoda expert de dezvoltare a evaluărilor prognozate – se aplică pentru calcularea prelevărilor concrete de impozite și taxe posibile (totodată, este importantă evaluarea veridică a prelevărilor de impozite până la sfârșitul perioadei – se efectuează în baza datelor reale comparabile; pentru evaluarea și prognozarea veniturilor fiscale se analizează date despre baza fiscală, veniturile în sistemul bugetar, tendințele dezvoltării social-economice).

Totodată, există trei tipuri de previziune a veniturilor fiscale:

- previziuni deterministe a veniturilor fiscale – se realizează prin metoda de prognozare condiționată (este bazată pe obținerea evaluărilor elasticității veniturilor fiscale în baza impozitării; se deosebesc modele de prognozare statice - orientate spre evidența efectelor directe ale acțiunii asupra bazei fiscale) și dinamice - bazate pe construirea seriilor de timp corectate de venituri fiscale, ținând cont de schimbările în legislația fiscală) și metoda „calculatorului fiscal” (în baza aplicării modelului contribuabilului tipic și modelului agregării);

- previziunea seriilor de timp a veniturilor fiscale în baza dinamicii proprii – se efectuează cu aplicarea: metodei mediei ponderate glisante (Weighted Moving Average); metodei atenuării exponențiale duble; metoda Holt-Winters; modelele autoregresiei și mediei glisante (toate aceste metode sunt cu o variabilă);

- previziunea cu utilizarea modelelor cu mai multe variabile (se efectuează pentru îmbunătățirea calității prognozei indicatorului examinat).

În ceea ce privește reglementarea fiscală de stat, în practica mondială se aplică următoarele metode ale acestuia:

- schimbarea conținutului și structurii sistemului de impozite;
- înlocuirea unei metode sau forme de impozitare cu altele;
- schimbarea și diferențierea cotelor impozitelor;
- schimbarea înlesnirilor fiscale și reducerilor, reorientarea lor pe direcții, obiecte și plătitori;
- scutirea totală sau parțială de impozite;
- amânarea plății sau anularea datoriei;
- schimbarea sferei de răspândire a impozitelor.

Metodele controlului fiscal (metode și procedee de verificare a legalității operațiunilor economice, corectitudinii reflectării lor în documente) se aplică în strânsă legătură cu forma lor concretă (sunt stabilite la art.97 al Codului Fiscal). Gruparea metodelor menționate poate fi efectuată după anumite semne: gradul de uniformitate a procedurilor aplicate, volumul de muncă pe care îl necesită ele, cerințele de calificare ale controlorilor, după posibilitățile de automatizare. Reieșind din acestea, se evidențiază următoarele grupe de metode:

- controlul prin sondaj, care constă în activitatea de verificare selectivă a documentelor și operațiunilor semnificative, în care sunt reflectate modul de calcul, de evidențiere și de plată a obligațiilor fiscale datorate bugetului general consolidat;

- controlul electronic, care constă în activitatea de verificare a contabilității și a surselor acesteia, prelucrate în mediu electronic, utilizând metode de analiză, evaluare și testare asistate de instrumente informatice specializate.

Conform art 97, inspecția fiscală poate aplica următoarele proceduri de control:

- a) controlul inopinat, care constă în activitatea de verificare faptică și documentară, în principal, ca urmare a unei sesizări cu privire la existența unor fapte de încălcare a legislației fiscale, fără anunțarea în prealabil a contribuabilului;

- b) controlul încrucișat, care constă în verificarea documentelor și operațiunilor impozabile ale contribuabilului, în corelație cu cele deținute de alte persoane; controlul încrucișat poate fi și inopinat.

Evidența joacă rolul de element principal funcțional al administrării fiscale orientat pentru asigurarea informațională a tuturor nivelurilor de administrare cu informație veridică de evidență și analiză. În cadrul evidenței veniturilor fiscale se efectuează analiza care este una dintre metodele de evidență (documentarea, gruparea și generalizarea, analiza). Există diverse metode de analiză a veniturilor fiscale, care în mod generalizat reprezintă două grupe mari.

1. Analiza cantitativă, care include în sine:

- metoda comparării (confruntării) (evaluarea veniturilor fiscale de facto și taxelor în comparație);

- studierii structurale (după nivelele sistemului bugetar, după tipuri și grupe de impozite, pe ramuri și genuri de activitate economică, pe subiecte);

- utilizarea indicatorilor integrali (justificarea indicatorilor menționați și elaborarea metodelor de calculare a acestora);

- analiza factorială (analiza schimbării volumelor veniturilor comparativ cu perioadele de referință după factori concreți);

- gruparea (gruparea diferitor organizații după diferite semne).

2. Analiza calitativă, care presupune aplicarea:

- metodei evaluărilor expert;
- metodei monitorizării;
- metodei evaluărilor indirecte ale potențialului fiscal.

Studiind metodele particulare, apare necesitatea de a numi metodele de administrare fiscală proprie (după analogie cu principiile – metode generale).

1. Metodele forțării (impunerii) administrative aplicate contribuabililor sub formă de sancțiuni fiscale: amenzi, sechestrarea bunurilor, suspendarea operațiunilor pe conturi etc. Deoarece contribuabililor sunt întărite obligații de achitare a impozitelor, iar metodele menționate vor fi aplicate totdeauna contraveniențelor.

2. Metodele de stimulare care asigură activitatea legitimă a contribuabililor în vederea îndeplinirii obligațiilor fiscale (aplicarea înlesnirilor fiscale la plata impozitelor, schimbarea termenelor de achitare a impozitelor, scutiri fiscale, stimularea materială a lucrătorilor organelor fiscale și altor organe de control etc.).

3. Metoda alternativelor de reglementare, care a apărut din momentul intrării în vigoare a Codului fiscal, care întărește după contribuabil dreptul de a alege forma juridică de desfășurare a activității, modului de ținere a evidenței și întocmire a rapoartelor. Dar, din momentul alegerii de către contribuabil a comportamentului concret, acesta devine deja obligatoriu, iar pentru organele fiscale – inițial pentru verificare.

4. Metodele de control și reglementare, în cadrul cărora se efectuează evidența fiscală, verificările camerale și cu ieșire la fața locului etc., orientate pentru prevenirea și combaterea activității ilicite a contribuabilului.

5. Metoda parteneriatului, care prevede întărirea prin lege a procedurii de coordonare a prevederilor litigioase sau lipsă în legislația în vigoare (dezvoltat în măsură insuficientă în Rusia în legătură cu nivelul jos a administrării fiscale).

Organele de stat, exercitând gestiunea fiscală, se călăuzesc de altă clasificare a metodelor, în cadrul cărora se evidențiază:

- metoda, care condiționează îndeplinirea benevolă a obligațiilor de către contribuabil în vederea achitării impozitelor;
- metoda îndeplinirii forțate a obligațiilor în vederea achitării impozitelor;
- controlul fiscal.

### **Concluzii.**

În așa mod, se poate concluziona că administrarea fiscală este un proces desfășurat în baza principiilor și metodelor caracteristice administrării fiscale în întregime, precum și planificării și prognozării fiscale, reglementării fiscale, controlului fiscal, evidenței și analizei veniturilor fiscale. Totodată, administrarea fiscală este bazată pe principiile și metodele generale, realizarea cărora se



atinge datorită principiilor și metodelor concrete aplicate în procesul activității subiecților administrării fiscale. Este necesar de efectuat controlul fiscal permanent asupra respectării principiilor specificate. Doar, dacă în sistemul bugetar va ajunge un volum insuficient de plăți fiscale, aceasta va servi drept semnal despre faptul, că normele în vigoare ale legislației fiscale nu mai corespund necesităților dezvoltării economice, metodele de control aplicate nu mai sunt eficiente. Circumstanțele menționate vor duce la necesitatea depistării și analizei cauzelor remiterilor incomplete. În rezultat poate apărea întrebarea privind schimbarea structurii și funcțiilor organelor fiscale, direcțiilor politicii fiscale și bazelor metodologice ale impozitării, ceea ce va necesita cheltuieli materiale și de timp enorme. Anume din aceste cauze este important de a spori calitatea administrării fiscale și de a tinde spre asimilarea experienței pozitive a țărilor înaintate.

#### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Legea nr. 72/1996 privind finanțele publice. București, 2006.
2. Ordonanța Guvernului nr. 92/2003 privind Codul de Procedură Fiscală, republicată cu modificările și completările ulterioare. București, 2008.
3. Legea nr.571/2003 privind Codul Fiscal, republicată cu modificările și completările ulterioare. București, 2009.
4. Hotărârea Guvernului nr.1050/2004 pentru aprobarea normelor metodologice de aplicare a Ordonanței Guvernului nr. 92/2003 privind Codul de Procedură Fiscală. București, 2004.

*FORMAREA, COORDONAREA SI REFORMAREA SISTEMULUI DE ORGANIZARE A  
AUDITULUI INTERN IN CADRUL INSTITUTIILOR PUBLICE DIN ROMANIA IN PERIOADA  
POST INTEGRARIII*

*TRAINING, COORDINATION AND ORGANIZATION REFORM INTERNAL AUDIT WITH  
PUBLIC INSTITUTIONS IN ROMANIA IN THE PERIOD POST INTEGRATIONS*

**Gabriela Adina HASEGAN- MARES**, drd., ULIM

**ABSTRACT:** *After a brief overview of the terms of management and the audit will then describe the formation and coordination of the audit in order to improve business management.*

**ABSTRACT:** *Dupa o scurta prezentare a termenilor de management si de audit, urmeaza apoi descrierea formarii si coordonarii activitatii de audit in vederea eficientizarii activitatii manageriale.*

**KEYWORDS:** *Internal Audit, external audit, public institution, management, control, self-control, counseling.*

**CUVINTE CHEIE:** *Audit intern, audit extern, instituție publică, management, control, autocontrol, consiliere.*

**Introducere.**

Managementul este meseria care consta în a conduce, într-un context dat, un grup de oameni cu scopul de a atinge în comun obiective conforme finalitatilor organizatiei de apartenenta[1,p111].

Este deci o activitate practica ce grupeaza un ansamblu de experiente, cunostinte tehnice si rationale. Managementul presupune o ratiune strategica, vizând atingerea anumitor obiective. Misiunea lui, fiind de a urmari realizarea interesului general.

Managementul presupune detinerea de catre institutie a unei capacitate de actiune strategica, care îi permite sa atinga obiectivele pe care si le-a fixat.

Procesul de management se poate partaja, având în vedere natura sarcinilor implicate de desfasurarea lui si modul de realizare, în cinci functii: previziune, organizare, coordonare, antrenare, evaluare – control.

**Conținut de bază.**

Controlul este o analiza permanenta sau periodica a unei activitati, a unei situatii pentru a urmari mersul ei si pentru a lua masuri de îmbunatatire.

Este un atribut al managementului, o functie a conducerii, un mijloc de cunoastere a realitatii si de corectare a erorilor, permitând coordonarea activitatii din cadrul organizatiei într-un mod cât mai economic si eficient.

**Tipuri de control intern:** Controlul intern, cuprinde ansamblul controalelor din interiorul entitatii:

- autocontrolul activitatii prin respectarea de catre fiecare salariat a propriilor proceduri de lucru instituite;

- controlul mutual între fazele unui lant procedural, exercitat pe fiecare post de lucru asupra modului de efectuare a prelucrarilor în cadrul postului de lucru anterior;

- controlul ierarhic, exercitat pe fiecare nivel de responsabilitate;
- controlul partenerial se realizeaza prin delegarea unor competente între diferite nivele de responsabilitate.

Pot exista si alte forme de control intern având reguli procedurale distincte, fiind chiar structuri de sine statatoare: control de calitate, financiar preventiv, de gestiune, financiar – contabil, administrativ, inspectii.

Controlul extern, cuprinde totalitatea controalelor care se adreseaza entitatilor din afara acesteia, concretizându-se în urmatoarele forme:

- control financiar preventiv delegat exercitat de Ministerul de Finante prin controlorii delegati, la ordonatorii principali de credite ai bugetului de stat;
- control fiscal exercitat de Ministerul de Finante, prin inspectorii din cadrul Agentiei Nationale de Administratie Fiscala;
- control financiar exercitat de Curtea de Conturi a României, prin controlorii financiari;
- expertize contabile realizate de CECCAR, prin lucrarile de stricta specialitate, la solicitarea instantelor sau persoanelor fizice si juridice.

Scopul principal al activitatii auditului intern îl formeaza atât responsabilizarea managementului pentru realizarea tintelor pe care le au în fata, cât si a tuturor celorlalti executanti din interiorul organizatiei, aspect care poate fi atins numai prin urmarirea existentei, formalizarii si actualizarii sistematice a procedurilor interne si a modului de implementare a lor în practica.

Auditorii interni si managerul trebuie priviti ca parteneri si nu ca adversari, având aceleasi obiective, printre care eficacitatea actului de management si atingerea tintelor propuse.

Auditul intern este considerat ca fiind ultimul nivel al sistemului de control al entitatii. Prin activitatile pe care le desfasoara adauga valoare atât prin evaluarea sistemului de control intern si analiza riscurilor asociate activitatilor auditabile, cât si prin recomandarile cuprinse în raportul de audit intocmit.

Din analiza evolutiei functiei auditului intern se constata urmatoarele elemente de implicare în viata entitatii auditate:

- *Consiliere acordata managerului*

Managerul este consiliat de auditorul intern pentru a gasi solutii de rezolvare a problemelor sale, în sensul ca prin dispozitiile luate sa asigure un control mai bun al activitatilor, programelor si actiunilor sale.

- *Ajutorul acordat salariatilor, fara a-i judeca*

Auditul intern, are în vedere un control asupra activitatilor, care sa conduca la îmbunatatirea performantei existente si nu la judecarea acestuia.

*- Independenta totala a auditorilor*

Este necesara independenta compartimentului în cadrul institutiei, de aceea el trebuie sa functioneze subordonat celui mai înalt nivel ierarhic.

**Govenarea corporatista** este sistemul prin care institutiile sunt conduse si controlate. Administrarea corporatista implica un set de relatii între conducerea unei institutii, syndicate si agenti economici. Administrarea corporatista pune la dispozitie de asemenea structura prin care sunt stabilite obiectivele institutiei, precum si mijloacele de atingere a obiectivelor respective si de monitorizare a performantelor obtinute. O buna administrare corporatista ar trebui sa ofere motivatia pentru realizarea obiectivelor care sunt în interesul institutiei si al contribuabililor, si ar trebui sa faciliteze o monitorizare eficienta, incurajând astfel institutiile sa utilizeze resursele în mod suficient.

Transparenta si informarea continua reprezinta stâlpul principal pentru a se putea vorbi de o guvenare corporatista reala. Acestea permit syndicatelor precum si agentilor economici sa evalueze performantele managementului cu influenta asupra comportamentului lor. Mai mult, sistemele de informare pot forma manageri ce vor avea la îndemana mai multe mijloace prin care sa conduca în mod eficient. În sfârșit transparenta si furnizarea informatiilor ofera contribuabililor oportunitatea de a înțelege structura institutiei, activitatile si politicile sale astfel încât sa poata înțelege performantele si standardele etice pe care aceasta se bazeaza.

**Tipologia auditului aplicata in institutiile publice**

**Auditul extern** are ca misiune de a certifica exactitatea conturilor, rezultatelor si situatiilor financiare; si mai exact sa certifice regularitatea, sinceritatea si imaginea fidela a conturilor si a situatiilor financiare.

În România, Curtea de Conturi este definita ca „Institutie suprema de control financiar extern asupra modului de formare, de administrare si îmbunatatire a resurselor financiare ale statului si ale sectorului public.

Auditul extern evalueaza si el sistemul de control intern, dar numai pentru elementele de natura financiar – contabila. Ca domeniu de aplicare auditul extern înglobeaza tot ce participa la determinarea rezultatelor, la elaborarea situatiilor financiare finale. De obicei acestea se desfasoara în mod intermitent si în momente propice certificarii conturilor, respectiv dupa sfârșitul semestrului sau anului.

Standardele internationale INTOSAI definesc **auditul performantei** ca:

- *audit al economicitatii* activitatilor administrative în raport cu principiile si practicile unui management performant;

- *audit al eficienței* utilizării resurselor umane, financiare, incluzând examinarea sistemelor informaționale, a modului de măsurare și urmărirea indicatorilor de performanță, precum și a procedurilor urmate de organizație pentru remedierea deficiențelor identificate;

- *audit al eficacității* performanței referitoare la îndeplinirea obiectivelor organizației și auditul impactului efectiv al activității entității în comparație cu impactul planificat al acesteia.

Forma de administrare a fondurilor publice determină sau influențează prioritățile auditului performanței.

Când administrarea fondurilor publice se referă în principal la mijloace și într-o măsură mai mică la rezultate, auditurile au tendința să examineze cu precădere dacă reglementările și regulile au fost respectate și aplicate corect.

Când administrarea fondurilor publice se bazează pe obiective și rezultate, auditurile se concentrează în principal pe examinarea oportunității reglementărilor și regulilor.

În mod obișnuit, în cadrul auditului performanței, auditorii încearcă să răspundă la o serie de întrebări, care să le permită formularea unor concluzii și recomandări pertinente, din care să rezulte dacă:

- există o structură clar definită a obiectivelor performanței și au fost selectate instrumentele și prioritățile cele mai adecvate pentru utilizarea fondurilor publice;
- există o distribuție corespunzătoare a responsabilităților pe diferite nivele de autoritate, având în vedere principiul ierarhizării;
- se înregistrează o constientizare generală privind costurile și o orientare către producție și servicii destinate nevoilor populației;
- sunt monitorizate controalele de gestiune și se urmărește respectarea cerințelor de raportare.

În practică, obiectivele auditului performanței pot fi prezentate sintetic astfel:

- examinarea și evaluarea modului în care organizațiile care utilizează fonduri publice respectă în activitatea lor principiile economicității, eficienței și eficacității;
- furnizarea către Parlament de informații și recomandări independente și imparțiale rezultate din auditul efectuat la organizațiile care au utilizat fonduri publice;
- sprijinirea organizațiilor auditate prin recomandări cu privire la caile și mijloacele de îmbunătățire a performanței cheltuirii banului public.

**Auditul de management** constă în efectuarea de verificări, inspecții și analize ale sistemului propriu de control intern, în scopul evaluării obiective a măsurii în care acesta asigură îndeplinirea obiectivelor instituției publice și utilizarea resurselor în mod economic, eficace și eficient și pentru a raporta conducerii constatările făcute, slăbiciunile identificate și măsurile propuse de corectare a deficiențelor și de ameliorare a performanțelor sistemului de control intern [2,p.2].

O alta formula definitorie arata ca auditul de management rezida în aceea ca se concentreaza pe aprecierea capacitatii managementului privind realizarea obiectivelor organizationale, a calitatii functiilor conducerii si a determinarii gradului în care deciziile si actiunile managementului sunt adecvate atingerii obiectivelor stabilite.

**Input**-urile procesului de audit [3,p.2] cuprind date, informatii si cunostinte de specialitate privind:

- caracteristicile si nivelul de performanta al functiunilor institutiei publice;
- calitatea procesului de management cu evidentierea expresa a modului cum au fost exercitate attributele acestuia;
- caracteristicile si functionarea sistemului de management cu accent pe relevarea/evaluarea componentelor de ordin decizional, informational, organizatoric si metodologic si al nivelului lor de performanta;
- rezultatele obtinute de catre organizatia auditata cu raportare directa la obiectivele predeterminate si la modul cum au fost ele determinate de deciziile manageriale;
- gradul de adecvare a deciziilor la strategiile, politicile, planurile si programele adoptate de catre management.
- economicitatea, eficacitatea si eficienta programelor, proceselor activitatilor si operatiunilor derulate în cadrul functiunilor institutiei.

**Output**-ul (raportul de audit) [3,p3] cuprinde formulari consacrate prin care se exprima clar, fara echivoc, opinia expertului tinzându-se catre o atestare/certificare/ validare a procesului/ relatiilor/ sistemului de management examinat prin prisma calitatii inerente. Raportul de audit prezinta date si informatii privind:

- rezultatul investigatiei (materialul probant si constatările);
- opinia auditorului (concluziile si recomandările) formulata pentru a conferii o evaluare/ asigurare fara echivoc a nivelului de performanta inerent entitatii cercetate;
- anexele cu materialul probant necesar pentru a se argumenta constatările/concluziile/recomandările si pentru a se evidentia standardele / criteriile de audit (actele normative si/sau reperele conceptuale avute în vedere ca termeni de comparatie).

### **Concluzii.**

În concluzie, auditul intern privește toate activitățile din cadrul economiei, indiferent de forma în care se exprimă, în această tendință înscriindu-se și administrația publică, cu atât mai mult cu cât adoptă elemente de evidență și raportare din sectorul privat, care îi permit pași decisivi spre eficacitate, spre o atingere în condiții de eficiență a obiectivelor stabilite.

Principalele recomandări care consider că se impun a fi formulate în urma concluziilor au în vedere: intensificarea pregătirii profesionale a managerilor și acționarea în recția determinării unor

schimbări de mentalitate; constientizarea urgentă a managementului în legătură cu responsabilitățile sale privind controlul intern.

Știința conducerii prezintă sistemul de control din cadrul organizației ca fiind o “piramidă” ce derivă din responsabilitatea unică a managerului general.

La rândul lor, competențele privind controlul intern sunt astfel repartizate la nivelurile ierarhice inferioare, încât să se poată acoperi întregul necesar de reglare a sistemului organizațional.

Auditul intern vizează sistemul de control intern al instituției publice și, pe această bază, preponderent, calitatea și performanța managementului organizației în corelație cu obiectivele acesteia, prin examinarea conformității financiar-contabile, a sistemului decizional și de conducere, a legalității și regularității operațiunilor și activităților, a economicității, eficienței și eficacității resurselor alocate sau atrase.

Managementul instituțiilor publice românești este “fosilizat”, în cel mai bun caz, în abordarea clasică, de tip întâmplător (contingency), care consideră că maximizarea eficacității organizației este condiționată de armonizarea reciprocă a activităților, politicilor și proiectelor sale. La nivelul funcționării instituțiilor și, mai ales, la nivel decizional, dezavantajele acestei abordări se materializează în decizii inadecvate complexității realității, prin luarea în considerare a unui număr redus de variabile și a unor relații simpliste între acestea (de tip linear sau pe baza de proporții), ignorarea multitudinii cailor de rezolvare și neconturarea mai multor soluții pentru atingerea obiectivului, precum și absența unei perspective temporale în luarea deciziilor și examinarea fenomenelor economice și manageriale implicate, perspectiva ce trebuie construită exclusiv în direcția îndeplinirii obiectivelor instituției publice în cauză.

#### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Revista Management – Editura Economia nr.2/2003
2. [www.oeconomica.uab.ro](http://www.oeconomica.uab.ro) – Tipologia Auditului Financiar contabil, ultima vizualizare 13.10.2014
3. <http://ro.wikipedia.org> – Sistem de management al calitatii, ultima vizualizare 15.10.2014

*ABILITĂȚI ȘI RESPONSABILITĂȚI AL UNUI LIDER DE ECHIPĂ MANAGERIALĂ  
SKILLS AND RESPONSIBILITIES OF A MANAGEMENT TEAM LEADER*

**Leonid BABII**, dr.hab., Director Comercial SA "Barza Albă"  
**Stela GUZUN**, drd., ULIM

**ABSTRACT.** *Work effectively in a team requires compliance with basic concepts such as an appropriate leadership, methods and skills for developing new and improved means of teamwork, problem solving and conflict management. It is therefore very important that the team leader to perform three general tasks: creating conditions to ensure the task, training and keeping the team, as well as training and support team to success.*

**ABSTRACT.** *Munca eficientă în echipă presupune respectarea unor concepte de bază precum un leadership adecvat, metode și abilități de dezvoltare a unor mijloace noi și îmbunătățite ale muncii în echipă, rezolvarea problemelor și managementul conflictelor. De aceea este foarte important ca liderul echipei să îndeplinească trei îndatoriri generale: crearea condițiilor care să asigure îndeplinirea sarcinii, formarea și menținerea unității echipei, precum și instruirea și susținerea echipei în vederea succesului.*

**KEYWORDS:** *team leader, responsibility, skill, team performance manager values.*

**CUVINTE CHEIE:** *team leader, responsibility, skill, team performance manager values.*

**Introducere.**

Conducerea echipei este unul dintre cele mai provocatoare activități ale unei companii: managementul emoțiilor, managementul rezultatelor și asigurarea că există consistență în îndeplinirea sarcinilor.

Munca eficientă în echipă presupune respectarea unor concepte de bază precum un leadership adecvat, metode și abilități de dezvoltare a unor mijloace noi și îmbunătățite ale muncii în echipă, rezolvarea problemelor și managementul conflictelor. De aceea este foarte important ca liderul echipei să îndeplinească trei îndatoriri generale: crearea condițiilor care să asigure îndeplinirea sarcinii, formarea și menținerea unității echipei, precum și instruirea și susținerea echipei în vederea succesului. În primul rând, crearea condițiilor adecvate înseamnă să ne asigurăm că grupul are o sarcină precisă de executat și că deține resursele necesare atingerii scopului. Aceasta presupune un efort din partea liderului pentru a le pune la dispoziție, dar trebuie să-și păstreze și fermitatea ca lider pentru ca membrii să știe exact cine aparține și cine nu aparține grupului, adică limitele grupului. Crearea unor așteptări inadecvate în legătură cu limitele echipei poate genera conflicte. Mai mult, este recomandat ca o echipă să nu depășească șase - opt membri.

**Conținut de bază.**

În al doilea rând, pentru a crea și menține o echipă unitară, liderul trebuie să se asigure că membrii posedă deprinderile și abilitățile necesare. De asemenea, și diversitatea este importantă. Rolul liderului este acela de a încuraja echipa în scopul depinderii lucrului în grup. A treia funcție a conducătorului este de a instrui și orienta echipa spre victorie, ceea ce presupune intervenția pentru îndrumare și susținere în vederea realizării unui lucru eficient. Liderul trebuie să învețe să fie sensibil la dispoziția membrilor și la cât de bine comunică și interacționează unul cu altul. Sunt bine primite încurajările pentru mai multe întâlniri, schimbul mai mare de informații și sprijinul sugestiilor.



Conducătorii tradiționali tind să dea instrucțiuni și îndrumări, mai degrabă decât să caute sfaturi și să joace rolul unor mediatori. Nu încearcă să integreze, ci să impună păreri, având mai mult un rol autoritar decât de susținere. Liderii eficienți ai unei echipe împărtășesc responsabilitățile acesteia, încurajându-i pe membri să-și asume răspunderea când lucrurile nu merg bine: “Care credeți că este problema și cum ar trebui să o rezolvăm?” Liderii vor încerca să coordoneze echipa ca pe un întreg, ceea ce presupune concentrarea asupra unor probleme cum ar fi dispoziția generală - este echipa nervoasă, stresată, optimistă sau încrezătoare.

Conducerea echipei se referă la procesul de inițiere a unor intervenții strategice adecvate motivării și îndrumării echipei. Liderul îi încurajează pe angajați să colaboreze și să se susțină reciproc convinși de faptul că grupul are capacitatea și puterea de a executa sarcina propusă. Conducerea presupune intuiție, judecată de finețe și risc. Mai mult decât atât, cere încredere și chiar carismă.

Funcția de lider implică formarea unei echipe în adevăratul sens al cuvântului mai exact presupune stabilirea unui scop convingător, formarea unui grup care să acționeze eficient, asigurarea că suportul organizațional ajută echipa să-și facă datoria și programarea atentă a intervențiilor liderilor. Toate acestea necesită instruire deoarece liderii trebuie să-și exerseze deprinderile de conducere pentru a le dezvolta.

Funcția de conducere implică în mod categoric impunerea unei direcții precise asupra activității echipei. Acesta nu este un proces democratic. Dacă ar rămâne la latitudinea membrilor, ei s-ar pierde în confuzia și nesiguranța create de încercarea de a atinge obiective multiple- rolul conducătorului este tocmai de a fixa orientarea generală.

Funcția de conducere presupune modelarea sau proiectarea echipei, astfel încât să funcționeze eficient prin atenția acordată autorității, dimensiunii, configurației și vechimii echipei. Liderii vor comunica autoritatea pe care o au, acordându-le feedback util, vor lucra cu cât mai puțini oameni fără să fie afectată astfel calitatea serviciului. Este ideal ca grupul să fie diversificat în privința experienței, deprinderilor și specializărilor funcționale ale indivizilor și în privința caracteristicilor demografice cum ar fi vârsta, sexul și cultura și nu în ultimul rând să petreacă mult timp împreună pentru a-și exersa însuși secretul colaborării- vechimea optimă pentru succes. La șase luni liderii trebuie să reia aceste puncte și să vadă dacă este nevoie de eventuale restructurări.

Funcția de conducere include câștigarea suportului organizațional care ajută echipa să-și atingă scopul și presupune acordarea unor recompense adecvate, instruirea corectă a membrilor, asigurarea resurselor necesare și a informațiilor referitoare la funcționarea și strategiile organizaționale de care au nevoie pentru a fi siguri că vor contribui în mod semnificativ la activitatea organizației în vederea obținerii succesului. Dacă echipa își vede de lucru și e angajată intens în acesta, nu este recomandabil ca liderul să intervină, deoarece ar afecta eficiența grupului.

Cel mai important post al unei organizații este acela de lider al organizației. Pregătirea acestora este de o mare importanță și absolut necesară, pentru a deveni cei mai competenți.

O bună pregătire managerială presupune, pe lângă cunoștințele transmise, care sunt de altfel extrem de importante și o responsabilitate a aptitudinilor unui lider al echipei. Acest lucru se realizează prin practică și feedback asupra performanței, în situații reale sau simulate. Cele mai importante aptitudini manageriale ale unui lider sunt: capacitatea de a dezvolta relații umane, aptitudinile de comunicare și de negociere, motivarea subordonaților, rezolvarea conflictelor, luarea de decizii în condiții de incertitudine, asumarea responsabilităților. Aceste calități se dobândesc prin training și se dezvoltă prin activitatea de zi cu zi. Dezvoltarea talentelor de lider de echipă este la fel de importantă ca și dezvoltarea aptitudinilor manageriale. Cu ani în urmă, promovarea în poziții de lider era egală, în exclusivitate, de ascensiunea pe scara ierarhică a companiei sau a organizației. În prezent în posturile de lider de echipă, ajung persoane care demonstrează că au aptitudini speciale și totodată sunt foarte buni manageri.

Liderul de echipă este „un om care are capacitatea de a controla evenimente, de a structura cursul acestora și care are puterea de a încheia acțiunile, printr-o utilizare cooperantă a abilităților și a experienței altor oameni. Așadar, caracterul liderului dă tonul moral echipei sale. Standardele pe care acesta le va utiliza devin căi de urmat, modele pentru grup. Oamenii pe care acesta îi favorizează devin purtătorii stindardului sau, în toate situațiile fiind observat și copiat.”. În fișa de post a unui lider, includem cerințe pentru un om care a dovedit deja că poate satisface principiile universale valabile. Un lider, se naște cu cele câteva calități esențiale care-i stau la baza succesului. „Leadership-ul” presupune faptul că un lider de echipă înțelege natura specială a contractului social și moral dintre lideri și componenții grupului, deoarece el se bazează pe discipolii săi când privește puterea sa și, mai ales pe abilitatea sa de a produce rezultate. Această noțiune a fost creată pentru a furniza o imagine vizuală cât mai clară: imaginați-vă că la un moment dat tu și organizația ta se urcă pe o scară înaltă pentru atingerea obiectivelor. Dacă o persoană reușește, atunci toți reușesc, dacă o persoană cade, atunci cad toți.” Leadership-ul presupune organizare, comunicare și cooperare, care trebuie să existe pentru ca echipa (ce se urcă pe scară) să ajungă în varf.

Importanța unei echipe în marile organizații ale lumii, au în fruntea lor, nu numai un lider, ci o echipă de lideri, care conlucrează pentru succesul companiei lor. În momentul în care liderul se dedică trup și suflet echipei sale, nivelul performanțelor atinse de organizație crește spectaculos. Succesul pentru lideri - poate fi definit ca fiind utilizarea la maxim a talentului și potențialului echipei lor, spune autorul o autoritate recunoscută internațional în domeniu.

Pregătirea echipei este un proces care creează sinergia necesară organizației pentru o bună dezvoltare pe termen lung. Oricât de mult am admira realizările individuale ale unei persoane, adevărul este că nici un individ nu a reușit să realizeze singur nimic de valoare. Convingerea că o

singură persoană poate realiza ceva mare, este un mit. Analizând lucrurile în profunzime, v-om vedea că toate faptele așa zis individuale, sunt de fapt în realitate, rezultatul eforturilor depuse de o întreagă echipă. Chiar și marii savanți de știință au recunoscut că nu a lucrat la marile sale descoperiri de unul singur și ajutat de eforturile camarazilor săi iar el a trebuit să muncească să dea înapoi în schimb tot atât cât a primit. Munca în echipă a jucat și joacă în continuare un rol important în construirea societăților acestei lumi. În spatele unui om destoinic se află întotdeauna alți oameni destoinici spune un renumit proverb chinezesc. Concluzia care se desprinde este că munca în echipă este cheia marilor realizări.

Performanța echipei este limitată de performanța liderului; de aceea este extrem de importantă stabilirea persoanei care își va asuma acest rol. Astfel provocările unui lider pot fi diverse începând de la identificarea vocației, asumarea responsabilităților la testarea calităților de lider și până la managementul atingerii performanței. De aceea autorul consideră că a fi lider este atât o artă cât și o știință. Este arta deoarece presupune implimentarea unor abilități vocaționale înăscute cu unele dobândite ca: carisma, arta conversației, abilități de relaționare, inițiativa, motivație, curaj, etc. Ca să fii un lider de succes trebuie să ai un scop foarte clar, să urmărești niște obiective bine definite, să fii un bun strateg astfel încât să selectezi cele mai bune și eficiente metode de a atinge obiectivele și să preconizezi rezultate care să asigure succesul. Focalizarea pe scop și rezultate poate alimenta liderul cu energie motivațională și ține în contact cu realizările propuse. Întotdeauna ceea ce face diferența în calitatea demersurilor și eficiența rezultatelor este motivația.. Liderul poate fi formal sau informal. Vorbim acum în special de liderul informal care relationează neoficial, în lipsa unor structuri organizaționale și se remarcă prin implicare, decizie și influențare a unor mecanisme sociale, politice, etc., pe care le consideră oportune sau inoportune, convergente sau divergente scopului său.

Crearea unui lider de echipă reprezintă un sistem de îmbunătățire a colegialității de muncă dintre indivizii, care conlucrează, și anume determină următoarele: rezolvarea problemelor, luarea de decizii, diminuarea conflictelor. Toate aceste elemente, în cazul nerezolvării lor, nu permit atingerii unui scop final. Acest tip de învățare este utilizat în cadrul unor companii, ce conțin mai multe branșe industriale. Fiecare membru din cadrul companiei trebuie să fie clar informat ce are de realizat, și care este scopul final, care și-ar dori să îl atingă compania.

În cadrul acestui tip de învățare, echipele nu sunt create cu scopul de a realiza ceva simplu, ci procese mult mai complexe, în care soluția găsită nu este numai una. Se pronunță mai multe idei, dintre care este aleasă ideea cea mai rezonabilă, de o calitate superioară gândirii numai a unui singur individ. În cazul unui singur individ se pot genera idei eronate și care se poate extinde nesatisfăcător, iar în interiorul unei echipe sunt definite și lămurite toate ideile propuse de membri, iar cele greșite sunt eliminate din start. Deciziile sunt propulgate și dezvoltate mai departe de toți

membrii echipei. Membrii echipei își asumă responsabilități mult mai mari și sunt gata de răspundere, dar oricum sunt cunoscute granițele acestor riscuri asumate.

Modul ales la rezolvarea problemei este bine determinat și motivat prin alegerea sa. La acest tip de învățare, membrii echipei învață unul de la altul, ceea ce determină o învățare mai rapidă a metodelor și procedurilor utilizate.

În mare măsură, lucru în echipă a devenit parte integrantă pentru multe companii din țară.

***Avantajele acestui tip de învățare sunt:***

- scopul și rolul fiecăruia este bine determinat;
- analiza membrilor echipelor și evaluarea comportamentului fiecăruia;
- modul de strângere rapidă a echipelor sau a conducătorilor acestora;
- promovarea unui lider nou din interiorul echipelor;
- soluționarea conflictelor din interior și eliminarea comportamentelor neadecvate;
- aprobarea preferințelor și modurilor de muncă

Formarea echipei începe cu găsirea criteriilor după care cum ai alege membrii echipei.

Cele mai des utilizate criterii sunt:

1. pregătirea profesională
2. nivelul de dezvoltare al abilităților interpersonale.

Atunci când liderul vrea să construiască o echipă trebuie să aibă în vedere câteva criterii importante pentru munca sa viitoare și pentru viitorul echipei. Cel puțin patru categorii sunt importante:

1. personalitatea membrilor echipei;
2. comportamentul lor față de ceilalți;
3. abilitatea de comunicare;
4. abilitățile administrative.

Personalitatea: ce urmărim atunci când alegem membrii echipei?

Atunci când ne alegem colaboratorii, membrii echipei e recomandabil să analizăm cu atenție:

- Valorile de bază – să ne întrebăm, deci, care sunt valorile de bază ale individului în ceea ce privește implicarea în echipă
- Identificarea cu organizația – se identifice viitorul nostru colaborator cu obiectivele organizației sau obiectivele sale personale sunt tangente acestora?
- Toleranță la stres – viața organizațională contemporană este deseori percepută de angajați
- ca fiind încărcăți de stres astfel abilitățile pe care le folosesc angajații pentru a gestiona tensiunea care apare în procesul muncii în echipă sunt importante.

***Comportamentul față de ceilalți - ce urmărim atunci când alegem membrii echipei?***

- Ce metode folosește în influențare?
- E sensibil la gândurile și sentimentele celorlalți?

- Acordă sprijin celorlalți?
- Face ceea ce spune că face! Este de încredere?

***Abilitatea de comunicare - ce urmărim atunci când alegem membrii echipei?***

- abilitatea de a dialoga;
- abilitatea de a prezenta celorlalți logica argumentelor sale;
- abilitatea de a comunica în scris;

***Abilitățile administrative - ce urmărim atunci când alegem membrii echipei?***

- Capacitatea de planificare: este în stare să dezvolte strategii pentru a obține anumite rezultate?

- Capacitatea organizatorică, acționare, delegare, evaluare.

Sigur că oamenii nu sunt perfecți, dar chiar dacă nu există toate aceste abilități este necesar să observăm la viitorii membri ai echipei dorința de a învăța, dorința de ași forma și dezvolta aceste abilități în cazul în care ele nu se află la un nivel optim.

Experiența noastră ne permite să afirmăm cu multă convingere că atitudinile sunt cele mai importante, ele „fac diferența” iar atitudinile negative ruinează echipa.

În urma cercetărilor efectuate concluzionăm că succesul obținut prin lucrul în echipa depinde de respectarea unui set de reguli. Astfel echipa de succes în frunte cu liderul echipei:

- ✓ **Este formata din persoane care realizeaza propriu-zis lucrul.** Astfel, deciziile luate in cadrul echipei si care vor fi implementate ulterior, vor întâmpina mai puține obstacole ce țin de motivație, gradul de interes pentru rezultatul final și implicare.
- ✓ **Este multifuncțională.** Pentru a se evita situația în care cineva, finisindu-și partea sa, îi “paseaza” colegului restul lucrului, considerind ca nu mai are nici o problemă, este necesar ca ambii colegi sa colaboreze pentru a realiza sarcina
- ✓ **Este formată din persoane care recunosc limitele existente.** Exemple de limite: “Nu mai avem fonduri, nu se prevad alte resurse”. Exemplu de solutie gasita în cadrul echipei: dar putem modifica regulile de operare: noi le-am creat, tot noi le putem modifica.”
- ✓ **Este cea în care membrii ei și-au format abilități avansate de lucru în echipă, de soluționare a problemelor și conflictelor.** Neglijarea necesităților de dezvoltare a acestor abilități la eșecul lucrului în echipă și, respectiv, la imposibilitatea realizării obiectivelor propuse.
- ✓ **Este cea în care membrii componenți implementeaza soluțiile generate de ei înșiși.** Implementarea soluțiilor formulate în timpul lucrului în echipă este cheia succesului. Daca dorește să obțină cele mai bune rezultate, managerul ar trebui să le ofere membrilor echipei posibilitatea de a implementa ceea ce și-au propus.

- ✓ **Este cea în care membrii înțeleg ca sînt sprijiniți de manager.** Acesta pune la dispoziția echipei resursele, ajutorul și încurajarea de care au nevoie.
- ✓ **Este cea care are un lider și un facilitator, ambii competenți.** Liderul este totalmente implicat în misiunea echipei, el orientînd activitățile acesteia. Facilitatorul este imparțial: ajută echipa să depășească dificultățile interpersonale și oferă instrumente și tehnici de lucru.
- ✓ **Este cea care se convoacă nu mai mult de 2 – 6 ore pe săptămîna.** Sedințe de lucru prea lungi sau prea multe creează dificultăți suplimentare de comunicare, iar oboseala lipsește echipa de încrederea în posibilitatea realizării sarcinii respective.

O echipă de management puternică este deosebit de important, dacă doriți afacerea în ansamblul său să crească și să se dezvolte. Ca o afacere se dezvoltă liderul echipei de management își asumă responsabilitate de conducerea.

Una dintre sarcinile cheie este de a asigura că toate rolurile și responsabilitățile sunt clare și că structurile de comunicații bune sunt în vigoare în ambele formale (ședințele de management, briefing-uri, rapoarte de progres) și informale (sesiuni de team building, feedback general) zone.

În dezvoltarea unei echipe de management, este important să recunoaștem că cei mai mulți oameni vor avea nevoie de ajutor și de formare pentru a putea îndeplini noile roluri cerute de ei - mai ales în cazul în care sunt promovate din cadrul unei organizații. Instruire formală pot fi adecvate pentru a spori cunoașterea lor de specialitate, dar sprijinul principal va fi, probabil, pentru ai ajuta să crească în noul rol de management cu probleme.

În plus față de formare de competențe definite, unii ar trebui reflectat la dezvoltarea spiritului de echipă și managerilor de formare în diversitate și flexibilitate. Exerciții de lider de echipă poate juca un rol important în a ajuta managementul organizației a înțelege mai bine și de a comunica unul cu altul. Dezvoltarea unei echipe de management este un proces continuu. Feedback-ul de performanță ar trebui să identifice lacunele de competențe, ceea ce duce la formarea și perfecționarea viitor.

Pe măsură ce delege responsabilitatea gestionării și să devină mai îndepărtat de la senzația de zi cu zi a organizației, va trebui să dispună de sisteme bune pentru a putea monitoriza performanța. Un echilibru adecvat trebuie să fie atins. Ai nevoie de feedback-ul suficient de manageri pentru a aprecia poziția generală a afacerii, dar trebuie, de asemenea, să le permită libertatea de a fi în măsură să gestioneze domeniile lor desemnate.

Liderul echipelor de înaltă performanță nu se concurează între ele pentru recunoaștere, dar să își concentreze eforturile în capul împreună să lupte cu oameni și situații din echipă. Le place să fie unul cu celălalt și să aprecieze diversitatea. Echipă nu se dezvoltă spontan, fără o conducere eficientă; cei mai buni lideri aprecieze diferențele individuale și joacă un rol-cheie în îndrumarea, de predare, să încurajeze, iar organizarea echipa să-și îndeplinească potențialul lor maxim.

Liderul echipei este un catalizator, cauzând ca lucrurile să se întâmple pentru alte persoane și stimularea dezvoltării echipei prin cultivarea unui climat de încredere, respect și coproprietate. Pentru a realiza acest lucru, managerul echipei va lua o serie de roluri diferite, care pot include unele sau toate dintre următoarele:

- Organizator
- Administrator
- Coordonator
- Negociator
- Comunicator
- prieten
- prim-ajutor
- Motivator

Nu numai că este rolul managerului critică, dar este probabil să se schimbe în timp, în scopul de a menține satisfacerea nevoilor echipei și fiecare dintre membrii săi. Gestionarea excitare nervoasă a tinerilor jucători este o propunere foarte diferită de gestionarea așteptărilor artiștilor interpreți sau executanți de elită. În egală măsură, gestionarea unei echipe de lipsit de experiență sprijin este departe de a lucra cu o echipă care are o lume "a fost acolo" și "făcut asta". Ca lider de echipă și interpreți crește și matur, ați putea descoperi că au nevoie de mai puțin de implicarea ta directă.

***Responsabilitățile liderului echipei sunt multe și variate și includ următoarele:***

- Asigurarea unui mediu sigur
- Încurajarea și promovarea fair-play
- Fiind simpatic la nevoile și preocupările membrilor echipei, în special cei care ar putea avea nevoie de sprijin suplimentar
- Sprijinirea și asigurarea legăturii cu alte "jucători" cheie
- Menținerea legăturii cu organizații externe
- Fiind cunoștințe vaste despre sport și regulile de concurență
- Furnizarea de comunicare eficientă și în timp util a tuturor organizațiilor și persoanelor relevante

În plus față de măsurarea factori obiectivi folosind indicatori cheie de performanță, toți managerii ar trebui să fie parte a unui sistem de evaluare oficială a evalua dezvoltarea personală.

Un sistem bun de evaluare pot fi extrem de utile în identificarea nevoilor de sprijin, și este, de asemenea, una dintre cele mai bune moduri de a judeca performanță, în special în zonele de performanță care nu sunt atât de ușor de măsurat. O evaluare permite obiectivelor personale care vor fi discutate și sarcinile și obiectivele relevante care urmează să fie convenite.

***Un sistem eficient de evaluare ar trebui să aibă patru etape principale:***

Management de performanță - să ofere angajaților dumneavoastră cu instrumente, resursele și instruirea de care au nevoie pentru a efectua bine.

Să efectueze evaluarea - monitorizează și evaluează performanța angajaților dumneavoastră, discuta acestor evaluări cu angajații dumneavoastră și sunt de acord asupra obiectivelor viitoare.

Furnizarea de recompense sau promovare bazate pe evaluarea și să decidă cum să abordeze o performanță slabă. Cu toate acestea, să fie conștienți de faptul că pot exista pericole, precum și beneficii pentru conectarea de recompense pentru performanță. Liderul trebuie să concentreze echipa cu privire la sarcinile la mână sau la cerințele clienților interni și externi.

- ✓ Coordona cu clienții interni și externi cum este necesar;
- ✓ Familiarizarea echipa cu nevoile clientului, caietul de sarcini, obiective de proiectare, procesul de dezvoltare, standardele de proiectare, tehnici și instrumente pentru a sprijini îndeplinirea sarcinii;
- ✓ Asigura că echipa abordează toate aspectele relevante din cadrul specificațiile și diferitele standarde;
- ✓ Furnizarea de informații de afaceri necesare;
- ✓ Servi ca manager de întâlnire sau președinte;
- ✓ Inițiați sub-grupuri sau sub-echipe, după caz, pentru a rezolva problemele și de a efectua sarcini în paralel;
- ✓ Asigura rezultate sunt pregătite pentru a satisface cerințele de proiect, costuri și program;
- ✓ Ajută la menținerea echipei concentrat și pe drumul cel bun;

Examinînd temeinic practica managerială, se poate constata că discuțiile în grup constituie un alt mijloc de influențare a dinamicii raporturilor interpersonale în echipa managerială. În același timp, ele reorientează spre o creștere a flexibilității gândirii și nu numai atât. Dinamica raporturilor interpersonale în echipa managerială poate fi substanțial influențată de calitatea orientării grupului de către manager. Un bun manager este acela care insistă în relațiile cu membrii echipei asupra subiectelor pentru care este necesara parerea lor și care asigură eficacitatea acțiunilor.

Necesitatea adoptării unor reguli de lucru în echipa managerială o desfășoară atât managerul, cât și membrii echipei sale sunt preocupați de succesul organizației lor, pe care îl pot realiza numai prin acțiuni comune coordonate. Pentru reușita muncii în echipa managerială, este necesar să se adopte o anumită atitudine și poziție față de câteva reguli de principiu care, în final, ar putea să contribuie la *realizarea unei cooperari fructuoase în vederea îndeplinirii sarcinilor comune*:

- 1) concentrarea tuturor membrilor echipei asupra sarcinilor ce le revin;
- 2) înțelegerea corectă și completă a scopului și punerea cunoștințelor și capacității în slujba reușitei echipei manageriale;
- 3) fiecare membru urmează să lupte pentru succesul echipei și nu pentru gloria personală;



- 4) parerile colegilor trebuie ascultate cu atașament și stimă;
- 5) fiecare membru trebuie să învețe a-și asculta colegul respectându-i intervențiile;
- 6) pe parcursul activității unei echipe manageriale, să se caute niște modalități eficiente și destul de potrivite pentru a cimentă colectivul;
- 7) înainte de a se aborda o problemă, e necesar să se clarifice aspectele mai importante.

### **Concluzii.**

În condiții moderne, principala resursă de dezvoltare socio - economică eficientă este munca de profesioniști. Un factor -cheie în activitatea efectivă echipa este capacitatea de fiecare dintre membrii săi de a lucra pentru total și rezultatul dorit . Un loc aparte în realizarea de performanțe în lucrul în echipă profesională este acordată managerilor în formarea unei echipe care funcționează eficient . Practica relevă, că la formarea culturii organizației în baza principiilor unice moral-etice și profesional-calificative contribuie existența „constituției interne a organizației”, care reflectă formele de bază ale relațiilor reciproce în echipă. Așa o „constituție internă a organizației” în mod nelegalizat există în formă de tradiții stabilite, caracteristice, mai ales, pentru organizație de proporții. Legalizarea unor asemenea tradiții permite de a pune accentul în propagarea celor mai constructive și importante dintre ele, precum și pe consolidarea organizațională a întreprinderii, fapt ce capătă o importanță sporită în perioadele de stres organizațional. Capacitatea de a lucra într- o echipă dă fiecărei persoane un sprijin personal imens și perspectivele de creștere. Lucrul în echipă actualizează resursele umane și organizare internă , atât comerciale și sectoarele non-profit . Oamenii pur și simplu puse împreună nu au avut o echipă .

Echipa managerială este întotdeauna reflecția organizației și a liderilor lor, liderii creează viziunea și aceasta oferă membrilor echipei direcție și încredere. Echipele sunt în permanență căutare unei avantaj, deci, cine face diferența, talentul, munca, tehnologie, eficiența. Cea mai mare parte a muncii umane este prestată în echipe, nu individual, de aceea sunt atât de importante grupurile și echipele pentru organizații. Echipa oferă o capacitate sporită de a influența mediu organizațional.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Robbins, S.P., Organizational Behavior. Concepts, Controversies, Applications., Prentice-Hall International, Inc. New Jersey, 1998. p.215
2. Henry Mintzberg. Management Fundamentals: Concepts, Applications, Skill Development. June 10, 2011, p.680
3. Stuart, R. R. Team Development Games for Trainers, Hampshire, Gower Publishing Limited, 1998.

*CADRUL LOGISTIC AL INTERMEDIERII COMERCIALE  
THE LOGISTICS BUSINESS INTERMEDIATION*

**Dumitru MODREA**, drd., ULIM

**ABSTRACT.** *Are proposed to address the issues related to commercial mediation principles that allow efficient logistics considerable economic relations market goods and services with optimizing and rationalizing economic flows within commercial intermediation.*

**ABSTRACT.** *Sunt propuse în vederea soluționării problemelor ce țin de intermedierea comercială principii de logistică ce permit eficientizarea considerabilă a relațiilor economice pe piața de mărfuri și servicii cu ajutorul optimizării și raționalizării fluxurilor economice în sfera intermedierei comerciale.*

**KEYWORDS:** *commercial intermediation infrastructure market economy, trade, marketing tools, logistics*

**CUVINTE CHEIE:** *intermedierea comercială, infrastructura economiei de piață, comerțul, instrumentele de marketing, logistică.*

**Introducere.**

Reformarea intermedierei comerciale actualizează obiectiv problema utilizării active a instrumentelor de logistică în sfera intermedierei comerciale. Experiența țărilor dezvoltate economic demonstrează că organizarea logistică a promovării mărfurilor se soldează cu un efect economic semnificativ. S-a calculat că 1 dolar SUA, investit în perfecționarea sistemului logistic (achiziții, transport, depozitare), aduce o sută dolari de la realizarea suplimentară a mărfurilor. Conform expertizei de evaluare, aplicarea metodelor de logistică permite reducerea nivelului de rezerve cu 30-50% și timpul de circulație a producției cu 25-40% [1, p.].

**Conținut de bază.**

Nemijlocit în sfera intermedierei comerciale se manifestă următoarele rezultate pozitive ale logisticii. În Marea Britanie datorită aplicării sistemului contractual în sfera serviciilor de distribuție costul lor a scăzut aproximativ de 3 ori – de la 7,5% în cazul executării lor de către firmele industriale până la 2-2,5% (fața de volumul comerțului) în cazul executării lor de către o organizație de intermediere. În Germania odată cu crearea centrelor de logistică mai mult de o jumătate din întreprinderi intenționează să renunțe de la utilizarea mecanismelor proprii de transport și expediție. Un rol important în sistemele logistice din SUA se atribuie depozitelor de uz comun. Drept rezultat, cheltuielile utilizatorilor de servicii ale acestor depozite pentru păstrarea, pregătirea și expedierea producției se reduc cu 15% [1, p.].

Potențialul logistic al sistemului contemporan de intermedierea comercială în România nu e mai scăzut. În afara efectului de optimizare și raționalizare a fluxurilor de mărfuri și servicii în sectorul legal al economiei, se poate obține efectul de diminuare a pierderilor din cadrul tranzacțiilor extralegale ale economiei tenebre. Posibilitățile de perfecționare a organizării gestiunii comerțului de mărfuri pot fi completate cu implementarea tehnologiilor moderne ale intermedierei comerciale, inclusiv tehnologiile informaționale, în special comerțul electronic.

Utilizarea eficientă a potențialului logistic al intermedierei comerciale necesită soluționare a trei grupe de probleme. Prima grupă include probleme cu caracter teoretico-metodologic, deoarece până la momentul

actual încă nu a fost creată teoria generală referitoare la logistica intermedierei comerciale. Grupa a doua include sarcinile de ordin economico-instituțional, îndeplinirea cărora va permite crearea unei baze normative de drept sigure a logisticii intermedierei comerciale. Grupa a treia include sarcinile tehnico-organizatorice inclusiv crearea practică a circuitelor și sistemelor logistice funcționale în sfera intermedierei comerciale.

Pentru noi este axiomatic faptul că logistica intermedierei comerciale constituie un caz particular al logisticii circulației mărfurilor, drept bază teoretico-metodologică a căreia servește teoria generală a logisticii. Autorii lucrării „Logistica promovării mărfurilor” evidențiază următoarele domenii ale logisticii:

- logistica în sfera circulației mărfurilor, legată de promovarea mărfurilor, sau domeniul logisticii de promovarea a mărfurilor, sau macrologistica;
- logistica de producție, industrială sau, mai bine spus, logistica intra producție, sau micrologistica.
- logistica de transport, legată de calcule și informația caracteristice ramurii transporturilor [1 p.].

Din acestea, urmează că, în primul rând, logistica a promovării a mărfurilor constituie o ramură aparte a cunoștințelor, are obiectul său și tema sa de studiu, în al doilea rând ea se atribuie la tipul de sisteme macrologistice, ce includ segmente de circuite logistice eterne pentru producătorii de mărfuri; în al treilea rând, principalul domeniul de aplicare a logisticii promovării mărfurilor este sfera schimbului de mărfuri sau, ceea ce înseamnă același lucru, sfera circulației mărfurilor.

Utilizarea unui asemenea concept al logisticii intermedierei comerciale nu pare a fi suficientă. Autonomizarea consecventă a logisticii circulației mărfurilor conduce la rupere ei de baza teoretico-metodologică generală a logisticii, ceea ce se poate solda cu reducerea nivelului de fundamentare conceptuală a logisticii circulației mărfurilor. Atribuire artificială a logisticii circulației mărfurilor doar la clasa sistemelor macrologistice practic exclude posibilitatea și necesitatea creării sistemelor macrologistice în interiorul întreprinderii de intermediere comercială luate aparte.

### **Bazele teoretico-metodologice ale logisticii**

Apelarea la teoria generală a logisticii arată că în prezent s-au afirmat două direcții destul de importante în teoria și practica logisticii. Prima, vom numi-o tehnocrată, pornește de la faptul că obiectul eforturilor logistice este procesul de distribuție fizică a producției, iar în sens mai larg – organizarea circulației ei de la materia primă inițială până la consumatorul final [1, 6, 18, 25 etc.]. A doua, vom numi-o economică, acceptă în calitate de obiect principal al eforturilor pre-logistice fluxul economic, iar în sens mai larg – întreaga varietate de procese ale acestui flux, atât în sfera de producție, cât și în sfera circulației [11, 14, 21, 23 etc.].

Una din cele mai ample definiții ale logisticii fluxului de ordin tehnocratic a fost formulată de Consiliul managementului logistic din SUA, în opinia căruia logistica constituie un diapazon larg al activității legate de circulație eficientă a produselor finite de la finele liniei de producție către cumpărător, în unele cazuri incluzând mișcarea materiei prime de la sursa de aprovizionare

până la începutul liniei de producție. Această activitate include transportare, depozitarea, prelucrarea materialelor, împachetarea lor, controlul rezervelor, alegerea locului de producere și a depozitelor, pronosticarea cererii, marketingul și deservirea consumatorilor [ 3 p.].

În literatura de specialitate pot fi întâlnite următoarele interpretări ale definiției date:

1. Logistica este știința despre planificarea, organizarea, gestiunea, controlul și reglementarea circulației fluxurilor materiale și informaționale în timp și spațiu de la sursa lor primară până la consumatorul final [2 p.].

1. Concepția principală a logisticii este conceptul sistemic, iar scopul – gestiunea rațională a fluxurilor materiale și informaționale pentru satisfacerea cererii, expedierea la timp a încărcăturilor [6 p.].

2. Ideea principală a logisticii constă în faptul ca toate stadiile producției (dobândirea materiei prime, obținerea materialelor, articolelor și fabricarea produselor finite), transportării și desfacerii să fie considerate ca un proces unic și neîntrerupt de transformare și mișcare a produsului muncii, precum și a informației legate de acest proces [4 p.].

Lista conceptelor apropiate ca sens de logistică poate fi continuată, dat și definițiile de mai sus sunt suficiente pentru a înțelege că în calitate de bază teoretico-metodologică a acestora servește percepția larg răspândită în marketing cu privire la distribuția fizică a producției și la circulație mărfurilor. Astfel F. Kotler definește circulația mărfurilor în modul următor: „Circulația a mărfurilor este activitatea de planificarea, traducere în fapt și control asupra mișcării fizice a materialelor și articolelor finite de la locurile lor de proveniență către locurile utilizărilor în scopul satisfacerii necesităților consumatorilor și în avantajul propriu” [5 p. 418].

- Definiția sa privind circulația mărfurilor F. Kotler o concretizează cu componența și structura cheltuielilor pentru organizarea ei (vezi Fig. 1).

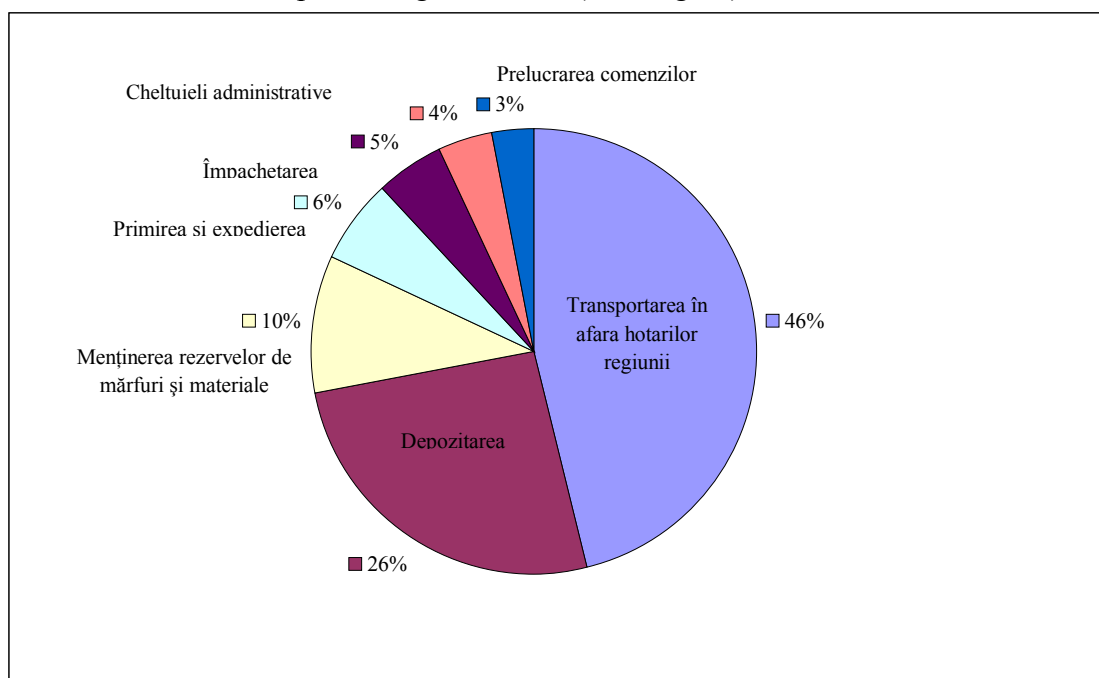


Figura 1. Componența și structura cheltuielilor pentru organizarea circulației mărfurilor

Precum se vede din figura 1 aproape o jumătate de cheltuielile din circulația mărfurilor o constituie cheltuielile pentru transportul în afara regiunii (46%). Mai departe, în scădere, se află:

- depozitarea – 26%;
- menținerea rezervelor de mărfuri și materiale – 10%;
- primirea și expedierea mărfurilor – 6%;
- împachetarea – 5%;
- cheltuielile administrative – 4%;
- prelucrarea comenzilor – 3% [5 p. 419]

Despre apropierea ca sens a categoriilor „circulația mărfurilor” și „distribuția fizică” vorbesc în lucrările lor și B. Karlof, A. Hosting și alți savanți. Astfel, B. Karlof consideră că: „În ultimul timp are loc restabilirea sensului inițial al noțiunii de repartitie ca proces de mișcare fizică a mărfurilor” [4 p. 79]. Concomitent el atrage atenția asupra a două aspecte ale repartiției:

- 1) nivelul deservirii, adică accesul mărfurilor pentru consumatori;
- 2) gestiunea resurselor pentru accelerarea circulației capitalului și diminuarea cheltuielilor de transport.

În opinia lui A. Hosting: „La funcțiile de repartitie se atribuie: concentrarea și dispersarea mărfurilor; acumularea, sortarea și amplasarea mărfurilor; trecerea posesiunii mărfurilor de la vânzător la cumpărător; asigurarea integrității și protecției mărfurilor ce se află la păstrare sau în procesul de transmitere a posesiunii; susținerea contractelor, ținerea negocierilor și efectuare tranzacțiilor dintre cumpărători și vânzători; transmiterea dreptului de proprietate asupra mărfurilor de la cumpărător la vânzător” [3 p. 176].

Partea pozitivă a concepției tehnocratice de logistică este caracterul curat aplicativ al instrumentelor ei, utilizate la proiectarea, elaborarea și implementarea operațiunilor logistice, circuitelor și sistemelor logistice. Neajunsul conceptului tehnocratic constă în ignorarea necesității de cunoaștere și găsire a modalităților de coordonare a intereselor economice ale participanților reali și potențiali la procesul de promovare a mărfurilor.

Ca urmare, se pune accentul pe fluxurile materiale și se trec cu vederea fluxurile resurselor financiare, iar fluxurile informaționale se examinează doar în legătură cu cele materiale.

În conformitate cu cele de mai sus, logistica intermedierei comerciale din punct de vedere tehnocratic reprezintă activitatea legată de organizarea circulației eficiente a mărfurilor din sfera de producție în sfera consumului cu participarea activă a diverșilor comercianți intermediari în avantajul tuturor partenerilor comerciali în cauză. În cazul dat accentul se pune pe următoarele componente ale logisticii intermedierei comerciale:

- 1) activitatea ce include totalitatea operațiunilor consecutive de logistică în sfera circulației;

**Tipurile principale de necorespunderi la realizarea funcțiilor de repartitie**

Funcțiile de repartitie	Tipul necorespunderii
<p>1. Păstrarea și transportarea</p> <p>2. Concentrarea, sortarea, distribuția</p> <p>3. Acumularea, sortarea, amplasarea</p> <p>4. Divizarea partidei mari în partide mici</p> <p>5. Contracte, negocieri, tranzacții</p> <p>6. Comenzi, plăți, încasări</p> <p>7. Asigurarea informațională</p>	<p>1. Geografică, spațială (mărfurile se produc într-un loc, dar se consumă în alt loc);</p> <p>2. Rămânerea temporară în urmă (mărfurile se produc într-o anumită perioadă de timp, dar se consumă în altă perioadă):</p> <p>a) producție sezonieră, consumul regulat</p> <p>b) producerea regulată, consumul sezonier;</p> <p>c) producere permanentă, consum periodic.</p> <p>3. Producție de proporții, consum în serii mici (mărfurile se produc în cantități mari, dar unitatea de consum este familia, firma, anumite persoane etc.).</p> <p>4. Producția e specializată, iar consumul divers (întreprinderea industrială pentru a economisi dezvoltă o activitate amplă de specializare, iar consumatorul dorește diversitate, adică coșul său de consum include mărfuri din câteva ramuri specializate).</p> <p>5. Procesul schimbului:</p> <p>a) produse pentru consum;</p> <p>b) venituri pentru cheltuieli (marketingul se ocupă de aspectele schimbului, sistemul de repartitie asigură mecanismul schimbului între producătorii de mărfuri și consumatorii finali).</p> <p>6. Comunicațiile, informația (vanzătorii au nevoie de informația referitoare la piață, iar piața are nevoie de informația despre mărfuri. Sistemul de repartitie contribuie la obținerea unei astfel de informații).</p>

- 2) componenta legată de organizarea circulației eficiente a mărfurilor, ceea ce presupune formarea unor fluxuri optime și raționale de materiale în baza circuitelor și sistemelor logistice;
- 3) fluxul principal de materiale este orientat din sfera producției în sfera consumului, inclusiv pentru satisfacerea necesităților și cerințelor din partea consumatorilor intermediari (din producție) și finali. Concomitent, substanța materială a fluxului dat are importanță principală, deoarece ea determină tehnica și tehnologia de circulație a mărfurilor;
- 4) la organizarea unui asemenea flux participă activ diverși comercianți intermediari, care se prezintă în rol de segmente ale circuitelor logistice și elemente ale sistemelor logistice;
- 5) toate acestea se organizează în avantajul tuturor participanților (partenerilor) la relațiile economice în cauză, incluzându-se în mod obligatoriu comerțanții intermediari.

**Concluzii.**

În concluzie, un pas esențial cu privire la concepția economică a logisticii îl constituie evidențierea criteriilor principale ale logisticii.

Conceptul complex în logistică se realizează în scopul asigurării ritmice și operative a consumatorilor cu mărfuri și servicii de calitate convenită și cu cheltuieli minime, atât din partea consumatorilor, cât și din partea altor subiecți ai pieței de mărfuri, care interacționează cu aceștia.

Extinzând logistica asupra sferei intereselor economice ale participanților la piața de mărfuri, rămân la idee că mai există prizonieri ai conceptului preponderent tehnocratic. Evitarea acestei situații a fost posibilă doar odată cu introducerea în circuit științific a categoriei „flux economic”, ce sintetizează întreaga diversitate a proceselor de flux, ce apar în diferite tipuri de activitate economică

#### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Aaker D. A. Strategic market management. - New York: Wiley, Co., 1988.- 364p.
2. Achoff L., Sasieni W. Bazele cercetării operaționale, Editura Tehnică, București, 1975,
3. Balan C. Logistica : functie integratoare si factor de competitivitate. Uranus, 2004.
4. Bășanu G., Pricop M. Managementul aprovizionării și desfacerii. Ed.a 3-a rev. și ad. București: Editura Economică, 2004
5. Belli N. Tranzitia mai grea decat un razboi: Romania 1990-2000, Ed Expert, Bucuresti 2001,
6. Cheney R. A. Computer-aided acquisition and logistic support : a revolutionary evolution. - North Hampton, N.H.: EMCA, 1989. 316p.

### III. CONTABILITATE ȘI AUDIT ÎN AFACERI III. ACCOUNTING AND AUDIT BUSINESS

*EVOLUȚIA PROFESIEI DE AUDITOR ȘI ROLUL ACAP CA ORGANIZAȚIE DE REFERINȚĂ ÎN  
REPUBLICA MOLDOVA*

*THE EVOLUTION OF AUDIT PROFESSION AND THE ROLE OF ACAP AS REFERENCE  
ORGANIZATION IN MOLDOVA*

**Marina ȘELARU**, Director Executiv

AO „Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști din Moldova”

**Igor BALAN**, dr., conf. univ.

Universitatea Liberă Internațională din Moldova

**ABSTRACT.** *Economic integration and globalization phenomena have become constant processes in the third millennium. Events on the international political and economic stage reveal that more than ever, we depend on each other: globalization is a reality. In condition of interdependence, appears the necessity for collective action, the need for people collaboration around the world, whether it is environmental, economic or political issues. The nowadays reality, which is described in various studies, besides the stability and the consolidation of economic globalization phenomena reveals the gradual but steady steps toward an informational and knowledge society. This reality imposed on the one hand, the enforcement of efforts for development of accounting profession that will comply with challenges imposed by economic globalization and movement of capital, and on the other hand, continuing efforts to adapt it to changes in economic activity, process to which, we hope to contribute. In this context, the objective of this study is to provide a brief description and analysis of the evolution of audit profession and its activity in Moldova since 1998. In this study the authors, based on recent socio-economic events and need to adjust the entire audit profession in the country to international requirements have emphasized both, negative as well as positives effects and the achievements recorded in this field.*

**ABSTRACT.** *Fenomenele de integrare economică și globalizare au devenit o constantă a mileniului trei. Evenimentele de pe scena economică și politică internațională scot în evidență faptul că mai mult ca niciodată, depindem unii de alții: globalizarea este o realitate. Odată cu interdependența, apare nevoia de acțiune colectivă, necesitatea ca oamenii de pe întreg mapamondul să colaboreze, indiferent ca este vorba de probleme de mediu, economice sau politice. Realitatea economică a prezentului, descrisă în numeroase studii și cercetări indică, pe lângă statornicia și consolidarea fenomenului globalizării economice, evoluția treptată, dar sigură spre societatea informațională și a cunoașterii. Aceasta realitate este cea care a impus, pe de o parte, inițierea unor eforturi de dezvoltare a profesiei contabile care să răspundă provocărilor impuse de globalizarea economică și generalizarea circulației capitalurilor, iar pe de altă parte, continuarea eforturilor de adaptare a acesteia la transformările din activitatea economică, eforturi la care, sperăm să ne aducem contribuția. În acest context, obiectivul acestui studiu este de a realiza o descriere succintă și o analiză a evoluției profesiei contabile și, în cadrul acesteia, a activității de auditor în Republica Moldova începând cu anul 1998 până în prezent. În acest studiu autorii, pornind de la evenimente social-economice din ultima perioadă și necesitatea racordării întregii profesii de auditor din țară la cerințele internaționale au accentuat atât laturile negative, cât și cele pozitive și succesele palpabile înregistrate la capitolul respectiv.*

**KEY WORDS:** *accounting, audit reform, certification, economic integration, globalization, international standards, professional association.*

**CUVINTE CHEIE:** *contabilitate, reforma auditului, certificare, integrare economică, globalizare, standarde internaționale, asociație profesională.*



## **Introducere.**

Fenomenele de integrare economică și globalizare au devenit o constantă a mileniului trei. Evenimentele de pe scena economică și politică internațională scot în evidență faptul că mai mult ca niciodată, depindem unii de alții: globalizarea este o realitate. Odată cu interdependența, apare nevoia de acțiune colectivă, necesitatea ca oamenii de pe întreg mapamondul să colaboreze, indiferent ca este vorba de probleme de mediu, economice sau politice. Realitatea economică a prezentului, descrisă în numeroase studii și cercetări indică, pe lângă statornicia și consolidarea fenomenului globalizării economice, evoluția treptată, dar sigură spre societatea informațională și a cunoașterii. Aceasta realitate este cea care a impus, pe de o parte, inițierea unor eforturi de dezvoltare a profesiei contabile care să răspundă provocărilor impuse de globalizarea economică și generalizarea circulației capitalurilor, iar pe de alta parte, continuarea eforturilor de adaptare a acesteia la transformările din activitatea economică, eforturi la care, sperăm să ne aducem contribuția. În acest context, obiectivul acestui studiu este de a realiza o descriere succintă și o analiză a evoluției profesiei contabile și, în cadrul acesteia, a activității de auditor în Republica Moldova începând cu anul 1998 până în prezent. În acest studiu autorii, pornind de la evenimente social-economice din ultima perioadă și necesitatea racordării întregii profesii de auditor din țară la cerințele internaționale au accentuat atât laturile negative, cât și cele pozitive și succesele palpabile înregistrate la capitolul respectiv.

**Materiale aplicate.** În procesul elaborării lucrării științifice sau aplicat diverse metode de cercetare, preferință acordându-se metodei dialectice ca bază universală a cunoașterii materiei cu elementele ei componente: analiza, sinteza, inducția și deducția, metoda monografică, metoda de comparație, clasificare etc.

Drept suport al investigațiilor au servit lucrările economiștilor autohtoni, principiile de bază ale contabilității și auditului, precum și normele de bază ale Legii privind activitatea de audit, Legii contabilității, prevederile standardelor internaționale de audit, actele legislative și normative aferente temei de cercetare.

## **Conținut de bază.**

Ultimul deceniu în Republica Moldova este marcat de numeroase acțiuni întreprinse de Guvernul țării pentru implementarea unor activități specifice, care au la bază același obiectiv — modernizarea societății prin integrarea Republicii Moldova în cadrul sistemului internațional de comerț liber și al economiei de piață.

Astfel, la 22 februarie 2005 Uniunea Europeană și Republica Moldova au semnat Planul de Acțiuni, conform căruia Republica Moldova și-a asumat angajamentul să implementeze Planul de Acțiuni în decursul a trei ani: din 2006 până în 2009. Implementarea acestui Plan este menită să contribuie la armonizarea legislației moldovenești cu normele și standardele Uniunii Europene.

Planul de Acțiuni va constitui drept temelie pentru integrarea economică pe baza adoptării și implementării regulilor și regulamentelor economice și comerciale, având capacitatea de a spori potențialul comercial, investițional și creșterea economică. Planul de Măsuri Prioritare pentru implementarea Planului de Acțiuni Republica Moldova – Uniunea Europeană pentru anul 2007 a fost aprobat prin Hotărârea Guvernului RM nr. 113 din 3 februarie 2007.

Activitățile prevăzute de Planul de Acțiuni Republica Moldova – Uniunea Europeană cuprindeau: armonizarea relațiilor comerciale cu statele membre ale Uniunii Europene; promovarea reformelor economice, instituționale și legislative în vederea alinierii la conceptele și criteriile stabilite la Copenhaga, pentru a crea o bază legislativă ce ar permite demararea negocierilor de integrare în Uniunea Europeană (UE); adoptarea legilor și regulamentelor armonizate cu actele legislative europene. În cadrul acestui Plan de acțiuni au fost incluse și unele măsuri privind dezvoltarea contabilității și auditului.

Un factor important în dezvoltarea economiilor transparente de piață îl reprezintă crearea unei baze legislative și de reglementare solide în domeniul contabilității și auditului financiar. Obiectivul acestui studiu este de a realiza o descriere succintă și o analiză comparativă a legislației UE privind sistemul de contabilitate și audit financiar cu legislația în domeniu a Republicii Moldova.

Comunitatea contabilă și de audit din Moldova acceptă și recunoaște, în general, că primele indicii de desfășurare a activității de audit independent au apărut la sfârșitul anilor 80, odată cu formarea întreprinderilor mixte în fosta Uniune Sovietică. Așa numitul „control de audit” a devenit obligatoriu pentru astfel de întreprinderi pentru confirmarea situațiilor financiare anuale.

În vederea îmbunătățirii controlului economic și financiar, cât și pentru a majora eficiența procesului de tranziție la economia de piață, prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 316 din 26 iunie 1991 a fost înființat serviciul de audit și au fost aprobate Regulamentele privind auditul în Republica Moldova. Concomitent, de către Ministerul Finanțelor a fost autorizată înființarea Camerei Auditorilor din Republica Moldova care presupunea ca întreprinderile cu capital mixt, organizațiile de comerț exterior și reprezentanții companiilor străine trebuie să supună unui audit rapoartele financiare sale anuale, pentru a confirma autenticitatea lor. Camera Auditorilor a existat din 1991 până în 1996, când activitatea ei a fost suspendată la intrarea în vigoare a Legii cu privire la activitatea de audit, nr. 729-XIII din 15 februarie 1996.

Regulamentele privind auditul în Republica Moldova stipulau că serviciul de audit are ca obiectiv efectuarea unui control independent al sistemului de contabilitate, a poziției și operațiunilor financiare a întreprinderii. Acest control este efectuat prin metode de revizie, evaluare, precum și prin alte metode.

Regulamentele provizorii privind activitatea de audit în Republica Moldova au fost aprobate prin Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr. 730 din 28 septembrie 1994. Aceste

Regulamente au fost în vigoare până când Parlamentul a adoptat Legea cu privire la activitatea de audit (15 februarie 1996, nr. 729-XIII). Legea cu privire la activitatea de audit într-o nouă redactare a fost adoptată de către Parlamentul Republicii Moldova la 16 martie 2007 (nr. 61-XVI) și a fost publicată în Monitorul Oficial nr.117-126/530 din 19 august 2007 și a intrat în vigoare din 1 ianuarie 2008.

Reforma auditului în Republica Moldova a început în anul 1998, când Agenția Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) a sponsorizat un proiect de asistență a Ministerului Finanțelor al Republicii Moldova pentru elaborarea standardelor de audit și a regulilor de etică profesională. La acel moment profesia de audit a fost ghidată doar de Legea nr. 729-XIII din 15 februarie 1996 „Cu privire la activitatea de audit”. Îndată ce a obținut asistența din partea USAID, Ministerul Finanțelor a aprobat Grupul de lucru care, la începutul anului 2000, a prezentat primul set de Standarde Naționale de Audit (SNA), ce au fost elaborate în baza Standardelor Internaționale de Audit (ISA), iar în 2001 a prezentat Codul privind conduita profesională a auditorilor și contabililor, care a fost elaborat în baza Codului privind Etica Contabililor Profesioniști (Code of Ethics for Professional Accountants), aprobat de Federația Internațională a Contabililor (IFAC).

Începând cu anul 2001, Ministerul Finanțelor al Republicii Moldova a elaborat și aprobat cu forțe proprii un șir de SNA și a început elaborarea Regulamentelor privind practica de audit.

În momentul actual, pe teritoriul Republicii Moldova, sunt aplicabile Standarde Internaționale de Audit (ISA), care au fost elaborate de IAASB al Federației Internaționale a Contabililor și Codul Etic, în redactarea din anul 2010. În anul 2007 a fost aprobată noua versiune a Legii privind activitatea de audit (Legea nr. 61-XVI din 16.03.2007). Legea respectivă a fost pusă în aplicare începând cu 1 ianuarie 2008 și se bazează pe prevederile Directivei Europene 2006/43/EC cu privire la auditul obligatoriu al rapoartelor financiare anuale și consolidate. După cum prevede Legea privind activitatea de audit, prin Hotărârea Guvernului nr. 1450 din 24.12.2007 a fost aprobat Regulamentul Consiliului de supraveghere a activității de audit și componența nominală a acestuia, precum și Regulamentul cu privire la certificarea auditorilor și componența nominală a Comisiei de certificare. În vederea realizării prevederilor hotărârii menționate, la 18 ianuarie 2008, a fost luat la evidență de stat Consiliul de supraveghere a activității de audit și, pentru desfășurarea examenelor de calificare, prin ordinul Ministrului Finanțelor nr. 21 din 21.02.2008, a fost aprobat Programul de examinare pentru conferirea calității de auditor pentru auditul general și revăzut în septembrie 2014.

Activitatea de audit în Republica Moldova este o activitate supusă licențierii. Cadrul juridic, organizatoric și economic de licențiere a activității de audit este determinat de Legea Republicii Moldova privind licențierea unor genuri de activitate nr. 451 din 30 iulie 2001, cu completările și modificările ulterioare și Ordinul Camerei de Licențiere privind condițiile de licențiere și listele

documentelor suplimentare, ce se anexează la cererile de eliberare a licențelor pentru unele genuri de activitate nr. 12 din 20 februarie 2006.

Participanții la procesul de licențiere a activității de audit sînt: Camera de licențiere; Banca Națională a Moldovei; Comisia Națională a Valorilor Mobiliare; solicitanții de licență; titularii de licență. Condițiile de licențiere a activității de audit sînt următoarele:

1. Desfășurarea activității licențiate în conformitate cu cadrul legislativ și normativ.
2. Neadmiterea desfășurării altei activități decît cea de audit.
3. Semnarea raportului de audit doar de auditorii indicați în licență.
4. Neadmiterea angajării și menținerii în serviciu a auditorului fără certificat de calificare.

Licența reprezintă un act oficial, eliberat de autoritatea pentru licențiere, ce atestă dreptul titularului de licență de a desfășura pentru o perioadă determinată, genul de activitate indicat în acesta, cu respectarea obligatorie a condițiilor de licențiere. Formularele de licență sînt documente de strictă evidență și conțin: denumirea autorității de licențiere; seria, numărul și data eliberării licenței; denumirea, forma juridică de organizare, adresa juridică a titularului de licență; data și numărul certificatului de înregistrare de stat a organizației, codul fiscal, genul de activitate pentru care se eliberează licența; termenul de valabilitate a licenței; semnătura conducătorului autorității de licențiere și amprenta ștampilei acestui organ. Formularele tipizate au serie și numerotare continuă, iar Anexa la licență este parte integrantă a acesteia și conține toate condițiile de licențiere.

Pentru obținerea licenței, conducătorul organizației ori persoana autorizată de acesta depune la autoritatea de licențiere o cerere de un model stabilit. La cererea de eliberare a licenței se anexează: copia certificatului de înregistrare de stat a organizației, copiile contractelor sau carnetelor de muncă a auditorilor angajați și copiile certificatelor de calificare a auditorilor angajați. Toate documentele se depun în original sau în copii cu prezentarea originalelor pentru verificare. Documentele pot fi însoțite și de copii pe suport electronic.

Decizia privind eliberarea licenței sau privind respingerea cererii de eliberare a licenței se adoptă în termen de cel mult 15 zile lucrătoare, începînd cu data primirii cererii împreună cu documentele anexate.

Pentru a avea dreptul de a practica activitatea de audit, auditorul trebuie să dețină certificat de calificare. Certificatele de calificare, la fel ca licențele, sunt divizate pe tipuri de activitate și sunt eliberate de organele abilitate:

- certificatele de calificare pentru auditul general se acordă de către Ministerul Finanțelor;
- certificatele de calificare pentru auditul instituțiilor financiare se eliberează de către Banca Națională a Moldovei;
- certificatele de calificare pentru auditul companiilor de asigurare și certificatele de calificare pentru auditul participanților profesioniști la piața valorilor mobiliare – de către Comisia

Națională a Pieței Financiare.

Există o cerință obligatorie stipulată de Legea privind activitatea de audit aferentă obținerii de către auditori a certificatelor de calificare. Certificate de calificare pentru auditul instituțiilor financiare, auditul companiilor de asigurare și auditul participanților profesioniști la piața valorilor mobiliare pot fi eliberate auditorilor doar dacă aceștia dețin certificate de calificare pentru auditul general.

Conform situației la 1 septembrie 2014, în Republica Moldova sunt înregistrate 256 persoane ce dețin certificate de calificare, din care 156 auditori au fost angajați în societăți de audit. La 1 septembrie 2014 au activat 122 societăți de audit, din care 77 – în anul 2012 au prestat servicii de auditare a situațiilor financiare. Din totalul de 256 persoane ce dețin certificate de calificare pentru exercitarea auditului general 12 persoane dețin și certificate de calificare pentru exercitarea auditului companiilor de asigurare, iar 9 persoane – pentru exercitarea auditului instituțiilor financiare.

Ținând cont de faptul că scopul de bază al profesiei de auditor îl reprezintă întărirea și menținerea încrederii în profesie prin stabilirea unor cerințe profesionale riguroase față de prestarea serviciilor de înaltă calitate și față de competența profesională a auditorilor, putem remarca că astăzi Republica Moldova nu dispune de un organ decizional care ar garanta calitatea raportării financiare și anume prezența profesiei de auditor independent și de încredere, loial față de creditorii, acționarii entităților și alte părți interesate. Pe plan internațional aceste activități fundamentale ce sunt îndeplinite de auditori se află sub supraveghere publică, iar formarea unui asemenea organ este prevăzută de Legea privind activitatea de audit.

În prezent, există un șir de acte legislative și normative care prevăd obligativitatea efectuării auditului situațiilor financiare, după cum urmează: Legea privind activitatea de audit nr. 61 din 16.03.2007, Legea privind societățile pe acțiuni nr.1134-XIII din 2.04.1997, Legea cu privire la fondurile de investiții nr.1204 din 5.06.1997, Legea instituțiilor financiare nr.550 din 21.07.1995, Legea cu privire la asigurare nr.407-XVI din 21.12.2006, Legea privind asociațiile de economii și împrumut nr.139 din 21.06.2007, Legea cu privire la întreprinderea de stat nr.146 din 16.06 1994.

În același timp, în Republica Moldova nu există un registru oficial al societăților de audit și al auditorilor care efectuează audit obligatoriu. Este dificil de determinat dacă un auditor sau o societate de audit care efectuează audit obligatoriu activează legal, unde sunt înregistrate oficial și cum sunt organizate. Acțiunile necesare pentru crearea și menținerea acestui registru au fost stipulate în noua Lege privind activitatea de audit, încă nu există capacitatea necesară pentru implementarea prevederilor prezentei Legi.

Actualmente sunt înregistrați 256 auditori, care dețin certificatele de calificare pentru auditul general și 122 societăți de audit. Conform ultimelor modificări în Legea cu privire la audit, auditul este obligatoriu la entități de interes public, care la momentul dat sunt circa 50 de companii. Practic,

auditul acestor companii este efectuat de Big4 și pînă la 10 societăți de audit din rețele internaționale și locale.

Totodată, ținem să menționăm ca Republica Moldova nu poate demonstra respectarea sau nerespectarea de către auditori a normelor etice, în special a principiului independenței. În cele mai dese cazuri, principiul independenței se încalcă din cauza volumului de servicii prestate de societățile de audit, atunci când interesele comerciale sunt puse mai presus decît responsabilitatea auditorilor față de utilizatorii informațiilor. De asemenea, independența se încalcă și din cauza prestării unui spectru larg de servicii conexe entităților concomitent cu exercitarea auditului pentru acestea.

O altă problemă a activității de audit reprezintă asigurarea calității serviciilor prestate. Până în prezent, la acest capitol nu au fost întreprinse măsuri de asigurare a calității lucrărilor de audit. Asigurarea calității este un element vital al menținerii și sporirii încrederii în profesia de auditor. Doar o parte din societățile mari de audit acordă atenție procedurilor de control al calității lucrărilor de audit și riscurilor aferente exercitării auditului. Neimplicarea celorlalte societăți de audit în controlul calității pune la îndoială calitatea opiniilor emise de acestea. Îndeosebi, această problemă ține de societățile de audit care exercită auditul la entitățile de interes public. Asigurarea calității este impusă prin noua Lege privind activitatea de audit. Cu toate acestea, nu a fost creată încă capacitatea necesară pentru asigurarea calității activității auditorilor.

De menționat că la acest capitol Asociația Obștească „Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști din Republica Moldova” în luna mai 2014 a elaborat și prezentat părților cointeresate Proiectul de inițiativă a Regulamentului privind controlul de stat a calității activităților de audit.

În opinia autorilor profesioniști, profesia de auditor suferă considerabil din cauza neajunsurilor semnificative ale sistemului de învățământ, instruire, certificare, și organizare a pregătirii continue, dar și de recunoaștere profesională a auditorilor. Nivelul actual al activității din aceste domenii în Republica Moldova nu constituie un obiectiv realist. Sunt necesare activități ce vor permite crearea structurilor necesare sau delegarea responsabilităților cît pentru pregătirea auditorilor profesioniști competenți, capabili să aducă o contribuție semnificativă în activitatea profesională atît și monitorizarea obligatorie.

Actualmente, există o anumită insatisfacție legată de rezultatele pe care investitorii și alți utilizatori așteaptă să le obțină în urma misiunilor de audit (inclusiv în ceea ce privește a veridicitatea situațiilor financiare) și ceea ce, în opinia auditorilor, poate fi prezentat în urma efectuării procedurilor de audit (inclusiv un nivel rezonabil de asigurare pe care poate să-l ofere un auditor). Utilizatorii trebuie să fie informați despre esența auditului, despre imposibilitatea acordării unui nivel absolut de certitudine că rapoartele financiare sunt veridice.

Pe lângă unele neajunsuri care cu desăvârșire trebuie înlăturare profesiei de auditor în Republica Moldova îi sunt proprii și un șir de realizări, care sunt generalizate în continuare.

**Creșterea competenței utilizatorilor rapoartelor financiare și comunicarea noilor cerințe față de auditori.** Ca urmare a necesităților investitorilor, companiilor, piețelor de capital, organelor de reglementare, publicului și a altor părți interesate se află, într-un proces continuu, elaborarea noilor forme de informare care extind raportarea financiară existentă. Mulți dintre utilizatori doresc să primească informații care i-ar ajuta să înțeleagă rezultatele activității unei entități; adică, pe lângă indicatorii ce caracterizează rezultatele financiare ale entității, ei doresc să obțină informații despre tendințele de dezvoltare, gestionare a riscurilor operaționale, aspectul practic al gestiunii cu entitatea. Aceste cerințe depășesc modelul tradițional de raportare financiară și indică fenomenul creșterii nivelului de competență a utilizatorilor. Pentru auditori asemenea cerințe, pe lângă faptul că reprezintă o lărgire a pieței serviciilor de audit, mai reprezintă și o necesitate de îmbunătățire a cunoștințelor în diverse domenii, adică o creștere profesională. De asemenea, aceasta înseamnă și alinierea la niște standarde și practici care de multă vreme se aplică în practica internațională.

**Creșterea procesului tehnologic și automatizarea procedurilor de audit.** Aplicarea tehnologiilor, în special a tehnologiilor-web, la colectarea, sistematizarea și distribuirea informațiilor, reduc efortul fizic, însă majorează însemnătatea aplicării judecății profesionale. Asemenea tehnologii modifică în mod substanțial conținutul rapoartelor despre activitățile operațională și financiară și oferă o mai mare accesibilitate la informații. Un asemenea progres tehnologic are o influență esențială asupra modalităților de lucru ale auditorilor, asupra nivelului de competență necesar auditorilor și asupra așteptărilor publicului. Multe dintre realizările procesului tehnologic au făcut ca utilizatorii serviciilor de audit să ceară auditorilor prezentarea în termeni mai sintetici a informațiilor, fapt care i-a determinat pe auditori să aplice pe larg sistemele automatizate în efectuarea procedurilor de audit.

**Rolul activ al asociațiilor profesionale în dezvoltarea profesiei.** Cu excepția autorităților guvernamentale implicate în reglementarea contabilității și activității de audit, au fost constituite trei organizații nonguvernamentale, care și-au propus să reprezinte interesele profesioniștilor de profil:

- Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști din Republica Moldova (ACAP);
- Asociația Firmelor de Audit din Moldova (AFAM) și
- Asociația Auditorilor și Consultanților în Management.

În momentul actual, dintre toate asociațiile profesionale existente, un rol activ în dezvoltarea auditului îl joacă Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști (ACAP). Fiind membru al Federației Internaționale a Contabililor (IFAC), asociația îndeplinește misiunea de promovare a standardelor profesionale și etice și organizează programe de instruire profesională continuă a auditorilor.

Asociația Obștească „Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști din Republica Moldova” (ACAP) a fost fondată în 1996 prin intermediul asistenței tehnice acordate de către Agenția USAID, la inițiativa a 31 de contabili și auditori dedicați să promoveze acordarea asistenței și să contribuie la perfecționarea profesională în domeniul auditului și contabilității în Republica Moldova, precum și să furnizeze informațiile metodologiei de

rigoare profesioniștilor din domeniul contabilității, pentru a asigura prestarea serviciilor profesionale la cel mai înalt standard de calitate. În prezent, ACAP peste 700 de membri, divizați în câteva categorii, al căror statut variază de la membri cu drepturi depline până la membri asociați și membri studenți.

Un angajament major asumat de către ACAP îl reprezintă elaborarea și implementarea programului de certificare a contabililor. Certificarea este una din principalele aspecte ce țin de atingerea unui nivel adecvat de calificare profesională în domeniu, recunoscut nu doar la nivelul organului responsabil de certificare, ci și la nivelul organelor de stat și al publicului larg, ce ar servi drept bază pentru acordarea licenței.

După cum menționam mai sus, în prezent, Ministerul Finanțelor și alte autorități guvernamentale sunt responsabile de certificarea auditorilor și de Programele de instruire și dezvoltare profesională continue pentru auditori și contabili. În prezent, în Moldova nu există o procedură specială în care ar prevedea certificarea contabililor. Este necesară doar diploma de studii superioare respective. De regulă, instruirea profesională ulterioară a fost și este prestată de diverse firme, organizații și instituții, care oferă servicii de calificare și instruire a cadrelor. De menționat că deosebirea dintre contabil și auditor persistă într-un mod oarecare în țările post sovietice din motivul moștenirii istorice. Contabilul este considerat ca fiind numai un contabil profesionist angajat (în termenii prevăzuți de IFAC), iar auditorul este considerat ca fiind un contabil profesionist, angajat în serviciul public. Totodată, auditul nu este considerat ca domeniu al profesiei de contabil, dar mai mult ca o profesie separată, de un nivel mai înalt.

Programul de Certificare al ACAP a fost elaborat în vederea testării cunoștințelor profesionale și a experienței contabililor și auditorilor în domeniul contabilității, auditului, legislației, finanțelor, fiscalității, managementului, tehnologiilor informaționale, eticii profesionale și de business, precum și în alte domenii relevante. Celor care au fost calificați pentru a susține examenele și au susținut cu succes toate etapele li se conferă titlul de Contabil Profesionist Certificat (CAP), cu înmânarea certificatului de rigoare. Celor care au fost calificați pentru a susține examenele și au susținut cu succes toate etapele pentru nivelul 2 li se conferă titlul de Contabil Profesionist Internațional Certificat (CIPA) și li se înmânează certificatul de rigoare.

Programul de certificare al ACAP a servit drept unul din criteriile de bază ce i-a permis acestei organizații să fie recunoscută de către Federația Internațională a Contabililor (IFAC).

Primele examene de cerificare în cadrul Programului CIPA au avut loc în luna noiembrie 2003. În prezent numărul de persoane care au obținut certificatul CAP este de 244, iar al celor care au obținut Certificatul CIPA este de 12. Rata medie istorică de susținere a examenelor de certificare este de circa 42 %. Prin Ordinul Ministerului Finanțelor din martie 2010, titularii CIPA sunt eliberați de susținerea examenelor de calificare a auditorilor.

Asociația Obștească „Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști din Republica Moldova” este unul din primele organe profesionale la autogestiune din domeniul contabilității și



auditului din cadrul Comunității Statelor Independente (CSI) care a devenit membru al IFAC și primul membru din istoria IFAC care a obținut statutul de membru asociat. Din luna noiembrie 2004 ACAP este membru cu drepturi depline al IFAC.

Asociația Obștească „Asociația Contabililor și Auditorilor Profesioniști din Republica Moldova” este membru al:

- ECCAA (Eurasian Council of Certified Accountants și Auditors), și
- FIDEF (Francophone Federation of International Accountants-Experts).

Obținerea statutului de membru al IFAC atestă că standardele și programele Asociației sunt recunoscute pe plan mondial, fiind în concordanță cu standardele de profesionalism acceptate internațional în domeniul contabilității și activității de audit financiar. În așa mod, acest fapt generează credibilitate sporită comunității de afaceri și financiare din Republica Moldova.

**Implicarea organelor de reglementare în dezvoltarea profesiei de auditor.** Organele de reglementare, în frunte cu Ministerul Finanțelor, participă tot mai activ în creșterea calității serviciilor de audit prin elaborarea de noi standarde, regulamente și acte normative, prin supravegherea și controlul calității activității societăților de audit, auditorilor întreprinzători individuali, prin crearea posibilităților de creștere profesională etc.

În scopul promovării cu succes a reformei contabilității și a activității de audit și adoptării unui sistem de contabilitate și audit în conformitate cu regulamentele/standardele europene și internaționale, este recomandabil de identificat acțiunile prioritare pentru termen scurt, mediu și lung după cum urmează: elaborarea al Planului de Acțiuni privind implementarea Strategiei de reformă; negocierea cu Consiliul pentru Standardele Internaționale de Contabilitate a ediției oficiale IFRS în scopul implementării acestor standarde pe teritoriul Republicii Moldova; elaborarea modalității de actualizare a cadrului de reglementare a raportării financiare în conformitate cu prevederile legislației naționale aprobate recent, cu directivele UE și cu normele acceptate de practica internațională; constituirea Serviciului Informațional de Rapoarte Financiare și instruirea angajaților acestuia; aprobarea conceptului de supraveghere publică și aprobarea Regulamentului vizând activitatea Consiliului de Supraveghere a Activității de Audit; armonizarea Regulamentului vizând Certificarea Auditorilor cu cerințele și practicile Uniunii Europene și ale IFAC în acest domeniu; organizarea unui seminar pentru a elucida prevederile Legii contabilității (pentru reprezentanții entităților de interes public), Legii privind activitatea de audit (pentru reprezentanții firmelor de audit), Legislației Europene și IFAC (pentru toți partenerii implicați în reforma audit).

De menționat că în procesul elaborării și implementării Strategiei și a Planului de Acțiuni urmează a fi implicate următoarele entități principale:

- Ministerul Finanțelor (Direcția Metodologia Contabilității și Auditului, Inspectoratul de Stat pentru Supravegherea Activității Asigurărilor și Fondurilor Nestatale de Pensii etc.);

- Banca Națională a Moldovei;
- Comisia Națională a Pieței Financiare;
- Bursa de valori;
- Serviciul Informațional de Rapoarte Financiară pe lângă Biroul Național de Statistică;
- Consiliul de Supraveghere a Activității de Audit;
- Inspectoratul Fiscal Principal de Stat / Serviciul Fiscal de Stat;
- Instituțiile de învățământ în domeniul contabilității;
- Asociațiile profesionale de contabili și auditori.

### **Concluzii.**

Realitatea economică a prezentului a impus, pe de o parte, inițierea unor eforturi de dezvoltare a profesiei contabile care să răspundă provocărilor impuse de globalizarea economica, iar pe de alta parte, continuarea eforturilor de adaptare a legislației naționale la experiența Uniunii Europene. Acesta la rândul său presupune o inventariere a legilor recent adoptate, cu axare asupra coerenței între diferite legi și elaborarea unui tabel de concordanță, care ar permite identificarea unui grafic cu termene concrete de aliniere deplină la practicile UE în domeniul raportării financiare corporative.

Pentru promovarea continuă și cu succes a reformei sistemului contabil și audit autohton, precum și în scopul armonizării acestora cu legislația internațională și europeană, enunțăm următoarele recomandări: implicarea organizațiilor profesionale nonguvernamentale în reglementarea activității profesionale în domeniul auditului și contabilității, precum delegarea membrului IFAC responsabilităților în elaborarea și adoptarea standardelor în domeniul certificării, instruirii profesionale continue, monitorizării a respectării Codului etic și sistemului de controlul calității; asigurarea concordanței normelor metodologice ce reglementează certificarea contabililor și auditorilor cu normele internaționale și europene relevante; implementarea și aplicarea unui sistem continuu de instruire profesională cu o posibilă delegare a responsabilităților aferente acestui proces organizațiilor nonguvernamentale.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Balan I. Dicționar explicativ de audit financiar. Chișinău: UASM, 2008. 79 p.
2. Bodarev P. Auditul financiar. Ch: Tipografia Centrală, 2003
3. Code of Ethics for Professional Accountants. New York, IFAC Pronouncements Handbook, 2012.
4. Handbook of International Standards on Auditing and Quality Control. Handbook of the Code of Ethics for Professional Accountants. New York: IFAC, 2010.
5. Legea privind activitatea de audit nr. 61 din 16 martie 2007. În: Monitorul oficial al Republicii Moldova, 2007. nr. 117-126.
6. Selaru M. Comparative Study on EU and Moldovan Legislation on Accounting and Auditing. TACIS, 2007.
7. Standardele Internaționale de audit. <http://www.minfin.md/actnorm/audit/91internauditstands>
8. The World Bank Advanced Program in Accounting & Auditing Regulation, as Integral part of: „The Road to Europe – Program of Accounting Reform and Institutional Strengthening” (REPARIS), 2005, 2006, 2009, 2010, 2011, 2012.

*ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ЗАКОНОДАТЕЛЬНОГО И НОРМАТИВНОГО  
РЕГУЛИРОВАНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЁТА  
PROBLEM ASPECTS OF THE LEGISLATIVE AND REGULATORY ACCOUNTING*

**Василий ЩЕРБАТЮК**, доктор экономики, конференциар университетар  
Славянского университета Республики Молдова

**ABSTRACT.** *The article presents the results of a critical study of laws and regulations and accounting procedures for the adoption of new options in the context of the requirements of the Directives of the European Union and international financial reporting standards. It reveals some analytical aspects of accounting reform and made suggestions for improvement in the theory and practice of economic management.*

**ABSTRACT.** *Articolul prezintă rezultatele unui studiu critic de legi și regulamente și proceduri contabile pentru adoptarea de noi opțiuni în contextul cerințelor directivelor Uniunii Europene și cu standardele internaționale de raportare financiară. Acesta dezvăluie unele aspecte analitice ale reformei contabilității și sugestii făcute pentru îmbunătățirea în teoria și practica de management economic.*

**KEYWORDS:** *Accounting Act, National Standards and summary chart of accounts, functional and cost and SWOT analysis.*

**CUVINTE CHEIE:** *contabilitate act, standardele naționale și graficul rezumat de conturi, funcționale și a costurilor și analiza SWOT.*

**Вступление.**

Современный этап социально-экономического развития Республики Молдова тесно связан с мировой глобализацией, экономическим кризисом и характеризуется дальнейшим укреплением рыночных отношений, усилением евроинтеграционных процессов и переходом на международные стандарты финансовой отчётности. В этих условиях важную роль играет бухгалтерский учёт хозяйственно-финансовой деятельности предприятий. Он является основным источником разнообразной экономической информации для внутренних и внешних пользователей с целью исчисления и оценки многочисленных показателей, выработки и принятия научно обоснованных оптимальных управленческих решений. В рыночных условиях хозяйствования и конкуренции учёт – это начало начал всех экономических наук, «совесть, философия, азбука и язык бизнеса», а бухгалтерия – «сердце любого предприятия».

О важном значении бухгалтерского учёта в успешном развитии национальной экономики издавна и весьма подробно писали многие известные зарубежные специалисты. Приведём мнения некоторых из них в хронологическом порядке:

- «кто в делах своих не умеет быть хорошим бухгалтером, тот будет бродить как слепой в потёмках наугад, и не миновать ему больших убытков», *Л. Пачоли, итальянский математик и монах, 1494 г. [10, с. 5];*

- «бухгалтерский учёт стоит выше всех наук и искусств, ибо все нуждаются в нём, а он ни в ком не нуждается; без бухгалтерского учёта мир был бы неуправляем и люди не смогли бы понимать друг друга», *Б. Солозано, испанский учёный, 1590 г. [11, с. 73];*

• «отсутствие счетоводства или его нерациональное ведение неумолимо ведёт частных лиц к бедствию, предприятия – к разорению, а государство – к той экономической анархии, которая предшествует социальному падению», *Э. Леотэ, французский экономист, 1898 г.* [11, с. 123];

• «счетоведение имеет благотворное влияние на проявление разумной бережливости, расчетливость и на воздержание от непроизводительного потребления», *российский преподаватель коммерческих наук И.П. Бабенко, 1902 г.* [6, с. 15].

• «бухгалтерия так же необходима для хозяйственной жизни предприятий, как свет и воздух для физической жизни человека. ... Правильно организованная бухгалтерия, обеспечивая хозяйственный порядок, правомерность и осмысленность в ведении дел, является одной из самых прочных и надежных гарантий здорового развития предприятия, а, в силу сего, и весьма существенным фактором народного благосостояния», *М.Е. Харитоненко, украинский специалист в области учёта, 1908 г.* [12, с. 7-8].

• бухгалтерский учёт – это «непогрешимый судья прошлого, необходимый руководитель настоящего и надежный консультант будущего каждого предприятия», *И.Ф. Шер, швейцарский учёный, 1925 г.* [14, с. 5].

**Постановка задачи.** Вместе с тем множество сложных и разнообразных проблем развития молдавской экономики объективно обуславливают актуальность и необходимость глубокого, критического и всестороннего изучения современной теории и практики бухгалтерского учёта и настойчиво требуют его дальнейшего развития и совершенствования на основе широкого и объективного использования наших традиций и многолетнего опыта, а также лучших зарубежных достижений в данной области.

**Результаты исследований.** Для научно обоснованного реформирования бухгалтерского учёта хозяйственно-финансовой деятельности предприятий Республики Молдова важное значение имеет функционально-стоимостной и SWOT анализ. Функционально-стоимостной анализ заключается в системном исследовании объекта (изделия, процесса, структуры), направленном на оптимизацию соотношения между потребительскими свойствами и затратами на создание, производство и эксплуатацию объекта, на поиск более эффективных вариантов осуществления анализируемым объектом своих функций. Он представляет собой метод нахождения резервов снижения затрат на производство и эксплуатацию объекта анализа путём исследования основных и вспомогательных функций объекта анализа и поиска наиболее экономичных решений их осуществления. И поэтому представляется возможным и целесообразным проводить функционально-стоимостной анализ основных документов, регистров и форм отчётности бухгалтерского учёта, а также Плана его счетов.

Методология SWOT анализа предполагает, во-первых, выявление внутренних сильных и слабых сторон, а также внешних возможностей и опасностей объекта исследования, и, во-вторых, установление связей между ними. Достоинства этого анализа следующие: прост и эффективен в применении, не требует обширной базы данных для своего проведения, позволяет определить перспективы развития объекта исследования и выбрать ему оптимальный путь развития, предупреждает возникновение возможных проблем, позволяет сформулировать в виде логически согласованной схемы взаимодействие сил, слабостей, возможностей и угроз, сопровождающих функционирование объекта исследования. В соответствии с Постановлением Правительства Республики Молдова об утверждении Плана развития бухгалтерского учёта и аудита в корпоративном секторе на 2009-2014 годы результаты такого анализа являются следующими (табл. 1).

Таблица 1

**SWOT анализ бухгалтерского учёта деятельности молдавских предприятий**

<i><b>Сильные стороны</b></i>	<i><b>Слабые стороны</b></i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Утверждение Закона о бухгалтерском учёте, соответствующего международным требованиям</li> <li>2. Отчётность финансовых учреждений и других субъектов с иностранным капиталом согласно МСФО</li> <li>3. Рост компетентности пользователей финансовых отчётов</li> <li>4. Присоединение высших учебных заведений к Болонскому процессу</li> <li>5. Наличие международных программ сертификации бухгалтеров</li> <li>6. Использование бухгалтерских данных в качестве основы для составления налоговых деклараций</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Относительно высокая стоимость реформирования бухгалтерского учёта</li> <li>2. Существование устарелых и неполных НСБУ и других нормативных актов</li> <li>3. Недостаточный уровень механизма внедрения и мониторинга законодательных и нормативных актов в области бухгалтерского учёта</li> <li>4. Составление финансовых отчётов по типовым формам, которые содержат значительный объём информации и в то же время не отражают реальное имущественное и финансовое положение субъекта</li> <li>5. Недостаточное раскрытие финансовой информации большинством субъектов</li> <li>6. Низкий уровень подготовки бухгалтерских кадров в высших учебных заведениях</li> <li>7. Недостаточная подготовка государственных служащих в области бухгалтерского учёта.</li> <li>8. Недостаток квалифицированных специалистов для ведения бухгалтерского учёта и составления финансовых отчётов согласно МСФО.</li> </ol>
<i><b>Возможности</b></i>	<i><b>Опасности</b></i>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Обеспечение на международном уровне сопоставимости данных из финансовых отчётов субъектов</li> <li>2. Свободный доступ пользователей к информации из финансовых отчётов</li> <li>3. Создание благоприятных условий для привлечения иностранных инвестиций</li> <li>4. Привлечение внешней финансовой и технической помощи для развития</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие необходимых финансовых средств для продолжения реформ бухгалтерского учёта</li> <li>2. Несоответствующая трактовка государственными служащими и бухгалтерскими кадрами субъекта положений бухгалтерского учёта</li> <li>3. Промедление внедрения МСФО некоторыми субъектами публичного интереса</li> <li>4. Отсутствие технических средств и программ Soft, а также необходимых квалифицированных кадров для сбора, обработки и опубликования финансовых отчётов</li> </ol>

бухгалтерского учёта и аудита <b>5.</b> Модернизация учебного процесса и подготовка специалистов для профессиональной сертификации <b>6.</b> Обеспечение прозрачности и повышение степени раскрытия финансовой информации	<b>5.</b> Сложность в понимании пользователями стандартов бухгалтерского учёта, основанных на международных стандартах
---	--

Основополагающие требования к правовой базе, организации и регулированию современного бухгалтерского учёта и финансовой отчётности в Республике Молдова определены Законом о бухгалтерском учёте № 113 от 27 апреля 2007 г. и другими законодательно-нормативными актами. Главные из этих требований относятся к используемой терминологии; государственным органам, отвечающим за регулирование учёта; компетенции профессиональных ассоциаций по защите прав и повышению уровня квалификации их членов; обязанностям и правам субъектов по ведению бухгалтерского учёта и составлению финансовой отчётности; применению Международных стандартов финансовой отчётности некоторыми категориями субъектов; использованию бухгалтерских данных для составления налоговых деклараций; введению системы внутреннего контроля и аудита; приближению структуры, методики составления и представления финансовых отчётов к международным требованиям.

В этой связи отметим, что основные положения Закона о бухгалтерском учёте Республики Молдова в целом соответствуют Директивам Европейского Союза, Международным стандартам финансовой отчётности, а также нынешнему уровню экономического развития местных субъектов. В то же время этот Закон содержит только общие методологические нормы по ведению бухгалтерского учёта и составлению финансовой отчётности. Точный метод решения сложных задач установлен в национальных стандартах и других нормативных актах бухгалтерского учёта.

Наш анализ показывает, что в статье 3 Закона о бухгалтерском учёте необосновано отождествляются два различных по содержанию экономических понятия (элемент и объект учёта) и недостаточно точно определяется бухгалтерский учёт как «комплексная система сбора, идентификации, группировки, обработки, отражения и обобщения элементов бухгалтерского учёта и финансовой отчётности». Поэтому полностью согласиться с такой дифиницией нельзя, так как вышеуказанная система фактически оперирует с экономической информацией, а не с учётно-отчётными элементами, содержание которых к тому же раскрыто без соблюдения основных логических правил.

Правомерность и обоснованность данного мнения дополнительно подтверждается и двумя определениями управленческого и финансового учёта, приведенными в той же статье

3. Так, первый вид бухгалтерского учёта в ней трактуется как «система сбора, обработки, подготовки и передачи бухгалтерской информации», а второй – как «система сбора, группировки, обработки и систематизации информации о наличии и движении активов, собственного капитала, обязательств, доходов и расходов в денежном выражении с целью составления финансовых отчётов».

В качестве другого весьма важного аргумента, подтверждающего обоснованность вышеприведенного утверждения, можно привести Закон Республики Беларусь «О бухгалтерском учёте и отчётности» от 12 июля 2013 г. № 57-З. Его статья 1 определяет, что бухгалтерский учёт – это «система непрерывного формирования информации в стоимостном выражении об активах, обязательствах, о собственном капитале, доходах, расходах организации посредством документирования, инвентаризации, учётной оценки, двойной записи на счетах бухгалтерского учёта, обобщения в отчётности».

Мы также считаем, что в Законе о бухгалтерском учёте в обязательном порядке должны быть чётко указаны учётные объекты. Кроме того, следует подробно сформулировать основные требования, предъявляемые к основным организаторам и исполнителям сложнейшей бухгалтерской работы – главным бухгалтерам (наличие высшего или среднего специального образования и конкретного стажа работы по специальности, отсутствие судимости за экономические преступления), и дополнительные основополагающие принципы ведения учёта (осмотрительность, превалирование сущности над формой, применение единого денежного измерителя).

Как показывает наше исследование, реформы, инициированные Законом о бухгалтерском учёте и Законом об аудиторской деятельности, обусловили необходимость разработки и утверждения Плана развития бухгалтерского учёта и аудита в корпоративном секторе на 2009-2014 годы. Его главной целью является улучшение качества финансовой отчётности хозяйствующих субъектов, которое должно оказать существенное положительное влияние на национальную экономику. Внедрение этих законодательных актов требует осуществления ряда действий, направленных на приведение бухгалтерского учёта и аудита в полное соответствие требованиям Директив Европейского Союза и стандартов, принятых в международной практике. В данном контексте следует активно продолжить начатые реформы, которые в конечном итоге приведут к созданию благоприятной деловой среды, росту культуры бухгалтерского учёта и аудита в корпоративном секторе, а также повышению престижа профессии бухгалтера и аудитора в стране.

Дальнейшее развитие и совершенствование бухгалтерского учёта хозяйственно-финансовой деятельности предприятий Республики Молдова тесно связано с выполнением Закона о прозрачности процесса принятия решений, принятого Парламентом Республики

Молдова 13 ноября 2008 г. Он устанавливает нормы, применяемые для обеспечения прозрачности процесса принятия решений в рамках центральных и местных органов публичного управления, и регулирует отношения этих органов с гражданами, созданными в соответствии с законом объединениями, иными заинтересованными сторонами в плане участия таковых в процессе принятия решений. Под действие этого закона подпадают, в частности, Правительство и министерства, и он преследует следующие цели:

а) обеспечение всестороннего информирования о процессе принятия решений в рамках органов публичной власти и прозрачности их деятельности;

б) обеспечение и стимулирование непосредственного и активного участия граждан, созданных в соответствии с законом объединений, иных заинтересованных сторон в процессе принятия решений;

в) повышение эффективности процесса принятия решений в рамках органов публичной власти и уровня их ответственности перед гражданами и обществом.

Для достижения вышеуказанных целей органы публичной власти обязаны принимать необходимые меры по обеспечению возможности участия граждан и профессиональных организаций в процессе принятия решений и обеспечить им доступ к проектам решений и сопутствующим материалам. Кроме того, в обязательном порядке должны проводиться публичные слушания, обсуждения и консультации с заинтересованными сторонами, а также информирование общественности о принятых решениях путём их размещения на официальной web-странице, вывешивания в общедоступном месте по месту своего нахождения и/или распространения через центральные или местные средства массовой информации.

Выполнение Плана развития бухгалтерского учёта и аудита в корпоративном секторе на 2009-2014 годы, утверждённого Постановлением Правительства Республики Молдова № 1507 от 31 декабря 2008 г., требует определенных расходов, которые будут покрыты за счёт внутренних и внешних источников, и подразделяются на следующие категории:

1) расходы, относящиеся к консалтингу, разработкам и внедрениям, – они включают расходы, касающиеся иностранного и местного консалтинга, членов рабочей группы по разработке и внедрению положений по бухгалтерскому учёту и аудиту, их актуализации и опубликования, разработки дидактических материалов, обмена опытом и т.д.;

2) расходы на обучение – к ним относятся расходы по непрерывной профессиональной подготовке бухгалтеров, аудиторов и государственных служащих;

3) расходы на оборудование информационных технологий – они включают расходы на приобретение hardware, software и пользование техническим оборудованием

4) управленческие расходы – к ним относятся все расходы, связанные с необходимостью эффективного управления процессом выполнения весьма сложной и ответственной задачи.



Общая сумма вышеуказанных расходов по категориям запланирована соответственно в размере 39,1, 7,3, 22,9 и 4,6 млн. леев, что в итоге составляет почти 74,0 млн. леев. Причём, из всей этой суммы на модернизацию образования и профессиональной подготовки, информирование общественности предусмотрено израсходовать 9,3 млн. леев.

В ходе недавнего реформирования бухгалтерского учёта хозяйственно-финансовой деятельности молдавских предприятий разработаны, утверждены и вступили в силу с 1 января 2014 г. различные новые нормативные акты по бухгалтерскому учёту. Их полный состав, название и краткое содержание приведены в табл. 2.

Таблица 2

**Общая характеристика новых нормативных актов по бухгалтерскому учёту**

№ п/п	Название	Рассмотренные вопросы	Основа для разработки
1	НСБУ «Представление финансовых отчётов»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Цель, виды и состав финансовых отчётов</li> <li>• основополагающие принципы составления финансовых отчётов и качественные характеристики их информации</li> <li>• Формы и содержание финансовых отчётов</li> <li>• Общие правила составления, утверждения и представления финансовых отчётов</li> <li>• Реформация бухгалтерских балансов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Директивы Европейского Союза</li> <li>&gt; Концептуальные основы финансовой отчётности</li> <li>&gt; МСФО 1 «Представление финансовой отчётности»</li> <li>&gt; МСФО 7 «Отчёты о движении денежных средств»</li> </ul>
2	НСБУ «Учётные политики, изменения в бухгалтерских оценках, ошибки и последующие события»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Выбор, применение и изменения учётных политик</li> <li>• Изменения бухгалтерских оценок</li> <li>• Бухгалтерские ошибки</li> <li>• События после отчетной даты</li> <li>• Непрерывность деятельности</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Директивы Европейского Союза</li> <li>&gt; МСФО 8 «Учётные политики, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки»</li> <li>&gt; МСФО 10 «События после окончания отчётного периода»</li> </ul>
3	НСБУ «Долгосрочные нематериальные и материальные активы»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Признание и первоначальная оценка долгосрочных активов</li> <li>• Последующая оценка и амортизация долгосрочных активов</li> <li>• Общие правила учёта нематериальных активов</li> <li>• Основы учёта долгосрочных материальных активов</li> <li>• Особенности учёта минеральных ресурсов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Директивы Европейского Союза</li> <li>&gt; МСФО 38 «Нематериальные активы»</li> <li>&gt; МСФО 16 «Основные средства»</li> <li>&gt; МСФО 6 «Разведка и оценка запасов полезных ископаемых»</li> </ul>
4	НСБУ «Инвестиционная недвижимость»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Состав инвестиционной недвижимости</li> <li>• Учёт поступления и выбытия инвестиционной недвижимости</li> <li>• Методы последующей оценки инвестиционной недвижимости</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Директивы Европейского Союза</li> <li>&gt; МСФО 40 «Инвестиционное имущество»</li> </ul>
5	НСБУ «Договоры лизинга»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виды лизинга</li> <li>• Учёт лизинга у лизингополучателя</li> <li>• Учёт лизинга у лизингодателя</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Директивы Европейского Союза</li> <li>&gt; МСФО 17 «Аренда»</li> </ul>
6	НСБУ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Признаки обесценения активов и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Директивы Европейского Союза</li> </ul>

	«Обесценение активов»	определение их справедливой стоимости <ul style="list-style-type: none"> <li>• Признание и измерение убытков от обесценения активов</li> <li>• Восстановление убытка от обесценения активов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ МСФО 36 «Обесценение активов»</li> </ul>
7	НСБУ «Дебиторская задолженность и финансовые инвестиции»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Признание и классификация дебиторской задолженности и финансовых инвестиций</li> <li>• Учёт дебиторской задолженности и финансовых инвестиций</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ Концептуальные основы финансовой отчётности</li> <li>➢ МСФО 19 «Вознаграждения работникам»</li> <li>➢ МСФО 32 «Финансовые инструменты: представление информации»</li> <li>➢ МСФО 7 «Финансовые инструменты: раскрытие информации»</li> <li>➢ МСФО 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка»</li> </ul>
8	НСБУ «Запасы»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Состав, признание и первоначальная оценка запасов</li> <li>• Общие правила учёта поступления и выбытия запасов</li> <li>• Косвенные производственные затраты</li> <li>• Текущая и последующая оценка запасов</li> <li>• Особенности учёта малоценных и быстроизнашивающихся предметов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ МСФО 2 «Запасы»</li> </ul>
9	НСБУ «Собственный капитал и обязательства»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Состав и порядок учёта увеличения и уменьшения собственного капитала</li> <li>• Состав, признание и учёт обязательств</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ Концептуальные основы финансовой отчётности</li> <li>➢ МСФО 19 «Вознаграждения работникам»</li> <li>➢ МСФО 20 «Учёт государственных субсидий и раскрытие информации о государственной помощи»</li> <li>➢ МСФО 37 «Резервы, условные обязательства и условные активы»</li> </ul>
10	НСБУ «Доходы»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Общие правила признания и оценки доходов</li> <li>• Учёт доходов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ Концептуальные основы финансовой отчётности</li> <li>➢ МСФО 18 «Доходы»</li> </ul>
11	НСБУ «Расходы»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Состав и классификация расходов</li> <li>• Признание и оценка расходов</li> <li>• Учёт расходов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ Концептуальные основы финансовой отчётности</li> </ul>
12	НСБУ «Договоры на строительство»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Виды договоров на строительство</li> <li>• Состав доходов по договорам на строительство</li> <li>• Состав затрат по договорам на строительство</li> <li>• Учёт доходов и расходов по договорам на строительство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ МСФО 11 «Договоры на строительство»</li> </ul>
13	НСБУ «Затраты по займам»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Состав затрат по займам и квалифицируемых активов</li> <li>• Капитализация затрат по займам</li> <li>• Списание затрат по займам на расходы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ МСФО 23 «Затраты по займам»</li> </ul>
14	НСБУ «Курсовые валютные и суммовые разницы»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Учёт курсовых валютных разниц</li> <li>• Учёт суммовых разниц</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ МСФО 21 «Влияние изменений обменных курсов валют»</li> </ul>
15	НСБУ «Аффилированные»	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Связанные стороны и виды операций между ними</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ Директивы Европейского Союза</li> <li>➢ Концептуальные основы</li> </ul>

	стороны и договоры простого товарищества»	<ul style="list-style-type: none"> <li>Учёт операций простого товарищества</li> </ul>	финансовой отчётности > МСФО 24 «Раскрытие информации о связанных сторонах» > МСФО 11 «Совместная деятельность»
16	НСБУ «Особенности бухгалтерского учёта в сельском хозяйстве»	<ul style="list-style-type: none"> <li>Характеристика сельскохозяйственной деятельности</li> <li>Состав, оценка и учёт биологических активов</li> <li>Учёт сельскохозяйственной продукции</li> <li>Учёт затрат и калькуляция фактической себестоимости сельскохозяйственной продукции</li> </ul>	> Директивы Европейского Союза > МСФО 41 «Сельское хозяйство»
17	Методические указания о бухгалтерском учёте производственных затрат и калькуляция себестоимости продукции и услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>Общие правила признания, оценки и учёта производственных затрат</li> <li>Учёт производственных затрат с применением управленческих счетов</li> <li>Учёт производственных затрат без применения управленческих счетов</li> <li>Учёт затрат обслуживающих производств и хозяйств</li> <li>Калькуляция себестоимости продукции и услуг</li> </ul>	> Концептуальные основы финансовой отчётности
18	Методические указания о бухгалтерском учёте для физических лиц, осуществляющих предпринимательскую деятельность	<ul style="list-style-type: none"> <li>Общие правила организации учёта и отчётности физическими лицами-предпринимателями</li> <li>Учёт доходов и расходов</li> <li>Учёт собственности, запасов и денежных средств</li> <li>Инвентаризация имущества</li> </ul>	> Закон о бухгалтерском учёте № 113-ХVI от 27 апреля 2007 г. > Налоговый кодекс № 1163-ХIII от 24 апреля 1997 г.
19	Общий план счетов бухгалтерского учёта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Общие положения</li> <li>Перечень, характеристика и порядок применения счетов бухгалтерского учёта</li> </ul>	> Новые Национальные стандарты бухгалтерского учёта > Другие нормативные акты по бухгалтерскому учёту
20	Методические рекомендации по переходу на новые Национальные стандарты бухгалтерского учёта	<ul style="list-style-type: none"> <li>Этапы перехода на новые НСБУ</li> <li>Учётные политики</li> <li>Рабочий план счетов</li> <li>Разницы, относящиеся к признанию и оценке элементов бухгалтерского учёта</li> <li>Перенос остатков счетов бухгалтерского учёта, применявшихся до даты перехода на новые НСБУ, в новые счета</li> </ul>	> Новые Национальные стандарты бухгалтерского учёта > Общий план счетов бухгалтерского учёта > Другие нормативные акты по бухгалтерскому учёту

Как видно из табл. 2, новые учётные нормативные акты разработаны на основе Директив Европейского Союза и различных международных стандартов финансовой отчётности, охватывают основные стороны и виды хозяйственно-финансовой деятельности предприятий и раскрывают содержание наиболее существенных вопросов. Их дальнейшее практическое использование покажет реальное влияние проведенной реформы на улучшение

инвестиционного климата, развитие и повышение эффективности бизнеса, увеличение налоговых поступлений в Республике Молдова.

Новые Национальные стандарты бухгалтерского учёта имеют, как правило, следующую структуру: Введение, Цель, Сфера действия, Определения, Общая характеристика (признание, оценка, учёт и др.) соответствующего объекта, Раскрытие информации, Переходные положения, Дата вступления стандарта в силу. И внедряться они должны в такой последовательности:

- 1) формирование учётных политик в соответствии с положениями новых нормативных актов по бухгалтерскому учёту;
- 2) разработка в случае необходимости Рабочего плана счетов в соответствии с требованиями новых стандартов и Общего плана счетов бухгалтерского учёта;
- 3) определение разниц, относящихся к признанию и оценке учётных объектов;
- 4) перенос конечных сальдо ранее применявшихся бухгалтерских счетов в новые счета бухгалтерского учёта.

Несоблюдение вышеуказанных этапов в процессе реформирования бухгалтерского учёта отрицательно скажется на его организации, методике и методологии, что повлечёт за собой недостоверное исчисление фактической себестоимости произведенной продукции, выполненных работ и оказанных услуг, конечных финансовых результатов и различных налогов, подлежащих обязательному научно обоснованному планированию и своевременной уплате в бюджет.

#### **Выводы.**

Практическое использование вышеизложенных предложений по дальнейшему развитию и совершенствованию национальной системы бухгалтерского учёта хозяйственно-финансовой деятельности предприятий будет способствовать повышению её качества и эффективности, улучшению информационного обеспечения управления и успешному развитию различных отраслей рыночной экономики Республики Молдова.

#### **БИБЛИОГРАФИЯ:**

1. Закон Республики Молдова о бухгалтерском учёте № 113 от 27 апреля 2007 г. // Официальный монитор Республики Молдова, 2007, № 90-93.
2. Закон Республики Молдова о прозрачности процесса принятия решений № 239 от 13 ноября 2008 г. // Официальный монитор Республики Молдова, 2008, № 215-217.
3. Закон Республики Беларусь о бухгалтерском учёте и отчётности № 57-3 от 12 июля 2013 г. Режим доступа: <http://pravo.by/main.aspx?guid=3871&p2=2/2055>.
4. Постановление Правительства Республики Молдова об утверждении Плана развития бухгалтерского учёта и аудита в корпоративном секторе на 2009-2014 годы № 1507 от 31 декабря 2008 г. // Официальный монитор Республики Молдова, 2009, № 10-11.
5. Приказ Министерства финансов Республики Молдова «Об утверждении Национальных стандартов бухгалтерского учёта» № 118 от 6 августа 2013 г. // Официальный монитор Республики Молдова, 2013, № 177-181.

6. Бабенко И.П. Основы счетоведения и синтетический способ двойной бухгалтерии. – СПб.: Народная польза, 1902.
7. Дима М., Григорой Л. Международные стандарты финансовой отчётности. Практическое применение для руководителей и бухгалтеров. – Кишинэу: Universul, 2009.
8. Недерица А., Фаоля Л. Общие рекомендации по переходу на новые нормативные акты по бухгалтерскому учету // *Contabilitate și audit*, 2013, № 10.
9. Панков В.В. Институциональная теория бухгалтерского учёта и аудита: учебное пособие. – М.: ИнформБюро, 2011.
10. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях / Под ред. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2001.
11. Соколов Я.В., В.Я. Соколов. История бухгалтерского учёта. – М.: Финансы и статистика, 2004.
12. Харитоненко М.Е. Учебник двойной сельскохозяйственной и торгово-промышленной бухгалтерии – Киев, 1908.
13. Цуркану В., Голочалова И. Составление финансовой отчётности в соответствии с международными стандартами. – Кишинэу: ASEM, 2014.
14. Шер И.Ф. Бухгалтерия и баланс. Пер с нем. 2-е изд. – М.: Экономическая жизнь, 1925.
15. Щербатюк В.В. Финансовый учёт подотчётных сумм в рыночной экономике. – Кишинэу: Славян. ун-т, 2012.

*PARTICULARITĂȚILE DE ORGANIZARE A MISIUNILOR ȘI EVALUAREA ACTIVITĂȚII DE  
AUDIT INTERN LA ENTITĂȚILE ECONOMICE  
FEATURES MISSIONS ORGANIZATION AND EVALUATION OF INTERNAL AUDIT ACTIVITY  
ENTERPRISE*

**Igor BALAN**, dr., conf. univ., ULIM

**ABSTRACT.** *The accounting service cannot fulfill its functions without promoting an effective internal control, which, being rationally designed and properly applied, contributes to ensuring the consistency of recorded data and the reality. A special service is necessary for a qualified implementation of the internal control - internal audit. One of the main functions of this service is the continuous monitoring of economic facts and proposing solutions of its optimization. In addition to studying related issues to the overall business activity, the internal auditor also checks the implementation of administration dispositions, elaborates various recommendations, makes detailed analysis of the enterprise production process etc. The internal audit functions depend on the information needs of the employer. Therefore, the decision-making takes account of the correlation between benefits and incurred costs for auditors remuneration. At the same time, the lack of internal audit can cause erroneous communication with the accounting department, and thus the probative value of the accountancy may be subject to discussion.*

**ABSTRACT.** *Serviciul contabil al oricărei entități economice nu-și poate realiza eficient funcțiile sale fără promovarea unui control intern care, fiind rațional conceput și corect aplicat, contribuie la asigurarea concordanței dintre datele înregistrate și realitate. În acest context, ținem să menționăm că în activitatea entităților există un șir de segmente de risc, în special de administrare fiscală. La capitolul minimizării impactului acestor riscuri, precum și altor probleme ce țin de activitatea operațională, este necesar de un control intern calificat. În prezentul articol accentul de bază a fost pus pe înțelegerea entității și a mediului său, care prevede colectarea, actualizarea și analiza de către auditor a informațiilor care ar putea genera riscuri specifice de denaturare semnificativă, precum și evaluarea activității de audit intern de către auditorii externi.*

**KEYWORDS:** *accounting, control procedures, internal audit, internal control, misstatement, specific risks.*

**CUVINTE CHEIE:** *contabilitate, proceduri de control, audit intern, control intern, denaturare, riscuri specifice.*

### **Introducere.**

Serviciul contabil al oricărei entități economice nu-și poate realiza eficient funcțiile sale fără promovarea unui control intern care, fiind rațional conceput și corect aplicat, contribuie la asigurarea concordanței dintre datele înregistrate și realitate. În acest context, ținem să menționăm că în activitatea entităților există un șir de segmente de risc, în special de administrare fiscală. La capitolul minimizării impactului acestor riscuri, precum și altor probleme ce țin de activitatea operațională, este necesar de un control intern calificat. În prezentul articol accentul de bază a fost pus pe înțelegerea entității și a mediului său, care prevede colectarea, actualizarea și analiza de către auditor a informațiilor care ar putea genera riscuri specifice de denaturare semnificativă, precum și evaluarea activității de audit intern de către auditorii externi.

**Materiale aplicate.** Drept suport metodologic al investigațiilor în domeniu a servit metoda universală de cercetare a materiei, fenomenelor și proceselor, adică metoda dialectică a cunoașterii cu componentele ei inalienabile: analiza, sinteza, inducția și deducția, precum și metodele inerente disciplinelor economice: observarea, compararea, selectarea și gruparea. Totodată, pornind de la specificul temei de cercetare, s-a apelat la diverse concepte teoretice ale savanților din țară și din

străinătate, convențiile fundamentale și principiile de bază ale contabilității și auditului, prevederile standardelor de contabilitate și audit, precum și altor acte legislative sau normative adiacente.

### **Conținut de bază.**

Serviciul contabil al oricărei entități, inclusiv companii turistice nu-și poate realiza eficient funcțiile sale fără promovarea unui control intern care, fiind rațional conceput și corect aplicat, contribuie la asigurarea concordanței dintre datele înregistrate și realitate. Ca funcție a managementului controlul creează premise pentru perfecționarea modului de gestionare a patrimoniului, organizarea și desfășurarea durabilă a activității de producție a întreprinderii. Cunoașterea de către utilizatori a modului de desfășurare a activității economice reprezintă o cerință a conducerii pe baza criteriilor de profit [1, p. 92].

În acest context, ținem să menționăm că în activitatea companiilor turistice există un șir de segmente de risc de administrare fiscală. Astfel, o bună parte din aspectele ce țin de activitatea contribuabililor din domeniul turismului cu identificarea segmentelor de risc de administrare fiscală au fost puse în discuție la 23 iunie 2014 în cadrul ședinței comune a Consiliului de Conformare al Inspectoratului Fiscal Principal de Stat, Agenției Turismului și a 4 companii turistice.

Principale segmente de risc identificate se prezintă astfel: neutilizarea mașinii de casă și control la efectuarea decontărilor în numerar; neindicarea în contractul încheiat cu persoanele fizice și juridice a prețului descifrat pentru fiecare serviciu acordat (servicii de asigurare, serviciile hoteliere, biletele de avion etc.); nereflectarea în evidența contabilă a modalității formării costului pachetului turistic; diminuarea în evidența contabilă a sumelor încasate de la persoane fizice; declararea profitului mic (ca urmare a nereflectării totale a venitului); anularea în număr mare a voucherelor turistice; reflectarea în evidența contabilă a sumelor considerabile de pierderi fiscale pe parcursul a mai multor perioade fiscale, dispunerea permanentă a sumei taxei pe valoarea adăugată destinată trecerii în cont; achitări nesemnificative la bugetul public național în comparație cu cifra de afaceri înregistrată; prezența fenomenului „salariului în plic”; reflectarea în evidența contabilă a regimului de lucru la angajați de 4 ore pe zi [3].

La capitolul minimizării impactului acestor riscuri, precum și altor probleme ce țin de activitatea turistică (momentul constatării venitului, aprecierea costului de vânzări, eliberarea facturii de expediție concomitent cu voucherul turistic), este necesar de un control intern calificat. Acesta, la rândul său, poate fi executat de un serviciu special, lucrătorii căruia trebuie să cunoască bine specificul entității, structura economico – organizatorică și de conducere, totalitatea problemelor abordate în procesul verificărilor, să posede tehnica și metodologia efectuării controlului, să poată generaliza materialul obținut în urma controlului, să stabilească căile de preîntâmpinare și înlăturare a neajunsurilor etc. [2, p. 98-112].

Auditul intern reprezintă un ansamblu coordonat de măsuri adoptate în cadrul întreprinderii pentru protejarea elementelor patrimoniale, asigurarea respectării dispozițiilor administrației și exactității informației contabile [4].

Adeseori noțiunile de audit intern și control intern sunt confundate, acestea fiind considerate că sinonime. Eroarea dată se datorează tratării diferite a modalității de exercitare a acestora. De fapt, ambele noțiuni au multe trăsături comune, deoarece auditul intern este o parte componentă a controlului intern care este exercitat continuu, n-au un caracter antagonist și nu se deosebesc esențial prin modalitatea de exercitare și scopul urmărit.

În același timp auditul intern din punct de vedere al conținutului și metodelor de exercitare are anumite tangențe cu auditul extern (independent). În cazul organizării corespunzătoare auditul intern contribuie la sporirea responsabilității managerilor la capitolul obligațiunilor sale, la preîntâmpinarea fenomenelor negative în procesul efectuării operațiilor economice, legate de fluxul patrimoniului și obligațiunilor întreprinderii. În afară de aceasta, rezultatele auditului intern într-o măsură anumită servește drept baza informațională pentru auditul extern [2, p. 29-32; 5, p. 15].

Astfel, un auditor în cadrul misiunii trebuie să obțină o înțelegere a controlului intern relevant pentru activitatea derulată. Măsura în care un control, individual sau în combinație cu altele, este relevant pentru acțiunea de audit, depinde de raționamentul profesional al executantului misiunii [4].

Elementele esențiale care trebuie avute în vedere de auditori atunci când obțin o înțelegere a entității și a mediului său sunt legea de înființare, reglementările sau alte cerințe legislative care pot afecta operațiunile economice ale entității.

Înțelegerea entității și a mediului său prevede colectarea, actualizarea și analiza de către auditor a informațiilor, luând în considerație unii factori, care ar putea influența asupra entității, deoarece aceștia pot genera riscuri specifice de denaturare semnificativă.



**Fig. 1 - Înțelegerea entității și a mediului său**



La obținerea înțelegerii naturii entității putem menționa următoarele exemple de aspecte care trebuie luate în considerare:

— activitățile companiei turistice, precum:

- natura surselor de venit, a produselor sau a serviciilor;
- modul de derulare a operațiunilor (activități expuse riscului sporit);
- activități externalizate (contracte de audit intern);
- activități de cercetare și cheltuieli aferente;

— investiții și activități investiționale:

- achiziții planificate sau efectuate recent;
- investiții, cesionări de titluri și valori și împrumuturi;
- activități de investiții de capital;

— finanțare și activități:

- structura datoriilor și termenii împrumuturilor, contracte de leasing;
- uzufructuari (cei care pot utiliza bunuri care se află în proprietatea altuia);

— modificări semnificative suferite de entitate în perioade recente/anterioare.

Auditorul evaluează dacă politicile și cadrul de contabilitate selectate și aplicate de către compania turistică sunt adecvate pentru activitatea sa și în conformitate cu cadrul de raportare financiară aplicabil și cu politicile contabile folosite în domeniul de activitate relevant. La stabilirea politicilor și a cadrului de contabilitate trebuie să fie luate în considerare:

- principiile generale în conformitate cu care sunt întocmite situațiile financiare, cum ar fi principiile de contabilitate, planul de conturi, codurile, subconturile etc.;

- identificarea metodelor pe care le folosește entitatea pentru tranzacțiile neobișnuite sau semnificative (de exemplu, procesul de gestionare și administrare a patrimoniului statului, procesul de salarizare, achiziție etc.);

- modificările politicilor de contabilitate;

- standardele de raportare financiară, legile și reglementările, care sunt noi pentru entitate.

La obținerea înțelegerii obiectivelor, strategiilor și riscurilor afacerii entității auditorul poate lua în considerație doar acele aspecte care generează un risc de denaturare semnificativă a situațiilor financiare. Acestea sunt prezentate în tabelul 1.

De obicei, conducerea identifică riscurile afacerii și elaborează abordări care să răspundă acestora, fiind denumit managementul riscurilor și care face parte din sistemul de control intern al entității.

După înțelegerea activității desfășurate de entitate, auditorul trebuie să cunoască și să înțeleagă suficient de bine controlul intern al entității pentru:

**Tabelul 1. Cunoașterea domeniului (entității) supus auditului**

Entitatea	
Tipul auditului	
Perioada supusă auditului	
Scopul procedurii de audit	Cunoașterea domeniului supus auditului, cu identificarea domeniilor semnificative și a riscurilor
Membrii echipei	
Asistența juridică	
Asistența metodologică	
<b>Întocmite de către/data</b>	
<b>Revizuit de către/data</b>	
<b>Șeful echipei</b>	
<b>Șeful direcției generale</b>	

Nr. crt.	Întrebări	Comentariu/răspunsul
<b>I. Factorii aferenți domeniului de activitate, de reglementare și alți factori externi</b>		
1.	Domeniul în care activează entitatea	De exemplu: auditarea cheltuielilor efectuate pentru investiții implică atragerea unui expert calificat în acest domeniu
2.	Cadrul general de reglementare relevant domeniului de activitate	De exemplu: cadrul legal nu specifică explicit scopurile utilizării mijloacelor financiare, ceea ce generează riscul folosirii neconforme a acestora
3.	Factorii sociali și economici	De exemplu: inflația, cursul valutar, criza financiară etc.
4.	Autoritățile de supraveghere	De exemplu: legătura dintre entitate și Agenția Turismului
5.	Structurile/organele cu care colaborează	De exemplu: Agenția Turismului
6.	Stimulente financiare	De exemplu: programele de stat
<b>II. Natura entității</b>		
7.	Actele normative interne ce reglementează activitatea entității	
8.	Structura complexă a entității	De exemplu: reorganizarea unei entități poate determina riscul de neasigurare a integrității patrimoniului
9.	Organigrama entității care furnizează informația privind atribuțiile persoanelor cu funcții de răspundere din cadrul entității	
10.	Sursele de finanțare care permit auditorului să înțeleagă natura surselor de venit	
11.	Sistemele și operațiunile entității	De exemplu: derularea unor tranzacții specifice este expusă riscului
12.	Structura sistemului informațional	De exemplu: lipsa unor controale în sistemul informațional poate genera multiple riscuri de denaturare semnificativă
13.	Auditul intern	De exemplu: auditorul poate utiliza munca auditului intern în scopul verificării procedurilor de control intern denumite controale-cheie, implementate de către entitate pentru domeniile semnificative
14.	Alți factori interni	De exemplu: calificarea și profesionalismul personalului de bază; performanțele personalului de bază; modificările semnificative ale entității din perioadele anterioare

<b>III. Politicile și cadrul de contabilitate selectate și aplicate de către entitate</b>		
15.	Actele normative ce reglementează planificarea și evidența	
16.	Politica de contabilitate a entității, motivele schimbării ei (metodele de aplicare a unei politici contabile semnificative)	
17.	Metodele de înregistrare a tranzacțiilor (modul de ținere a evidenței contabile)	
<b>IV. Obiectivele și strategiile stabilite de entitate</b>		
18.	Progresele în domeniul de activitate	De exemplu: un risc potențial al afacerii ar putea fi că entitatea nu dispune de personal cu experiența necesară pentru a trata modificările din domeniul de activitate
19.	Noile cerințe contabile	De exemplu: un risc potențial al afacerii ar putea fi implementarea incompletă sau necorespunzătoare, sau costurile sporite
20.	Utilizarea echipamentelor TI	De exemplu: un risc potențial al afacerii ar putea fi faptul că sistemele și procesele sunt incompatibile
<b>V. Evaluarea și revizuirea performanței financiare a entității</b>		
21.	Măsura în care activitățile realizate pentru atingerea performanțelor sporesc riscurile de denaturare semnificativă, inclusiv cele cauzate de fraudă	De exemplu: dacă creșterea unor indicatori de profitabilitate este în corelare cu acordarea de premii sau de alte stimulente, aceasta poate genera risc de influență asupra conducerii la întocmirea situațiilor financiare

- a se convinge că a obținut probe suficiente și temeinice;
- a identifica tipurile de erori și fraude potențiale care ar putea influența situațiile financiare și pentru a evalua riscurile apariției acestora;
- a estima/evalua riscul de control;
- a concepe teste de audit eficiente pentru informațiile din situațiile financiare.

De asemenea, pentru o bună înțelegere a controlului intern, auditorul trebuie însă să analizeze modul în care mecanismele de control au fost concepute/proiectate și dacă aceste mecanisme au fost puse în aplicare/utilizate.

Pentru a obține probe de audit suficiente și adecvate privind înțelegerea entității și a controlului intern, auditorul trebuie să utilizeze pentru testarea funcționării mecanismelor de control intern următoarele tipuri de proceduri:

- chestionarea angajaților entității (intervievarea conducerii și altor categorii de personal din cadrul entității);
- examinarea documentelor, evidențelor și rapoartelor (se utilizează pentru mecanismele de control care se concretizează în documente);
- actualizarea și utilizarea experienței anterioare la entitatea în cauză;
- consultarea manualelor de proceduri;

- observarea activităților legate de control (se utilizează pentru mecanismele de control care nu se concretizează în documente);

- efectuarea (reconstituirea) procedurilor analitice a entității, presupune ca auditorul să refacă activitatea de control. Această procedură are drept consecință obținerea de probe mult mai concludente și de încredere decât cele obținute prin examinarea documentelor.

Astfel, se deosebesc controale preventive (destinate să stopeze apariția erorilor sau neregularităților din înregistrările contabile) și controale de detectare (care urmăresc să identifice și să corecteze erorile sau neregularitățile din înregistrările contabile dacă acestea au apărut deja).

În tabelul ce urmează sunt prezentate exemple de aspecte ce trebuie luate în considerare (rubrica 1) și exemple de modalități de evaluare a controalelor (rubrica 2) la testarea controalelor.

**Tabelul 2 – Exemple privind modul în care auditorii pot testa controalele**

<b>CONTROALE DE GESTIUNE</b>		
1.	Ați revizuit activitatea personalului nou angajat?	Se solicită prezentarea documentației care să ofere dovada revizuirii (de exemplu semnătura).
2.	Încurajează conducerea și ia măsuri privind evaluările independente ale mediului de control și ale controalelor interne?	Se solicită prezentarea documentației care să demonstreze dacă scrisorile conducerii sunt analizate și primesc răspuns la nivelul comitetului de conducere și dacă rapoartele auditului intern privind controalele sunt încurajate de conducerea superioară și primesc răspuns din partea comitetului de conducere.
3.	Răspunde conducerea cu fermitate față de încălcările codurilor de conduită sau ale legilor? Există comunicarea în întreaga instituție a măsurilor disciplinare luate în urma încălcărilor?	Se verifică dacă revizuirea documentelor este efectuată în plus față de alte controale.
4.	Acordă conducerea atenția cuvenită procesului și rezultatelor auditului extern? Urmărește conducerea dacă au fost implementate în fapt recomandările organismului de audit? Care este frecvența cu care se realizează această urmărire?	Se solicită prezentarea modului în care este documentată această urmărire.
<b>CONTROALELE ORGANIZAȚIONALE</b>		
5.	Sunt prevăzute în politicile contabile și în manualul de proceduri cerințe specifice privind separarea atribuțiilor?	Interogarea personalului pentru a evalua dacă este efectuată separarea atribuțiilor.
6.	Care sunt criteriile de separare a atribuțiilor pentru fiecare membru al personalului? Aveți vreun document scris pentru susținerea acestora?	Verificarea manualului de proceduri pentru a identifica dacă separarea atribuțiilor este documentată.
7.	Li se aduc la cunoștința noilor angajați responsabilitățile și așteptările conducerii, de preferat printr-o fișă a postului scrisă detaliat și	

	actualizată pe parcursul angajării lor?	
8.	Este departamentul de audit intern independent de funcția contabilă și operativă?	
<b>CONTROALELE DE AUTORIZARE</b>		
9.	Care este persoana desemnată să autorizeze operațiunile sau să aibă acces la activele și înregistrările contabile? Este acesta un proces manual sau asistat de calculator?	Inspectarea documentului justificativ în vederea validării și a testării practice a sistemului.
10.	Care sunt etapele care trebuie urmărite pentru a decide dacă autorizarea s-a făcut la nivelul corespunzător? Sunt respectate aceste etape? A primit fiecare operațiune autorizarea?	
11.	Există vre-o posibilitate de evitare a autorizării, indiferent dacă sistemul este manual sau computerizat? Cum detectează sistemul de control intern această situație? Există o asemenea situație în anul financiar auditat?	
12.	Personalul de autorizare desemnat pare a fi corespunzător?	
<b>CONTROALELE OPERAȚIONALE</b>		
13.	Cît de des sunt efectuate punctajele?	Verificarea punctajului luînd în considerare următoarele: ➤ sunt clarificate (comparate) cu înregistrările auditate? ➤ respectă acestea termenele fixate?
14.	Sunt efectuate punctajele manual, sunt prelucrate automat prin sistemul IT sau printr-o combinație a celor două modalități?	Testarea sistemului.
15.	Cum garantați că toate informațiile sunt incluse în procesul de punctaj?	Verificarea manualului de proceduri.
16.	Sunt toate procedurile de punctaj incluse în manualul de proceduri și politici contabile? Prezentați-ne manualul.	
17.	Sunt verificate de către conducere toate punctajele făcute?	
<b>CONTROALELE FIZICE</b>		
18.	Au fost înregistrate multe schimbări în accesarea sistemului IT pe parcursul anului auditat?	Urmărirea pînă la soluționare a oricăror modificări care au avut loc pe parcursul anului auditat.
19.	Sunt încurajate verificările fizice periodice ale activelor și sediilor?	Se verifică dacă persoanele desemnate efectuează inventarele fizice periodice independente de înregistrările contabile sau de active sub supervizare corespunzătoare și dacă aceste inventarieri au pus de acord înregistrările stocului cu orice stornări de ajustare care s-au efectuat.

Pentru ca funcția de audit intern să fie eficientă, este vital ca structurile de audit intern să funcționeze și să fie organizate în mod independent. Acest lucru presupune că personalul de audit este independent atât față de departamentele operative, cât și față de departamentul contabil, precum și faptul că auditorii interni sunt direct subordonați unui nivel de autoritate cât mai înalt din entitate, adică fie conducerii de vîrf, fie comitetului de audit al consiliului de administrație.

Obiectivele funcției de audit intern variază și depind de mărimea și structura entității și de cerințele conducerii. Conform prevederilor ISA 610 „Utilizarea activității auditorilor interni”, pct. A 3 „Obiectivele funcției de audit intern” activitățile funcției de audit intern pot include unul sau mai multe din aspectele următoare:

**Tabelul 3 – Obiectivele funcției de audit intern**

<b>Obiectivele funcției de audit intern</b>		
1	<b>Monitorizarea controlului intern</b>	funcția de audit intern poate primi sarcina specifică de a revizui controalele, de a monitoriza operațiunile și de a recomanda îmbunătățiri
2	<b>Examinarea informațiilor financiare și operaționale</b>	funcția de audit intern poate fi desemnată să revizuiască modalitățile utilizate pentru identificarea, evaluarea, clasificarea și raportarea informației financiare și operaționale. și să realizeze investigații specifice asupra unor elemente individuale, incluzând teste de detaliu ale tranzacțiilor, soldurilor și procedurilor
3	<b>Revizuirea activităților operaționale</b>	funcția de audit intern poate fi desemnată să examineze economia, eficiența și eficacitatea activităților operaționale, inclusiv a activităților non-financiare ale entității
4	<b>Revizuirea conformității cu legile și reglementările</b>	funcția de audit intern poate fi desemnată să examineze conformitatea cu legile, reglementările și alte cerințe externe, și cu politicile conducerii, cu directivele și cu alte cerințe interne
5	<b>Managementul riscului</b>	funcția de audit intern poate asista organizația privind identificarea și evaluarea expunerilor semnificative la risc și prin contribuirea la îmbunătățirea managementului riscului și a sistemelor de control
6	<b>Governanță</b>	funcția de audit intern poate evalua procesul de governanță în ceea ce privește îndeplinirea obiectivelor sale cu privire la etică și valori, performanță și răspundere, prin comunicarea riscului și a informației de control către ariile corespunzătoare organizației și a eficienței comunicării între persoanele însărcinate cu governanța, auditori interni și externi, și conducere

Auditorii externi trebuie să evalueze activitatea auditului intern din entități din următoarele considerente:

- auditul intern este parte componentă a sistemului de control intern;
- activitatea auditorilor interni poate fi utilizată pentru obținerea unei părți a probelor de audit care este necesară îndeplinirii obiectivelor misiunii de audit public extern.

Potrivit Standardul de audit intern ISA 610 „Utilizarea activității auditorilor interni”, pct. 8 și 9 „Stabilirea dacă și în ce măsură se va utiliza activitatea auditorilor interni” emis de IFAC, auditorul extern trebuie să stabilească dacă activitatea auditorilor interni poate fi adecvată scopului

auditului, sau dacă da, efectul planificat al activității auditorilor interni cu privire la natura, plasarea în timp sau amploarea procedurilor auditorului extern.

Prin urmare, în procesul de stabilire a adecvării auditorilor interni pentru scopurile auditului, auditorul extern trebuie să evalueze:

- obiectivele funcției de audit intern;
- competența tehnică a auditorilor interni;
- dacă activitatea auditorilor interni a fost desfășurată cu atenție cuvenită (planificare, supervizare, existența dosarelor de audit etc.);
- dacă comunicarea dintre auditorii interni și auditorul extern va fi eficace.

Astfel, în vederea determinării gradului de adecvare a activității specifice desfășurate de auditorii interni, auditorul extern trebuie să evalueze dacă: activitatea a fost întreprinsă de auditori interni competenți, instruiți în prealabil în mod adecvat din punct de vedere tehnic; activitatea a fost supravegheată, revizuită și documentată corespunzător; au fost obținute probe de audit adecvate astfel încât auditorii interni să poată formula concluzii rezonabile; concluziile formulate corespund circumstanțelor și dacă rapoartele întocmite de auditorii interni sunt concordante cu rezultatele activității desfășurate; excepțiile sau aspectele neobișnuite descrise de către auditorii interni au fost rezolvate în mod corespunzător.

În acest context, menționăm că pentru ca auditorul extern să utilizeze activitatea specifică a auditorilor interni, trebuie să evalueze și să aplice proceduri de audit cu privire la această activitate, pentru a stabili gradul de adecvare al acesteia pentru scopul auditului extern. Astfel, auditorul extern poate aplica un șir de proceduri de audit, cum ar fi: observarea procedurilor îndeplinite de auditorii interni etc.; interviuarea în ceea ce privește natura activității auditului intern; analizarea elementelor/documentelor deja examinate de auditorii interni; reefectuarea unor proceduri de audit realizate de auditorul intern (*de exemplu*, testarea aceluiași controale, tranzacții sau solduri); aplicarea unor proceduri de audit diferite (*de exemplu*, testarea controalelor, tranzacțiilor sau soldurilor, altele decât cele testate de auditorii interni); inspectarea foilor de lucru ale auditului intern; alte documente relevante existente în dosarul curent al misiunii de audit intern. În cazul în care activitatea auditorilor interni nu acoperă toate domeniile sau nu prezintă încredere, atunci auditorul extern trebuie să desfășoare un volum suplimentar de activitate.

### **Concluzii.**

După cum rezultă din cele menționate mai sus una din funcțiile principale a acestui serviciu constă în controlul permanent al faptelor economice și propunerea soluțiilor privind optimizarea acestora. Auditorul intern, pe lângă studierea problemelor aferente activității întreprinderii în ansamblu, verifică de asemenea executarea dispozițiilor conducerii, elaborează diverse recomandări, analizează detaliat activitatea entității etc. Implementarea unui astfel de serviciu la

companiile turistice mari și mijlocii va schimba esențial conținutul și calitatea lucrului operatorilor și managerilor de diferite niveluri de conducere privind asigurarea intereselor patrimoniale ale entității, va contribui la identificarea segmentelor de risc și minimizarea influenței acestora.

Totodată, pentru ca funcția de audit intern să fie eficientă, este vital ca structurile de audit intern să funcționeze și să fie organizate în mod independent. Acest lucru presupune că personalul de audit este independent atât față de departamentele operative, cât și față de departamentul contabil, precum și faptul că auditorii interni sunt direct subordonați unui nivel de autoritate cât mai înalt din entitate. Dar pentru ca auditorul extern să utilizeze activitatea specifică a auditorilor interni, este necesar să se evalueze și să se aplice proceduri de audit distincte, în scopul stabilirii gradului de adecvare al acesteia pentru obiectivele misiunii.

#### **BIBLIOGRAFIE**

1. Balan I. Cu privire la organizarea auditului intern al ciclului de producție. În: Drept, economie și informatică, ASEM, Chișinău, 2005, nr. 1, p. 92-97
2. Bodarev P. Auditul financiar. Ch: Tipografia Centrală, 2003
3. <http://www.turism.gov.md/index.php?pag=comunicate&opa=view&id=573&start>
4. Standardele Naționale de Audit Intern. În: Monitorul oficial al Republicii Moldova. 2007, nr. 198-202



## IV. INOVARE, ANTREPRENORIALĂ ÎN CREȘTEREA ECONOMICĂ

### IV. INNOVATION, ENTREPRENEURSHIP IN ECONOMIC GROWTH

*REZULTATUL ACTIVITĂȚII DE GESTIUNE A ANTREPRENORULUI CONSTRUCTIV:*

*EVALUARE ȘI EFICIENTIZARE*

*ACTIVITY RESULT MANAGEMENT CONTRACTOR CONSTRUCTION: ASSESSMENT AND EFFICIENCY*

**Stela EFROS**, dr., lector univ., ULIM

**ABSTRACT.** *This article describes the particularities and the quality dimensions of the constructive entrepreneur business activity. It approaches the importance of assessing and directing its activities toward specific efficiency. The question of raising the efficiency of management of entrepreneurship lies in increasing labor income entrepreneurs. The efficient ways are directed towards: skills development, quality improvement decisions, improving the style and methods of management and others.*

**ABSTRACT..** *Acest articol descrie particularitățile și dimensiunile calitative ale activității de gestiune ale antreprenorului constructiv. Autorul abordează importanța evaluării activității de gestiune și se orientează spre eficientizarea acesteia. Problema creșterii eficienței și asigurării rezultatelor performante ale antreprenorului constructiv, ca urmare a activității de gestiune, vizează direct dezvoltarea competențelor personale, implementarea calitativă a deciziilor, aplicarea metodelor și tehnicilor manageriale moderne etc.*

**KEY WORDS:** *constructive entrepreneur, business activity, efficiency, assessment, results.*

**CUVINTE CHEIE:** *antreprenor constructiv, activitate de gestiune, eficiență, evaluare, rezultate.*

#### **Introducere.**

Descrierea particularităților și dimensiunii calitative a activității antreprenorului constructiv favorizează importanța evaluării activităților specifice acestuia și direcționarea spre eficientizare.

Evaluarea are o deosebită importanță în planul desfășurării activității antreprenoriale, ea fiind utilizată ca instrument de eficientizare și îmbunătățire a performanțelor întreprinderii. De asemenea, în planul gestiunii eficiente a activităților antreprenorului constructiv, rezultatele evaluării periodice garantează dezvoltarea antreprenoriatului în ansamblul economiei țării [5, p. 64].

Mizând pe metoda ”personificării și subiectivizării” cercetată de autor, se concretizează într-o ordine de idei că:

- ❖ Antreprenoriatul constructiv este personificat sau subiectivizat prin antreprenorul constructiv.
- ❖ Activitatea antreprenorului constructiv – reprezintă totalitatea acțiunilor în cadrul muncii de zi cu zi.
- ❖ Munca antreprenorului constructiv este diversă. Acțiunile lui sunt multiple. O parte din muncă este efectuată succesiv, alta – paralel. Deseori, acțiunile de muncă ale antreprenorului constructiv sunt legate între ele printr-o rețea astfel, încât pentru efectuarea unei acțiuni trebuie numaidecât îndeplinite un șir de alte acțiuni. Totodată, acțiunile legate între ele pot fi efectuate de mai mulți executori. De aici reiese coordonarea acțiunilor efectuate ceea ce redă importanța rolului organizării muncii colective.

- ❖ Scopul formulat de autor – a găsi metodele și căile de eficientizare a productivității muncii (rezultatul activității) antreprenorului constructiv în cadrul efectuării activității antreprenoriale.
- ❖ Pentru atingerea scopului propus, este necesar de a demonstra capacitatea de măsurare a cheltuielilor și rezultatelor muncii antreprenorului constructiv, adică trebuie elaborat indicele rezultatului activității antreprenorului constructiv.

### **Conținut de bază.**

În cazul antreprenoriatului apare confruntarea cu unele dificultăți. Se știe că productivitatea muncii unui lucrător este volumul producției fabricate de el, exprimat în natură sau în cost, într-o unitate de timp. În cazul activității de producție, indicele ”productivitatea muncii” are un sens concret. Întotdeauna se poate măsura numărul de piese, bucăți de produse, etc. fabricate de un lucrător într-o oră, o lună, un an. Dar și aici la unele profesii se întâlnesc dificultăți. De exemplu, este complicat a măsura volumul producției ”fabricate” de un reglor sau un lucrător care repară utilajele.

Însă și mai dificil este a măsura rezultatul muncii unui lucrător din sfera intelectuală. Așadar, este greu a măsura rezultatul muncii unor profesii cum ar fi savanți, proiectanți, învățători, programatori, consultanți, muzicieni, jurnaliști și alții. De exemplu: cum se poate măsura productivitatea muzicianului, dacă muzicianul a compus o muzică foarte bună, dar orchestra o interpretează oribil. Se poate spune că productivitatea acestui muzician este înaltă?

Aceste deosebiri - caracterul intelectual al muncii și forma de muncă colectivă sunt caracteristice și activității antreprenorului. Prin urmare, măsurarea productivității muncii (rezultatului) antreprenorului este legată de aceleași dificultăți.

Înainte de a examina aceste dificultăți și a găsi procedeele de depășire a lor, intervine întrebarea: Pentru ce ar trebui indicele ”productivitatea muncii antreprenorului”? Răspunsul este evident: ca să poată fi gestionată eficient activitatea antreprenorului constructiv și să fie motivate următoarele:

- astăzi antreprenorul unei întreprinderi date activează mai bine sau mai rău decât ieri;
- rezultatul activității antreprenorului unei întreprinderi este mai înalt sau mai jos decât al alteia;
- importanța numerică a rezultatului planificat al antreprenorului la elaborarea programelor și planurilor dezvoltării întreprinderii este aceeași sau s-a modificat în direcția negativă.

Pentru soluționarea acestor probleme poate fi utilizat, în esență, unul dintre următorii indici egali care ar permite evaluarea activității antreprenorului în coordonatele pozitiv - negativ:

- productivitatea muncii antreprenorului;
- productivitatea antreprenorului;
- rezultatul activității antreprenorului;
- eficiența antreprenorului etc.

Autorul propune de a utiliza termenul ”rezultatul activității antreprenorului” ca sinonim al termenilor ”productivitatea muncii antreprenorului ” sau ”productivitatea antreprenorului”, reieșind mai degrabă din sesizarea semnificației ”rezultat” decât din analiza lexicală detaliată a acestui termen. Izvoarele sesizărilor lexicale în formă de argumente în favoarea acestui termen sunt date în Tabelul 1.

**Tabelul 1. Compararea termenilor ce caracterizează rezultatul antreprenorilor**

Formularea termenului	Argumentarea utilizării termenului	
	”pro”	”contra”
1. Productivitatea muncii antreprenorului	Reflectă esența indicelui de calculare a valorii rezultatului muncii sau activității	Se asociază cu procesul de muncă. Printre altele, activitatea antreprenorului nu este numai un proces de muncă, dar și executarea funcțiilor de reprezentant, de lider, de menținere a autorității etc.
2. Productivitatea antreprenorului	Este utilizat de către unii autori pentru evaluarea rezultatului muncii. Reflectă esența indicelui de calculare. Are analog englez – ”productivity”	Surplus de polisemantie, nedeterminat, în utilizare cere condiții esențiale. Poate avea câteva unități de măsură.
<b>3. Rezultatul activității antreprenorului</b>	<b>Reflectă esența indicelui de calculare a valorii rezultatului muncii sau activității</b>	<b>Mai puțin polisemantic. Polisemantia poate fi exclusă prin determinarea esenței termenului. Atunci apare posibilitatea de a utiliza o singură unitate de măsură.</b>
4. Eficiența antreprenorului	Într-o măsură oarecare, reflectă esența indicelui de calculare a valorii rezultatului muncii sau activității	Surplus de polisemantie. Termenul nu este convenabil, deoarece este o măsură relativă. În utilizare cere condiții esențiale. Poate avea câteva unități de măsură.

*Sursa : Elaborat de autor*

Dificultățile de terminologie sunt condiționate în primul rând de faptul că în cazul antreprenorilor nu se știe ce poate fi considerat ”produs al activității”. Se presupune că produsul antreprenorului este informația percepută și deținută care îi oferă șanse antreprenorului constructiv de a dezvolta activitatea în baza oportunităților sesizate. Însă informația este o categorie abstractă. Ea, desigur, poate fi măsurată în biți, baiți. Dar cu aceste măsuri poate fi măsurat volumul de informație (de exemplu, la calcularea volumului discului sau a failului). Dar volumul de informație în biți sau baiți nu poate determina volumul ”produsului muncii antreprenorului”.

Se mai poate presupune că produsul muncii antreprenorului este decizia luată în vederea utilizării resurselor disponibile gestiunii activității, în vederea producerii sau oferirii de produse și servicii necesare societății. Dar cum poate fi măsurat acest produs? Doar deciziile sunt foarte diferite. Multe decizii ale antreprenorului sunt elaborate ca idei, documente sub formă de ordine, dispoziții, planuri, programe, însărcinări, rapoarte etc. Atunci se poate presupune că produsul muncii antreprenorului este numărul de documente elaborate de el. Însă chiar la cea mai neînsemnată analiză a acestei presupunerii autorul concluzionează că numărul de documente elaborate de antreprenor reflectă în cea mai mică măsură produsul lansat de antreprenor. Dar cum rămâne cu ideile, ședințele, negocierile, dispozițiile verbale, comunicarea, prezentările, efectuate în aceeași ordine de importanță

precum și documentele. În această realitate este evident că numărul de documente elaborate nu poate pretinde la un indice de măsurare a volumului de muncă și a problemelor antreprenorului.

Autorul consideră că pentru a măsura rezultatul activității antreprenorului ar trebui să fie utilizată totalitatea indicilor care caracterizează în particular anumite limite ale activității antreprenoriale, deoarece rezultatul activității antreprenorului unei întreprinderi poate fi evaluat, cel puțin, din două puncte de vedere.

1. Pe de o parte, rezultatul activității antreprenorului se reflectă în rezultatul activității întreprinderii (volumul de vânzări a producției, profitul etc.).
2. Pe de altă parte, rezultatul activității antreprenorului constă în productivitatea muncii de fiecare zi a antreprenorului, managerului, specialiștilor și executorilor întreprinderii.

Ținând cont de aceste observații, autorul propune utilizarea a patru indici care ar da posibilitatea să evalueze rezultatul activității antreprenorului constructiv în coordonatele pozitiv - negativ:

1. Produsul antreprenorului constructiv exprimat în cost.
2. Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului.
3. Competența antreprenorului constructiv.
4. Produsul antreprenorului constructiv în normă/oră.

❖ Produsul antreprenorului constructiv exprimat în cost poate fi determinat ca relația dintre volumul producției realizate (sau a profitului) a întreprinderii (în MDL) pentru o perioadă oarecare (de exemplu, pe an) și numărul de persoane din aparatul de conducere, adică antreprenor, proprietar, manageri. Unitatea de măsură a acestui indice este lei/om. Acest indice al rezultatului antreprenorului constructiv face posibilă măsurarea productivității acestuia din diferite întreprinderi, precum și productivitatea conducătorilor și specialiștilor unei întreprinderi în diferite etape de timp. Totodată, acest indice are și neajunsuri, deoarece semnificația noțiunii de ”produs” nu depinde numai de munca antreprenorului, dar și de nivelul de utilare a întreprinderii cu tehnică, de conjunctura pieței, de productivitatea muncii lucrătorilor de la întreprindere, de vârsta întreprinderii etc.

❖ Indicele ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” evaluează rezultatul total al activității antreprenorului. Dar, cu toate acestea, este mai concret în comparație cu indicele ”produs”, deoarece el depinde numai de munca proprie a antreprenorului. În continuare, în baza cercetării operaționale, se analizează acest indice mai detaliat. Cercetarea operațională reprezintă ansamblul de principii, metode și mijloace destinate elaborării de modele matematice ale fenomenelor și proceselor, în cazul dat antreprenoriatul constructiv, în vederea adoptării unor decizii care să contribuie la modificarea acestora în direcția dorită de antreprenor. Cercetarea operațională se bazează pe aplicarea combinată a principiilor analizei științifice, logicii și interpretării în scopul soluționării unor probleme cantitative care se pun la adoptarea deciziilor manageriale. Principalele obiective ale cercetării operaționale sunt următoarele: a) fundamentarea

cantitativă a deciziilor; b) compararea variantelor decizionale posibile de organizare a operațiilor; c) evaluarea influențelor probabile ale diferiților factori asupra rezultatelor activității [3, p.231].

Astfel în baza cercetării operaționale, autorul admite că profitul activității de antreprenariat este alcătuit din trei factori, dintre care :

1. Capital (resurse financiare).
2. Muncă (resurse umane), factori obiectivi ai ”tiunghiului metodologic”.
3. Contribuția antreprenorului constructiv ca factor personificat și subiectiv al antreprenoriatului care reunește primii doi factori și prin aceasta influențează mărimea profitului.

Deci în baza acestor factori se creează modelul matematic în scopul calculării indicelui ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului”. Acesta se exprimă prin formula:

$$P = P_k + P_l + P_a \quad (2.1.)$$

unde,  $P$  – profitul întreprinderii pentru un an, lei;

$P_k$  – partea profitului ca produs al capitalului (rentabilitatea capitalului), lei;

$P_l$  – partea profitului ca produs al muncii (eficiența muncii), lei;

$P_a$  – partea profitului ca produs al antreprenoriatului constructiv, lei.

Pentru a înțelege mai bine funcționalitatea formulei în evaluarea profitului produs de antreprenoriatul constructiv, autorul apelează la coeficientul de corelație. Corelația reprezintă evaluarea puterii de asociere dintre două variabile continue [2, p.125]. În cazul cercetat de autor variabilele sunt valoarea capitalului ( $K$ ) și valoarea muncii ( $L$ ), iar corelația acestor variabile reflectă modalitatea de a măsura intensitatea legăturii dintre ele. Autorul a considerat oportună utilizarea coeficientului de corelație datorită capacității acestuia de a identifica legătura dintre două variabile, posibilitatea de cuantificare a variabilelor și de stabilire a direcțiilor legăturilor dintre variabile [1, p.46]. De regulă valoarea coeficientului de corelație poate varia între +1 și -1. O valoare apropiată de +1 indică o corelație pozitivă puternică; o valoare apropiată de -1 indică o corelație negativă puternică, iar o valoare apropiată de zero indică faptul că cele două variabile sunt independente și cunosc un grad scăzut de corelație directă.

În această ordine de idei, autorul propune un coeficient de corelație liniară simplă, notat prin  $r$  cu valoarea **0,1**. Această valoare este atribuită din considerentul că cele două variabile sau indicatori capitalul ( $K$ ) și munca ( $L$ ) se prezintă ca fiind independente în activitatea de antreprenariat, dar totodată sunt corelate într-o anumită măsură în asigurarea rezultatelor activității.

Astfel în formulă, valoarea capitalului și a muncii va lua o altă formă, suplimentată de coeficientul de corelație :  $(P_k + P_l) = r * (K + L)$  (2.2.)

Atunci partea profitului ca produs al antreprenoriatului constructiv este egal:

$$P_a = P - r * (K + L) \quad (2.3.)$$

unde,  $K$  – valoarea capitalului (de exemplu, valoarea activelor), lei,

L – valoarea muncii (de exemplu, remunerarea anuală a personalului), lei.

r – coeficient de corelație

Pentru evaluarea mărimii indicatorului ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului”, în condițiile concrete a unei întreprinderi pot fi evidențiate trei variante (Fig. 2.5.).

**Varianta I.** Profitul întreprinderii pentru un an (P) depășește partea profitului ca produs al capitalului și a muncii, adică :  $P > r * (K + L)$ . În această situație, ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” este **mai mare** decât zero, adică  $P_a > 0$ .

**Varianta II.** Profitul întreprinderii pentru un an (P) este mai mic decât partea profitului ca produs al capitalului și a muncii, adică :  $P < r * (K + L)$ . În această situație, ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” este **mai mic** decât zero, adică  $P_a < 0$ .

**Varianta III.** Profitul întreprinderii pentru un an (P) nu există, se înregistrează pierdere, adică  $P < 0$ . În acest caz, ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” este la fel **mai mic** decât zero, adică  $P_a < 0$ .

		<b>Varianta I. <math>P &gt; r * (K + L)</math></b> ”Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” este mai mare decât zero : $P_a > 0$	<b>Varianta II. <math>P &lt; r * (K + L)</math></b> ”Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” este mai mic decât zero : $P_a < 0$ .			<b>Varianta III. <math>P &lt; 0</math></b> ”Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” este mai mic decât zero : $P_a < 0$ .
<b>VENITURI</b>	<b>RROFIT</b>	”Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” <b>(<math>P_a &gt; 0</math>)</b>		”Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” <b>(<math>P_a &lt; 0</math>)</b>		”Randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” <b>(<math>P_a &lt; 0</math>)</b>
		Partea profitului ca produs al capitalului (rentabilitatea capitalului) <b>(<math>r * K</math>)</b>		Partea profitului ca produs al capitalului (rentabilitatea capitalului) <b>(<math>r * K</math>)</b>		Partea profitului ca produs al capitalului (rentabilitatea capitalului) <b>(<math>r * K</math>)</b>
	Partea profitului ca produs al muncii (eficiența muncii) <b>(<math>r * L</math>)</b>		Partea profitului ca produs al muncii (eficiența muncii) <b>(<math>r * L</math>)</b>		Partea profitului ca produs al muncii (eficiența muncii) <b>(<math>r * L</math>)</b>	
<b>CHELTUIELI</b>			<b>VENITURI</b>	<b>RROFIT</b>		<b>CHELTUIELI</b>
			<b>VENITURI</b>	<b>RROFIT</b>		<b>CHELTUIELI</b>
			<b>CHELTUIELI</b>	<b>VENITURI</b>		<b>VENITURI</b>

Fig. 1. Variantele evaluării mărimii indicelui ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului”

Sursa: Elaborat de autor

Indicele ” randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului” poate fi utilizat pentru realizarea diferitor obiective.

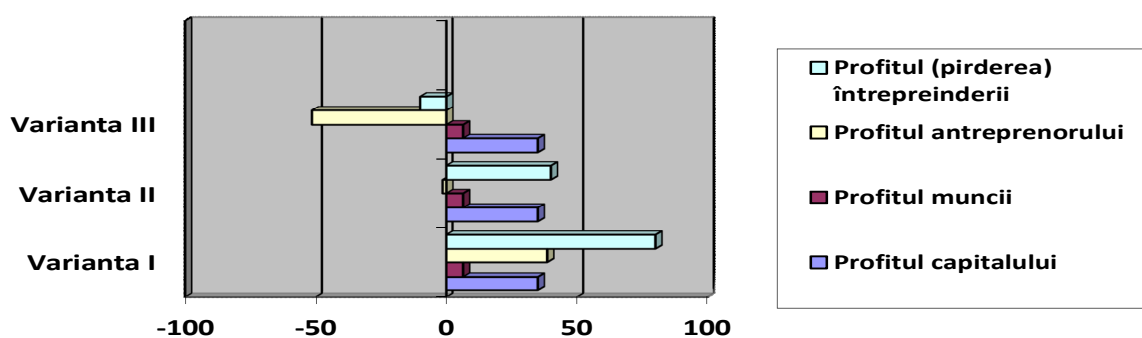
În primul rând, pentru planificarea, analiza și evaluarea eficacității muncii antreprenorului cu scopul de a promova bunăstarea materială.

În al doilea rând, indicele poate servi ca bază de orientare în elaborarea planurilor, programelor, măsurilor de creștere a productivității muncii antreprenorilor, managerilor, specialiștilor.

În al treilea rând, indicele descris poate fi utilizat în determinarea nivelului de dezvoltare a diferitor întreprinderi din domeniul antreprenorial cu activități în diverse ramuri ale economiei.

Dacă rentabilitatea capitalului este datorată proprietarului, iar eficiența muncii este datorată angajaților, atunci randamentul antreprenoriatului constructiv este meritul antreprenorului constructiv. Desigur, la mod general profitul final obținut din activitatea antreprenorială aparține antreprenorului. Însă prin formula propusă de autor se poate distinge contribuția directă și personală pe care o asigură antreprenorul constructiv. Prin urmare se poate determina nivelul de competențe, adică cunoștințele, capacitățile și abilitățile profesionale ale actorului principal al antreprenoriatului constructiv.

Prin indicele ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului ” se poate calcula un indice absolut nou – ”capitalul antreprenorului constructiv” care de rând cu capitalul fizic și capitalul uman (costul muncii) caracterizează activitatea întreprinderii.



**Fig. 2. Corelația dintre profitul (pierderea) întreprinderii și profitul capitalului, muncii și al antreprenorului**

*Sursa: Elaborat de autor*

Calculul indicelui ”randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului”, în baza datelor convenționale este prezentat în Figura 2., printr-un grafic care permite vizualizarea corelației

dintre profitul sau pierderea întreprinderii înregistrate pentru un an de gestiune și profitul asigurat de prezența capitalului, a muncii și a antreprenorului competent sau mai puțin talentat.

❖ Pentru soluționarea problemei privind mărirea rezultatului activității antreprenorului, poate fi utilizat un indice indirect – ”competența antreprenorului”. Prin termenul ”competență” se subînțelege cunoștințele, capacitățile, abilitățile, deprinderile proprii antreprenorului constructiv în inițierea și gestiunea activității antreprenoriale. În acest context, autorul presupune că dacă volumul cunoștințelor, capacităților, abilităților, deprinderilor va crește, atunci și rezultatul va crește. Drept exemplu de competențe ale antreprenorului se enumeră:

- capacitatea de a fi lider, gestionar, îndrumător;
- capacitatea de a petrece ședințe, negocieri;
- capacitatea de a face o prezentare;
- posedarea tehnicii de a duce tratative și convorbiri;
- posedarea computerului și a tehnicii de lucru rapid;
- deprinderi de gândire rațională și vorbire coerentă;
- erudiție profesională;
- capacitatea de a munci, flexibilitate, hotărâre, succesivitate, insistență, responsabilitate, sociabilitate și altele.

Competențele enumerate pot fi măsurate prin intermediul testelor sau prin alte metode. Așadar, se poate determina nivelul atins de competențe și competențele pe care nu le posedă antreprenorul și care în ultimă instanță va da posibilitatea de a ridica competențele antreprenorului întreprinderii. Însă și acest indice are lacune :

- În primul rând, prin metodele existente de evaluare a nivelului competențelor se pot comite unele greșeli.
- În al doilea rând, acest indice măsoară doar indirect rezultatul antreprenorilor. De aceea, nu se poate utiliza la compararea rezultatelor antreprenorilor din diferite întreprinderi.
- În al treilea rând, acest indice se poate diviza în mai mulți subindici, în funcție de tipul competenței, adică nu este complex. Această dificultate poate fi depășită prin utilizarea metodicii de elaborare a așa-numitului ”profil al competenței”, când unele abilități și deprinderi pot fi incluse într-un indice integrat.
- În al patrulea rând, indicele ”competență” măsoară potențialul antreprenorului, dar cum este folosită această competență de către un antreprenor în practică nu este clar.

❖ Aceste lacune îi sunt proprii și indicelui normă/oră a activității antreprenorului. Actualmente, acest indice se folosește la planificarea și evaluarea muncii reglatorilor, programatorilor, consultanților pentru problemele de gestiune, profesorilor universitari și alora.



În opinia autorului, pentru planificarea și evidența activității, potențialului antreprenorului și produsului muncii lui trebuie utilizat indicele normă/oră. Fiecare antreprenor care se ocupă de planificare, evidență, activitate în regim de autogestiune este examinat de autor ca o structură producătoare de norme/oră. Antreprenorul are potențial exprimat în normă/oră și munca îndeplinită se măsoară în normă/oră. În cadrul muncii îndeplinite, antreprenorul cheltuie om/ore (ore astronomice ale vieții lui) și produce normă/ore de produse (probleme de gestiune soluționate). Pentru claritate autorul concretizează: om/oră sunt orele care pot fi măsurate cu cronometrul (secundometrul). Normă/oră este unitatea convențională de timp prin care se măsoară volumul de lucru [4, p.78].

Indicele normă/oră poate fi folosit, deoarece potențialul de productivitate a fiecărui om este diferit. Adică, om/oră a fiecărui specialist are un randament de producere diferit, deoarece randamentul depinde de tipul personalității, studii, experiență, talent și alte calități ale unei persoane concrete. Mai mult, randamentul om/oră al unui lucrător poate fi diferit în diferite perioade ale vieții lui.

Orice produs al activității (produsul muncii) poate fi măsurat în normă/oră, adică în orele cheltuite pentru acest produs de un lucrător normal în condiții normale de muncă. Într-o om/oră, un lucrător concret poate îndeplini mai mult sau mai puțin de o normă/oră. Se știe că productivitatea muncii a diferiților programatori care lucrează într-o organizație poate fi diferită chiar de zece și mai multe ori. Și încă mai mult se deosebește rezultatul lucrătorilor de creație (scriitori, compozitori, pictori, savanți, conducători). Măsurând problemele în normă/ore, se poate compara rezultatele activității antreprenorului de ieri și de azi, se poate compara rezultatul muncii diferiților antreprenori. În acest context, apare întrebarea: cum se planifica normele/oră ale volumului de lucru și problemele activității de antreprenariat, de exemplu, pentru o săptămână. La această întrebare pot fi date mai multe răspunsuri:

- a) în baza normativelor volumului de lucru al activităților de gestiune;
- b) prin intermediul normării microelementare;
- c) prin intermediul acordurilor antreprenor-executor;
- d) prin intermediul planificării volumului de muncă de către antreprenor.

Prima variantă este imposibilă, deoarece munca antreprenorului înseamnă o mulțime de probleme și activități. Așadar, autorul este convins că nu este posibilă normarea volumului de lucru și a problemelor de gestiune.

A doua variantă este relevantă în activitatea de gestiune a antreprenorului, deoarece normarea microelementară este folosită astăzi pentru determinarea volumului de lucru în cadrul așa-numitului sistem de asigurare cu documente a inițierii și gestiunii întreprinderii. Normativele permit a calcula volumul de lucru (om/oră), al pregătirii proiectelor de documente, perfectarea și emiterea

lor; volumul de lucru privind propunerile, plângerile, cererile lucrătorilor; volumul dactilografelor, tirajării și înregistrării documentelor etc.

Varianta a treia și a patra sunt și ele indicate pentru determinarea volumului de muncă și a problemelor îndeplinite de antreprenor. Determinarea volumului de lucru (în normă/ore) în pereche antreprenor-executor este reală și practică, deși trebuie de recunoscut că aceste metode sunt supuse riscului de voluntariat.

Indicele normă/oră poate fi folosit la planificarea și evidența lucrului îndeplinit de antreprenor. Prin urmare, poate fi folosit și la gestiunea rezultatelor activității antreprenorilor. Cu alte cuvinte, indicele normă/oră permite a pune și a ridica problema rezultatului activității antreprenorului constructiv, temă care a fost abordată în cadrul acestei cercetări.

În demersul cercetării, problema privind ridicarea eficienței gestiunii activității de antreprenoriat rezidă în mărirea rezultatului muncii antreprenorilor pentru ca partea stângă a diagramei "Pierderi (cheltuieli) din cauza lacunelor antreprenorului" din Figura 2. să fie cât mai aproape de zero și să tindă spre creștere. Așadar, apare problema mării rezultatului eficienței muncii antreprenorilor. O problemă serioasă care poate avea mai multe direcții cum ar fi :

- dezvoltarea competențelor;
- ridicarea calității deciziilor luate;
- perfecționarea stilului și metodelor de gestiune;
- perfecționarea tehnicii proprii de muncă;
- implementarea tehnologiilor informaționale;
- tehnologizarea gestiunii;
- implementarea tehnologiilor eficiente de planificare și evidență a activității manageriale a antreprenorului constructiv.

### **Concluzii.**

Autorul consideră implementarea inovațiilor de gestiune a activității de antreprenoriat nu ca problemă și scheme aparte, dar ca tehnologii contemporane de gestiune care pot ridica semnificativ rezultatul activității antreprenorilor, mai întâi, datorită reglementării severe a proceselor de gestiune și instaurării ordinii. Autorul susține că, după cum tehnologiile avansate de producție ridică productivitatea întreprinderii, tot așa și tehnologiile de gestiune ridică foarte mult productivitatea antreprenorilor în cadrul activității lor. Tehnologia planificării și evidenței activității manageriale a antreprenorului constructiv, în primul rând, economisește timpul, sporește gradul de organizare a activității de antreprenoriat. Aceasta duce la mărirea productivității activității antreprenorului constructiv. Ceea ce va încerca autorul să demonstreze în continuarea cercetării asupra temei date.

Cercetarea personificată a antreprenoriatului constructiv a creat posibilitate autorului de a elabora metode de evaluare a rezultatului activității antreprenorului constructiv, în baza următorilor

indici: produsul antreprenorului constructiv exprimat în cost, randamentul antreprenorului constructiv, ca parte a profitului, competența antreprenorului constructiv, produsul antreprenorului constructiv în normă/oră. În final, autorul conchide că problema privind ridicarea eficienței gestiunii activității de antreprenariat rezidă în mărirea rezultatului muncii antreprenorilor, iar căile de eficientizare sunt direcționate spre: dezvoltarea competențelor, ridicarea calității deciziilor luate, perfecționarea stilului și metodelor de gestiune, perfecționarea tehnicii proprii de muncă, implementarea tehnologiilor informaționale, tehnologizarea gestiunii, implementarea tehnologiilor eficiente de planificare și evidență a activității manageriale a antreprenorului constructiv.

#### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Benescu M. A. Activitatea de compunere și rezolvare a problemelor de matematică. Caracal: Hoffman, 2012. 340 p.
2. Ghic G., Mihăilă M. J. Matematică aplicată în economie: manual de studiu individual. București : Pro Universitaria, 2012. 304 p.
3. Gilbert A., Churchill Jr. Marketing Research: Methodological Foundations. New York: The Dryden Press, 1999. 1017 p.
4. Mătiș D. ș.a. Statistici privind indicatori utili analizei economice și evaluării proprietăților. Cluj-Napoca: Grinta, 2012. 289 p.
5. Vintilă G. Diagnosticul financiar și evaluarea întreprinderii. București: Didactică și Pedagogică, 1998. 312 p.

## V. FINANȚE, BANKING ȘI ASIGURĂRI

## V. FINANCE, BANKING AND INSURANCE

### IMPACTUL FLUXURILOR VALUTAR-FINANCIARE INTERNAȚIONALE ASUPRA ECONOMIEI REPUBLICII MOLDOVA

### INTERNATIONAL FINANCIAL IMPACT OF FLOW RATE ON THE ECONOMY OF MOLDOVA

Adrian ȚURCANU, drd., USM

**ABSTRACT.** *The current phase of development of international economy is characterized by increasing role of international exchange and financial market, especially in terms of financial liberalization. However, the world economy is becoming increasingly disconnected from the real economy, creating additional risks for national economies, which tend to be more and more to integrate into international exchange and financial market. Republic of Moldova, like many other developing countries, directs its efforts to ensure economic development, inclusively through international economic and financial relations. In this context, becomes very important to understand the impact which have the international financial flows on the national economy.*

**ABSTRACT.** *Etapa actuală de dezvoltare a economiei internaționale se caracterizează prin creșterea rolului valutei internaționale și pe piețele financiare, în special în ceea ce privește liberalizarea financiară. Cu toate acestea, economia mondială devine din ce în ce mai deconectat de economia reală, creând riscuri suplimentare pentru economiile naționale, care au tendința de a fi mai mult și mai mult să se integreze în schimburi internaționale și pe piața financiară. Republica Moldova, la fel ca multe alte țări în curs de dezvoltare, direcționează eforturile pentru a asigura dezvoltarea economică, inclusiv prin relațiile economice și financiare internaționale. În acest context, devine foarte important să înțelegem impactul pe care au fluxurile financiare internaționale asupra economiei naționale.*

**KEYWORDS :** *international financial flows, foreign portfolio investment, foreign direct investment, international lending flows, exchange rate.*

**CUVINTE CHEIE:** *fluxuri financiare internaționale, investițiile străine de portofoliu, investiții străine directe, fluxurile creditare internaționale, curs valutar.*

#### **Introducere.**

O țară în curs de dezvoltare, inclusiv aflată în tranziție de la economia centralizată la cea de piață, nu poate să-și asigure dezvoltarea economiei sale, bazată pe o economie concurențială, decât prin stabilirea relațiilor economice și financiare externe. Republica Moldova, ca și alte țări în tranziție, după declararea independenței sale în anul 1991 a mers pe calea deschiderii economice și financiare treptate prin liberalizarea conturilor curent și de capital, astfel asigurând funcționarea comerțului internațional, relațiilor creditare internațională, decontărilor internaționale, investițiilor străine în economia țării.

#### **Conținut de bază.**

În condițiile integrării tot mai înalte a economiilor naționale, creșterii fluxurilor financiare transfrontaliere pe plan mondial și sub influența tendințelor de integrare a Republicii Moldova în fluxurile financiare internaționale devine tot mai importantă cercetarea problemei impactului pe care o are piața valutar-financiară internațională asupra economiei Republicii Moldova.

Conform accepțiunii clasice cele mai importante fluxuri de pe piața valutar-financiară internațională sunt următoarele:

➤ Fluxurile financiare rezultate din activitatea de emisiune și plasare pe piața internațională a eurocapitalului a valorilor mobiliare denumite în eurovalută;

- Fluxuri financiare sub forma creditelor internaționale (inclusiv eurocreditele).

Totodată, luând în considerație importanța și valoarea fluxurilor de investiții străine de portofoliu și investiții străine directe pentru economiile naționale, precum și faptul că unii autori plasează piața investițională ca parte componentă a pieței financiare internaționale, vom extinde tipurile de fluxuri specifice acestei piețe, prin adăugarea următoarelor fluxuri:

- Fluxuri financiare internaționale sub forma investițiilor străine de portofoliu (operațiuni pe piața națională primară și secundară a valorilor națională);
- Fluxuri financiare internaționale sub forma de investiții străine directe (în special aportul în capitalul social).

Fiecare din aceste fluxuri financiare are un anumit impact asupra economiei naționale. Deși conform prevederilor articolului 9 (alin.4) din „Legea privind reglementarea valutară” nr. 62-XVI din 21 martie 2008, este admisă tranzacționarea instrumentelor financiare locale pe piețe de capital străine, la momentul actual nu există date în acces liber cu privire la efectuarea unor astfel de operațiuni. *Din care conchidem că, operațiuni de plasare/emitere a valorilor mobiliare de către rezidenții Republicii Moldova pe piața valutar-financiară internațională nu sunt efectuate.* Putem menționa doar câteva cazuri și anume, listarea în anul 2007 la Bursa de Valori din Londra (LSE) a acțiunilor companie petroliere Ascom Grup. De menționat, că pentru ca sa fie listată la LSE companiile trebuie sa aibă o capitalizare de miliarde de EURO, raport de audit al unei companii agreeate internațional, pachetul de acțiuni ce urmează să fie tranzacționat trebuie sa fie minim de 25% din numărul total de acțiuni aflate în circulație, 75% de procente din activitate trebuie să fie finanțată din fondurile proprii. Este evident faptul că chiar și pentru cele mai mari societăți de acțiuni din Moldova listarea pe piața principală LSE este practic imposibilă, ținând cont de condiții de intrare greu de îndeplinit. Cerințe similare sunt și pe multe alte piețe financiare străine. Încercări de a efectua cotari ale companiilor autohtone au fost făcute și mai devreme, în special la una din secțiunile NASDAQ și American Stock Exchange (AMEX) – Compania Ascon în 2001.

*După părerea noastră, faptul că practic acest mod de finanțare lipsește se datorează mai multor factori, printre care putem menționa: cerințe și costuri înalte de intrare pe piețele financiare străine, nivelul scăzut de promovare a acestui mod de finanțare de către autoritățile de stat, inexistența cadrului normativ cu privire la aceste operațiuni, nivelul jos de dezvoltare a economiei naționale, nivelul scăzut de credibilitate din partea investitorilor străini care se datorează riscului de țară înalt, nivelul scăzut de informare și de pregătire a managerilor în ceea ce privește utilizarea acestui mod de finanțare. Considerăm că, listarea pe piețele externe ar aduce companiilor mari din Moldova capitalul financiar necesar pentru finanțarea proiectelor sale de dezvoltare, precum și îmbunătățirea imaginii, creșterea valorii de piață, creșterea prestigiului și*

lichidității. Suntem conștienți că există un număr foarte limitat de companii în Moldova ce ar putea să satisfacă toate condițiile necesare pentru a fi cotate pe piețe financiare străine.

Conform prevederilor articolului 6 din „Legii Republicii Moldova privind reglementarea valutară” nr. 62-XVI din 21 martie 2008, operațiunile valutare de capital cuprind operațiunile între rezidenți și nerezidenți care decurg din operațiunile aferente investițiilor străine cu instrumente financiare, operațiunile aferente investițiilor străine directe, împrumuturi/credite financiare, împrumuturi/credite comerciale, operațiunile aferente asigurărilor și altele.

Fluxurile de bază cu care economia Moldovei este „interconectată” cu piața valutar-financiară internațională sunt fluxurile de investițiile străine de portofoliu, investiții străine directe, fluxurile creditare și fluxurile rezultate din operațiuni de conversie valutară pe piața internațională. În continuare vom analiza evoluția acestor fluxuri și impactul acestora pentru economia (anumite sectoare) Republicii Moldova.

**Fluxurile de Investiții Străine de Portofoliu.** La momentul actual unicul instrument financiar utilizat în cazul investițiilor străine este acțiunea, deși „Legea privind piața de capital” nr. 171 din 11.07.2012 prevede utilizarea și altor instrumente financiare cum sunt: instrumentele pieței monetare (cu scadență până la un an), instrumentele financiare derivate („options”, „futures”, „swap”, „forward”), obligațiuni și instrumentele financiare ale pieței de capital. În anul 2013 în economia națională au fost realizate investiții străine directe în sumă de 10,07 mil. USD, în scădere de 11,6 ori față de valoarea înregistrată în an. 2000. Intrările nete au constituit 9,71 mil. USD, acestea fiind determinate de procurarea de către nerezidenți a acțiunilor băncilor rezidente – 14 mil. USD (*tabelul 1*). Analizând dinamica acestui indicator în perioadă anilor 2000-2013 putem concluziona că pe parcursul întregii perioade acesta a avut un nivel relativ jos în comparație cu celelalte fluxuri financiare externe.

**Tabelul 1. Evoluția fluxurilor investițiilor de portofoliu ale Republicii Moldova în anii 2000, 2007-2013.**

	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Investiții de portofoliu, mil. USD</b>	-	-4.51	6.26	-5.87	1	-0.03	21.34	9,71
<b>Tranzacții cu titlurile nerezidenților (active), mil. USD</b>	-	<b>-0.07</b>	<b>-0.16</b>	<b>-0.3</b>	<b>-4.84</b>	<b>-5.16</b>	<b>6.98</b>	<b>-0.36</b>
<i>Vânzarea/ procurarea titlurilor de participare, mil. USD</i>	-	-0.07	-0.16	-0.3	-0.47	0.13	-0.18	-0.06
<i>Vânzarea/procurarea de obligațiunilor, mil. USD</i>	-	-	-	-	-4.37	-5.29	7.16	-0.3
<b>Capital investițional în titlurile rezidenților (pasive), mil. USD</b>	<b>117.25</b>	<b>-4.44</b>	<b>6.42</b>	<b>-5.57</b>	<b>5.84</b>	<b>5.13</b>	<b>14.36</b>	<b>10.07</b>
<i>Vânzarea/procurarea titlurilor de participare, mil. USD</i>	2.93	1.72	11.36	2.39	5.84	5.07	14.36	10.07
<i>Vânzarea/procurarea obligațiunilor, mil. USD</i>	114,32	-6.35	-6.36	-6.35	-	0.06	-	-
<b>Instrumentele pieței monetare, mil. USD</b>	-	0.19	1.42	-1.61	-	-	-	-

Notă: semnul „-” înseamnă ieșiri de capital (vânzări de valori mobiliare), semnul „+” înseamnă intrări de capital (procurarea valorilor mobiliare).

Sursa: elaborat în baza datelor BNM și BNS.

Analiza în dinamică a volumului investițiilor în valorile mobiliare emise de nerezidenți în această perioadă arată o evoluție neuniformă și nepermanentă. În anul 2013 valoarea totală a investițiilor străine de portofoliu efectuate de rezidenți în valori mobiliare emise de nerezidenți a fost de circa 0,36 mil. USD. O dinamică similară observăm și la capitolul investițiilor în valori mobiliare emise de rezidenți. *Ieșirile nete fiind alternate cu intrări nete în toată această perioadă, neavând o tendință evidentă de creștere.*

Emisiuni de obligațiuni de stat au fost înregistrate doar în anul 2000 în valoare de 114,32 mil. USD și în an. 2002 în valoare de 28,22 mil. USD. Acestea au fost emise pentru acoperirea datoriilor de stat acumulate din perioadele precedente (inclusiv față de compania rusească Gazprom pentru gazele livrate). În perioada ulterioară (după anul 2002) sunt înregistrate ieșiri de capital, necesare pentru răscumpărarea obligațiunilor de stat emise anterior (euroobligațiuni). *Valoarea acțiunilor emise de rezidenți (cu o pondere de până 10 la sută în capitalul social) care au fost procurate de nerezidenți, de asemenea, este foarte joasă. Dacă în 2000 valoarea investițiilor în titluri de participare (acțiuni) emise de rezidenți era de 2,93 mil. USD atunci în an.2013 acestea au atins nivelul de 10,07 mil. USD, în creștere cu peste 70%.*

Interesul scăzut al investitorilor străini față de piața de capital a Republicii Moldova poate fi observat prin analizarea indicatorului VIIP, calculat ca raport între volumul total brut de investiții de portofoliu de intrare și PIB. *Valoarea acestui indicator în an. 2013 a fost de 1,13%. Este o valoare foarte joasă, ceea ce vorbește despre un potențial redus al pieței de capital autohtone de a atrage investitorii străini. Poziția investițională a Republicii Moldova după indicatorul Investițiilor Străine de Portofoliu în anul 2013 a fost net debitoare.*

Pentru a stabili nivelul de integrare financiară prin prisma cuantificării volumului intrărilor și ieșirilor de investiții de portofoliu în economia Republicii Moldova vom utiliza indicatorul VBIP (ponderea ISP net în PIB). *Astfel, în anul 2013 acest indicator a fost de circa 0,29%. Este o valoare foarte joasă comparativ cu unele țări din regiune, țările Baltice, Europei Centrale și de Sud-est. Doar pentru Belorusa și Rusia acest indicator este până la 1%. Pentru comparație, în anul 2008 indicatorul VBIP pentru Moldova era de 0,1%.*

*Constatăm un nivel foarte jos al Investițiilor Străine de Portofoliu atât sub forma investițiilor în titluri emise de rezidenți, cât și de investiții în titlurile emise de nerezidenți. Nu există pe piața autohtonă a valorilor mobiliare investiții realizate prin intermediul instrumentelor pieței monetare. Nu sunt efectuate emisiuni de obligațiuni corporative de către rezidenți. Investițiile în obligațiuni practic fiind limitate la câteva emisiuni efectuate de guvern la începutul anilor 2000.*

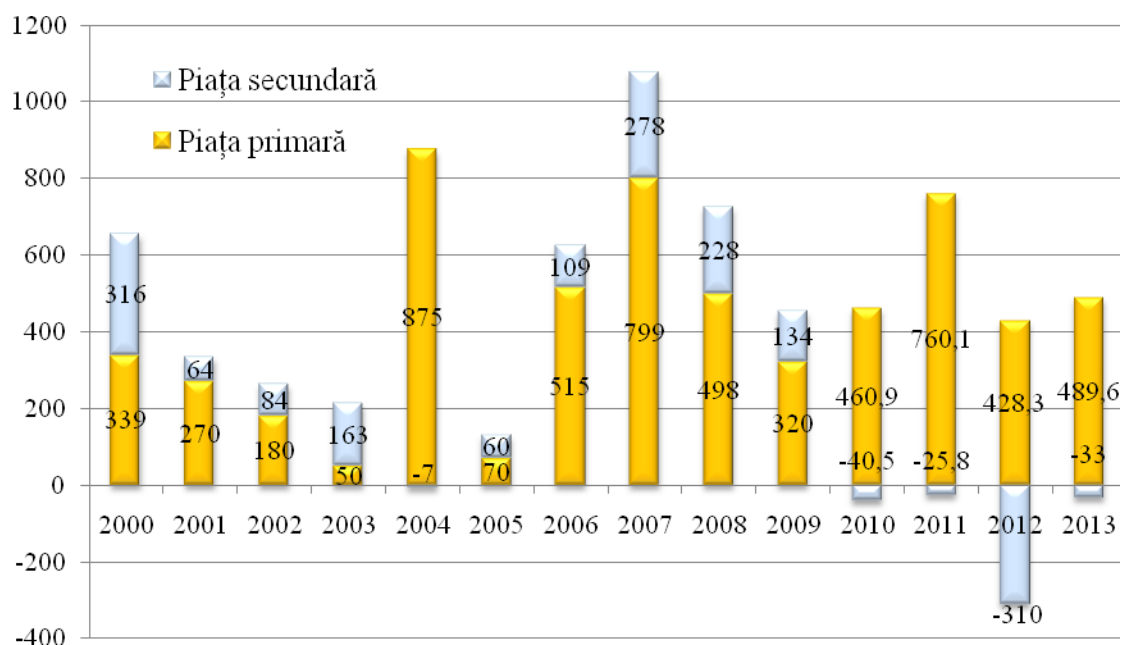
Valoarea operațiunilor cu derivatele financiare în anul 2013 a atins nivelul de 0,23 mil. USD. În an. 2000 operațiuni cu derivate nu au fost efectuate. Dinamica volumului operațiunilor date este

una neuniformă, precum și valoarea acestora este una nesemnificativă. De menționat că, operațiunile date conțin tranzacțiile cu „swap”- le valutare efectuate de bănci.

Operațiunile de tip „swap” valutar reprezintă tranzacții financiare în care două părți schimbă sume exprimate în două monede diferite la începutul unei perioade (tranzacție la vedere) și răscumpără la o dată de scadență prestabilă (tranzacție la termen). De obicei acest tip de operațiune este utilizat pentru acoperirea riscului valutar.

Volumul total al *investițiilor străine atrase prin intermediul pieței primare* a valorilor mobiliare pe parcursul anului 2013 a constituit 489,6 mil. lei, înregistrând o creștere de 30% față de nivelul anului 2000. Cele mai înalte nivele a fost atins înainte de criză în anii 2004 (875 mil. lei) și 2007 (799 mil. lei), în continuare fiind înregistrată o descreștere a volumului investițiilor pe acest segment de piață. Această creștere a investițiilor străine s-a datorat evoluției ascendente a economiei Republicii Moldova în acea perioadă și aderării României la UE, ceea ce a făcut Moldova țară vecină a UE și o posibilă piață pentru extinderea investitorilor europeni. Evoluția pieței primare și secundare (valoarea netă a operațiunilor de vânzare și procurarea a valorilor mobiliare) pentru perioada 2001-2013 este prezentată în *figura 1*.

De menționat că, tendința de dezvoltare a pieței autohtone, care s-a manifestat periodic pe parcursul evoluției sale, s-a datorat, în mare parte, investitorilor străini, care au manifestat interes față de economia Republicii Moldova. Aceste resurse financiare au fost investite, în mare parte, în sectorul financiar [1, p.80].



**Fig. 1. Volumul investițiilor străine atrase pe piața primară și secundară a valorilor mobiliare a Republicii Moldova în perioada anilor 2000-2013, în mil. lei.**

*Sursa:* Elaborat în baza datelor din rapoartele CNPF.



Potrivit datelor CNPF valoarea cea mai mare a investițiilor realizate pe piața primară în anul 2013 a revenit investitorilor din Italia (75%), Cipru, Marea Britanie (8,1%), Germania. De remarcat că, în anul 2013 cota cea mai mare de 34,8% revenea SUA, urmată de Federația Rusă cu 21%, Austria cu 14%. *Pondere volumului total al investițiilor străine (în raport cu PIB) atrase prin intermediul pieței primare a valorilor mobiliare în an. 2013 a fost doar de 0,49%.*

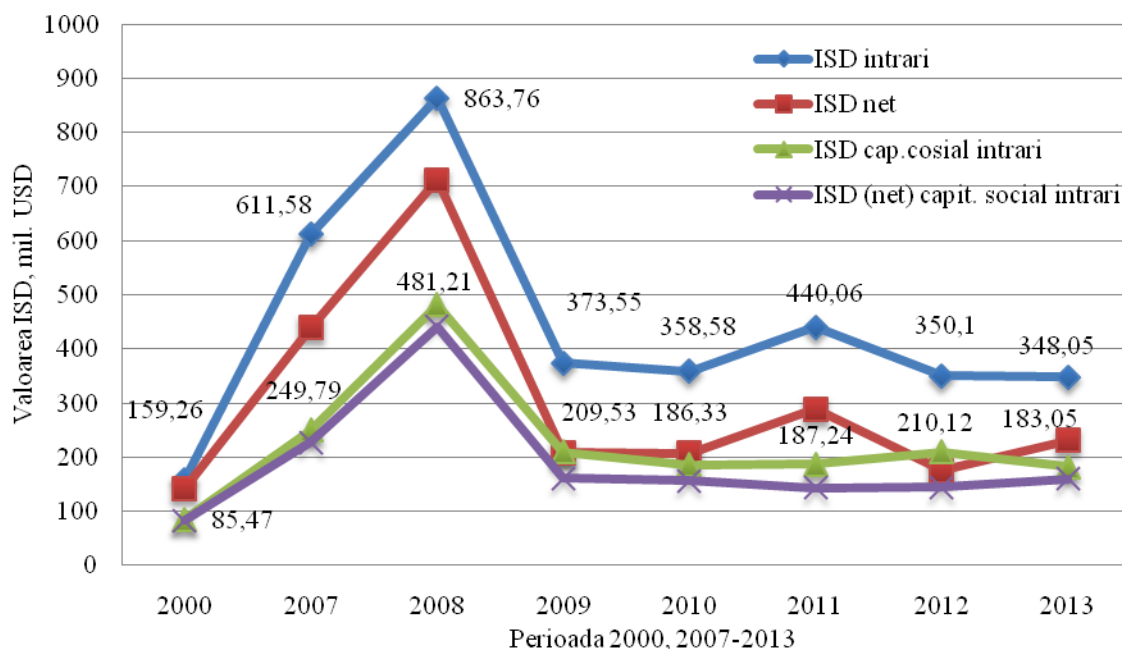
În an. 2013 valoarea totală *investițiilor străine prin intermediul pieței secundare* a atins cifra de 1941,2 mil. lei, reprezentând o majorare cu 77% față de nivelul an. 2001. Valoarea totală a acestora conține operațiunile de cumpărare, vânzare, moșteniri și donații, precum și aportul la capitalul social. *Pondere volumului tranzacțiilor efectuate de nerezidenți pe piața secundară în an. 2013 a fost de 1,74%, ceea ce, de asemenea, indică un nivel redus al atractivității acestui segment de piață pentru nerezidenți.* Volumul cel mai mare a tranzacțiilor de cumpărare a valorilor mobiliare prin intermediul pieței secundare în anul 2013 ia revenit Marii Britanii (194,3 mil. lei sau 40,4%), Federației Ruse (97,3 mil. lei sau 20,2%), Ucraina (52,5 mil. lei sau 10,9%), Letonia (51,6 mil. lei sau 10,7%). Cota cea mai mare a tranzacțiilor de vânzare a valorilor mobiliare după valoarea acestora ia revenit Marii Britanii (188 mil. lei sau 36,7%), Olandei (123,5 mil. lei sau 24,0%), Ciprului (67,9 mil. lei sau 13,2%). Cel mai atractiv sector pentru investitorii străini a constituit în anul 2013, ca și în anii precedenți, sectorul bancar și cel de asigurări. Aceste două sectoare au ocupat o cotă de 95,06% din valoarea totală a tranzacțiilor cu valori mobiliare pe piața secundară cu implicarea nerezidenților. *Datele arată că piața secundară nu prezintă o dinamică evidentă de evoluție pozitivă de creștere.* Totodată este necesar să menționăm că nu există careva participanți profesioniști cu activitate exclusivă pe piața de capital, care ar fi filială locală a unei companii de investiții sau operator piață străină. Lipsa de interes a companiilor străine față de activitatea pe piața de capital a Republicii Moldova se explică prin volumul mic al pieței, capitalizarea sa foarte redusă, lipsa activelor profitabile și prezența pe piață a unui număr foarte mic de instrumente financiare [2, p.154].

*În contextul celor expuse, conchidem că, fluxurile de intrare sub forma de investiții străine de portofoliu (ISP) au un impact minim asupra creșterii economice, în special aceasta datorându-se nivelului jos de dezvoltare a pieței naționale a valorilor mobiliare.*

*Menționăm că un influx puternic de investiții de portofoliu ar putea să indice că economia țării este sănătoasă și ar putea stimula, la rândul său, influxul de investiții străine directe. Mai mult decât atât ISP ar putea să devină o sursă alternativă de finanțare, substituind într-o măsură oarecare creditul bancar, care în Republica Moldova la momentul actual este instrumentul de finanțare de bază.*

**Fluxurile de Investiții Străine Directe.** Importanța acestor fluxuri constă în faptul că în afară de investițiile inițiale în capitalul social, acestea duc cu sine fluxuri financiare suplimentare

necesare pentru dezvoltarea companiilor, sub forma influxuri ulterioare investițiilor inițiale. Mai mult decât atât, acest indicator este utilizat în statisticile și rapoartele internaționale, ceea ce face posibilă efectuarea analizei comparative. Astfel, conform datelor BNM în anul 2013 valoarea influxul de Investiții Străin Directe (ISD) care cuprinde capitalul social, venitul reinvestit, credite intragrup, a constituit 348,12 mil. USD, ceea ce reprezintă o creștere de 61% față de nivelul înregistrat în anul 2000 (*figura 2*).



**Fig. 2. Evoluția investițiilor străine directe în perioada 2000, 2007-2013, (în mil. USD)**

*Sursa:*Elaborat de autor în baza datelor BNM.

Valoarea cea mai mare, de 868,31 mil. USD a investițiilor străine directe a fost înregistrată în anul 2008. Ponderea ISD în influxul total al capitalului investițional în an. 2013 a constituit 97,17%. Fluxul net de ISD în economia națională a constituit 231,31 mil. USD în creștere cu 38,2 la sută față anul 2000. Analiza dinamicii ISD nete pentru perioada 2000-2013 denotă creșterea semnificativă a acestora în perioada 2000-2008. Însă, odată cu răspândirea crizei financiare internaționale valoarea acestora a scăzut în an. 2009 de la 863,76 mil. USD până la 373,5 mil. USD în an. După anul 2009 până în prezent observăm lipsa unei tendințe stabile în atragerea acestora în economia națională. O dinamică similară a avut-o și fluxurile nete de investițiile în capital social. Practic observăm o stagnare în perioada post criză, în ceea ce privește investiții sub formă de capital social atât în economia națională cât și în exterior. Indicatorul ISD în PIB în an. 2013 și-a păstrat tendința de descreștere înregistrând valoarea 4,37%, ceea ce este de 2,8 ori mai jos decât nivelul anului 2000. Considerăm că aceasta se datorează unei evoluții relativ constante a volumului ISD, precum și creșterii nivelului PIB.

*Totodată evidențiem atractivitatea sectorului bancar pentru investitorii străini, fapt confirmat prin cota semnificativă a investitorilor străini în capitalul băncilor, care la fine anului 2013 a constituit 72,2 la sută. Printre investitorii străini care participă la formarea capitalului băncilor din Republica Moldova sunt: BERD, bănci din România, Franța, Italia, precum și investitori corporativi din Marea Britanie, Austria, Germania, SUA, Ucraina, Rusia, Olanda, Grecia, Cehia, Elveția, Cipru, etc.*

Deși în perioada 2000-2013 au fost atestate unele tendințe pozitive în privința atragerii investițiilor în Republica Moldova, acest indicator, însă, este destul de jos. În majoritatea statelor din Europa de Est, Sud - Est și țările Baltice volumul ISD fiind mai mare.

Creșterea ISD este unul din factorii de bază, care contribuie la creșterea nivelului producției industriale, ameliorarea complexă a economiei naționale, soluționarea problemelor ce țin de renovarea bazei tehnice și tehnologice, precum și a fondurilor fixe ale întreprinderilor. De asemenea, putem evidenția și faptul că, în afară de sectorul bancar investitorii străini sunt interesați și în investiții în sectorul asigurărilor. De menționat că, intrarea pe piață a investitorilor străini ar putea duce la consolidarea treptată a companiilor de asigurări și ar putea crește nu doar capacitatea de asigurare și durabilitatea financiară, dar va oferi și oportunitatea de a îmbunătăți calitatea serviciilor de asigurare locale [4, p.10]. Experiența țărilor (spre ex. România) atestă faptul că, ISD generează efecte semnificative la nivel microeconomic reflectate asupra productivității, eficienței și completivității activităților care au beneficiat de intrări mai mari de capital străin. Efecte directe și complementare/indirecte ale ISD pentru economia națională pot fi atât pozitive cât și negative. După părerea noastră, printre cele mai importante efecte pozitive, ale ISD pot fi evidențiate:

- posibilitatea de a beneficia de finanțare suplimentară pentru realizarea proiectelor investiționale, în special de către companiile din sectorul privat;
- transmiterea tehnologiilor, know-how, practici manageriale și de marketing modern;
- influența semnificativă asupra stimulării și diversificării exportului, ceea ce poate duce la creșterea influxurilor valutare și a veniturilor la buget din impozite;
- importul (reglat și echilibrat) capitalului stimulează investițiile interne ce contribuie la creșterea economică a țării receptoare, incluzând creșterea atât cantitativă cât și calitativă.

Investițiile Străine Directe au, de asemenea, influență asupra sectorului financiar-bancar național. Printre principalele efecte pozitive pentru economiile naționale pot fi evidențiate:

- creșterea calității și apariția noilor servicii bancare;
- reducerea ratelor procentuale la credite;
- optimizarea structurii instituționale a sistemului bancar și apropierea acestuia de standardele țărilor cu o economie de piață dezvoltată .

Prezența băncilor străine are o serie de avantaje incontestabile sub aspectul îmbunătățirii eficienței economice și a dezvoltării sistemului bancar, atât în mod direct, cât și prin presiunea pe

care o impun celorlalte bănci din sistem, în special prin standardele aplicate. Prezența băncilor cu capital străin în sistemul bancar național, contribuie la atragerea investițiilor străine și extinderea bazei de resurse financiare pentru dezvoltarea social-economică a țării. *Astfel, putem concluziona că capitalul străin în sistemul bancar, la efectuarea de către instituțiile de stat abilitate a reglementării și controlului adecvat, poate contribui la o repartizare mai eficientă în cadrul economiei a resurselor financiare. De asemenea prezența capitalului străin poate contribui la asigurarea stabilității și dezvoltării pieței financiare interne, precum și a sistemului financiar a economiei naționale.*

O serie de cercetări atestă că *dezvoltarea financiară*, la rândul său, contribuie la creșterea economiei naționale, ceea ce are un impact pozitiv asupra reducerii sărăciei. Menționăm că sub noțiunea de creștere economică înțelegem o evoluție pozitivă, ascendentă a economiei naționale pe termen mediu și lung, dar care nu exclude oscilațiile conjuncturale. Cercetările au arătat că creșterea economică are loc indiferent de tipul sistemului financiar în țara respectivă (bancar - creditar sau de piață). În țările în curs de dezvoltare canalele creșterii economice fiind preponderent băncile iar în țările dezvoltate – piețele valorilor mobiliare. De menționat că în Republica Moldova sistemul creditar bancar și nebanancar, comparativ cu cele din țările dezvoltate, este unul simplist și conține o gamă îngustă de instituții de credit, care nu permit satisfacerea și acoperirea tuturor cerințelor pieței [5, p.94-95].

În același timp, ISD pot avea și unele *efecte negative* asupra sectorului de producere din economia națională. După părerea noastră, unul din principalele efecte negative le ISD este preluarea controlului asupra unor entități economice sau sectoare de importanță majoră (strategice) [1, p.184]. La care putem adăuga dependența economică și politică, în special în țările mai puțin dezvoltate, de CTN și țările exportatoare de capital. În anumite condiții influxul de capital investițional poate influența negativ securitatea economică și politică a țării.

*Astfel, după părerea noastră în scopul asigurării dezvoltării și în continuare a sistemului financiar – bancar al țării, autoritățile de stat ar trebui să creeze un climat favorabil pentru atragerea ISD în sectorul bancar. Însă, aceasta trebuie să fie combinate cu măsuri de asigurare a stabilității și securității economico-financiare a țării.*

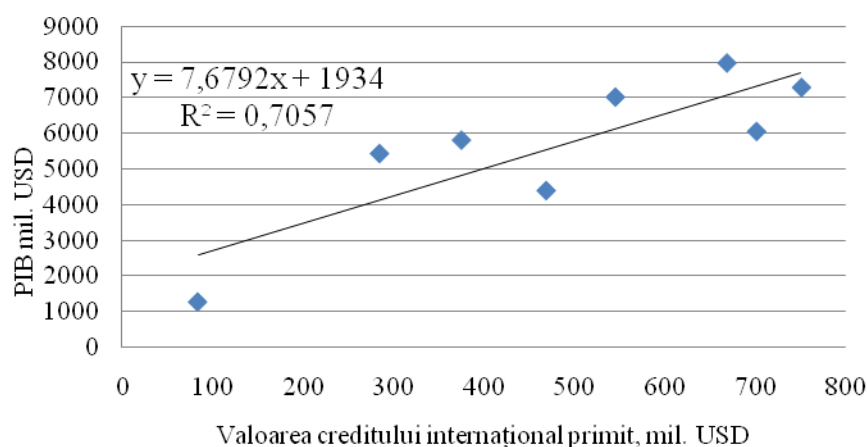
**Fluxurile creditare internaționale.** Împrumuturile externe ale Republicii Moldova sunt reprezentate de împrumuturile sectorului privat și împrumuturile oficiale ale autorităților monetare (BNM) și guvernamentale. Atât în cazul creditelor atrase de sectorul bancar cât și în cazul celui nebanancar este o tendință evidentă de creștere, practic pe întreaga perioadă a anilor 2000-2013, cu excepția anilor 2009 și 2010, datorate crizei financiare internaționale și efectului de restrângere a creditelor. Segmentul guvernamental a avut o ascensiune, tendința fiind mai accentuată după anul 2009 (tabelul 2). Analizând corelația între capitalul împrumutat de sectorul privat (bancar și nebanancar) și PIB în perioada 2000, 2007-2013 constatăm o corelație pozitivă între acești doi indicatori.

**Tabelul 2. Evoluția fluxurilor creditare internaționale ale Republicii Moldova în perioada an. 2000, 2007-2013, (mil. USD)**

	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Capital împrumutat de sectorul privat, mil. USD</b>	84,11	468,91	701,2	285,0	375,5	545,4	750,75	<b>668,6</b>
Împrumuturi bancare, mil. USD	11,17	161,27	227,6	100,0	156,2	242,51	310,32	269,7
Împrumuturi nebancale, mil. USD	72,94	307,64	473,6	184,9	219,3	302,89	440,43	398,8
<b>Fluxuri oficiale, mil. USD</b>	311,3	327,53	390	288,7	547,7	525	599,88	<b>426,8</b>
Granturi și asistența tehnică, mil. USD	92,37	214,98	277,7	247,5	274,3	276,35	292,26	326,1
Împrumuturi ale autorităților monetare și guvernamentale, mil. USD	218,9	112,55	112,3	41,19	273,3	248,17	307,62	100,7
<b>PIB mil. USD</b>		4402	6056	5437	5813	7016,1	7284,2	<b>7967,1</b>

Sursa: elaborat în baza datelor BNM și BNS.

În figura 3 este prezentată corelația capitalului împrumutat de pe piața creditară internațională și PIB al economiei Republicii Moldova. Coeficientul de determinare  $R^2$  este egal cu 70, iar coeficientul de corelație cu 84. Dorim să menționăm că, nu doar creditele internaționale obținute de sectorul privat nebancaar pot contribui la creșterea economică ci și creditele internaționale primite de sectorul bancar. Sectorul bancar în baza creditelor obținute de pe piața internațională efectuează creditarea sectoarelor economiei naționale (industria prelucrătoare, construcții, agricultura, comerțul, transportul și comunicațiile, etc), care la rândul său contribuie la creșterea PIB.



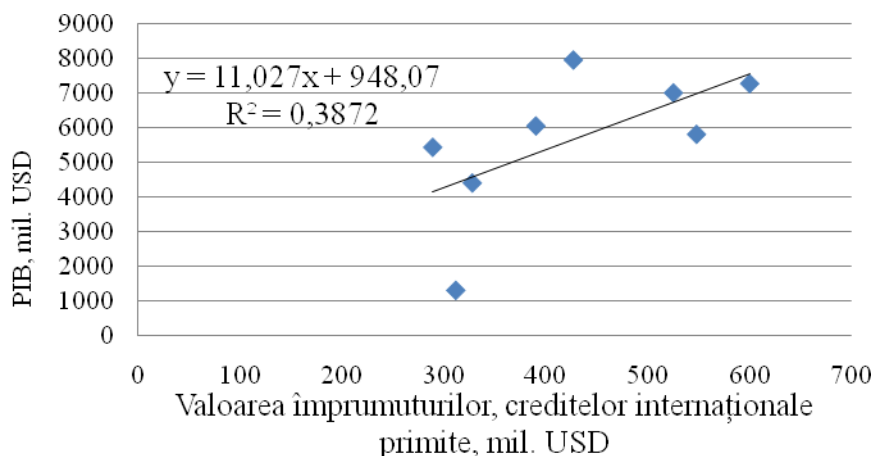
**Fig. 3. Corelația între creditele internaționale primite de sectorul privat și PIB**

Sursa: elaborat de autor

Totodată, menționăm că, analiza corelațională între capitalul împrumutat de sectorul guvernamental și autoritățile monetare nu atestă o interdependență directă cu PIB (figura 4). Aceasta poate fi explicat prin faptul că, în mare parte asistența financiară externă este îndreptată

spre realizarea programelor ce au o influență indirectă asupra creșterii economice și care ar putea fi observat într-o perioadă mai îndelungată de timp.

În acest context putem menționa că programele realizate de Guvern au ca obiectiv consolidarea stabilității economice a țării, crearea condițiilor favorabile pentru IMM, angajarea în câmpul muncii, reducerea sărăciei, ameliorarea competitivității, prevenirea corupției, ș.a., dar în același timp sursele atrase prin creditare internațională pot fi utilizate pentru acoperirea deficitului bugetar.



**Fig. 4. Corelația între împrumuturile, creditele internaționale primite de sectorul guvernamental și PIB.**

*Sursa:* elaborat de autor.

*Necătînd la faptul că, finanțarea prin creditarea internațională poate contribui la creșterea economică, după părerea noastră acest mod de finanțare nu trebui să fie de unul de bază pentru asigurarea cu surse financiare necesare pentru economie. În același timp, considerăm absolut necesară efectuarea analizei eficienței utilizării surselor atrase de către sectorul guvernamental de pe piața internațională a creditului*

**Influența pieței valutare internaționale.** Piața valutară a Republicii Moldova în perioada anilor 2000-2013 denotă o tendință ascendentă al volumului tranzacțiilor efectuate pe această piață. Însă, totuși, în perioada de criză a avut loc o reducere a rulajului operațiunilor valutare. Rulajul total al valutilor tranzacționate în anul 2013 a însumat echivalentul a 22 788,1 mil. USD, majorându-se de 9,3 ori față de nivelul înregistrat în an. 2000. Ascensiunea tranzacțiilor se datorează creșterii volumului operațiunilor pe piața valutară prin virament efectuate de către băncile rezidente, BNM, precum și băncile nerezidente. Ponderea cea mai mare a tranzacțiilor revine dolarului american. Acesta în anul 2013 a deținut, conform datelor BNM, o cotă de 56,2 la sută, fiind urmată de EURO cu 37,2 la sută și Rubla rusească cu 6,2 la sută.

Activele oficiale de rezervă, de asemenea, practic în toată această perioadă, cu excepția perioadei post criză, au avut o tendință pozitivă de creștere. Menționăm că activele oficiale de

rezervă sunt utilizate de BNM în scopul finanțării directe sau reglării indirecte a dezechilibrelor balanței de plăți, prin efectuarea intervențiilor pe piața valutară în scopul susținerii cursului monedei naționale. La finele anului 2013 valoarea totală a activelor oficiale de rezervă era de 2820,63 mil. USD în creștere cu 12,15% față de nivelul acestora în an 2012. Creșterea activelor oficiale de rezervă este explicată prin intervențiile pe piața valutară interbancară, venitul aferent gestionării rezervelor valutare, granturi și credite de la UE.

Piața valutară a Republicii Moldova este caracterizată, de asemenea, de evoluția cursului valutar. Valoarea acestui are o mare importanță pentru economia națională. Cursul valutar al Dolarului american (USD) pe piața locală este influențat de un șir de factori externi. Fenomenul de aprecierea/deprecierii a acestei valute este, în primul rând, cauzat de intrările/ieșirile masive a acestei valute în/din țară. După părerea noastră, cele mai importune canale de intrare a acestei valute în țară, care au influență asupra cursului monedei naționale sunt: influxurile de remitențe și influxurile de valută provenite din activitate de export.

➤ *Remitențele persoanelor fizice (transferurile emigranților).* Remitențele au servit în permanență drept un factor esențial al aprecierii leului moldovenesc. Începând cu anul 2000, odată cu accelerarea ritmurilor de creștere a numărului de cetățeni plecați la muncă peste hotare, veniturile remise au cunoscut un trend ascendent, înregistrând în fiecare an noi recorduri. Astfel, dacă în anul 2000 sumele remise constituiau 152,9 mil. USD, atunci în anul 2008 acestea au atins cifra de 1660 mil. USD (tabelul 3).

**Tabelul 3. Evoluția volumului remitențelor și comerțului internațional  
în perioada an. 2000, 2007-2013**

	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Remitențele, mil. USD</b>	152,94	1218,23	1660	1182	1244,1	1443,4	1494,2	<b>1608,98</b>
<b>Balanța comercială, mil. USD</b>	-330,5	-2322,7	-3219	-1988	-2282	-2872	-2945	-2981,1
<i>Export, mil. USD</i>	641,35	1998,8	2489,8	2000	2290,7	3158,5	3164,3	<b>3498</b>
<i>Import, mil. USD</i>	-971,8	-4321,5	-5708	-3988	-4573	-6030	-6109	-6480

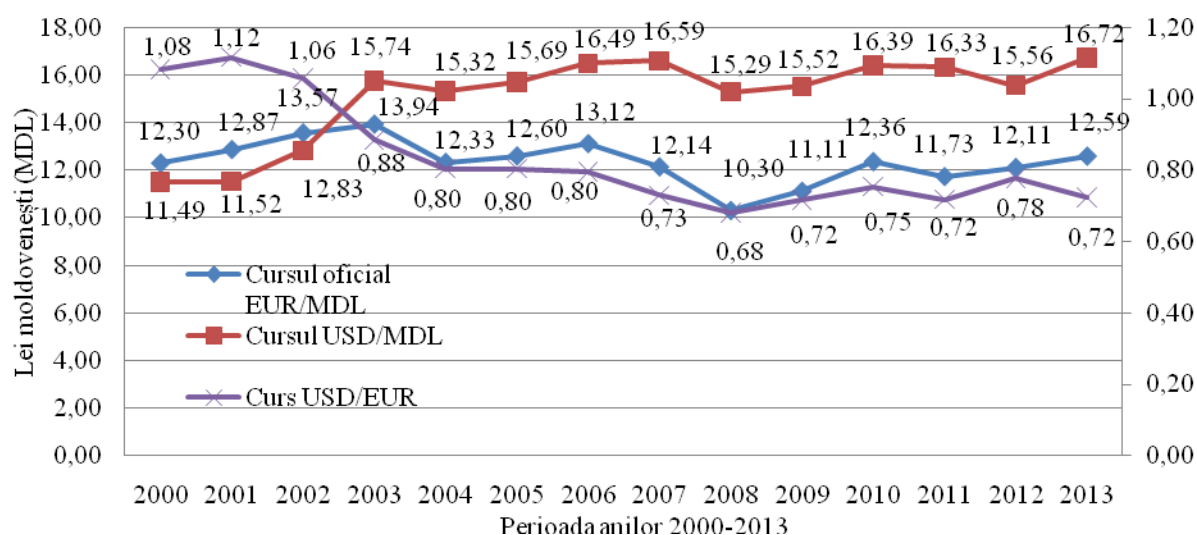
Sursa: Elaborat în baza datelor BNM și BNS și calculelor autorului.

Însă, odată cu intensificarea impactului crizei financiare internaționale nivelul acestora a început să se reducă, atingând nivelul minim de 1182 mil. USD în an. 2009. Abia în anul 2013 nivelul remiterilor a depășit nivelul acestora înregistrat în anul 2007. În anul 2013 valoarea totală a remiterilor a atins valoarea de 1608,98 mil. USD. Influxurile valutare sub formă de remiteri pot fi privite pe de o parte ca inexistența locurilor de muncă în țară, iar pe de altă parte ca investiții și ca factor ce contribuie la întărirea monedei naționale. La tupa actuală valuta ce intră în țară este utilizată pentru consum și contribuie la scăderea cursului valutei străine, de rând cu starea pieței financiare internaționale [6, p.323].

➤ *Exportul.* Începând cu anul 2000 exportul moldovenesc a înregistrat o tendință de creștere stabilă până în anul 2005, atingând nivelul de 1,1 mild. USD. Însă, în anul 2006 acesta s-a redus cu 3,6% sau aproximativ cu 40 mil. USD. Cauza fiind scăderea livrărilor producției moldovenești în țările CSI (cu 127 mil. USD sau 23%) și în special în Rusia (165 mil. USD sau cu 48%). În anul 2007 tendința de creștere a fost restabilită, însă în 2008 încă nu a fost atins nivelul anului 2005. Asupra acesteia a influențat și criza mondială. Doar în anul 2010 nivelul exportului a depășit valoarea înregistrată în anul 2005 [7, p.94]. În anul 2013 valoarea exportului moldovenesc a atins 3,4 mild. USD.

Suplimentar, dorim să menționăm că și fluxurile sub forma investiții străine, de asemenea, pot influențează asupra cursului valutar fiindcă reprezintă un canal suplimentar de intrare a valutei străine în țară. Însă, analiza a arătat că, volumul acestora este mult mai jos în comparație cu celelalte două fluxuri valutare menționate mai sus, și nu denotă pe parcursul mai multor ani în perioada post-criză tendințe de majorare.

Conform prevederilor art. 100 din „Regulamentul privind stabilirea cursului oficial al leului moldovenesc față de valutele străine” aprobat prin Hotărârea nr.3 din 15.01.2009, cursul oficial al leului moldovenesc (MDL) se determină de către BNM în baza informației privind volumele tranzacțiilor de vânzare – cumpărare a dolarilor SUA contra lei moldovenești (spot, swap, forward, etc) și cursurile valutare aplicate de către băncile licențiate și Banca Națională a Moldovei la tranzacțiile în cauză, reflectate în raportul cu privire la sumele de valută străină cumpărate și vândute de către bancă contra lei moldovenești. Cursul oficial al leului moldovenesc față de valuta străină, alta decât dolarul SUA, se determină în baza cursului oficial al leului moldovenesc față de dolarul SUA multiplicat la cross - cursul valutei străine respective față de dolarul SUA.



**Fig. 5. Evoluția cursului EUR/MDL, USD/MDL (axa din stânga), USD/EUR (axa din dreapta).**

*Sursa:* Elaborat de autor în baza calculului și datelor BNM, BCE.



Cursului oficial al valutei EURO în raport cu Leul moldovenesc este stabilit în baza cotației pe piața valutară internațională a perechii EUR/USD. Analiza variației cursului valutar EUR/MDL stabilit de băncile comerciale moldovenești denotă faptul că, cursul de vânzare și cel de cumpărare a EURO față de MDL flotează în diapazonul +/- 1-1,5% de la valoarea cursului oficial EUR/MDL stabilit de BNM (figura 5). Astfel, variația perechii EUR/USD de pe piața valutară internațională, de asemenea, influențează cursul EUR/MDL pe piața valutară a Republicii Moldova. Cursului oficial al leului moldovenesc față de moneda europeană (EUR/MDL) în perioada anilor 2003-2012 denotă practic o evoluție similară cu cea a perechii USD/EUR.

*Astfel, conchidem că asupra cursului valutar al leului moldovenesc influențează nu doar cererea și oferta de valută pe piața internă ci și cotația EUR/USD de pe piața internațională. Variația perechii EUR/USD pe piața internațională duce la aprecierea/deprecieră leului moldovenesc și la consecințele respective în economia națională, cum sunt spre exemplu reducerea exportului și creșterea importului sau procesul invers, reducerea încasărilor la bugetul de stat și reducerea consumului populației, ceea ce reduce și mai mult încasările la buget.*

#### **Concluzii.**

Fluxurile valutare-internaționale au o importanță majoră în asigurarea creșterii economice. Însă, pentru ca acestea să poată avea efecte benefice pentru economie este necesară dezvoltarea sistemului financiar-bancar, piețe valutare și a valorilor mobiliare. Mai mult decât atât, este necesar ca instituțiile responsabile de controlul pieței valorilor mobiliare (CNPF) și de stimulare a investițiilor străine (Ministerul Economiei, MIEPO) să asigure posibilitatea accesului companiilor autohtone pe piețele financiare externe. Totodată, este necesară asigurarea efectuării controlului utilizării eficiente de către instituțiile guvernamentale a asistenței financiare externe.

#### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Chistruga B. Postica C. Economie Mondială (manual). Chișinău: Editura ASEM, 2013, 326p.
2. Garștea N. Impactul semnării acordului de asociere între Republica Moldova și Uniunea Europeană asupra pieței de capital din Moldova. Chișinău: Ed. Bone Office, 2011. 54p.4
3. Hîncu R., Iordachi V., Roșca M. Tendințe manifestate pe piața de capital din Republica Moldova. Evoluția pieței valorilor mobiliare autohtone. În: Economica nr.1 (79), martie 2012, ed. ASEM, p.77-84.
4. Manole T. Piața de asigurări și strategia de marketing în Republica Moldova. În: Economica, nr. 3(77), septembrie 2011, ed. ASEM, p.9-20.
5. Roșca P., Sîrbu S. Rolul sistemului financiar-creditar în economia națională. În: Analele ULIM, seria Economie. Chișinău: ULIM, 2012, nr.12, p. 94-103.
6. Евсюкова Р. Международные денежные переводы и их влияние на платежный баланс и экономику государства. În: Revista Studii Economice, nr.1-2, ULIM, Chișinău, 2012, p. 321-329.
7. Кротенко Ю. Толмачева И. Внешняя торговля Республики Молдова: состояние и тенденции в условиях углубляющейся международной экономической интеграции. În: Studii Economice, nr.3-4, ULIM, Chișinău, 2011, p. 321-329.

*INVESTIȚIILE EXTERNE – NEVOIA REALĂ ȘI OBIECTIVĂ PENTRU ECONOMIILE ÎN  
TRANZIȚIE  
FOREIGN INVESTMENTS - REAL NEEDS AND GOALS FOR TRANSITION ECONOMIES*

**Dan Alexandru BUȘU**, drd. ULIM, (România )

**ABSTRACT.** *The article author examines the various aspects of the strategies of attracting foreign direct investments in the country's economic development, analyzing the evolution of FDI attracted by Romania 2002-2013.*

**ABSTRACT.** *În articolul dat autorul studiază diverse aspecte ale strategiilor de atragere a investițiilor străine directe în dezvoltarea economică a țării, analizând evoluția ISD atrase de România 2002-2013.*

**KEYWORDS.** *Economic integration, the European Union, accession strategy, foreign direct investment, capital, evolution, growth.*

**CUVINTE CHEIE.** *Integrare economică, aderare, Uniunea Europeană, strategii, investiții străine directe, capital, evoluție, creștere economică.*

**Introducere.**

România are serioase rămăneri în urmă față de statele din jur în ceea ce privește starea economică, în general, și cu atât mai mult din punctul de vedere al investițiilor străine directe atrase. Elaborarea strategiilor de atragere a investițiilor străine este concepută selecționând diferiți factori de influență: facilități fiscale și stimulente; dezvoltarea mediului de afaceri la nivel european și mondial; stimulentele care au dovedit eficiență mare în atragerea investițiilor străine; aplicarea unei metode de perfecționare continuă și de promovare a investițiilor străine [1, p. 92].

Această strategie presupune: eliminarea barierelor administrativ-birocratice care determină costuri suplimentare la înființarea și în timpul funcționării întreprinderii; asigurarea unui cadru stabil de reglementare a mediului de afaceri; introducerea serviciilor on-line pentru a veni în întâmpinarea nevoilor întreprinderii, pentru facilitarea accesului firmei la informații publice legate de dezvoltarea afacerilor și în relația cu administrația publică; creșterea competitivității întreprinderilor din sectorul productiv și servicii; orientare către cerințele sectorului productiv, a domeniului cercetare-dezvoltare; promovarea instrumentelor financiare adresate întreprinderilor mici.

**Conținut de bază.**

Stimulentele joacă un rol important în multe state, atât dezvoltate, cât și în curs de dezvoltare. Într-o succintă definiție, stimulentele investiționale îmbracă forma oricărui avantaj economic comensurabil acordat unor anumite categorii de firme sau, în mod specific, unor firme cu scopul încurajării inducerii la nivelul acestora a unui anume comportament, dezirabil din perspectiva țării gazdă [3, p. 118].

Stimulentele pot fi grupate în trei categorii: cele fiscale, financiare și de altă natură. Din categoria stimulentele fiscale fac parte reducerile sau scutirile de la impozitare a cifrei de afaceri, a beneficiilor, a valorii adăugate, a taxării importurilor sau exporturilor, reducerea cotizațiilor stabilite asupra forței de muncă. Stimulentele financiare privesc cu prioritate subvențiile directe, creditele preferențiale (cu o rată a dobânzii mai mică decât cea practică pe piață). Ultima categorie de

stimulente cuprinde servicii subvenționate furnizate de agențiile de promovare a investițiilor, avantaje în privința accesului la piață și protejarea segmentului de piață deținut prin accesul preferențial sau garantarea accesului la piețele publice și protejarea pieței investitorului prin restricționarea importului de produse concurente; acordarea de subvenții pentru clădiri, terenuri, servicii de electricitate și telecomunicații; existența unui regim privind schimburile valutare.

Date empirice arată că acordarea de stimulente pentru atragerea de investiții străine directe este în creștere pe plan mondial, cele mai răspândite fiind stimulentele fiscale și cele financiare. Stimulentele fiscale sunt preferate de țările în curs de dezvoltare în timp ce țările dezvoltate oferă, în general stimulente financiare întrucât dispun de resurse necesare acordării unor stimulente directe.

Existența unui cadru legislativ stabil și transparent este esențială pentru atragerea ISD în țara respectivă. După 1989, posibilitatea efectuării de investiții străine directe în România a fost reglementată prin adoptarea Decretului-Lege nr.96/1990 privind unele măsuri pentru atragerea investiției de capital străin în România. În conformitate cu prevederile acestui act normativ, devenea posibilă constituirea de societăți comerciale cu participare străină de capital, atât prin asociere cu persoane juridice sau persoane fizice române, cât și prin participare 100% a capitalului străin.

Investiția străină a constituit motorul esențial al strategiei dezvoltării României, în care obiectivele propuse și provocările au luat o cu totul altă dimensiune o dată cu perspectiva integrării în Uniunea Europeană.

Integrarea europeană a constituit principalul obiectiv politic al tuturor partidelor aflate la guvernare, care a fost confirmat de încheierea negocierilor de aderare a României și Bulgariei la UE cu ocazia summit-ului de la Bruxelles din 16-17 decembrie 2004.

Odată cu încheierea negocierilor de aderare, România a intrat într-o nouă etapă, în care economia românească a trebuit să își reafirme potențialul de participare activă pentru a atinge convergența economică cu Uniunea Europeană, în raport cu strategiile de dezvoltare adoptate de structurile decizionale ale acesteia.

Pregătirea României pentru aderarea la Uniunea Europeană și atragerea de investiții străine directe a permis o evoluție economică pozitivă. Investițiile au avut o creștere constantă mai ales în perioada de preaderare, în 2005 menținându-se la un nivel ridicat de 6,6% din PIB.

Prin aderarea la Uniunea Europeană, România și-a sporit gradul de atractivitate ca țară de destinație pentru investiții străine directe, mai ales față de investitorii proveniți din țări-membre UE.

Tabelul 1.1. Evoluția investițiilor străine directe

Indicatori	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2013
Modificarea investițiilor străine (%)	12,81	-6,33	60,56	166,34	0,57	73,77	-19,96	30,97	-63,26	-23,73
Investiții străine -Mii Euro -	1294	1212	1946	5183	5213	9059	7250	9496	3488	2596

Sursa: Prelucrare proprie după Arisinvest

Investițiile străine directe în România au crescut progresiv astfel, dacă în 2003 investițiile străine directe erau în valoare de doar 1294 mii euro, cifra a ajuns până în 2008 la 9050 mii euro. România a trecut la începutul anilor 2000 prin transformări de natură economică și politică menite să stabilească economia liberă de piață, prin privatizarea întreprinderilor deținute de stat și prin deregularizarea economiei. Rezultatele nu au întârziat să apară: cererea internă a început să-și revină, inflația a scăzut, încrederea în piața s-a îmbunătățit, poziția externă a fost în continuare consolidată.



Fig. 1.1. Evoluția investițiilor străine directe atrase de România 2002-2013 (flux net de ISD miliarde euro)

*Sursa: Arisinvest*

ISD-urile au început să crească din anul 2002 de la 1,2 miliarde ajungând la un maxim de 9,4 miliarde în anul 2010, iar în anul 2013 au scăzut la 2.6 miliarde euro.

În anul 2004 ISD-urile au crescut datorită aderării României la NATO, crescând astfel nivelul de încredere al investitorilor asupra țării. Au crescut investițiile în domenii precum cel prelucrător, comerț și domeniul serviciilor.

În anul 2005 a fost adoptată cota unică de impozitare, fapt ce a atras investițiile străine directe, observându-se o creștere semnificativă în anul 2006. Această creștere s-a datorat și privatizării celei mai mari bănci din România: BCR, statul obținând pentru 37% din acțiuni, 2.2 mld Euro.

În perioada 2005- 2013, datorită intensificării procesului de privatizare, investițiile străine directe au crescut, înregistrând nivele fără precedent.

Participațiile nete ale investitorilor străini direcți la capitalul social al întreprinderilor din România a început să crească ajungând la valoarea de 4873 milioane euro (51,3% din fluxul net de ISD) față de 2220 mil euro în anul 2007. Însă cei cinci ani de creștere susținută a investițiilor străine directe au luat sfârșit odată cu anul 2010. Cauzele scăderii fluxurilor ISD sunt:

a) creșterea primelor de risc, în contextul perspectivelor nefavorabile privind creșterea economică;

b) concentrarea ISD în sectoare puternic afectate de criza economică – tranzacții imobiliare, industria auto, metalurgie;

c) tendința de majorare puternică a costurilor cu forța de muncă până în 2013.

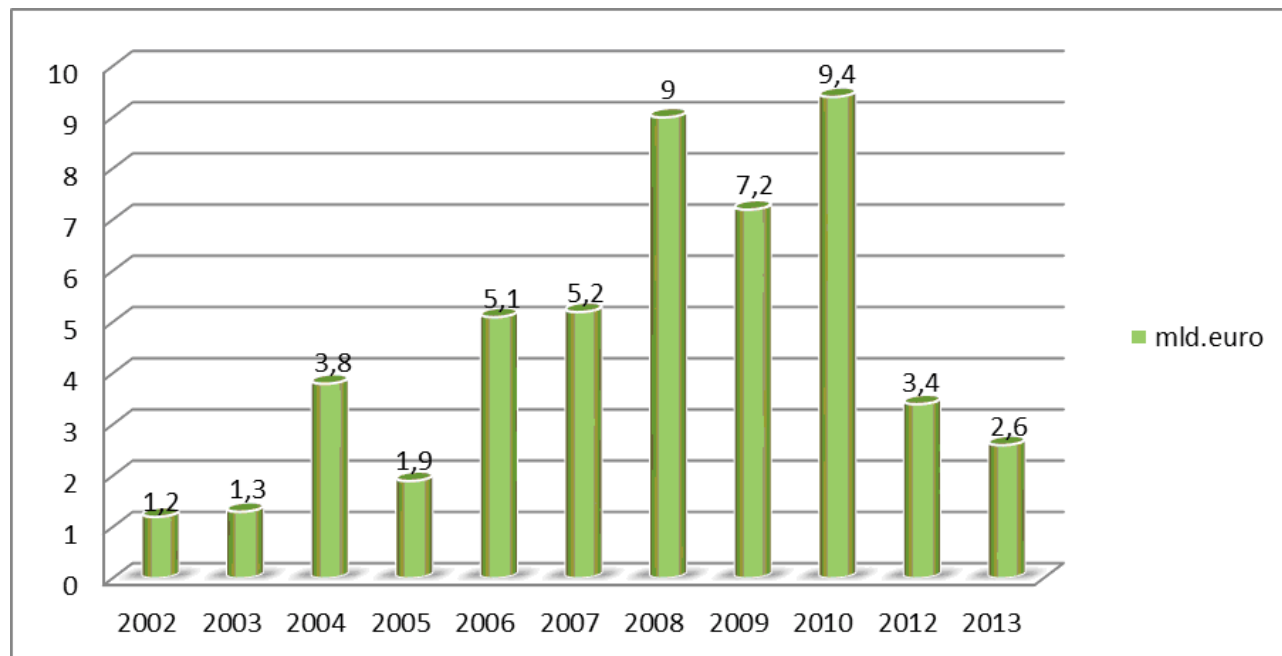


Fig. 1.2. Structura soldului ISD la 31 decembrie 2013  
Repartizare pe principalele activități economice  
Sursa: Banca Națională a României – prelucrare proprie [4].

În România, contribuția investițiilor străine la creșterea economică, îndeosebi ale multinaționalelor, s-a evidențiat pe cele trei segmente principale: balanța de plăți, ocuparea forței de muncă și creșterea economică.

„Importanța investițiilor în economie decurge și din conținutul concret al efortului investițional. Investiția presupune mobilizarea și punerea în circulație a unor importante resurse productive într-o structură foarte diferită ca natură și volum, precum capital, tehnici și tehnologii de vârf, competențe organizatorice și manageriale.” În cazul țărilor cu economii în dezvoltare sau în tranziție, aceste resurse nu pot fi asigurate din economia internă, și de aceea, aceste state își elaborează politici de atragere a unor investitori externi capabili să asigure o cât mai bună structură a investițiilor. În acest sens se observă o creștere a ponderii companiilor cu participare extranațională la crearea valorii adăugate în cadrul economiilor naționale, precum și o creștere a numărului de locuri de muncă, a resurselor financiare interne. Rolul lor preponderent pozitiv din perspectiva economică face ca prezența lor să fie preponderent benefică pentru majoritatea populației țărilor gazdă [2, p. 90].

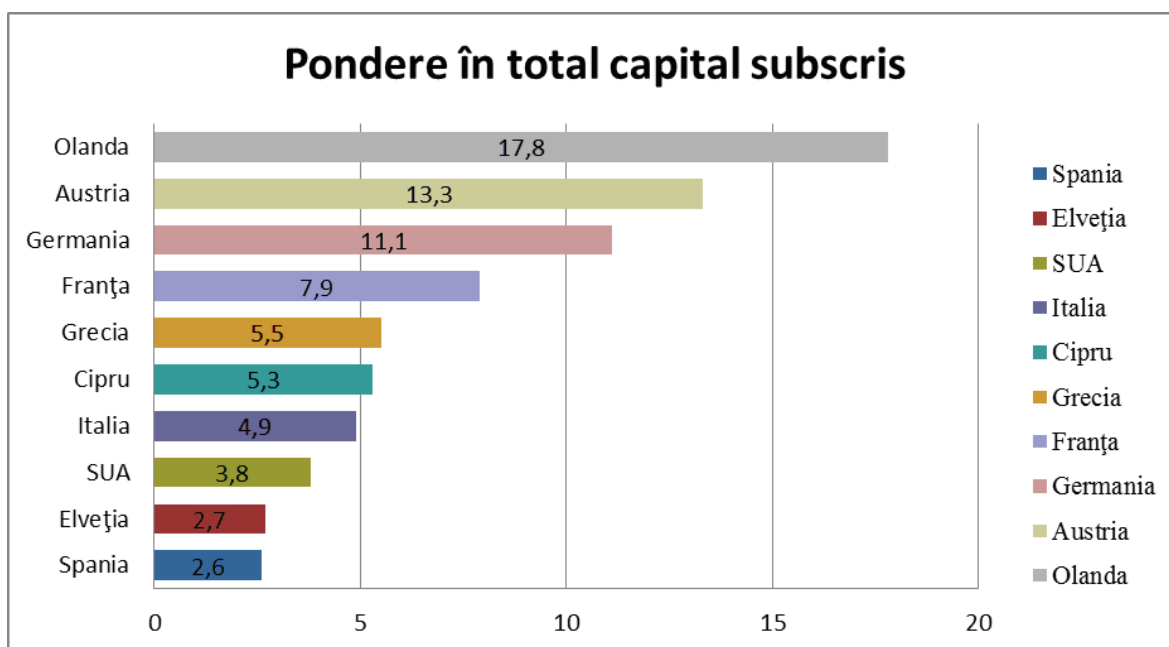


Fig. 1.3. Clasamentul primelor zece țări după participarea la capitalul subscris la societățile comerciale din România –Sold existent la 31 ian. 2013

Sursa: *Oficiul Național al Registrului Comerțului* [5].

Exemple de societăți comerciale care au investit în România:

a) Olanda: ING Bank ,ABN Amro, Shell, Unilever, Damen Shipyards

- Nr. firme: 2.021

- Domenii de interes: imobiliare, metalurgie, comerț cu bijuterii, export-import

b) Austria: BCR, Erste,Petrom, OMV, Raiffeisen Bank, Brau Union

- Nr. firme: 3.300

- Domenii de interes: industria lemnului, alimentară, construcții, infrastructura, auto, protecție a mediului

c) Germania: Printre cei mai importanți investitori germani direcți în sectorul industrial din România se număra producătorii de componente auto Draxlmaier, INA Schaeffler, ThyssenKrupp, Leoni Wiring Systems, Continental. Cei mai mulți au preferat însă locațiile din vestul țării, motivația principală fiind apropierea de granița cu UE.

### **Concluzii.**

Asa dar, aderarea României la comunitatea statelor-membre ale Uniunii Europene a dus la creșterea încrederii investitorilor străini și la o intensificare a creșterii economice care a condus la o mai mare atractivitate pentru investitorii străini.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. Abrudan M. Riza și media. Criza economică și reflectarea ei în mass-media 2008-2009. București: Economica, 2010. 271 p.
2. Anghel R.G., Horvath I. Sociologia migrației. București: Polirom, 2009. 265 p.
3. Coman C. Relații publice. Principii și strategii. București: Polirom, 2001. 313 p.
4. Rapoartele Bancii Naționale a României
5. Rapoartele Oficiului Național al Registrului Comerțului

## VI. ECONOMETRIE APLICATĂ ȘI INGINERIE MANAGERIALĂ VI. APPLIED ECONOMETRICS AND ENGINEERING MANAGEMENT

СОВРЕМЕННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ВЫСШЕМ ОБРАЗОВАНИИ

MODERN INFORMATION TECHNOLOGY IN HIGHER EDUCATION

Мануела БУРЛАКУ, д.т.н., конф.унив., ASEM

**ABSTRACT.** Information technology today become one of the main priorities in planning the development of higher education. The incorporation of information technology in the educational process is for entering the attractive moment, based on which they choose to go to some institution. Information technologies are important not only for successful competition in the market of various universities of higher education, but also for the successful functioning of these institutions themselves.

**ABSTRACT.** Tehnologia informației devenit astazi una dintre principalele priorități în planificarea dezvoltării învățământului superior. Incorporarea tehnologiei informației în procesul de învățământ este pentru a intra moment atractiv, bazat pe care aleg să mergă la o anumită instituție. Tehnologii de informare sunt importante nu numai pentru o concurență de succes pe piața de diverse universități de învățământ superior, dar și pentru funcționarea cu succes a acestor instituții în sine.

**KEYWORDS:** Information technology, higher education, educational process, competition.

**CUVINTE CHEIE:** Tehnologia informației, învățământ superior, procesul de învățământ, concurența.

### **Введение.**

Информационные технологии (ИТ) на сегодняшний день становятся одним из основных приоритетов в планировании развития высшего образования, как на Западе, так и в остальных частях мира. По мнению Роберта Ширана (Robert Sheeran), ректора университета Сетон-Хол, именно включенность ИТ в учебный процесс оказывается для поступающих тем привлекательным моментом, на основании которого они выбирают, в какой институт пойти [1]. Кроме того, ИТ важны не только для успешной конкуренции различных вузов на рынке высшего образования, но и для успешного функционирования самих этих вузов. Без использования ИТ сегодня становится невозможным эффективно управлять образовательным процессом. Как говорит Джон К. Хитт (John C. Hitt), ректор университета Центральной Флориды, «в течение не одного десятка лет мы обсуждали связь информационных технологий и высшего образования, но лишь сегодня мы впервые понимаем, что технологии вызывают перспективные... изменения, которые настолько значительны и всепроникающи, что становится невозможным или нежелательным для вузов отрывать свои стратегические планы, цели и направления деятельности от инициатив, ресурсов и управления в области ИТ» [2].

### **Основной текст.**

Согласно Хокриджу и др. [3] существуют четыре принципиальных основания для внедрения информационных технологий в образование: социальное, профессиональное, педагогическое и каталитическое. Социальное основание заключается в признании роли,

которую технологии играют сегодня в обществе, необходимости для образования отражать интересы общества и потребности. Профессиональное основание состоит в необходимости подготовки студентов к таким типам профессиональной деятельности, которые требуют навыков использования технологий. Педагогическое основание состоит в том, что технологии сопровождают процесс обучения, предоставляя более широкие возможности коммуникации и более качественные материалы, что усиливает преподавание традиционных предметов. Наконец, технологии могут производить каталитический эффект не только на образование, но и на общество в целом, совершенствуя исполнение, преподавание, администрирование, управление, повышая эффективность, оказывая позитивное влияние на образование и изменяя властные отношения между преподавателями и студентами.

Андриан Бошнер из университета Уорвика в Ковентри (Великобритания) отмечает следующие выгоды от внедрения ИТ в высшее образование:

- Усиление общей студенческой мотивации.
- Повышение качества учебного опыта и переход от пассивного к активному обучению.
- Изменение институциональной культуры, особенно в отношении способности пользоваться технологиями.
- Усиление способности переносить навыки (например, независимого обучения или навыков пользования ИТ).
- Повышение качества преподавания.
- Более гибкий доступ студентов к учебным материалам, как через сайты (или системы телекоммуникаций), так и вне сайтов [4].

Несмотря на выгоды от внедрения ИТ в высшем образовании, их использование связано с рядом трудностей. Джон Д. Хопкинс (John D. Hopkins), обсуждая результаты реализации в Европе проекта «Deploy», отмечает следующие проблемы с которыми он столкнулся [5]:

1. Затраты: Инвестиционные затраты, необходимость постоянного обновления оборудования, непредсказуемость долговременных затрат на оборудование, программное обеспечение, обучение и инфраструктуру, ограниченность внешнего финансирования.
2. Психологические барьеры: Недоверие к телематике, недостаточная конфиденциальность, боязнь технологий, страх исчезновения некоторых видов работы, культурные традиции, личные привычки, недостаточный уровень знаний.
3. Отсутствие навыков: Нехватка времени на подготовку, возраст/образование как факторы, слабая компьютерная грамотность среди преподавателей, отсутствие стимулов или мотивации для применения ИТ.



4. Организация и структура: Конфликт организационных иерархий и местных/региональных властных структур, ограниченность времени для управленцев на знакомство с ИТ, отсутствие открытости в управленческом мышлении (недоверие, ощущение угрозы).

5. Культура: Различные установки в Европе по отношению к «прогрессу», групповой работе и т. д.

6. Законодательные аспекты: Защита авторских прав, безопасность, индивидуальные права на участие в частных электронных аудиовизуальных конференциях.

7. Язык: Руководства для пользователей и онлайн-справка часто доступны только на английском языке и при этом еще и написаны на очень специфическом жаргоне.

8. Рыночные проблемы: Недостаток информации о рынке ИТ по разработке/производству/продаже ИТ-разработок, неясность возможных выгод, восприятие услуг как технически, а не содержательно обусловливаемых, радиус намеченных пользователей.

9. Тарифы, объемы передачи знаний, стандарты, услуги: Чем длительнее периоды связи, тем выше тарифы на онлайн-доступ, необходимость широкополостного способа передачи данных, потребность в расширенных сетевых услугах (передача данных, удаленный доступ и т. д.), неадекватность информации потребностям пользователей, необходимость открытых систем и интероперабельности, боязнь нестандартизированных систем и патентованных решений.

1. Время и усилия: Беспокойство о том, что ИТ могут иметь слишком малую ценность для времени, инвестируемого в обучение, и правильного его использования, а также будут слишком оторваны от того, чем должен заниматься служащий или, например, студент.

2. Традиционное мышление, слабый энтузиазм: Университеты рассматривают рост в терминах физических размеров (корпуса, библиотеки и т. д.), а не развития ИТ; в сельской местности рост рассматривается как угроза традиционным типам работы. Проектирование большинства широкополостных сетей происходит для решения задач развлечения и коммерции, а не образования, причем они слабо связаны с местными потребностями и с нуждами конечных пользователей.

3. Бюрократия и игры власти: Бюрократия сама по себе представляет помеху; реструктурирование общества и изменение баланса власти воспринимается как нечто слишком новое, угрожающее и дорогое.

В связи с обозначенными проблемами разработчики проекта «Deploy» выдвинули ряд рекомендаций для любого вуза, желающего включать ИТ в процессы своей деятельности. Эти рекомендации заключаются в следующем:

1. Формулировать в каждом институте политику открытого и дистанционного обучения, включая определение целей, стратегий, бюджета и временных затрат.

2. Утверждать план подготовки и интеграции персонала, нацеленный на достижение эффективности осуществления новых моделей обучения, основанных на передовых коммуникационных технологиях.

3. Использовать ресурсные центры для поддержки производства, распространения и исследования новой методологии и нового базирующегося на технологиях учебного материала.

4. Стимулировать участие нетехнологических факультетов в новом базирующемся на передовых коммуникационных технологиях учебном процессе.

5. Оказывать усиленную поддержку внедрению курсов дистанционного обучения либо автономно, либо как часть базовых курсов.

6. Оказывать усиленную поддержку электронной публикации в Интернете лекционных материалов, обсуждений проблем, лабораторных руководств и других документов, связанных с каждым предметом.

7. Предоставлять всем студентам полный индивидуальный доступ к электронной почте.

8. Стимулировать электронную публикацию студенческих работ и проектов в Интернете.

Комитет по текущим вопросам CAUSE выделяет следующие тенденции и проблемы, важные для будущего менеджмента информационных технологий и их использования в высшем образовании в последние годы [6].

а) Отсутствие стратегического плана развития информационных технологий

Это ключевой вопрос для любого вуза, потому что без правильного планирования становится непонятно, каким образом расходовать средства на строительство технологической архитектуры. Отчасти проблема состоит в том, что традиционный подход к стратегическому планированию технологического развития оказывается бесполезен в силу того, что технологии меняются быстрее, чем это позволяет план.

б) Финансовая поддержка информационных технологий

В статье под названием «Поддержка виртуальной коммерции в высшем образовании», опубликованной весной 1997 года в CAUSE/EFFECT, Дональд М. Норрис и Марк А. Олсон утверждают, что высшее образование нуждается в новой финансовой парадигме для информационной технологии, для которой ИТ будут областью инвестиций, а не капитальных затрат, и новыми источниками доходов. Эти новые источники должны включать в себя филантропию, гранты и контракты; сотрудничество с другими школами и институтами;

модели оплаты услуг; новые продукты и услуги; и новые рынки для различных вариантов существующих продуктов и услуг.

в) Нехватка обученного ИТ-персонала

Во многих кампусах наблюдается «кризис поддержки пользователей». Имея оборудованные офисы, учебные аудитории и высокотехнологичные общежития, многие институты забыли о техническом персонале, который помог бы факультетам, студентам и сотрудникам использовать технологии. Предоставление адекватной поддержки пользователям представляет собой главную задачу администраторов информационных технологий в публичных колледжах и университетах.

г) Возрастание потребности в удаленном доступе к любого типа информации

Уменьшение стоимости настольных компьютеров и стремительное распространение Интернета заставляет многие вузы искать способы предоставления доступа ко всем типам информации. Администраторы и сотрудники факультетов хотят иметь доступ к своим компьютерам, к электронной почте, Интернету и базам данных из дома и из разных мест по всему миру. Факультеты становятся все более зависимыми от электронной почты и удаленных баз данных и других ресурсов исследования и информационного обмена. Студенты требуют доступа к своей персональной студенческой информации из институциональных баз данных, а также доступа к регистрации, расписанию, возможности оплаты, книжным магазинам, библиотечным услугам и т.д. через Интернет

д) Общая стоимость владения

Институты начинают осознавать, что стоимость технологий часто значительно превосходит первоначальную стоимость приобретения и обеспечения работы данного приложения или технологического решения. Общая стоимость владения должна вычисляться с учетом стоимости оборудования, вспомогательного программного обеспечения (например, операционных систем, баз данных и т. д.), приспособления приложений к индивидуальным пользователям, интерфейсов существующих систем, обучение и подготовки конечных пользователей, а также технического персонала и кадров, необходимых для внедрения и применения новых технологий. Туда следует включать также текущую стоимость поддержки и обновления оборудования и программ, обучения и обеспечения работы сетей.

е) Необходимость обновления внутренних сетей и архитектуры

Сегодня вузы сталкиваются с необходимостью использовать такие технологии как сетевые компьютеры, способы асинхронной передачи информации, видео-конференции, передача голоса через цифровые сети, гигабитная связь, удаленный доступ. Студенты требуют сетевого доступа извне кампуса, из лабораторий, из комнат общежитий, через

переносные и карманные компьютеры. Это означает, что старую архитектуру и сети следует радикально менять.

ж) Необходимость обновления старых способов административной работы

В 2000-х практически все вузы хотя бы частично автоматизировали административные процессы (например, прием, регистрацию, финансовую помощь и т. д.). Сегодня возникает потребность в обновлении способов административной работы. Однако технологий, обеспечивающих это, еще очень мало и они очень рискованны. Институты предпочитают вкладывать деньги в старые проверенные технологические платформы.

з) Безопасность

Переход к сетевым услугам и доступу к информации из любого места и в любое время усложняет проблему защиты данных и сетей в вузах. Сегодня многие институты сталкиваются с проблемой безопасности не столько на уровне незаконного использования имен и паролей пользователей, сколько на уровне обеспечения идентификации и авторизации пользователей, которая не позволила бы злоумышленникам получить доступ к сетевым ресурсам и приложениям. Они нуждаются в защите информации, передающейся по сети.

и) Готовность к виртуальной коммерции

Для большинства вузов электронные финансовые операции являются чем-то совершенно новым. Многие не имеют ни механизмов, ни инфраструктуры, ни навыков, необходимых для осуществления онлайн-коммерции. Кроме того, практически ни один финансовый институт, компетентный в области электронной коммерции, не сотрудничает с колледжами и университетами.

Согласно проведенному организацией EDUCAUSE обзору развития ИТ в высшем образовании, можно выделить следующие ключевые моменты стратегического значения, на которые обращают больше всего внимания при использовании информационных технологий [7]:

- Дистанционное образование.
- Сетевые технологии.
- Управление безопасностью.
- Повсеместное использование компьютеров/универсальный доступ.
- Стратегии преподавания и обучения.
- Подготовка персонала для ИТ и управление человеческими ресурсами.
- Стратегии финансирования ИТ.
- Онлайн-услуги для студентов.
- Расширенные способы связи.
- Административные системы.

Эти моменты представляют собой первоочередные вопросы, решение которых позволит оптимизировать процесс перехода вуза к включению ИТ в свои процессы.

В целом многие аналитики выделяют следующие основные направления, в рамках которых применение ИТ в высшем образовании играет центральную роль.

1. Учебный процесс. Это главная область использования ИТ. В рамках ее ключевыми проблемами являются обеспечение сетевого неограниченного доступа к учебным материалам, электронное копирование и рассылка документов, доступ к базам данных, электронные публикации, цифровые библиотеки, распространение информации на CD-ROM, интерактивное взаимодействие через скоростные локальные сети, передача голосовой и визуальной информации и многие другие.

2. Научные исследования. Коммуникация с коллегами и исследователями по всему миру: электронная почта, Интернет-конференции, форумы, свободный доступ к научной информации — вот лишь небольшое количество технологических решений, которые позволяют значительно повысить уровень исследовательской работы в университете. Распространение коммуникационных технологий ведет к тому, что сегодня вполне реально существование научных сообществ, включающих ученых из многих стран, объединенные усилия которых дают качественно новые результаты.

3. Административный процесс. Сегодня управление высшим учебным заведением сложно представить без ИТ. Начиная с простой компьютеризации процесса поступления (обработка анкет абитуриентов, онлайн-регистрация и др.) и заканчивая обеспечением оперативного обмена информацией между административными работниками. Однако это одна из тех областей, которая пока еще очень мало развита.

4. Электронная коммерция. К этому направлению можно отнести электронную оплату за обучение, рекламу и продажу производимых в вузах товаров и услуг через Интернет и др.

Интернет-технологии в высшем образовании могут использоваться на трех уровнях.

Уровень I: поддержка процесса обучения лицом к лицу. Многие преподаватели находят, что Интернет является посредником, предоставляющим дополнительные учебные ресурсы и позволяющим продолжать дискуссии вне стен аудитории.

Уровень II: поддержка дистанционного обучения. Во многих университетах Интернет используется для усиления преподавания курсов на дистанции. Это требует более сложных, чем на первом уровне, навыков и технологий. Оптимизация отношений между инструктором и студентом и между студентами требует преобразования роли инструктора, которому часто может потребоваться помощник.

Уровень III: целиком онлайн-обучение. Все тексты и другие материалы, необходимые для учебного процесса, в отличие от дистанционного обучения, здесь

предоставляются в электронном виде, либо через Интернет, либо на CD-ROM дисках. Поток аудио и видео заменяет аудио- и видеозаписи. Взаимодействие между студентами и между преподавателями и студентами осуществляется через электронную почту, форумы и компьютерные конференции. Это требует привлечения большой команды (преподаватели, дизайнеры, редакторы, программисты).

### **Выводы.**

Использование информационных технологий на основе Интернета позволяет вузам:

- 1) расширять доступ к образованию и обучению,
- 2) повышать качество образования,
- 3) снижать стоимость обучения,
- 4) снижать затраты на образование,
- 5) увеличивать число курсов и программ,
- 6) повышать доходы от образования,
- 7) разрабатывать специализированные программы и
- 8) использовать процесс технологических инноваций в качестве средства оживления

других аспектов их деятельности.

### **БИБЛИОГРАФИЯ**

1. Sheeran, R. Beyond the first five years: Lessons learned in transforming teaching and learning. *EDUCAUSE Review*, 36 (4), 12-13.
2. Hitt, J. C. Connecting IT possibilities and institutional priorities. *EDUCAUSE Review*, 36 (6), 8-9.
3. Hawkrige, D., Jaworski, J., & McMahon, H. (1990). *Computers in Third World Schools: examples, experiences and issues*. London: Macmillan
4. Boucher, A. (1998). Information technology-based teaching and learning in higher education: a view of the economic issues // *Journal of Information Technology for Teacher Education*, 7 (1), 87-111.
5. Hopkins, J. D. Information technology and the information society in Europe: Expectations and barriers to the implementation of new media in the higher education and research sector.
6. Baltzer-Sutton Associates. (1998). *Higher education and information technology: trends and issues*. Sun Microsystems. 28 p.
7. Lembke, R. L., Rudy, J. A., & The EDUCAUSE Current Issues Committee. (2001). Top campus IT challenges for 2001 // *EDUCAUSE Quarterly*, 24 (2), 4-19.

*MODELE ECONOMICE ALE ASIGURĂRILOR AUTO*  
*ECONOMIC MODELS OF AUTO INSURANCE*

**Elena PAVLOVSKI, drd ASEM**

**ABSTRACT.** *Comme tout autre type d'assurance, l'assurance automobile ont comme moyen des concepts de base comme la somme assurée, la prime d'assurance, d'indemnisation d'assurance, dommages, etc. Cependant, la substance économique de certains de ces concepts, mais plutôt la procédure de calcul d'un indicateur pour différents types d'assurance est différente. Le but de cet article est de décrire la substance économique des concepts d'assurance à la lumière de l'assurance automobile, en les présentant dans un dossier formalisé, une description des formules de calcul et les contraintes qui sont imposées à l'indicateur.*

**ABSTRACT.** *La fel ca orice alt tip de asigurare, de asigurare auto ca un mijloc de concepte de bază ca suma asigurată, prima de asigurare, despăgubirea, pagubele, etc. Cu toate acestea, substanța economică a unora dintre aceste concepte, ci mai degrabă procesul de calcul a unui indicator pentru diferite tipuri de asigurare este diferit. Scopul acestui articol este de a descrie substanța economică a asigurărilor în funcție de conceptele de asigurare auto, prezentându-le într-un dosar formalizat descriere a formulelor și constrângerile care sunt impuse pe indicator.*

**MOT CLES:** *assurance, l'assurance automobile, la prime d'assurance.*

**CUVINTE CHEIE:** *asigurare, asigurare auto, prima de asigurare.*

**Introducere.**

În condițiile actuale o mare importanță capătă determinarea corectă a primelor de asigurare, care de fapt reprezintă prețul pentru serviciile de asigurare. Determinarea primelor de asigurare a devenit una din principalele sarcini ale științei recent apărute în domeniul actuariatului și matematicii în asigurări.

Perioadă îndelungată, prin conceptul de calcule actuariale și matematică actuarială se presupuneau metodele și calculele legate de asigurarea de viață. Însă, dezvoltarea asigurărilor, îndeosebi în condițiile dezvoltării industriei și comerțului în sec. XVIII-XXI, a necesitat progresarea metodelor de calcul a primelor de asigurare și în alte domenii de asigurare, adică asigurarea proprietății sau altfel spus – Asigurarea riscurilor.

**Conținut de bază.**

La începutul secolului XX a fost recunoscut, cel puțin teoretic că progresul domeniului de asigurări constă în înlocuirea modelelor primitive utilizate la determinarea primelor de asigurare a riscurilor, cu un sistem științific al probabilităților.

Conceptul de asigurare auto este destul de vast. La obiectele asigurării auto se atribuie: asigurarea CASCO, asigurarea de răspundere civilă, asigurarea tuturor riscurilor, asigurarea încărcăturilor exportate-importate, asigurarea încărcăturilor transportate pe căile interne, asigurarea accidentelor rutiere.

Asigurare completă sau asigurarea împotriva tuturor riscurilor reprezintă cea mai extinsă formă de acoperire a riscului. Aceasta prevede compensații asiguratului, precum pierderea sau deteriorare vehiculului, vătămarea fizică a persoanelor și daune aduse proprietății terților.

Asigurarea autovehicurilor particulare prevede, pe lângă cauzele sus menționate, și rambursarea sumei depuse beneficiarului în cazul decesului asiguratului, în cazul unor leziuni corporale – a costului de tratament, precum și despăgubirea pentru bagajul deteriorat și alte lucruri din salonul automobilului. Din cele menționate este vădit faptul că această formă de asigurare prevede cea mai mare primă de asigurare. Asigurare de răspundere civilă presupune răspunderea asiguratorului pentru vătămarea fizică a părților terțe, în urma accidentelor rutiere.

Asigurarea CASCO înseamnă protecția împotriva oricărei daune care pot rezulta din deteriorarea, pierderea totală sau dispariția vehiculului sau a unor părți componente ale acestuia, la apariția cazurilor specificate în polița de asigurare. Asigurarea CASCO se face de obicei în formă benevolă, și cuprinde toate formele de vehicule în circulație, și anume: camioane și vehicule speciale, tractoare și autobuze, mașini și remorci acestora, tractoare, motociclete și etc.

În practica de asigurare auto sunt cunoscute mai multe tipuri de contracte de asigurare care prevăd sume diferite de acoperire a riscurilor posibile, de la forma deplină la cea parțială CASCO.

În forma deplină de asigurare CASCO, proprietarului vehiculului i se oferă despăgubiri împotriva pierderilor suferite ca urmare a unui accident, coliziuni cu orice alt obiect, răsturnare, foc, combustie spontană, furt, a unor acțiuni ilegale ale terților ș.a. cu excepția prejudiciilor de natură operațională.

Asigurarea parțială CASCO este destinată să acopere acele pierderi cauzate de un incendiu, explozia motorului, furt, deteriorarea autovehiculului, spargerea sticlelor, calamități naturale etc.

În practica asigurărilor, sunt cunoscute câteva divergențe în ce privește acoperirea riscurilor posibile, de exemplu, asigurarea poate cuprinde sau nu poate cuprinde și bagajul din salonul autovehiculului și multe societăți de asigurări nu oferă despăgubiri în cazul utilizării vehiculului în afara hotarelor statului fără a fi adus la cunoștința asiguratorului, faptul dat.

Contractul de asigurare completă sau parțială CASCO poate fi încheiat pe o perioadă nedeterminată, iar polița de asigurare rămâne valabilă atât timp ce una din părți nu reziliază contractul sau el nu-și pierde forța juridică. De exemplu, pentru neachitarea primei de asigurare sau în cazul în care contractul este valabil doar pe teritoriul țării, iar proprietarul vehiculului a părăsit frontierele statului.

În conformitate cu termenii de asigurare CASCO, nu sunt despăgubite daunele provocate în mod intenționat de către asigurat, membrii familiei sale, sau persoane în posesia cărora se afla vehiculul; în cazul funcționării problematice a vehiculului, sau conducerea acestuia de către persoane aflate în stare de ebrietate precum și sub influența drogurilor; în cazul utilizării obiectului de asigurare pentru instruire (practica de conducere) sau în scopul participării la diverse competiții și experimente; în cazul uzurii naturale a vehiculului sau a componentelor sale; în cazul



acțiunilor militare și consecințelor acestora, precum și în cazul revoluțiilor și a protestelor în masă; confiscare, arestul, distrugerea vehiculului de către autoritățile statului etc.

Asigurarea șoferului precum și a pasagerului de la accidentele rutiere presupune în sine plata sumei asigurate, dacă în urma unui accident persoanele au avut de suferit și s-au ales cu careva traume și leziuni ce au condus la pierderea latentă a capacității de muncă sau decesul propriu zis a persoanei respective.

Prin acordul părților în contractul de asigurare în urma accidentelor mai pot fi incluse: asigurarea suplimentară a invalidității temporare rezultată în urma accidentului rutier; asigurare suplimentară pentru cheltuieli medicale cauzate de accidente rutiere.

Particularitatea acestui tip de asigurare constă în aceea că polița este deschisă, adică este asigurată orice persoană care în momentul accidentului se afla în vehicul. În cazul asigurării împotriva accidentelor obiectul de asigurare îl constituie viața și sănătatea pasagerului/conducătorului iar asigurătorul plătește suma de asigurare, dacă accidentul care a prejudiciat sănătatea persoanei a condus la pierderea latentă a capacității de muncă sau decesul asiguratului.

Asigurarea poate fi de tip închisă: - Sistemul de locuri - Un sistem-nod.

Numărul de locuri asigurate nu poate depăși numărul maxim de locuri înregistrat pe foaia de date a vehiculului. Atunci când sistemul de asigurare este întocmit pe locuri suma asigurată este stabilită pentru fiecare loc. Pentru sistemul nod de asigurare suma este stabilită pentru întreg vehiculul, adică fiecare dintre pasagerii vehiculului se consideră asigurat în cota parte din suma totală de asigurare.

Asigurarea auto, deși este o categorie aparte de asigurări, cuprinde diverse obiecte și relații de asigurare. Dintre cele mai complexe și controversate tipuri de asigurare auto, din punct de vedere teoretic al obiectului de asigurare auto, este asigurarea de răspundere civilă a proprietarilor transportului auto sau așa-numita răspundere față de terți. Una dintre cele mai importante caracteristici ale acestei forme de asigurare constă în aceea că contractul de asigurare este un contract prin care asigurătorul convine să despăgubească suma asigurată, pe care asiguratul va trebui să o plătească părții terțe în temeiul responsabilității pe care o poartă față de el. Obiectul asigurat, ca atare, nefiind stipulat în contract și suma pierderilor (nici minimală, nici maximală) neputând fi, realmente, calculată. Mărimea sumei de asigurare, în cazul dat, în lipsa obiectului asigurat și a valorii acestuia urmează să fie determinată conform datelor preliminare ale experienței anterioare.

Ca orice alt tip de asigurare asigurarea auto, presupune următoarele concepte de bază cum ar fi: suma asigurată, prima de asigurare, despăgubirea de asigurare, daune, etc. Cu toate că esența economică a unora dintre aceste concepte, dar mai bine spus procedura de calcul a unor indicatori pentru diferitele tipuri de asigurări diferă.

Costul unui vehicul nou (C). Indicatorul dat poate fi stabilit de diverse societăți de asigurare în mod diferit, în funcție de acele tabele de evaluare care le au la dispoziție. Ca regulă prin costul unui autovehicul nou se subînțelege costul mediu pe piață a unui automobil. Pentru o serie de societăți de asigurare, acest indicator poartă un rol pur informativ, pe când altele îl utilizează pentru a calcula tarifele. În orice caz, indicatorul constituie baza pentru determinarea valorii de asigurare a mașinii.

Valoarea asigurată a vehiculului ( $C_0$ ) - Este valoarea aproximată a mașinii, dată de către compania de asigurări. Acest indicator este folosit pentru calcularea sumei asigurate și costul despăgubirii.

Suma asigurată (S) - suma stabilită de contractul de asigurare, în baza căreia asigurătorul se obligă să achite despăgubirile în conformitate cu contractul de asigurare a vehiculului sau conform contractului de asigurare împotriva accidentelor. În asigurările auto mărimea sumei de asigurare auto se determină în baza acordului dintre asigurător și asigurat dar (în cazul asigurării transportului auto) în limita valorii asigurate, adică :

$$0 < S \leq C_0 \quad (1.1)$$

Sumele concrete de asigurări sunt indicate în contractul de asigurare (poliță de asigurare). Dacă pentru orice obiecte de asigurare, deși specificat în contractul de asigurare (poliță), nu este specificată suma de asigurare, obiectul se consideră neasigurat, iar contractul de asigurare este valabil doar pentru acele obiecte pentru care este indicată suma.

Prima de asigurare (B) - o valoare ce caracterizează un preț pentru serviciile de asigurare, suma pe care asiguratul o plătește asigurătorului la încheierea contractului. Ca regulă prima de asigurare se calculează în procente din suma de asigurare:

$$B = z * S, \text{ unde } 0\% < z < 100\% \quad (1.2)$$

ceea ce implică faptul că  $B < S$ . În caz contrar, se pierde sensul asigurării. Asiguratul are dreptul de a solicita plata primelor unei alte persoane, dar în acest caz, el poartă răspundere de acțiunile acestei persoane, adică răspunderea conform contractului de asigurare pentru neachitarea primei în termenul convenit și mărimea stabilită.

Responsabilitatea pentru acțiunile unor astfel de persoane, și anume responsabilitatea conform contractului de asigurare pentru eșecul de a plăti primele la timp sau non-plata, în măsura necesară. În practică, prima de asigurare se achită prin defalcare, și asigurătorul începe să suporte răspunderea în temeiul contractului de asigurare după plata unei anumite părți din prima de asigurare.

În mod obișnuit, contractul de asigurare este încheiat pentru un an. În cazul asigurării în termen mai puțin de un an prima de asigurare se achită în procente din suma calculată pentru un an. De exemplu: 1 luna - 30%, 2 luni - 40% 3 luni - 50% 4 luni - 60%, 5 luni - 65%, 6 luni - 70%,

7 luni - 75%, 8 luni - 80%, 9 luni - 85%, 10 luni - 90% 11 luni-95%. Diferite companii stabilesc în mod diferit mărimea și modalitatea de plată a sumei asigurate, de fapt, aceasta și constituie obiectul politicii tarifare.

Valoarea daunelor (U) - în asigurările auto, este o mărime ce caracterizează costul de reparare a vehiculului. Costul reparației este determinat pe baza unui calcul, elaborat de către asigurător sau de comun acord cu el. Este evident, că:

$$U \leq C_o \quad (1.3)$$

Despăgubirea de asigurare (Y) - suma pe care asigurătorul o plătește asiguratului în momentul producerii evenimentului asigurat. Ca în orice formă de asigurare a bunurilor (presupunând asigurarea vehiculului, și nu asigurarea șoferului sau pasagerilor), despăgubirea de asigurare este supusă principiului plății în rate: valoarea compensației trebuie să corespundă sumei asigurate ce ține de valoarea asigurată. Astfel, achitarea totală a despăgubirilor va avea loc numai în cazul în care suma asigurată este egală cu valoarea vehiculului asigurat. În practică, în cazul în care contractul de asigurare nu conține acest principiu, valoarea totală a compensației va fi plătită, dar nu va depăși suma asigurată.

Luând în considerație formula 1.3, obținem:

$$Y \leq S \quad (1.4)$$

La apariția situației când, asiguratul nu a plătit în totalitate prima de asigurare, dar conform contractului de asigurare, asigurătorul deja poartă răspunderea, că suma despăgurilor, pe care ultimul o va plăti asiguratului, va fi redusă cu suma primei neachitate.

Limita de răspundere (Lm) - reprezintă cuantumul maxim al despăgubirii de asigurare, plătită de asigurător. Dacă în polița de asigurare este indicată limita de răspundere, atunci plata despăgubirii de asigurare în caz de furt și de distrugere totală a vehiculului se face, indiferent de suma asigurată, dar în limitele stabilite de răspundere.

De exemplu, este încheiat un contract de asigurare pentru riscul total AUTOCASCO, suma asigurată, indicată în poliță este de 20000,00 lei., este stabilită limita de răspundere egală cu 15000,00 lei., a fost efectuată plata pentru prejudiciul cauzat automobilului în sumă de 2000,00 lei. La o cerere ulterioară a asiguratului privind distrugerea totală a automobilului, dacă nu a fost stabilită limita de răspundere, asigurătorul ar fi fost obligat să plătească 18000,00 lei, ceea ce se echivalează cu valoarea rămasă de la suma asigurată, după efectuarea primei plăți. În cazul în care este stabilită limita de răspundere, despăgubirea pe care o va plăti asigurătorul asiguratului va fi egală cu 15000,00 lei.

Esența economică a acestui indicator îi impune următoarele restricții:

$$L_m \leq S \quad (1.5)$$

În practică se întâlnește o tratare mai sofisticată a limitei de răspundere, contractul de asigurare poate să includă următoarea condiție : limita de răspundere este stabilită în mărimea  $L$  și poate fi plătită mai des decât  $t$  ori. În acest caz se deduce că, limita sumară de răspundere este egal cu:

$$L_m = L * m \quad (1.6)$$

și respectiv:  $L \leq L_m$ , unde  $m = 1, k$

De obicei, în cazul furtului sau distrugerii complete a automobilului, compania de asigurări, dacă desigur nu este stipulată o condiție particulară în contract, plătește despăgubirea în mărimea limitei de responsabilitate stabilite, cu luarea în calcul a plăților efectuate pe parcursul perioadei contractului de asigurare.

Normele de uzură ( $J$ ) se stabilesc în procente în dependență de limita de răspundere.

Spre exemplu:

- pentru prima și a doua lună – 1,5% lunar;
- pentru lunile următoare – câte 1% lunar.

Franciza ( $Fr$ ) – este o mărime negociată în contracte, ce caracterizează scutirea asigurătorului de plata despăgubirilor, care nu depășesc o oarecare mărime. Franciza se determină cu acordul ambelor părți, în mărime procentuală de la suma asigurată, sau în valoare monetară, dar în orice caz va fi valabilă expresia:  $Fr < S$  (sau, dacă este stabilită limita de responsabilitate atunci  $Fr < L_m$ )

Franciza poate fi condiționată, sau cum i se mai spune – nedeductibilă, sau necondiționată (deductibilă). În cazul francizei condiționate asigurătorul nu va compensa daunele asigurate în limita sumei ce constituie franciza.

Spre exemplu, în contractul de asigurare este stabilită franciza condiționată în sumă de 200,00 u.c. În cazul prejudicierii asiguratului în sumă de 200,00 u.c. sau mai puțin, atunci asigurătorul nu va plăti despăgubirea, iar în cazul unui prejudiciu în sumă mai mare de 200,00 u.c. asigurătorul va fi obligat să plătească despăgubirea în totalitate, adică:

$$Y = \begin{cases} \frac{U * S}{C_0} & \text{unde } U > Fr \\ 0 & \text{unde } U \leq Fr \end{cases} \quad (1.7)$$

Franciza necondiționată înseamnă că, indiferent de mărimea prejudiciului cauzat, despăgubirea se va plăti deducându-se din franciză, adică:

$$\frac{\sum_{i=1}^v Y_i}{\sum_{i=1}^N B_i} \quad (1.8)$$

Evident că, în cazul stabilirii unei francize, asiguratul poate obține anumite reduceri de la asigurător, în cazul francizei necondiționate reducerile pot fi mai mari, decât în cazul francizei condiționate.

Aplicarea francizei nu reduce eficiența asigurării intereselor proprietarilor de vehicule, deoarece excluderea de sub acoperirea asigurării a unor sume mici nu poate afecta interesele financiare ale asiguratului. Totodată asigurarea cu francize scutește companiile de asigurare de acoperirea unor prejudicii neînsemnate, precum și reduce numărul cazurilor asigurate.

Prima de reasigurare ( $B_p$ ) – este prima, îndreptată spre alte companii pentru reasigurarea sumelor, care depășesc limita de acoperire a asigurătorului.

Rambursarea reasigurată ( $Y_p$ ) – este valoarea achitărilor, plătită de reasigurător asigurătorului.

Fondul de asigurare a companiei ( $R$ ) - valoarea ce caracterizează starea financiară a asigurătorului.

$$R = r + B - Y, \quad (1.9)$$

unde  $r$  – reprezintă capitalul inițial al asigurătorului, acest indicator este imortant pentru formularea condițiilor de neadmitere a falimentării asigurătorului cu probabilitatea  $Q$ .

Deseori se stabilește o condiție rigidă ( $R > r$ ), sau echivalentă acesteia ( $B > Y$ ), ce presupune nu atât neadmiterea falimentării, cât asigurarea profitului din activitatea de asigurare.

De obicei probabilitatea  $Q$  este egală cu 0,95 ... 0,99.

### **Concluzii.**

Toți indicatorii enumerați anterior, reprezintă baza formării sistemului de indicatori agregați și structurali, prin intermediul cărora se conturează un tablou clar despre procesul de asigurare auto, în scopul perfecționării acestuia și sporirii puterii financiare a companiilor de asigurări.

### **BIBLIOGRAFIE**

1. Verejan O., Pârțachi I. Statistica actuarială în asigurări. Editura Economica, București, 2004.
2. Лемер. Ж. Автомобильное страхование. Актуарные модели., М., Янус-Ко, 1998
3. Kaas R. Ordering of actuarial Risks. Brussels, C AIRE, 1994

## VII. TURISM ȘI OSPITALITATE VII. TOURISM AND HOSPITALITY

### ROLUL INFORMAȚIEI ÎN ACTIVITATEA TURISTICĂ ROLE OF INFORMATION IN TOURIST ACTIVITY

**Amalia GURGUI**, drd. ULIM, (România)

**ABSTRACT.** *In the given article the author studies the role played applying various information sources and means, including the Internet in the development of international tourism.*

**ABSTRACT.** *În articolul dat autorul studiaza ce rol joacă aplicarea diverselor surse și mijloace informaționale, inclusiv Internetul în dezvoltarea turismului internațional.*

**KEYWORDS:** *tourism, tourism products, tourism providers, marketing, hotels, restaurants, service, information sharing, electronic, Internet, advantages, revenue*

**CUVINTE-CHEIE:** *turism, produse turistice, furnizori de turism, marketing, hoteluri, restaurante, deservire, schimb de informații, mijloace electronice, Internet, avantaje, venituri.*

#### **Introducere.**

Turismul este cunoscut ca fiind cea mai largă industrie. Veniturile sale au o proporție semnificativă în economia multor țări și este una din cele mai mari producătoare de locuri de muncă. Contribuția sa la PNN, angajarea și dezvoltarea regională sunt bine documentate, spre deosebire de alte sectoare, este prevăzut să crească în importanță în următoarele decenii ca urmare a creșterii timpului liber.

În turism informația are un rol, foarte important, de fapt informația a fost descrisă ca fiind “sângele” unei industrii, fără care un sector nu poate funcționa [ 2, pag. 26]. Turiștii au nevoie de informație înainte de a pleca în călătorie pentru a-i ajuta să planifice și să aleagă între opțiuni, și de asemenea se observă creșterea nevoii de informație în timpul călătoriei ca o tendință spre creșterea călătoriilor independente. Aceasta cere de asemenea informații reflectând surse subtile: vacanța anuală și chiar week-end-ul sunt mai mult asociate cu enormul risc financiar și emoțional.

#### **Conținut de bază.**

În Vest în special, timpul a devenit o marfă rară, mai ales pentru cupluri timpul petrecut împreună este mai mult fugitiv. De aceea, pentru mulți consumatori, vacanța lor anuală reprezintă o investiție emoțională mare care nu poate fi ușor înlocuită dacă ceva nu merge bine [3, pag. 123]. De aceea, de când călătorii nu pot pretesta produsul sau să-și primească banii ușor înapoi dacă excursia nu se ridică la așteptările lor, acces exact, demn de încredere, punctual și informațiile relevante sunt esențiale să ajute să ia o hotărâre potrivită. După *Buhalis D. (1997)*, “*cu cât gradul de risc este mare în contextul pre-cumpărării, cu atât tendința consumatorului de a căuta informații despre produs este mai mare.*” Această nevoie de informații este sporită de caracteristicile produsului turistic.

În principal, printre acestea este intangibilitatea, spre deosebire de mărfuri, produsul turistic nu poate fi cercetat înainte de cumpărare și de aceea este aproape complet dependent de caracteristici pentru a-i ajuta pe consumatori să ia o decizie de cumpărare.

Este de asemenea stabilit din punct de vedere geografic că turiștii trebuie să circule – să consume produsul – pentru a experimenta ceea ce cumpără. Alte două caracteristici sunt complexitatea și interdependența. Produsele turistice individuale sunt diverse, și în multe cazuri eterogenitatea este cea care le face atractive în primul rând.

În completare, produsele turistice sunt rar cumpărate individual, iar combinațiile diferite și permutările rutelor turistice alternative, modul de transport, timpul și casele de recreere fac decizia de călătorie dificilă chiar și pentru cei inițiați. Furnizorii, de aceea, înfruntă o provocare, pe care *Kaven* poetic a descris-o ca încercând “*să câștige identitate cu milioane de potențiali clienți acoperind toată gama de venituri, interese, cunoștințe, nevoi*”.

Chiar și cea mai simplă excursie înseamnă să potrivească așteptările diversilor turiști cu varietatea sortimentelor și opțiunilor furnizate de milioane de furnizori de turism, fiecare încercând să se diferențieze de concurenții săi. Datorită faptului că milioane de turiști călătoresc în fiecare zi, se poate vedea că comunicațiile exacte, informațiile curente și relevante sunt esențiale pentru operații eficiente în industria turismului.

Agentul de turism acționează ca un serviciu “*caută și rezervă*” și ca sfătuitor pentru client, eliberându-l de povara căutării de produse potrivite și, de asemenea folosindu-și cunoștința și experiența pentru a ajuta clienții să se obișnuiască cu experiențele de călătorie. Tour operatorii acționează ca, consolidatori, “*împachetând*” diferite componente turistice și vânzându-le ca un singur produs. Câteva organizații turistice guvernamentale de asemenea acționează ca intermediari, distribuind informații și broșuri pentru furnizorii de turism din zona lor.

Rolul principal al fiecărui acest intermediar este de a ușura procesul de cumpărare, iar schimbul de informații este cheia acestui rol. Așa că, furnizorii de turism trebuie să furnizeze fiecărui intermediar informații într-o formă potrivită de a-i asista în procesul de vânzare. Furnizorii de turism au furnizat în mod tradițional aceste informații sub forma broșurilor sau fluturașilor și prin liste publicate în ghiduri locale sau regionale.

Totuși, dezvoltarea și distribuirea acestor materiale promoționale este costisitoare, necesită consum de timp și muncă intensivă. În completare, asemenea informații sunt statice, în timp ce multe din datele cerute de a face o rezervare se schimbă frecvent.

Ca rezultat, consumatorul, de obicei trebuie să contacteze furnizorul direct pentru a se asigura că produsul este disponibil și să afle valoarea la care el va fi vândut. Încă o dată, accesul la informații imediate și exacte este importantă în acest stadiu. Produsele turistice sunt volatile în

aceea că dacă nu sunt vândute, ele reprezintă valoare pierdută. De aceea, furnizorii manipulează prețurile în încercarea de a se asigura că produsele se vând toate.

Valoarea curentă trebuie, de aceea, stabilită în concordanță cu intermediarii și cu cumpărătorii direcți. Informația, de asemenea, trebuie să poată să circule și în direcția opusă, ca atunci când un client dorește să facă o rezervare, detaliile de contact și plată trebuie să fie comunicate celui mai apropiat furnizor de turism, și de aceea este cerută metoda cea mai eficientă și eficientă de comunicare.

După cum se poate vedea și după discuția de mai sus, schimbul de informații este foarte important în fiecare stadiu al ciclului de vânzare a produsului turistic. Informațiile trebuie să poată circula rapid și sigur între client, intermediari și fiecare din furnizorii de turism implicați în satisfacerea nevoilor clienților. Ca rezultat, tehnologia informației (IT) – amestec de computere, comunicație și electronică – a devenit viitorul industriei turismului. Puterile sale permit informațiilor să fie folosite mai eficient și să circule prin Web aproape instantaneu. Ca rezultat, a avut (și continuă să aibă) un efect major în modalitățile de operare în industria turismului. Totuși, nu a afectat toate funcțiile și sectoarele în mod egal [1, p.68, 90].

După *Poon* (1993), cel mai mare impact l-a avut asupra funcțiilor de marketing și distribuție, lăsându-le pe cele în care nevoia de contact uman era necesară neatinsă. La fel, celelalte sectoare, precum liniile aeriene, au fost foarte încântate de noua tehnologie, folosind-o pentru a-i ajuta să vândă și să facă economice operațiunile lor, căutând astfel să câștige un avantaj strategic [1, p. 70].

Alții, în special sectorul hotelier, a fost mai puțin încântat, dar cu timpul ei și-au dat seama de beneficiile pe care distribuția electronică o poate aduce. Totuși, după cum IT a început restructurarea structurii de bază a comerțului și a societății în general, și cerința crescândă a consumatorilor de informații, drumul spre succes al întreprinderilor turistice nu poate decât să crească în viitor. Ca rezultat, întreprinderile turistice trebuie să înțeleagă, să accepte și să utilizeze IT pentru a-și atinge țintele de marketing, să-și îmbunătățească eficiența, să maximizeze profiturile, să mărească gama serviciilor și să-și mențină profitabilitatea pe termen lung.

Profesia de marketing, teoriile sale, practicile și chiar științele de bază pe care le produce sunt determinate de instrumentele sale și de disponibilitatea în orice moment. Când instrumentele se schimbă, disciplinele se aranjează, câteodată foarte profund și de obicei foarte târziu. Introducerea publicității la TV acum 50 de ani a fost așa un eveniment diversionist, iar teoriile de marketing și practica încă răspund, încearcă să înțeleagă cum instrumentele funcționează și cum trebuie să fie măsurate efectele.

Ideile expuse de *Deighton* (1996) despre marketingul interactiv sunt în special relevante în sectorul turistic, unde unul dintre cele mai puternice instrumente de marketing – distribuția electronică – s-a dezvoltat rapid. Totuși, nerenumit pentru promptitudinea îmbrățișării tehnologiei,



marketingul electronic și distribuția produselor au câștigat rapid acceptare în turism. Ca rezultat, marketerii care lucrează în sectorul turistic trebuie să fie atenți la evoluția sa. Totuși, viteza de dezvoltare a unui nou canal de distribuție și lipsa unei surse de informații cuprinzătoare despre viitorul acestui sistem înseamnă că industria turismului este mai degrabă într-o poziție reactivă decât într-o poziție proactivă.

Internetul există de câțva timp, dar a intrat recent în domeniul afacerilor. Folosind simplu acesta este o vastă rețea (dintre rețelele computerelor) ce leagă computerele din fiecare colț al globului în așa fel încât ele pot comunica și împărtăși informațiile. Structura sa (sau mai degrabă lipsa ei!) poate fi descrisă cel mai bine ca o *minge de spaghetti* – necunoscând vreo limită sau formă, neavând un centru, și cu rețelele legate într-un mod aproape întâmplător. Nu este deținut, condus sau reglat de nimeni, cu toate că diferite organizații contribuie voluntar cu servicii și sisteme ce ajută la susținerea/întărirea arhitecturii sale [1, p. 115]. Originile Internetului se află în sistemul comunicațiilor cunoscut ca **Arpanet**, care a fost dezvoltat după 1960. Mainframe-urile computerelor erau legate împreună pentru a ușura transmiterea informațiilor, dar legăturile erau făcute în așa fel încât distribuirea informațiilor să fie în siguranță, deci dacă o parte a rețelei era distrusă, informațiile puteau ajunge printr-o altă rută la destinație. Internetul este folosit atât de armată, de departamente guvernamentale și organizații nonguvernamentale, de laboratoare de cercetare și universități, laboratoare de cercetare, cât și de oamenii de afaceri și chiar de public în general (oamenii obișnuiți).

Din punct de vedere tehnic, comunicarea prin Internet este ușurată de folosirea protocolului cunoscut ca *transmisie control protocol/Internet protocol* sau *TCP/IP*. Toate computerele conectate la Internet folosesc TCP/IP pentru a comunica unele cu celelalte și pentru a transmite mesajele (informațiile). Avantajul TCP/IP este că acesta este într-adevăr o *platformă* independentă care permite computerelor și altor rețele de diferite forme, mărimi și structuri să schimbe informațiile ele între ele (sau cu altele). Astfel, nu contează dacă folosești un IBM PC sau Macintosh, dacă ești conectat la un mainframe, protocolul TCP/IP îți permite să folosești facilitățile Internetului într-un mod transparent.

Aceasta a început ca un simplu set de *etichete* care informa browserul să pună caractere italice, bold, paragrafe întrerupte, liniile, graficele și alte elemente de design, dar s-a evoluat în a permite sunetelor, imaginilor în mișcare și variatelor nivele de interactivitate de a fi incorporate în paginile Web. Aceste pagini de informații nu trebuie citite secvențial. În schimb, anumite cuvinte (sau grafice) pot fi denumite ca *cuvinte de legătură*. Când facem *click*, acestea transportă utilizatorii la alte pagini, eventual depozitate în diferite locuri și în diferite calculatoare. Acest aranjament non-liniar permite utilizatorilor să sară de la pagină la pagină și în fapt navighează calea lor proprie prin Web pentru a găsi informațiile pe care ei le cer.

Mărimea exactă a Internetului este greu de apreciat, în oarecare măsură din cauza naturii sale nestructurate. În orice caz, dezvoltarea și acceptarea Web-ului ca modalitate standard de a utiliza Internetul a condus la un interes fenomenal din partea publicului general. Timp de 10 ani, Internetul a crescut de la o mărime care putea fi măsurată în sute la una care trebuie măsurată în milioane. Orice rețea conectată la Internet poate fi compusă de oriunde din câteva și mai multe mii de calculatoare.

Fiecare din ele pot avea câțiva (sau chiar câteva sute) utilizatori, și așa stabilind numărul total de oameni care folosesc Internetul este practic o sarcină imposibilă. Curentul apreciază la peste 50 de milioane de utilizatori, cu rate de creștere de 15% pe lună. *John Naisbitt* argumentează că dacă rata de creștere a curentului continuă neabătută, vor fi peste 300 milioane de utilizatori de Internet în 1999, 750 milioane în 2000 și 1,5 miliarde în 2001. Similar, IBM a estimat că 10% din populația lumii va avea acces la Internet în timpul anului 2000: adică, peste 700 milioane de oameni [ 1, p. 93, 120, 140].

Pentru cei a căror prevedere este corectă, ce este clar este că Internetul va continua să crească în importanța comunicațiilor medii, iar potențialul pentru comerțul electronic va continua să crească. În loc să încercăm să evaluăm numărul total, multe studii se concentrează acum pe stabilirea datelor demografice ale Internetului; stabilind genul, educația, venitul, rasa, ocupația și caracteristicile geografice ale utilizatorilor. Câteva din concluziile generale ale acestor studii indică faptul că bărbații sunt opuși cu femeile, oamenii cu o poziție socială mai înaltă sunt opuși grupurilor socio-economice mai scăzute și caucazienii sunt opuși altor grupe rasiale, sunt mai potriviți să fie utilizatori de Internet. În orice caz, aceste date demografice se schimbă de-a lungul timpului. În orice caz, chiar dacă curentul demografic se oprește, profilul caracteristic al utilizatorilor de Web corespunde cu cele mai dorite piețe străbătute – afluență, foarte mult educată, călători frecvenți care cheltuiesc peste medie pentru recreații și agrement – pe scurt, o piață ideală pentru produse turistice asemănătoare.

În timp ce unele bunuri sunt gândite să se vândă prost online, servicii cum ar fi călătoria, unde produsul este mai puțin tangibil și clienții se bazează mai mult pe informații, sunt mai potrivite mediului online. Cercetările recente au arătat că produsele turistice sunt dintre cele mai populare produse achiziționate de-a lungul Web-ului. *Jupiter Communications* evaluează că peste 800 de milioane de bilete au fost făcute pe Internet în 1997. Deși, acest curent reprezintă mai puțin de 1% din toate veniturile din turism, în timpul anului 2002 între 6% și 10% din rezervările de călătorii care reprezintă vânzări peste 8 miliarde dolari, provin din Web [1, p. 69].

Internetul nu este, totuși lipsit de probleme. În principal printre acestea este dificultatea pe care utilizatorii o au în găsirea de informații concrete. Web-ul oferă un vast, un bogat univers de informații: 320 de milioane de pagini sunt recent înregistrate. Totuși, nu este un singur punct de

intrare sau un director centralizator de conținut. Fiecare site este liber să dezvolte propria ierarhie de informații. Această formă nestructurată îl face dificil și derutant, atât pentru începători, cât și pentru utilizatorii experimentați pentru a localiza informația [1, p. 88]. pe care o caută. Deși, dezvoltarea motoarelor de căutare și a directoarelor de conținut (ca Altavista și Yahoo) a făcut căutarea informațiilor într-un fel mai simplă, este încă ușor să fii distras în timpul căutării. De aceea, de fapt vizitarea unui site de către un client poate fi “cu probleme”.

Fără ca eventualii clienții să-ți cunoască adresa de Web de înainte, căutarea lor va implica invariabil mai mulți pași, timp în care pot fi distrași de multitudinea diferită de subiecte. Ca o ironie, cel mai efektiv mod de a face cunoscut un site pare a fi prin publicarea lor prin canalele tradiționale media ca și cum ar fi distribuirea publicității în broșuri și cărți de afaceri.

Un alt factor limitativ este viteza. Performanța Web-ului a devenit atât de “săracă” încât în multe rânduri a fost botezat “World Wide Wait”! Problemele privind viteza au dus la două cauze principale. Prima problemă o constituie creșterea numărului constant de utilizatori de Internet. Pentru că din ce în ce mai mulți oameni împart aceleași resurse, canalele de comunicație devin din ce în ce mai aglomerate și, astfel, nu se mai poate face față traficului în creștere. Aglomerația înseamnă că durează mai mult ca informația să “călătorească” prin Internet.

A doua problemă o constituie faptul că informația fiind transportată devine mai “bogată”. În primii ani ai Internetului, doar datele de tip text erau transmise de la computer la computer. Acum, încurajați de profesioniștii în marketing, se folosesc din ce în ce mai des reclamele strălucitoare, imaginile pline de culoare, animație, sunete și chiar imagini video sunt transportate în dezordine pe aceleași rute, adăugându-se la problema aglomerației. Chiar și atunci când se folosesc modem-uri de mare viteză și legături rapide, utilizatorii adesea experimentează importante întârzieri în accesarea site-urilor Web. Acest fapt are un important rol psihologic asupra clienților adesea ei făcând diferențieri între furnizorii de turism bazându-se pe viteza serviciilor. În concluzie, un timp de răspuns încet poate duce la o imagine proastă a companiei. Folosirea doar a datelor de tip text nu este răspunsul, deoarece Web-ul își pierde mult din farmec fără grafică și alte elemente media. Provocarea pentru marketerii Web-ului o constituie găsirea unui echilibru potrivit între text și grafic, așa încât utilizatorii să fie atrași de site, dar să poată accesa informația într-o limită rezonabilă de timp [1, p. 96].

Ultima mare problemă este probabil și cea mai urgentă. Corect sau incorect este o părere a publicului larg că Web-ul este nesigur. Totuși, mulți oameni vor să cumpere servicii turistice direct, și caută activ produse care să le convină, dar ei nu par să fie dispuși să facă tranzacția trimițându-și detaliile cărții de credit prin Internet. Această părere a întârziat răspândirea mare a comerțului electronic nu doar în sectorul turistic, ci și în cel al afacerilor în general. Totuși, sistemele de securitate și tehnologia necesară tranzacțiilor în siguranță cu cărți de credit prin intermediul Internetului a fost rapid

dezvoltată. Asociația mărcilor, cum ar fi SET (Secure Electronic Transactions) dezvoltată în colaborare cu Visa și MasterCard vine în ajutorul reducerii nesiguranței tranzacțiilor.

Poate situația este mai bine subliniată de John Cahill, vicepreședinte al departamentului Managementul Sistemelor Informatice al lanțului hotelier Inter-Continental, și un critic sincer al distribuției turismului pe Internet: “Puterea Internetului este în creștere. Problemele sale se diminuează și potențialul este vast. Cum te descurci cu ultimele tehnologii ale ospitalității și fenomenul vânzărilor poate însemna diferența între a-ți atinge țelurile sau să ți le depășești cu cât înaintăm în noul mileniu”.

Desigur, cei mai mulți oameni vor fi de acord că Internetul constituie un important și nou canal de distribuție care furnizează marketerilor un canal puternic și direct de distribuție care interacționează cu consumatorii. Oricum Web-ul nu este asemănător cu nici un alt canal de distribuție care a existat în trecut. Are câteva caracteristici care fac practicile tradiționale de marketing ineficiente și chiar câteodată contraproductivă. Agentul de piață trebuie să ia în considerare aceste chestiuni pentru a obține maximum de beneficiu din acest puternic și nou mediu electronic.

Una dintre cele mai importante caracteristici ale Web-ului este rețeaua sa globală. Punând informații referitoare la compania ta pe Internet, aceasta dă o expunere neparalelă și disponibilă instantaneu pentru clienții din întreaga lume, 24 de ore pe zi și 365 de zile pe an. Clienții de oriunde pot accesa materialul tău promoțional, la o oră care este convenabilă pentru ei, și astfel nu trebuie să se lupte ca să găsească oamenii care se ocupă cu vânzări la ore când aceștia sunt la birou. Literatura promoțională poate face uz de capacitățile complete ale Internetului, aceasta incluzând fotografiile color și grafice, sunet, animație și chiar video la o parte din costul producerii de broșuri tipizate. Aceste broșuri multimedia pot fi actualizate rapid, des (atât cât este necesar) ceea ce conferă un potențial mare de promovare pentru ofertele de ultim moment.

De exemplu, British Airways folosea în mod tradițional publicitatea din ziare și la TV pentru a-și promova vânzările de ultim moment. Oricum, faptul că informația de pe Internet este mai rapidă, le oferă mai multă flexibilitate și este acum modul lor preferat să introducă pe piață ofertele lor speciale. Modul tradițional de a intra pe piață pentru o mare audiență este folosind canalele media, esențial pentru a folosi un singur mesaj standardizat care este creat să placă clientului.

Marketingul controlează conținutul (informația care este prezentată), timpul (când este vizualizată), locația (unde este vizualizată) ca și frecvența (cat de des este văzută). Publicitatea prin intermediul televiziunii și presei sunt exemple comune ale acestui tip de promovare. Conținutul este limitat de factori cum ar fi costurile sau capacitatea, și în orice caz strategia se transformă de multe ori în mult spațiu pierdut. În cele mai multe cazuri marketingul nu are idee cine va vedea publicitatea aceasta scumpă, și este o pierdere de resurse să arăți publicitatea unor oameni din afara

țintei de audiență. Chiar și atunci când țintește corect, publicitatea de acest tip de multe ori ineficientă, eșuează în a-l angaja pe client.

Marketingul pe Internet, întoarce invers multe din aceste caracteristici. Cu o prezentare pe Internet, clientul este cel care deține controlul. Folosind hyper-links, clienții hotărăsc ce vor vedea și când vor vedea. Dacă nu le place ce au văzut, pot să iasă de acolo cu un singur click, așa că noțiunea de a capta audiență pasivă nu se aplică pe Internet.

O versiune electronică a unei broșuri tipărite cu materiale promoționale nu este suficientă, conținutul și forma trebuie adaptată, astfel încât să se poată profita de puterea Internetului, iar uneltele de navigare trebuie să fie incluse pentru ca să se evite ca utilizatorii să se piardă în date. Conținutul unui site de Internet trebuie să fie relevant pentru nevoile vizitatorilor, ușor de folosit și să includă link-uri logice pentru arii de interes principal. Doar făcându-l pe utilizator să viziteze site-ul o dată nu este suficient. Conținutul său trebuie schimbat cu regularitate și trebuie să fie captivant pentru ca utilizatorii să dorească să se întoarcă pe site iar și iar.

În al doilea rând, spre deosebire de tehnicile de marketing tradiționale, clientul este cel care vine la companie să solicite informația, și nu invers.

Marketingul nu este trimis orbește sperând că va găsi pe cineva care va fi interesat. Pe Internet clientul este cel care caută în mod activ informații. Într-adevăr, ei știu deja despre ce este vorba, pentru că vizitând Internetul ei arată interes și implicare, ei au nevoie de informații (și poate de produsul ca atare) și ar dori să cumpere de la cine le satisface mai bine nevoile. Faptul că ei au ales să viziteze site-ul este semnificativ. Internetul dă unei companii acces la persoane care sunt deja predispuse să afle mai multe despre produsele ei – o situație favorabilă. Chiar și atunci când sunt folosite principii tradiționale de publicitate, este de dorit ca ținta să fi demonstrat un interes în ceea ce privește produsul. De exemplu, cu motoare de căutare cum sunt Yahoo și Altavista un client care caută informații despre călătorii în Irlanda poate primi un banner a unui lanț hotelier irlandez cu rezultatele de căutare.

În al treilea rând, promovarea pe Internet nu este afectată de mărime sau capacitate impuse de costurile sau de spațiul alocat. Costul creării de pagini este foarte scăzut, și de asta în lumea electronică este posibil să incluzi informații foarte cuprinzătoare, și ieftin. O pagină de Internet continuă să muncească pentru tine până decizi să anunți sau să o schimbi. Prin pagini de hyper-links, marketerul poate crea o broșură multimedia personalizată foarte cuprinzătoare, care este instantaneu disponibilă pentru clienții din întreaga lume.

Aceasta permite utilizatorilor să exploreze produsele și serviciile bazate pe nevoile și interesele individuale, și nu pe mesajul de vânzare standardizat. Astfel, diferite informații pot fi ușor și economic găzduite. În loc să aibă un singur mesaj care să ajungă la clienți, mai multe mesaje diferite pot fi trimise la clienți la un cost marginal mic. Așa un sniper personalizat permite clienților

informația pe care o vor imediat și ușor și acest fapt este recunoscut a fi mai eficient decât tradiționalele metode shotgun.

O altă facilitate a Internetului este abordarea corect personalizată. Pe lângă potențialul său legat de narrow casting, abilitatea Internetului de a facilita o comunicare pe două căi, este o importantă unealtă de marketing. Această formă de comunicare pe două căi este o parte importantă a relațiilor de marketing și foarte important pentru a câștiga loialitatea clientului. Clienții pot să comunice fără efort cu companiile pentru a afla informații despre produsele lor, să pună întrebări, să negocieze prețuri. La fel de ușor, companiile pot contacta clienții pentru a clarifica nevoile lor sau sa-i informeze despre noile produse.

Caracteristici, cum ar fi emailul, forme de Internet și Java Applets încurajează marketerii să lucreze interactiv cu clienții. După Deighton (1996), interactivitatea de acest tip este de înaltă tehnologie și poate să fie subtilă, flexibilă, pertinentă, convingătoare ca un dialog de unu la unu, computerul poate aminti de asemenea răspunsurile individuale și acest fapt face posibilă reflectarea preferințelor individuale ale clienților. Acest nivel înalt de receptivitate face Internetul unic printre mijloacele de marketing media. Posibil ca Microsoft Expedia, serviciul de călătorii al Microsoft Network ([www.expedia.com](http://www.expedia.com)) furnizează ultimul exemplu legat de călătorii al acestui fenomen.

Acest site urmărește acțiunile utilizatorilor și apreciază preferințele și obiceiurile lor legate de călătorii bazate pe paginile pe care ei le accesează și produsele pe care ei le rezervă. Expedia menține contactul cu fiecare utilizator prin trimiterea periodică de emailuri care sunt în mod automat programate să se potrivească interesului fiecărui client și obiceiurilor lui de a cumpăra, astfel determinându-l pe utilizator să se reîntoarcă pe site-ul inițial.

Unul dintre beneficiile marketingului pe Internet este eficacitatea sa de promovare care poate fi determinată relativ repede și precis. Serverele pot furniza statistici de folosire și să arate care pagini sunt accesate de clienți. Cu promovarea bazată pe Internet, poți să spui cu exactitate cine se uită pe informațiile tale, de unde vin, la ce pagini se uită și ordinea în care le-au accesat. Spre deosebire de o broșură tipărită, poți spune dacă nimeni nu citește pagina despre restaurant sau dacă oamenii caută mai întâi informații despre facilități și apoi despre loc.

Un bun exemplu despre cum această informație poate fi folosită este furnizată de lanțul hotelier Best Western, care a început activitatea pe Internet cu 160 de proprietăți pe site-ul [www.travelweb.com](http://www.travelweb.com). În timpul primei luni au avut mai mult de 80.000 de accesări și sistemul a furnizat o adresă electronică pentru fiecare accesare a datelor lor. Prin asta Best Western și-a putut da seama că jumătate din vizitatori erau din afara US și rezervările erau individuale și nu făcute de instituții sau corporații – și aceste lucruri erau greu de stabilit folosind metodele convenționale. Erau de asemenea în măsură să spună că au fost câțiva utilizatori care au căutat informații și

fotografii despre camerele lor, ceea ce a arătat că acest lucru nu este atât de important ca precedentul în promovarea produsului lor.

Marketingul pe Internet nu este limitat numai la distribuția de informație ci are și potențial de vânzare directă. Poate să treacă peste obstacole geografice și bariere care separau în mod tradițional vânzătorul de cumpărător, prin asta schimbând modul în care produsele sunt distribuite. De exemplu, într-un scenariu de hotel vizitatorul poate folosi Internetul pentru a localiza proprietățile care sunt compatibile cu interesele sale pe urmă decide dacă să facă o rezervare, garantând-o cu o carte de credit.

Chiar și prin existența unei asemenea tehnologii care să permită asemenea tranzacții publicul larg trebuie să încerce de mai multe ori până reușește. De asemenea, este ușor să profiți de avantajele reieșite din oportunitățile oferite de comerțul electronic.

De exemplu, o trecere în revistă a site-urilor hotelurilor din 1996 a descoperit că în timp ce mai mult de jumătate pretindeau că oferă mijloacele de a face o rezervare, doar jumătate din acestea au un sistem de rezervare funcționabil, mai puțin de un sfert au sugerat cum se fac plățile pentru rezervări și mai puțin de 5% ofereau o metodă sigură de a face plata direct prin site-ul Web. La fel, o cercetare efectuată în UK în anul 1997 a descoperit că doar 21% din lanțurile hoteliere ofereau procesări de rezervări în timp real [1, p. 113, 139].. Clar, este o diferență între acceptarea rezervărilor și încheierea tranzacției, și cele mai multe site-uri ale hotelurilor nu par a fi făcut încă distincția. Lipsa unor astfel de facilități înseamnă că clientul trebuie să aștepte confirmarea. De când una din principalele atracții ale Web-ului o reprezintă interactivitatea, mulți pot fi dezamăgiți.

Cu toate că vânzarea directă se dezvoltă mai încet decât distribuția informațiilor care circulă pe Web, potențialul pentru comerțul electronic este vast. Avantajele pentru furnizorii de turism sunt mari; procesul automat înseamnă puține costuri cu munca. De asemenea, deoarece Web-ul este un canal direct, comisionul agentului de turism este eliminat. O rezervare prin Internet este estimată să coste doar 20% din costul unei procesate prin CRO [2, p. 135].; și volumul rezervărilor se poate doar ridica ca noi metode de accesare a Web-ului, cum ar fi telefoanele celulare, PDA (personal digital assistant) și alte dispozitive care câștigă acceptare foarte mare. Ca rezultat, practic toți actorii din industria turistică se străduiesc să stabilească prezența Internetului. În timp ce puțini văd, că devenind un canal principal în viitorul apropiat, nimeni nu vrea să riște să fie lăsat în urmă.

Desigur, cei mai mulți oameni vor fi de acord că Internetul constituie un important și nou canal de distribuție care furnizează marketerilor un canal puternic și direct de distribuție care interacționează cu consumatorii. Oricum Web-ul nu este asemănător cu nici un alt canal de distribuție care a existat în trecut. Are câteva caracteristici care fac practicile tradiționale de marketing ineficiente și chiar câteodată contraproductivă. Agentul de piață trebuie să ia în

considerare aceste chestiuni pentru a obține maximum de beneficiu din acest puternic și nou mediu electronic.

Una dintre cele mai importante caracteristici ale Web-ului este rețeaua sa globală. Punând informații referitoare la compania ta pe Internet, aceasta dă o expunere neparalelă și disponibilă instantaneu pentru clienții din întreaga lume, 24 de ore pe zi și 365 de zile pe an. Clienții de oriunde pot accesa materialul tău promoțional, la o oră care este convenabilă pentru ei, și astfel nu trebuie să se *lupte* ca să găsească oamenii care se ocupă cu vânzări la ore când aceștia sunt la birou. Literatura promoțională poate face uz de capacitățile complete ale Internetului, aceasta incluzând fotografiile color și grafice, sunet, animație și chiar video la o parte din costul producerii de broșuri tipizate. Aceste broșuri multimedia pot fi actualizate rapid, des (atât cât este necesar) ceea ce conferă un potențial mare de promovare pentru ofertele de ultim moment.

De exemplu, *British Airways* folosea în mod tradițional publicitatea din ziare și la TV pentru a-și promova vânzările de ultim moment. Oricum, faptul că informația de pe Internet este mai rapidă, le oferă mai multă flexibilitate și este acum modul lor preferat să introducă pe piață ofertele lor speciale [1, p. 111].

Modul tradițional de a intra pe piață pentru o mare audiență este folosind canalele media, esențial pentru a folosi un singur mesaj standardizat care este creat să placă clientului.

Marketingul controlează conținutul (informația care este prezentată), timpul (când este vizualizată), locația (unde este vizualizată) ca și frecvența (cat de des este văzută). Publicitatea prin intermediul televiziunii și presei sunt exemple comune ale acestui tip de promovare. Conținutul este limitat de factori cum ar fi costurile sau capacitatea, și în orice caz strategia se transformă de multe ori în mult spațiu pierdut. În cele mai multe cazuri marketingul nu are idee cine va vedea publicitatea aceasta scumpă, și este o pierdere de resurse să arăți publicitatea unor oameni din afara țintei de audiență. Chiar și atunci când țintește corect, publicitatea de acest tip de multe ori ineficientă, eșuează în a-l angaja pe client.

Marketingul pe Internet, întoarce invers multe din aceste caracteristici. Cu o prezentare pe Internet, clientul este cel care deține controlul. Folosind *hyper-links*, clienții hotărăsc ce vor vedea și când vor vedea. Dacă nu le place ce au văzut, pot să iasă de acolo cu un singur click, așa că noțiunea de a capta audiență pasivă nu se aplică pe Internet.

O versiune electronică a unei broșuri tipărite cu materiale promoționale nu este suficientă, conținutul și forma trebuie adaptată, astfel încât să se poată profita de puterea Internetului, iar *uneltele* de navigare trebuie să fie incluse pentru ca să se evite ca utilizatorii să se piardă în date. Conținutul unui site de Internet trebuie să fie relevant pentru nevoile vizitatorilor, ușor de folosit și să includă link-uri logice pentru arii de interes principal. Doar făcându-l pe utilizator să viziteze



site-ul o dată nu este suficient. Conținutul său trebuie schimbat cu regularitate și trebuie să fie captivant pentru ca utilizatorii să dorească să se întoarcă pe site iar și iar.

În al doilea rând, spre deosebire de tehnicile de marketing tradiționale, clientul este cel care vine la companie să solicite informația, și nu invers.

Marketingul nu este trimis orbește sperând că va găsi pe cineva care va fi interesat. Pe Internet clientul este cel care caută în mod activ informații. Într-adevăr, ei știu deja despre ce este vorba, pentru că vizitând Internetul ei arată interes și implicare, ei au nevoie de informații (și poate de produsul ca atare) și ar dori să cumpere de la cine le satisface mai bine nevoile. Faptul că ei au ales să viziteze site-ul este semnificativ. Internetul dă unei companii acces la persoane care sunt deja predispuse să afle mai multe despre produsele ei – o situație favorabilă. Chiar și atunci când sunt folosite principiile tradiționale de publicitate, este de dorit ca ținta să fi demonstrat un interes în ceea ce privește produsul. De exemplu, cu motoare de căutare cum sunt Yahoo și Altavista un client care caută informații despre călătorii în Irlanda poate primi un *banner* a unui lanț hotelier irlandez cu rezultatele de căutare.

În al treilea rând, promovarea pe Internet nu este afectată de mărime sau capacitate impuse de costurile sau de spațiul alocat. Costul creării de pagini este foarte scăzut, și de asta în lumea electronică este posibil să incluzi informații foarte cuprinzătoare, și ieftin. O pagină de Internet continuă să *muncească* pentru tine până decizi să anunți sau să o schimbi. Prin pagini de *hyperlinks*, marketerul poate crea o broșură multimedia personalizată foarte cuprinzătoare, care este instantaneu disponibilă pentru clienții din întreaga lume.

Aceasta permite utilizatorilor să exploreze produsele și serviciile bazate pe nevoile și interesele individuale, și nu pe mesajul de vânzare standardizat. Astfel, diferite informații pot fi ușor și economic găzduite. În loc să aibă un singur mesaj care să ajungă la clienți, mai multe mesaje diferite pot fi trimise la clienți la un cost marginal mic. Așa un *sniper* personalizat permite clienților informația pe care o vor imediat și ușor și acest fapt este recunoscut a fi mai eficient decât tradiționalele metode *shotgun*.

O altă facilitate a Internetului este abordarea corect personalizată. Pe lângă potențialul său legat de *narrow casting*, abilitatea Internetului de a facilita o comunicare pe două căi, este o importantă unealtă de marketing. Această formă de comunicare pe două căi este o parte importantă a relațiilor de marketing și foarte important pentru a câștiga loialitatea clientului. Clienții pot să comunice fără efort cu companiile pentru a afla informații despre produsele lor, să pună întrebări, să negocieze prețuri. La fel de ușor, companiile pot contacta clienții pentru a clarifica nevoile lor sau să-i informeze despre noile produse.

E de menționat faptul că în ultimele decenii folosirea internetului toate domeniile de activitate, inclusiv și în turism. În 2011 în genere pe glob sistematizati au avut acces la internet circa 1/3 din numarul total al populației (circa 2,1 miliarde de utilizatori în lume). De exemplu, ponderea

utilizatorilor de internetul di numarul total al populației în America de Nord în 2011 a constituit – 78,3%, în Australia – 69,1%, Europa – 58,3%, America Latină – 37,0%, Asia – 23,8%, Africa – 11,4%. Numărul utilizatorilor de internet în Europa în anii 200-2010 a crescut de circa 4 ori (373%, iar în România în această perioadă creșterea a fost de circa 9 ori (873%). Datele din tabelul 1 redau dinamica creșteri numărului utilizatorilor de internet în țară [4].

Tabelul 1. Dinamica creșterii numărului utilizatorilor de internet în România în anii 2000-2010

Anul	Utilizatori	Populație	% pop.
2000	800.000	22.217.700	3,6%
2006	4.940.000	21.154.226	23,4%
2010	7.786.700	21.959.278	35,5%

Sursa: alcătuită de autor conform datelor [www.intreprinzatorturism.ro](http://www.intreprinzatorturism.ro)

**Concluzii.** Așa cum am văzut, Internetul are potențialul de a avea un efect major în modul în care ospitalitatea și produsele turistice sunt distribuite, redefinind modul prin care turiștii descoperă și cumpără produsele turistice. Are potențialul de a depăși multe probleme asociate cu mai tradiționala distribuție electronică. Adresându-se direct consumatorului, ocolește GDS, dând naștere la costuri mult mai mici și făcând posibilă distribuirea de produse ieftine. Absența cerințelor în termeni de structură dă flexibilitatea de a distribui produse eterogene, în timp ce simplitatea și acceptarea generală a standardizării interfeței utilizatorului introduce consistență în modul în care informațiile sunt accesate – o condiție esențială necesară în practicarea turismului.

Libertatea de intrare, costurile scăzute și faptul că nu este nevoie de nici un echipament special să-l facă atractiv ca distribuție medie pentru micile operațiuni de turism, în timp ce capacitățile multimedia și întinderea globală îl fac foarte eficace ca mediu de marketing. Potențialul său a fost oficial recunoscut de sectorul turistic. S-a prezis că Internetul va fi cheia conducerii în viitor a sectorului turistic. Doar acele operații care vor exploata tehnologia pentru a identifica corect nevoile consumatorilor și vor oferi produsele ca atare vor supraviețui.

#### BIBLIOGRAFIE:

1. Balaure V. Marketing, Ediția a 2-a revăzută și adăugată, Editura Uranus, București, 2002.
2. Olteanu V. Marketing-ul serviciilor, Editura Uranus, București, 2002.
3. Pollock A. The Impact of Information Technology on destination Marketing, 1995.
4. [www.intreprinzatorturism.ro](http://www.intreprinzatorturism.ro); [www.cazarelapensiune.ro](http://www.cazarelapensiune.ro)

## VIII. K-ECONOMY: MANAGEMENTUL SECOLULUI XXI VIII. K-ECONOMY: THE MANAGEMENT OF XXI CENTURY

### PROBLEMELE GESTIUNII ȘI FUNCȚIONĂRII A ÎNTREPRINDERILOR VIRTUALE ISSUES MANAGEMENT AND OPERATION OF A VIRTUAL ENTERPRISE

**Nina PESTUȘCO**, dr., lector superior, ULIM

**ABSTRACT.** *The article discusses the particularities of management of virtual enterprises and the main system's problems such as excessive communication complexity and instability of forming a virtual enterprise network; the complexity of concluding contracts online; difficulty in making decisions in terms of a large number of members with equal rights and the issues related to the taxation of virtual enterprise activity.*

**ABSTRACT.** *Articolul discută particularitățile de gestionare a întreprinderilor virtuale și problemele principale ale sistemului, cum ar fi complexitatea de comunicare excesivă și instabilitate de formare a unei rețele a întreprinderii virtuale; complexitatea de a încheia contracte on-line; dificultate în luarea deciziilor în ceea ce privește un număr mare de membri cu drepturi egale și problemele legate de impozitarea activității întreprinderii virtuale.*

**KEYWORDS:** *virtual enterprise, e-commerce, system management, information technology.*

**CUVINTE CHEIE:** *întreprindere virtuală, comerț electronic, sistemul de gestionare, tehnologii informaționale.*

#### **Introducere.**

Elaborarea sistemului de gestionare a întreprinderii virtuale (ÎV) este destul de complicată. Sistemul de gestionare a întreprinderilor virtuale trebuie să asigure adaptarea la mediul în continuă schimbare, menținerea integrității atunci când părților din întreprinderea virtuală li se oferă libertatea de dezvoltare ce contribuie la eficientizarea muncii întreprinderii virtuale ca un sistem cu autogestione.

#### **Conținut de bază.**

Gestionarea proceselor în întreprinderea virtuală ține de anumite particularități: structura instabilă a sistemului și, respectiv, cerințele de flexibilitate managerială ce sporesc de multe ori gradul de complexitate a proceselor prin cooperarea diferitelor întreprinderi, extinderea ariei de căutare a soluțiilor ca urmare a creșterii nivelului de dificultate a proceselor, prezența mai multor surse distributive de informații ce trebuie coordonate în timp real.

Se disting două abordări privind constituirea organului de coordonare a întreprinderilor virtuale [3]:

- transmiterea funcțiilor de coordonare întreprinderii-mamă (abordare ierarhică);
- coordonarea activității de către un organ neutru special (abordare nonierarhică).

În cazul primei abordări există o organizație-mamă bine conturată, ce activează ca un centru coordonator. Prin intermediul acesteia se construiesc relațiile învățământului virtual cu mediul extern. Ea este responsabilă pentru distribuirea resurselor, rezultatele activității și pentru asigurarea condițiilor necesare de funcționare.

Pe seama organizației-mamă se construiește o structură virtuală pentru efectuarea unui anumit

volum de lucrări. În cadrul acestei structuri există substructuri aparte ce dispun de variante alternative de efectuare a unui anumit proces. O astfel de tratare este specifică pentru fabricarea producției ce solicită o înaltă tehnologie, un volum mare de muncă științifică.

Cea de-a doua interpretare prevede transmiterea funcțiilor de coordonare unui organ special (Consiliul Coordonator). El este alcătuit fie de către membrii structurii respective cu scopul de a organiza raporturile cu mediul extern, de a crea o bază informațională unică și mecanismele de coordonare, precum și de gestionare a fluxurilor financiare, fie asemenea organ se instituie ca o organizație comercială și singură își asumă formarea întreprinderii virtuale. Consiliul Coordonator aprobă regulamentul întreprinderii virtuale și mecanismele de coordonare și cooperare.

Acest principiu este tipic pentru producția cu un nivel redus de complexitate, atunci când există un număr suficient de opțiuni alternative pentru fabricare și când este posibilă comandarea acesteia prin Internet. Drept ilustrare pot servi sarcinile de coordonare a resurselor pentru satisfacerea cererilor din partea clientului privind termenele de livrare sau un preț mai redus, precum și ca urmare a unui deficit de capacitate sau de producție a unicitelor.

La formarea sistemului de gestionare al întreprinderilor virtuale trebuie să se țină cont de particularitățile lor, cum ar fi:

- instabilitatea funcționării;
- comunicarea și gestionarea pe baza sistemelor informaționale locale și de telecomunicații integrate;
- stabilirea relațiilor reciproce printr-un șir de acorduri, contracte și coproprietăți cu toți partenerii și cu alte organizații interesate;
- formarea asociațiilor temporare de organizații în domeniile conexe;
- integrarea temporară cu întreprinderea-mamă și menținerea relațiilor de coproprietate până când se consideră că este avantajos;
- stabilirea relațiilor contractuale între angajați și administrație la toate nivelurile.

Apariția întreprinderilor virtuale a fost posibilă datorită dezvoltării tehnologiilor informaționale și reducerii costurilor pentru acțiunile interorganizaționale. Mulți cercetători găsesc tangențe între întreprinderile virtuale și anumite avantaje precum flexibilitatea, dinamismul, evidența mai amplă a nevoilor consumatorilor, inovațiile și numesc această formă organizatorică corporația (societatea) secolului XX. Dar până în prezent în procesul de dezvoltare a acestei forme organizaționale există un număr însemnat de probleme ce-și așteaptă soluționarea, iar cercetările teoretice existente rămân în urmă considerabil în ceea ce privește nevoile reale ale organizațiilor [5]. Problematika întreprinderilor virtuale cuprinde un șir întreg de dificultăți. Unele chestiuni sunt de ordin economico-social, altele se raportează la cele manageriale sau tehnice. Scopul studiului actual constă în cercetarea problemelor de funcționare și gestiune a întreprinderilor virtuale.

Generalizând principalele probleme ale sistemului gestionar al întreprinderilor virtuale, trebuie să remarcăm următoarele:

1. Exces de comunicații, complexitatea și instabilitatea formării unei rețele de membri ai întreprinderii virtuale;
2. Complexitatea încheierii contractelor on-line;
3. Dificultatea de a lua decizii în condițiile unui număr mare de membri cu drepturi egale;
4. Probleme ce țin de impozitarea activității ÎV.

### **1. Exces de comunicații, complexitatea și instabilitatea formării unei rețele de membri ai întreprinderii virtuale**

Noile construcții virtuale fac liniile formale de organizare să fie vagi. Astfel, deseori este greu de stabilit unde se termină o organizație și unde începe alta. Organizațiile individuale activează împreună prin intermediul software și a tehnologiilor informaționale, ceea ce face inevitabilă apariția suprasistemelor de informare.

Întreprinderile virtuale tot mai frecvent încheie contracte de subantrepriză cu structuri din afară pentru a beneficia de organizațiile mici, de flexibilitatea și adaptabilitatea lor. Numărul contractelor externe este atât de mare, încât ele devin un fel de „schelet”, de „umbrelă” a organizației. Anume aceasta și determină principala sa calitate – distribuția pe scară largă în timp și în spațiu.

Complexitatea în formarea sistemului managerial al întreprinderii virtuale se motivează prin necesitatea de a găsi un compromis între prezentarea în ansamblu a obiectului complex și descrierea detaliată a componentelor sale.

Formarea unei rețele de membri ai întreprinderii virtuale, care se află departe unul de altul din punct de vedere geografic și în perioade diferite de timp, se bazează pe cooperarea internațională. Cooperarea este unul dintre cele mai importante aspecte ale practicii moderne, ce acoperă toate domeniile: știință, producție, comerț, servicii etc. Cu cât întreprinderea are mai multe direcții de activitate, cu atât sunt mai sofisticate produsele fabricate, cu cât mai variată este activitatea în sine, cu atât mai bine trebuie să fie organizată întreprinderea și cu atât este mai mare rolul cooperării. Cu cât întreprinderea va fi mai bine administrată, cu atât mai independente vor fi unitățile sale interne, respectiv managementul directiv rigid din cadrul acestei întreprinderi va fi substituit de managementul cooperativ.

Cooperarea internă și cea externă supusă examinării, pe de o parte, permite ÎV să înregistreze o rentabilitate înaltă, iar pe de altă parte, reprezintă un pericol permanent pentru fiecare dintre ele. Dacă cel puțin una dintre părți își încalcă obligațiunile, tot lanțul existent de relații se ruinează. Pentru a munci în astfel de condiții, companiile trebuie să dea dovadă de un nivel înalt de intelectualitate, de flexibilitate și mobilitate. Aceasta asigură, pe de o parte, o adaptare în continuă

evoluție a ÎV la condițiile de piață, iar pe de altă parte, favorizează realizarea unor progrese revoluționare și neașteptate pentru concurenți, precum și creșterea competitivității ÎV.

În opinia autorului, sistemul managerial al întreprinderilor virtuale se constituie, luându-se în considerație două aspecte: pe de o parte, abordarea în rețea, pe de altă parte, trebuie să dispună de un sistem unic de asigurare cu mijloacele de comunicare necesare tuturor angajaților, precum și pentru menținerea tuturor proceselor de activitate.

O particularitate a funcționării întreprinderii virtuale constă în faptul că agenții ei pot lucra concomitent asupra mai multor proiecte (direcții).

Întreprinderile-partener, care execută proiectul, pot colabora cu unele organizații, cât și cu altele, independente, care interacționează între ele și cu comanditarul. Printre partenerii ÎV trebuie să fie evidențiat un responsabil (care răspunde de dirijarea părții de proiect încredințate) și executorii (care execută nemijlocit lucrul).

Pentru soluționarea problemei conflictelor direcțiilor ÎV, în opinia autorului, există grupuri interdisciplinare. Grupurile respective pot impulsiona începutul unor noi direcții de activitate sau sunt în măsură să creeze noi subunități ori departamente. Scopul subiectului care dirijează această formă organizatorică este executarea comenzii (atingerea scopului proiectului).

**2. Complexitatea încheierii contractelor on-line.** Un rol decisiv în activitatea întreprinderilor virtuale îl are responsabilitatea și încrederea partenerilor. La încheierea contractului de participare a agentului în lanțul lung de producție, trebuie să fim siguri că acesta, într-adevăr, va pune la dispoziție ceea ce oferă.

Întreprinderea virtuală este, în principal, o coproprietate a agenților cu drepturi egale. Eforturile coordonate ale tuturor organizațiilor-membre sunt direcționate spre realizarea obiectivelor specifice reunite într-un tot întreg. Scopul de bază al întreprinderii virtuale este de a agrega tehnologiile și competențele pentru a satisface mult mai bine cererea de pe piața de consum. Grupurile de lucrători, uniți prin rețelele de computere, sunt capabile să participe la procese unice de producție nu doar atunci când se găsesc într-un singur loc, dar și atunci când se află în diferite localități din întreaga lume.

Pe parcursul activității întreprinderii virtuale pot fi încheiate contracte atât în timpul creării ÎV, cât și în timpul când la aceasta aderă un membru nou (contract de colaborare), precum și contracte privind activitatea curentă a întreprinderii.

Dar e nevoie de o bază legislativă în domeniul încheierii acordurilor, care să coordoneze legislațiile diferitelor țări, luându-se în considerație subtilitățile și diferențele lor. Posibilele soluții de rezolvare a acestei probleme sunt:

- extinderea atribuțiilor Organizației Mondiale a Comerțului (OMC);
- crearea unei organizații speciale ce și-ar asuma funcția de coordonare a raporturilor

internaționale industriale.

În opinia autorului, o astfel de organizație specială poate fi Institutul Național Electronic (INE). Această instituție va determina regulile de organizare a businessului în întreprinderile virtuale și va reglementa interacțiunea colaboratorilor ÎV, determinând mediul unde vor activa ei. Una dintre problemele principale pe care va trebui să o soluționeze această instituție este asigurarea unui nivel înalt al încrederii care ar oferi părților posibilitatea de a colabora sigur și fructuos.

Instituția va asigura un sistem adecvat de evidență prin care agenții întreprinderii virtuale vor încheia acordurile de colaborare. Înainte de a se integra în ÎV, agentul va face cunoștință cu normele și regulile care reglementează interacțiunea în cadrul instituției. Perfectarea relațiilor de afaceri prin intermediul INE include următoarele aspecte:

- identificarea participanților întreprinderii virtuale: agenții economici trebuie să fie identificați pentru a putea interacționa cu alți agenți economici și cu INE care confirmă semnăturile agenților la încheierea contractelor;

- ontologia: determinarea bazei generale a terminologiei pe care o vor utiliza participanții ÎV;

- interacțiunea și coordonarea protocoalelor. Institutul electronic poate participa la procesul de negociere dintre participanții ÎV și la elaborarea unor protocoale care ar putea fi folosite pe parcursul medierii;

- normele generale ale businessului: aceste norme se referă la orice interacțiune de afaceri, care condiționează încrederea dintre participanții ÎV, asigurând un comportament adecvat al lor;

- specificarea contractului: contractele trebuie încheiate în corespundere cu normele stabilite.

Reieșind din cele menționate, INE, de asemenea, asigură susținerea colaborării de afaceri între membrii ÎV, oferindu-le următoarele servicii (Figura 1):

- înregistrarea: serviciu care dă posibilitatea agenților de a se înregistra în INE și de a accesa celelalte servicii;

- de broker: le oferă agenților posibilitatea de a găsi potențiali parteneri (de tipul paginilor galbene);

- elaborarea șabloanelor de contracte: un contract perfectat anticipat ridică formalizarea relațiilor tipice de afaceri, asigurând specificul corespunzător al contractului;

- medierea negocierilor: INE poate juca rolul de intermediar în procesul negocierilor, asigurând corespunderea contractelor cu normele reglementate ale businessului respectiv;

- monitorizarea contractelor: contractele încheiate fără utilizarea șabloanelor elaborate sau fără medierea INE pot fi verificate dacă corespund normelor generale;

- servicii notariale: servicii de arhivare a contractelor semnate și executate;

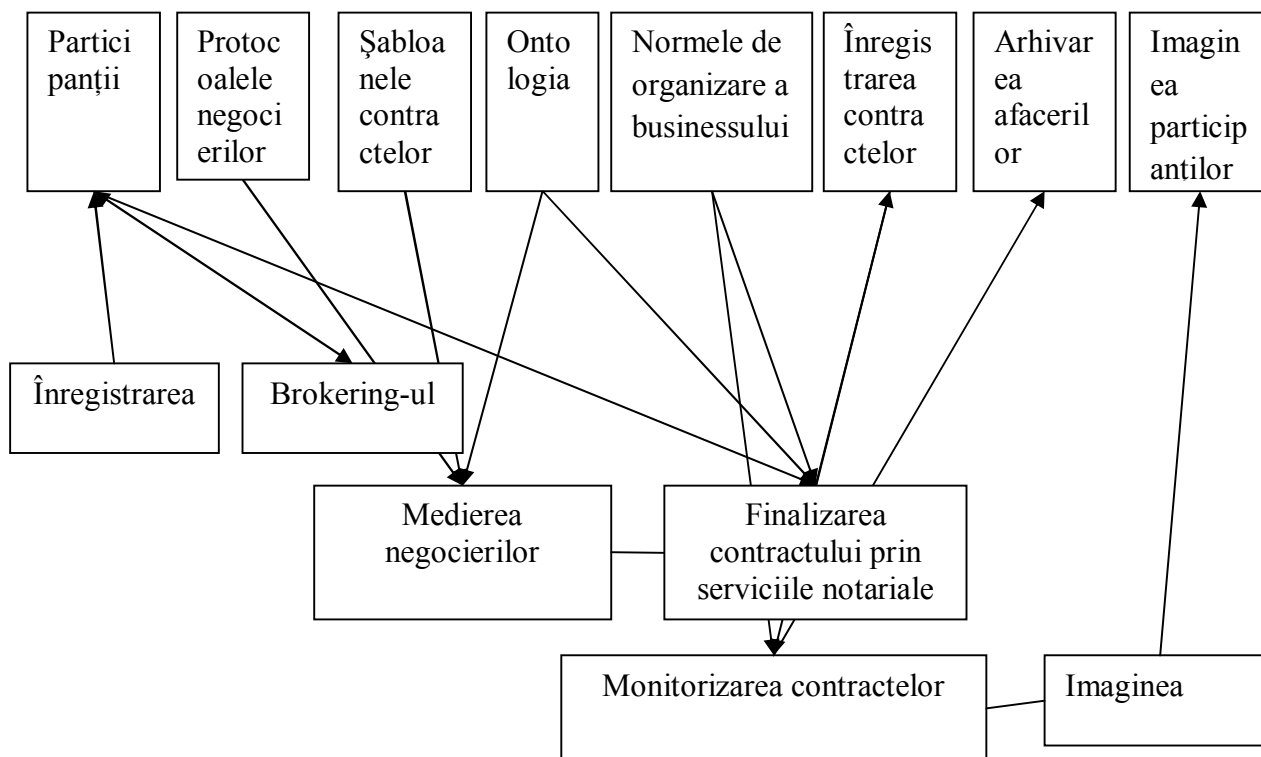


Fig. 1. Aspectele de reglementare și serviciile prestate de Institutul Național Electronic

- controlul și asigurarea executării contractului: mecanismul de monitoring și asigurarea executării contractului în corespundere cu regulamentul acestuia și cu normele instituționale generale, înregistrarea finalizării afacerii și aplicarea sancțiunilor dacă aceasta nu va corespunde normelor;

- garantarea imaginii participanților: asigură garanția că comportamentul necorespunzător al participanților va avea consecințe negative care le va deteriora imaginea în activitatea ulterioară.

Crearea întreprinderii virtuale este un proces complicat în care se încadrează grupuri de întreprinderi deja existente. Grupurilor le sunt proprii elemente comune care fac posibilă încheierea acordurilor privind colaborarea (în sfera tehnologiilor, resurselor-business etc.). Performanțele în domeniul tehnologiilor informaționale și comunicaționale condiționează dezvoltarea clasterelor. Așadar, concepția Institutului Național Electronic permite dezvoltarea elementelor principale privind crearea mediilor virtuale printre care încrederea reciprocă a participanților, ontologia generală și practica de afaceri.

**3. Dificultatea de a lua decizii în condițiile unui număr mare de membri cu drepturi egale.** La luarea deciziilor manageriale a întreprinderilor, membrii ÎV pot avea diferite păreri, iar dificultățile privind luarea deciziilor pot consta în următoarele [4, p. 70]:

➤ managerii organizațiilor sunt incapabili să schimbe vechile metode de gândire, iar întreprinderea virtuală reclamă nu doar o evoluție treptată, ci un progres decisiv și calitativ;

➤ întreprinderea virtuală are o structură foarte complexă și în continuă schimbare, care trebuie gestionată și bine înțeleasă, în caz contrar ea se dovedește a fi ineficientă;



➤ întreprinderea virtuală utilizează tehnologiile informaționale ca resurse, deși majoritatea companiilor le consideră niște funcții;

➤ în întreprinderea virtuală ultima barieră este nivelul de competitivitate individual, când managerii conștientizează că tacticile lor anterioare și vechile reguli de joc nu mai funcționează și, prin urmare, se cere modificarea deprinderilor;

➤ neîncrederea în potențialii membri ai întreprinderii virtuale este un obstacol privind luarea deciziilor manageriale legat de comunicarea excesivă. În astfel de situații este foarte greu a lua decizii, când numărul partenerilor cu drepturi egale este mare și trebuie ținut cont de părerea fiecăruia.

În opinia autorului, egalitatea în drepturi a membrilor ÎV conduce la formarea unui centru cu rolul de conducere și reglementare a activității întreprinderilor-partener, adică un organ coordonator (broker-coordonator).

Brokerul-coordonator la întreprinderile virtuale trebuie să îndeplinească diferite funcții:

- elaborarea instrucțiunilor privind ÎV;
- formarea grupurilor interdisciplinare;
- căutarea clienților și analiza cererilor;
- sinteza deciziilor privind producerea-marfa, corespunzător cerințelor comenzii;
- reglementarea și corectarea activității întreprinderilor din cadrul ÎV;
- gestionarea resurselor întreprinderilor respective.

#### **4. Probleme ce țin de impozitarea activității întreprinderii virtuale.**

Dat fiind specificul Internet-comerțului, țările dezvoltate suportă pierderi de impozite, iar legătorii și agenții fiscali din toate țările lumii au intrat în impas. Totodată, au apărut probleme atât la nivel de stat, cât și la nivel internațional. În opinia Organizației de Colaborare și Dezvoltare Economică (OCDE), sistemele de impozitare pot comporta pierderi atât de mari, încât aceasta ar conduce la situația când statul nu va mai putea satisface drepturile cetățenilor săi privind necesitățile de servicii sociale.

Internet-economia există deja și în Republica Moldova având un mare potențial de dezvoltare. Dar s-ar putea întâmpla ca și Republica Moldova să nimerească printre țările care în cel mai apropiat timp vor suporta pierderi de impozite foarte mari, dacă sistemul de impozitare nu se va adapta la Internet-comerț.

În general, toate problemele proprii impozitării comerțului electronic în SUA și Uniunea Europeană, sunt proprii și Republicii Moldova.

*Prima problemă* vizează impozitarea produselor digitale (nemateriale) și a serviciilor on-line în segmentul B2C și C2C. Comerțul electronic este dificil a fi controlat, deoarece persoana și locul de rezidență a cumpărătorului pot fi identificate astăzi numai după datele cardului bancar, dar dacă

achitarea se efectuează prin sistemul de plată electronic, cum ar fi Web-money, aceasta în general este imposibil.

Problema incapacității organelor fiscale de a urmări afacerile electronice rămâne nesoluționată de către toate statele. Lipsa tehnologiilor sigure de control creează situații când eschivarea de la achitarea impozitelor pare a nu mai avea sfârșit. De aceea, dezvoltarea noilor tehnologii care ar permite organelor fiscale să identifice și să urmărească afacerile în ciber spațiu este inevitabilă.

În afară de aceasta, se observă schimbări cardinale în mecanismele de plată. De exemplu, unele persoane plasează pe site-urile și blogurile sale rechizitele eWallet-urilor și propun să plătești „dacă ți-a plăcut”. În această situație, plata se efectuează exclusiv numai la dorința consumatorului, excluzându-se principiul fundamental tradițional de a plăti obligatoriu. Dacă și celelalte principii se vor extinde în felul acesta, anarhia în sistemele de impozitare este inevitabilă.

*A doua problemă* ce vizează Republica Moldova rezidă în incapacitatea legislației fiscale privind reglementarea impozitării comerțului electronic, și anume:

1. În legislația Republicii Moldova, actualmente, noțiunea de comerț electronic este prevăzută în lege [1]. Dar e de menționat că acest termen se deosebește în diferite țări. Deosebirea principală a comerțului electronic în multe țări se exprimă prin faptul că acesta este un procedeu de efectuare a tranzacțiilor – afacerea poate fi încheiată prin intermediul unei rețele de computere conectate între ele.

2. În legislația moldovenească lipsește clasificarea produselor digitale, adică la ce clasă ar putea fi referite: la mărfuri sau la servicii. Codul fiscal al RM prevede trei categorii principale de afaceri: comercializarea mărfurilor, executarea lucrărilor și oferirea serviciilor. Prin termenul *marfă* se subînțelege orice tip de proprietate comercializată sau predestinată pentru comercializare [2, art.93(3)]. Prin termenul *lucrare* se subînțelege activitatea exprimată în ceva material, iar acest ceva poate fi folosit de către om sau organizație. Prin termenul *serviciu* se subînțeleg serviciile materiale și nemateriale, de consum și de producție, inclusiv darea proprietății în arendă, transmiterea drepturilor privind folosirea oricăror mărfuri; lucrări de construcții și montaj, de reparație, de cercetări științifice, de construcții experimentale și alte lucrări [2, art.5(17)]. Unii autori trag concluzia că produsele digitale nu pot fi considerate lucrări, deoarece nu pot fi materializate, dar nici servicii, fiindcă aceste produse nu pot fi utilizate în procesul activității. Reiese că toate produsele în formă digitală trebuie să fie calificate drept marfă.

Delimitarea produselor digitale în mărfuri care pot fi comercializate și în servicii care pot fi livrate are o mare importanță. Însă există probleme referitor la exportul și importul produselor digitale. Dacă considerăm produsele digitale marfă, conform normelor generale, mărfurile importate trebuie supuse impozitării de 20% TVA, iar mărfurile exportate nu trebuie impozitate. Astfel, ca și în țările UE, afacerile electronice ar trebui impozitate conform principiului țării destinate. Dacă

produsele digitale sunt considerate servicii, atunci rata TVA în cazul importului și exportului va depinde de faptul dacă serviciul este livrat pe teritoriul RM sau nu.

În legislația UE, produsele digitale și electronice sunt definite indirect ca „servicii electronice livrate” și este prevăzută lista acestor servicii. Produsele digitale sunt examinate sub aspectul livrării unor anumite servicii în toate țările-membre ale UE. Luând în considerație ca normele europene funcționează și sunt aplicate în practică, fiind în corespundere și cu normele Organizației de Colaborare și Dezvoltare Economică, aceste norme ar putea fi introduse și în legislația fiscală moldovenească.

Pentru reglementarea sistemului de impozitare a produselor digitale trebuie modificat art. 14 și 95 ale Codului Fiscal al RM, care se referă corespunzător la obiectele impozitate în general și la cele de la care se percepe TVA, în particular. Totodată, ar trebui lărgită noțiunea de *servicii* din art. 5 prin termenul *servicii electronice livrate*, care, de asemenea, va prevedea lista serviciilor subînțelese prin acest termen. În afară de aceasta, în art. 101 trebuie prevăzut corespunzător că de la serviciile electronice livrate se va percepe TVA. Aceasta ar soluționa problema privind apartenența produselor digitale sau la mărfuri, sau la servicii, deoarece toate livrările digitale vor fi considerate ca un tip nou de servicii.

3. În legislația moldovenească nu este prevăzută o determinare clară a „locului livrării” în comerțul electronic. În art. 111 al CF locul livrării serviciilor ar fi „sediul, iar în cazul în care un asemenea loc lipsește – domiciliul sau reședința persoanei care prestează: servicii ce se referă la computere și la activitățile conexe, acordate prin intermediul mijloacelor electronice, precum și servicii de telefonie IP” [2, art.111 (2)]. Sistemul de impozitare TVA are la bază principiul de destinație, care se răsfrânge asupra tuturor tipurilor de afaceri. Aplicarea principiului de destinație pentru afacerile electronice în RM în corespundere cu care „locul livrării” trebuie să fie determinat după locul de aflare a cumpărătorului, ar coincide cu tendințele internaționale de aplicare a acestui principiu pentru impozitarea indirectă. În afară de aceasta, ar trebui determinat „locul aflării cumpărătorului”, conform determinării UE. Atunci serviciile electronice livrate cumpărătorilor moldoveni de către vânzătorii străini ar fi impozitate cu 20% TVA, iar exportul serviciilor electronice cumpărătorilor străini nu ar fi impozitate. Așadar, livrarea produselor fizice și a produselor digitale ar fi examinate în același fel, iar principiul de neutralitate recunoscut de OCDE, SUA și organizațiile internaționale privind comerțul electronic ca cel mai important ar fi respectat.

Astfel, în art. 111 al CF ar trebui adăugate cuvintele „locul livrării” pentru serviciile electronice livrate.

În ceea ce privește metodele de determinare a persoanei, locului și statutului persoanei (business sau consumator), pentru a urmări afacerea electronică, este o problemă nesoluționată și pentru SUA, și pentru UE. Deși OCDE a propus unele metode de identificare a cumpărătorului, nici

una dintre ele nu este absolut sigură. Deci, nu a fost găsită încă o soluție, de aceea pentru soluționarea temporară a acestei probleme vor fi folosite toate mijloacele accesibile cum ar fi declarația proprie a cumpărătorului, contul de plată și adresa IP.

O problemă comună pentru toate țările constă în necorespunderea sistemului de impozitare național cu cel internațional, deoarece interesele lor sunt mult prea contradictorii. Perceperea impozitelor în întreaga lume este construită pe convingerea că fiecare stat are dreptul să hotărască singur mărimea impozitului perceput de la întreprinderi și persoanele fizice de pe teritoriul său. Iată de ce majoritatea statelor își elaborează independent legislația privind impozitarea comerțului electronic, dar încă nu s-au înregistrat rezultate, deoarece Internetul este baza comerțului internațional, pentru reglementarea eficientă a căruia trebuie elaborate norme internaționale. În acest sens, se mizează cu mari speranțe pe organizațiile internaționale – OCDE și OMC.

Guvernele din toată lumea, inclusiv SUA și UE, au discutat și nu au acceptat opinia de a introduce noi impozite pentru comerțul electronic. De aceea, RM ar trebui să urmeze tendințele internaționale și să reglementeze sistemul de impozitare a comerțului electronic în cadrul structurilor deja existente.

Toate dificultățile și contradicțiile examinate, care au apărut în urma încercării de a introduce perceperea corectă și argumentată științific a impozitelor pentru comerțul electronic, sunt condiționate de forma în rețea a acestui fenomen și unele particularități ale e-commerce care conferă un nivel înalt de socializare rețelelor comerciale. Este indiscutabil faptul că socializarea crescândă a procesului de producție în baza distribuirii generale a muncii, integrarea pe verticală și orizontală a producătorilor independenți, au condus încă la începutul veacului XX la formarea marilor trusturi și conerne. Corepunzător, s-a înregistrat o micșorare a numărului de unități-business ca și contribuabili, și o rată înaltă a percepției impozitelor datorită masștabului lor. Mai mult decât atât, procesele de integrare pe verticală sunt susținute din economiile în urma percepției impozitelor indirecte, deoarece livrarea producției la distanță nu se impozitează cu TVA.

Comerțul electronic reprezintă o etapă specială în socializarea proceselor de distribuire, schimb și consum al mărfurilor, produselor și serviciilor, dacă s-ar ține cont de schema economică clasică a circuitului produsului social: producerea – distribuirea – schimbul – consumul.

Spațiul Internet poate fi interpretat ca o platformă generală (infrastructură) de comerț (se poate compara cu piața centrală dintr-un oraș unde interacționează vânzătorii și cumpărătorii) de mărime imensă. Această imensitate și imposibilitatea de a determina nivelul venitului obținut de fiecare participant în urma operațiilor în sfera comerțului electronic impun statul să accepte impozite neadecvate, al căror mecanism deteriorează principiile clasice de impozitare. Așadar, dificultatea principală în asigurarea metodologiei corecte a procesului de impozitare în sfera comerțului electronic constă în incertitudinea acestui fenomen. Dacă componentul de bază al infrastructurii

acestei sferă reprezintă un obiect al proprietății obștești (se știe că rețeaua Internet este considerată performanță a întregii omeniri), atunci el nu poate fi apreciat ca un obiect supus impozitării și nu trebuie impozitat.

În acest caz, tot sistemul comerțului electronic, bazat pe Internet-structură, trebuie să fie perceput ca o valoare a bunăstării sociale și nu poate fi examinat ca un obiect supus impozitării corespunzător cu venitul direct al consumatorului. De exemplu, un vizitator care a cumpărat un bilet pentru a se odihni în parc nu plătește și pentru orele care s-a odihnit pe o bancă sau într-o poeniță sub copaci, deoarece nimănui nu-i vine în cap să măsoare nivelul de utilizare a fiecărui copac sau a băncii din parc de către fiecare vizitator aparte. Persoana care a cumpărat un bilet pentru dreptul de a se odihni în parc nu trebuie să perceapă ca o nedreptate socială faptul că cineva, cumpărând un bilet asemănător, s-ar folosi de parc mult mai intens în limitele timpului plătit.

### **Concluzii.**

Astfel, în opinia autorului, concepția comerțului electronic ca bunăstare socială, bazată pe tendințele obiective de creștere a socializării sferei de distribuție, schimb și consum a acestui proces unic, este un argument semnificativ de elaborare a teoriei sistemului de impozitare a comerțului electronic.

### **BIBLIOGRAFIE:**

1. 28. Lege privind comerțul electronic. Nr. 284 din 22.07.2004. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 13.08.2004, nr. 138-146 (741).
2. Codul fiscal al Republicii Moldova. Nr. 1163 din 24.04.1997. În: Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 25.03.2005, ed. spec.
3. Владимирова И.Г. Компании будущего: организационный аспект. В: Менеджмент в России и за рубежом, 2001. <http://hrm.ru/db/hrm>. (vizitat 12.07. 2011).68
4. Крейнер С. Ключевые идеи менеджмента. Москва: Инфра-М, 2002. 328 с. 82
5. Тарасов В. Причины возникновения и особенности организации предприятия нового типа. В: Проблемы теории и практики управления, 1998, №1. <http://vasilievaa.narod.ru> (vizitat 22.03. 2011).

РАЗВИТИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ВЛИЯЮЩИХ НА ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И  
КОНКУРЕНТНУЮ БОРЬБУ В ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОМ СЕКТОРЕ РЕСПУБЛИКИ  
МОЛДОВА

DEVELOPMENT OF THE TECHNOLOGY INFLUENCING BOTH THE INNOVATION  
PROCESSES AND COMPETITION IN TELECOMMUNICATIONS SECTOR OF MOLDOVA

**Владимир КАРА**, менеджер продаж, SRL StarNet

**ABSTRACT.** *As a result of necessity of an improvement of competitiveness in both domestic and foreign markets, domestic enterprises have to take into consideration local characteristics and innovation process. As far as telecommunication industry is concerned, the influence of innovation processes is highly dependent on a chosen strategy of national development as well as on long-term vision of the industry itself. Innovation management in telecommunications' industry is crucial for an achievement of set objectives and in unlocking of competitive advantages. Hence, in order to get desirable results, innovation of the economic sector of the country has to become a strategic priority for the country's development as a whole.*

*Nevertheless, in order to increase the competitiveness of local Moldavian companies, both a necessity of development of high technology and additional funding for innovation processes is absolutely unquestionable. Therefore, integration of innovative solutions has to become fundamental for businesses. There is evidence that such process happened to be the key factor in development of quality of services provided. That also resulted in positive increase in effectiveness of production processes as well as in competitiveness within the given market. It is clearly seen that innovation is prerequisite for competition, allowing companies to get extra profits as result of use of new products and technologies. Ergo, in order to gain technological leadership and competitive advantage in the market, development of telecommunication industry has to follow a continuous attention to different innovation processes and use of those processes, combined with proper strategic approach.*

*The article describes the development of telecommunication sector, the government influence on those process and innovation processes that tend to affect overall competitiveness, technological progress and products and services provided by the telecommunication companies.*

**ABSTRACT.** *Ca urmare a necesităţii de o îmbunătăţire a competitivităţii atât pe pieţele interne şi externe, întreprinderile autohtone trebuie să ia în considerare caracteristicile locale şi procesul de inovare. În ceea ce priveşte industria de telecomunicaţii este în cauză, influenţa proceselor de inovare este foarte dependentă de o strategie aleasă de dezvoltarea naţională, precum şi în viziunea pe termen lung a industriei în sine. Managementul inovaţiei în industria telecomunicaţiilor este esenţială pentru o realizare a obiectivelor stabilite şi în deblocarea de avantaje competitive. Prin urmare, în scopul de a obţine rezultatele dorite, de inovare a sectorului economic al ţării trebuie să devină o prioritate strategică pentru dezvoltarea ţării în ansamblu.*

*Cu toate acestea, în vederea creşterii competitivităţii companiilor moldoveneşti, atât o necesitate de dezvoltare a unor tehnologii de vârf şi finanţare suplimentară pentru procesele de inovare este absolut de necontestat. De aceea, integrarea de soluţii inovatoare trebuie să devină fundamental pentru întreprinderi. Există dovezi că acest proces s-a întâmplat să fie un factor-cheie în dezvoltarea de calitate a serviciilor oferite. Care, de asemenea, a dus la creşterea pozitivă a eficienţei proceselor de producţie, precum şi în competitivitatea pe piaţa dată. Se vede clar că inovarea este condiţie prealabilă a concurenţei, permiţând companiilor de a obţine profituri suplimentare ca urmare a utilizării de noi produse şi tehnologii. Ergo, în scopul de a obţine de lider tehnologic şi avantaj competitiv pe piaţa, de dezvoltare a industriei de telecomunicaţii trebuie să urmeze o atenţie continuă pentru diferite procese de inovare şi de utilizare a acestor procese, combinate cu abordare strategică adecvată.*

*Articolul descrie dezvoltarea sectorului de telecomunicaţii, influenţa guvernului cu privire la aceste procese inovarea procesului şi care tind să afecteze competitivitatea globală, progresul tehnologic şi de produse şi servicii oferite de companiile de telecomunicaţii.*

**KEY WORDS:** *telecommunications, telecoms operator, fiber optic link, rates, services, innovation, innovation management.*

**CUVINTE CHEIE:** *telecomunicații, operatorul de telecomunicații, link-fibra optica, tarife, servicii, inovație, managementul inovatiei.*

#### **Введение.**

Телекоммуникационная отрасль играет одну из ключевых ролей в стабильном развитии экономики любого государства. Она обеспечивает гражданам возможность быстрого получения самой разнообразной информации, в том числе сведений о деятельности органов власти, расширяет связи в деловой среде, способствует притоку прямых иностранных инвестиций. На развитие самой телекоммуникационной отрасли существенное влияние оказывает правовая база, обеспечивающая необходимые условия для справедливой конкуренции, а также возможность внедрения передовых технологий.

#### **Основной текст.**

За годы реформ на рынке появилось несколько десятков видов новых услуг связи: сотовая, пейджинговая, транкинговая связь, услуги передачи данных, документальная электросвязь, мультимедиа, кабельное телевидение, непосредственное вещание через спутник, IP ТВ и др. Наиболее успешно развивается конкуренция именно на этих рынках, так как услуги общедоступной электрической связи, как правило, относятся к естественно монопольным сферам деятельности. Расширяется и спектр предоставляемых услуг [4].

Любая страна обязана иметь необходимой уровень социальной сферы (школы, почта, магазины, медпункты и т.д.). Однако сегодня требуется доступ и к минимальным инфокоммуникационным ресурсам (Интернета, центров дистанционного обучения, электронному правительству, банков, торговли и т.д.) и стандартам для получения современных услуг телекоммуникации [4].

Последние десятилетие активно развивается рынок телекоммуникаций, на котором осуществляется реструктуризация данной отрасли. Наряду с действующими крупными операторами, появились новые операторы, между которыми действуют законы конкуренции. Этот процесс сопровождается изменением в действующем законодательстве.

На данном этапе цифрового развития Республики Молдова, можно констатировать формирование политических механизмов построения информационного общества. Создана государственная структура, отвечающая за разработку и проведение политики и стратегии государства в области информатизации, координацию работ по построению в стране информационного общества. Это – Министерство информационного развития Республики Молдова [4].

Приняты основополагающие документы, отражающие приоритетные направления государственной политики в области построения информационного общества и определяющие конкретные действия по их реализации и поддержки государством процесса информатизации в Республики Молдова. Это такие документы как:

- 1) Политика построения информационного общества.
- 2) Национальная стратегия “ Электронная Молдова” и План действий по ее реализации [1].

Для национального потребителя сегодня на первом месте стоит отношение качества предоставляемых услуг и цены на телекоммуникационные услуги. Телекоммуникационные компании на данном рынке расширяют спектр услуг, предоставляемых потребителю, с учетом НТП.

Возникновение отрасли телекоммуникаций в современном ее понимании связано с коммерциализацией такой первичной технологической инновации, как Интернет. Являясь новейшим результатом НТП. Сеть Интернет стала неотъемлемой частью современной деловой инфраструктуры и активно влияет на экономический и социальный уклад общества. Компании традиционных отраслей вынуждены адаптироваться к новым условиям телекоммуникационной революции, превращаясь в емкий потенциальный целевой рынок для телекоммуникационных компаний. Высочайшие темпы роста интернет-торговли обеспечиваются именно за счет межфирменных отношений в области материально-технического снабжения и сбыта. Телекоммуникационная отрасль характеризуется унифицированными стандартами услуг связи, едиными технологическими требованиями к телекоммуникационному оборудованию, высокой степенью зависимости от государства, максимизацией эффекта экономии на масштабах [2].

На сегодняшний день абсолютное большинство поставщиков включенных в Публичный регистр обладают правом предоставления как сетей, так и услуг электронных коммуникаций общего пользования. Наиболее востребованные виды деятельности – это сети и услуги доступа к Интернету, ретрансляции аудиовизуальных программ и передачи данных [6].

В 2008 году Министерством Информационного Развития Республики Молдова подготовлено Постановление Правительства согласно рекомендациям Международного союза телекоммуникаций, о внедрении мобильной сотовой связи третьего поколения по стандартам UMTS и CDMA2000 [5].

Это дало возможность предоставления весьма обширных услуг для пользователей мобильной связи:

- непрерывный глобальный роуминг;
- высокоскоростной доступ в Интернет;
- видеотелефонию;



- услуги факса;
- видеоконференции;
- трансляцию ТВ-программ;
- видеопочту и др.

Благодаря сетям 3G мобильный телефон становится не только устройством для переговоров, но и факсом, модемом для выхода в Интернет, радио и даже телевизором, транслирующим в режиме он-лайн.

Основная задача стандарта 3G – предоставление больших возможностей пользователям мобильной телефонии операторами за меньшие деньги. Внедрение третьего поколения связи на рынке Республики Молдова привело к расширению и развитию спектра услуг мобильными операторами, в первую очередь к буму в области предоставления услуг мобильного интернета и дополнительных сервисов. Ну а для пользователей усиленная конкуренция между операторами давала возможность выбирать наиболее качественные услуги по приемлемым тарифам [5].

В результате технологического прогресса и клиентских потребностей, а так же конкуренцией среди операторов связи, в конце 2012 года в Молдове была запущена Интернет – услуги 4G.

Благодаря внедрению соответствующей технологии пользователи получают беспроводной доступ к Интернету на скорости 100 Мбит/с. Лицензию на предоставление данной услуги пока имеют 2 компании из 3-х [3].

Именно за счет развития и внедрение инновационных технологий и сервисов в сегменте выделенного доступа к мобильному Интернету (через модемы и карточки данных) количество абонентов этой услуги увеличилось в течение года на 81,1 тыс. (+45%) и превысило 259,6 тыс., а количество абонентов фиксированного Интернета – на 49,8 тыс. (+12%) и составило 467,2 тыс. Общее количество абонентов указанных услуг увеличилось до 726,6 тыс., уровень проникновения этих услуг составил более 20,4%, а объем данного рынка превысил 1 млрд. леев.

Согласно данным, представленным НАРЭКИТ тремя поставщиками мобильных сетей (АО «Orange Moldova», АО «Moldcell», АО «Moldtelecom»), в прошлом году общее количество пользователей услуг мобильной телефонии, которые подключались к мобильному Интернету, увеличилось, по сравнению с 2012 г., на 2,2% и превысило 1 млн. 387,6 тыс. Абсолютное большинство подключений к Интернету - 1 млн. 183,5 тыс. – осуществлялось через сети 2G, 774,6 тыс. – через сети 3G и 4,2 тыс. – через сети 4G.

В 2012 году используя Закон о конкуренции в телекоммуникациях и другие государственные программы на территории Молдовы, появляется компания StarNet с

частным молдавским капиталом предоставляющая телекоммуникационные услуги такие как: высокоскоростной интернет, цифровое телевидение, IP-телефонию и др. услуги с национальным покрытием. Компании StarNet 9 лет работала в столице страны и являлась лидером по кол-ву абонентов использующих оптоволоконные сети.

Вхождение негосударственного оператора на рынок Национального покрытия по всем регионам страны, построение первичных сетей, используя инновационное оборудование, применяя накопленный опыт в предоставлении самого скоростного интернета и качественного обслуживания клиентов, привели к значительному оттоку абонентов от монополиста государственного предприятия Молдтелеком. В следствии чего государственному предприятию пришлось срочно реагировать на действия конкурента и выстраивать оптоволоконные сети по всем районным центрам страны. Молдтелекому пришлось неся огромные затраты переключать часть клиентов с технологии DSL на FTTX, перезаключать контракты не меняя абонентской платы. В результате капитальных вложений и понесенных затрат, предоставления более качественного обслуживания Молдтелеком в течение 1 года был вынужден 3-ды повышать абонентскую плату для действующих клиентов, что несло за собой не соблюдение контрактных обязательств и оттоку еще части абонентов не согласных с изменениями.

Данные, представленные 58 поставщиками услуг фиксированного доступа к Интернету, показывают, что из общего количества новых абонентов (49,8 тыс.), зарегистрированных в 2013 г., большинство – 39,4 тыс. – выбрали оптоволоконные технологии (FTTx - Fiber to the premises), более 4,8 тыс. - технологии xDSL (Digital Subscriber Line), а более 4,7 тыс. – сети кабельного телевидения (DOCSIS). В начале 2014 г. 49% от общего количества абонентов фиксированного Интернета использовали технологию FTTx , 44,5% - технологии xDSL и 0,5% - сети кабельного телевидения. Впервые в Республике Молдова количество абонентов FTTx превысило количество абонентов xDSL, что говорит о том, что молдаване отдают предпочтение высокоскоростному Интернету и новым технологиям.

Успехом конкуренции в телекоммуникационном секторе РМ является бурное развитие и внедрение новейших технологий передачи данных в сети интернет, что отразилось на местоположении Молдовы в мировом рейтинге по высокоскоростному интернету.

По последним данным, скорость подгрузки данных в Сеть в нашей стране превышает 40 Мбит/с. С этим показателем Молдова расположилась на шестой строчке мирового рейтинга, опередив Румынию, Россию и Украину. Скорость загрузки из Интернета у нас близка к 50 Мбит/с - также шестая позиция.

На рынке услуг доступа к фиксированному Интернету самыми крупными рыночными долями обладали АО «Moldtelecom» (64,1%), ООО «Starnet» (17,5%) и АО «Orange Moldova» (3,3%) [6].

Повышенное внимание к инновациям и инновационному управлению продиктовано самой жизнью современного общества, ведь воплощение инновационных процессов в новых продуктах и новой технике являются основой его социально-экономического развития.

Хотелось бы чуть подробнее остановиться на анализе рынка ретрансляции ТВ и технологическому прогрессу в этой области.

Развитие новых технологий диктует новый подход к вещанию и ретрансляции телевидения. К июню 2015 года в Молдове запланирован переход на цифровое ТВ, и это потребует от всех компаний, вещающих и ретранслирующих ТВ, серьезных капиталовложений в обновление и замену оборудования. В итоге может оказаться, что часть компаний прекратит свою деятельность. Частично это уже происходит: мелкие компании либо поглощаются крупными, либо объединяются. И все это на фоне жесткой конкуренции, так как слияние услуг ТВ, Интернета и телефонии диктует новые правила, не все могут следовать.

На данный момент 130 поставщиков оказывают услуги ретрансляции. Для рынка характерно наличие 2 крупных игроков, Moldtelecom и Sun Communication.

По словам ведущих специалистов этих компаний уже не достаточно предлагать потребителю только ТВ или Интернет, нужен пакет из трех услуг. За последние годы рынок после долгого периода «правления» аналогового кабельного ТВ начал понемногу меняться в сторону цифрового-IPTV. Так же нужно отметить, что ускоряет этот процесс такие услуги, как bundle (ТВ+ Интернет) и triple (ТВ+Интернет+телефония). Тенденции конвергенции услуг может коснуться так же и мобильной связи, и вскоре на рынке появится предложение пакета Quadruple.

На сегодняшний день рынок телекоммуникаций находится на пике активности, отрасль постоянно развивается, технологии постоянно обновляются. Необходимость постоянного обновления и внедрения нового оборудования могут выдержать только крупные компании. Тенденция приведет к уменьшению количества операторов, ввиду уменьшения спроса на услуги аналогового ТВ. По данным НАРЭКИТ в первой половине 2014 года сократилось количество абонентов кабельных сетей, спутниковых сетей (DTH), и сетей MMDS. Количество абонентов кабельных сетей сократилось в течении полугода на 3,6 тыс. (-1,6%) и составило 217 тыс., сетей DTH-на 200 (-2,7%) и составило 7,3 тыс., и сетей MMDS-на 207 (-7%) и составило 2,7 тыс. На фоне этой тенденции только операторам сетей IP-телевидения удалось увеличить абонентскую базу. Количество этих абонентов выросло на 3,5 тыс. (+6,2%) и достигло 59 тыс. [6].

Появление в 2010 г на рынке такого игрока как Moldtelecom, полностью поменяло ситуацию. Уровень конкуренции значительно возрос особенно заметно в сельской зоне, где до сих пор ее не было. Сейчас качество услуг стало расти, так как конкуренция заставила игроков мобилизоваться и инвестировать в развитие сетей. Хотелось бы отметить, что Moldtelecom имеет географический охват и возможность протянуть коммуникации повсеместно, вливая большие инвестиции в развитие сетей, тем самым обладает конкурентным преимуществом перед остальными крупными компаниями данного сектора. Конкурентная борьба подталкивает всех операторов бороться за каждого клиента и вкладывать все больше средств в улучшение технологий и совершенствование оборудования, где не всегда приходится говорить о рентабельности. В жесткой в конкурентной борьбе компаниям необходимо постоянно наращивать темпы развития.

По данным НАРЭКИТ наблюдается ежегодная тенденция увеличения клиентов и уровня доходов операторов сетей IP-телевидения. Продажи данных операторов за первое полугодие 2014 г увеличились на 3,8 млн.леев (+16,6%) и составили 26,6 млн.леев. В то же время, доходы поставщиков от продажи услуг платного телевидения, предоставляемых на основе других технологий, кроме IP-телевидения, сократились, по сравнению с первым полугодием 2013 г., на 0,6 млн.леев (-1,1%) и составили 58,8 млн.леев [6].

На сегодняшний день можно с уверенностью констатировать, что IPTV как отдельная услуга, она не рентабельна, так как требует немало капиталовложений в оборудование, лицензии и прочее. Рентабельность появляется в предложении совместно с другими услугами, что и наблюдается на рынке. Операторы отмечают, что Молдова занимает лидирующие позиции в мире по скорости интернета, что дает хорошие возможности для улучшения услуг IPTV. Согласно оценкам НАРЭКИТ, на рынке по прежнему будет отмечаться тенденция увеличения количества абонентов услуг платного ТВ в цифровом формате. Это будет, происходит в связи с усилением конкуренции между поставщиками услуг. Можно заметить, что не все кабельные операторы готовы переходить полностью на IPTV, откладывая этот момент в долгий ящик. Кабельные операторы должны понять, что сейчас нужно инвестировать в свою инфраструктуру, поменять ее или улучшить до 2015 года. Иначе им придется сдать в аренду кабельные сети либо потерять бизнес. Телекоммуникационные технологии развиваются, как ни одна другая отрасль, и Молдова тут в авангарде. Все это требует колоссальных затрат - конкуренция обязывает. Напряжение будет возрастать и те, кто не будут успевать, окажутся за бортом. Цифровое ТВ и видео, скачиваемые через Интернет, являются технологиями будущего, а аналоговое ТВ просуществует, возможно, еще лет 10. Конкуренция на рынке подтолкнет гораздо более быстрое развитие в этом направлении. Например, у Moldtelecom очень мощные технологии,

большой опыт и финансовые ресурсы. Но Sun Communication, Star Net и другие крупные игроки рынка являются локомотивами внедрения новейших технологий в Молдове, и тем самым готовы к здоровой конкуренции.

### **Выводы.**

Хотелось бы подвести итоги, в связи с бурным развитием технологий в отрасли телекоммуникаций это дает нам возможность использовать новейшие изобретения в этой области. На сегодняшний день к примеру в Молдове ряд Интернет провайдеров уже предоставляют для клиентов услуги интерне со скоростью 1Gbps. Такие скорости позволяют внедрять новейшие услуги как в области передачи данных так и в области услуг цифрового телевидения. Уже в ближайшем будущем при помощи государственных институтов и внедрению новых регламентов и стратегий развития телекоммуникационной отрасли, а так же в следствии жесткой конкуренции произойдет консолидация крупных компаний в сельской местности, особенно в наращивании клиентской базы для цифрового тв. Следующие шаги развития-это борьба с видеопиратством видеоконтента, запуск фильмовых порталов с легальным контентом, запуск мультисервисного ТВ и т.д. Тенденции развития рынка - это постепенный переход к пользованию услугами Интернет и ТВ на мобильных устройствах, на домашнем телевизоре (с возможностью выбора просмотра каналов через Интернет с подключением через LAN).

Выбор же всегда останется за абонентом, он будет решать что и когда смотреть. Как домашние телевизоры ,так и смартфоны и планшеты, станут интерактивным окном в Интернет. Конкуренция и внедрение инновационных технологий на территории страны таких как WiMax позволяет ссоздавать уникальные беспроводные сети WiFi с бесплатным подключением. Мы уже не будем связаны местом и временем просмотра или пользования цифровыми услугами, все будет под рукой в любом месте, в любое время.

### **БИБЛИОГРАФИЯ:**

1. Постановление о Национальной стратегии создания информационного общества "Электронная Молдова", № 255 от 09.03.2005. В: Мониторул Официал ал Републичий Молдова. № 46-50/336 от 25.03.2005.
2. Журнал TADVISER. В: Связь (рынок Молдавии) от 7 июля 2013. В: <http://tadviser.ru/a/185077>
3. Каграманзаде А.Г. статья. Инновационный менеджмент в телекоммуникации. В: [http://iee.org.ua/files/alushta/76-kagramanzode-inn\\_men\\_v\\_telek.pdf](http://iee.org.ua/files/alushta/76-kagramanzode-inn_men_v_telek.pdf)
4. Кристя Н. О реализации государственных программ развития информационно-коммуникационных технологий в странах СНГ. В: <http://www.myshared.ru/slide/627990/>
5. Мунтяну Л. Поколение 3G. Возможности и перспективы. <http://www.allmoldova.com/it/razdel/proit/3-3649.html>
6. Пресс-служба НАРЭКИТ. Отчет о динамике рынка электронных коммуникаций в 2013 году. От 14/04/2014. В: <http://ru.anrceti.md/>

## **IX. RECENZII, PREZENTĂRI DE CĂRȚI**

### **RECENZIE**

#### **asupra monografiei „Managementul sistemului național de cercetare-dezvoltare: între globalizare și provincializare”, elaborată de Gheorghe CUCIUREANU**

Monografia supusă analizei tratează o problemă importantă în domeniul managementului sistemului de cercetare-dezvoltare ca factor cheie al creșterii economice și dezvoltării sociale în contextul extinderii globalizării. Pentru știința și practica contemporană cunoașterea a devenit o sursă vitală a creșterii bunăstării pe plan național și global. Cunoașterea reprezintă totodată elementul central ce determină competitivitatea statelor lumii la nivel regional și global.

Obiectivele cercetării se încadrează armonios în scopurile propuse și anume: delimitarea conceptuală și teoretică a domeniului cercetare-dezvoltare, identificarea unor direcții de dezvoltare a acestuia în Republica Moldova ca și a evoluției pe care acest „fenomen” a luat-o atât pe plan mondial, european și în cel reținut în analiza respectiv al Republicii Moldova.

Autorul în fundamentarea problematicii pornește în mod logic de la concepte-metodologice spre cele experimentale prin utilizarea cu destulă larghețe a informațiilor, statisticilor, analizelor și interpretărilor care au fost ingenios selectate și bine argumentate.

Pornind tocmai de la aceste calități, lucrarea reprezintă o cercetare atât teoretică cât și aplicativă într-o problemă atât de actuală ca cea a cercetării-dezvoltării.

Pozițiile conceptuale inițiale porced de la conceperea sistemului de cercetare-dezvoltare – domeniu specific de activitate și management care abordează fundamentele teoretico-metodologice și particularitățile managementului cercetării dezvoltării în capitolul 1. O atare concepere conține prezentarea aspectelor metodologice ale managementului sistemului de cercetare-dezvoltare în interconexiune cu dezvoltarea economică, rolul și funcțiile științei în condițiile constituirii unei societăți bazate pe cunoaștere, necesitatea abordării științifice în organizarea activităților științifice, rolul statului la etapa actuală. Sunt analizate concepțiile academică și socială privind managementul cercetării-dezvoltării prin prisma perfecționării acestuia la nivel național și internațional.

Accentuarea globalizării a condus la creșterea importanței colaborării internaționale, a schimbului de cunoaștere explicită și a creat comunități științifice internaționale puternice, fără însă a reduce importanța pe care complexul de factori locali o are în adaptarea și valorificarea cunoașterii. Autorul prezintă relația globalizare-știință și implicații pentru sistemele naționale de cercetare dezvoltare fapt realizat cu prisosință în capitolul 2. Acest capitol este dedicat examinării fenomenului globalizării ca factor al schimbărilor în organizarea activităților științifice și inovaționale, sunt prezentate caracteristicile și tendințele globale ale științei și tehnologiilor. Sunt

analizați factorii și motivele internaționalizării cercetării-dezvoltării, cooperarea științifică internațională, impactul proceselor globale asupra sistemului național de cercetare-dezvoltare și managementul acestuia.

Capitolul 3, Sistemul național de cercetare-dezvoltare în condițiile globalizării include o analiză amplă a evoluției sistemului de cercetare-dezvoltare din Republica Moldova. Sunt evidențiate principalele tendințe de dezvoltare a științei în contextul global de internaționalizare a sistemului național de cercetare-dezvoltare, sunt stabilite trăsăturile managementului acestuia, cât și principalii indicatori de performanță, utilizând rezultatele recunoscute internațional pentru comparabilitatea în context regional, european și global. Este stabilită importanța și competitivitatea ei pe plan internațional, a punctelor forte și slabe sunt identificate direcțiile de acțiune în perfecționarea managementului sistemului și integrarea acestuia în comunitatea internațională, elaborate politici corespunzătoare pentru eficientizarea proceselor globalizării la nivel național.

Capitolul 4, Căi de dezvoltare a sistemului național de cercetare-dezvoltare, conține o analiză a experienței internaționale de perfecționare a sistemelor și managementului național de cercetare-dezvoltare și propuneri concrete pentru sistemul din Republica Moldova. Ultimele reprezintă orientări, direcții și măsuri care se pot constitui în elemente ale unei strategii naționale în domeniu. Detaliat sunt examinate unele instrumente inteligente de elaborare a politicilor științifice în perspectiva implementării acestora la nivel național. Este argumentată necesitatea identificării unor mecanisme noi de analiză, monitorizare, evaluare și formulare a unor politici de dezvoltare a sistemelor naționale de cercetare-dezvoltare.

O privire de ansamblu asupra cercetării întreprinse de autor ne pune în evidență o lucrare de un bun nivel științific, cu destule elemente de contribuție personală.

Considerăm că prezenta monografie constituie o reală utilitate pentru știința și practica contemporană.

Valoarea acestei cărți rezidă și din faptul că după aproape trei ani de la publicare concluziile și propunerile autorului sunt actuale. Mai mult decât atât, unele din recomandările autorului se conțin în diferite inițiative de politică a științei elaborate între timp, cum ar fi Pachetul de reforme al Academiei de Științe a Moldovei sau Strategia de cercetare-dezvoltare a Republicii Moldova (aprobată la începutul și, respectiv, sfârșitul anului trecut), ceea ce demonstrează aplicabilitatea soluțiilor propuse.

*Nicolae ȚĂU*

*doctor habilitat în economie,  
profesor universitar*



**CERINȚE**  
**de prezentare a articolelor științifice spre publicare**  
**în revista "Studii Economice"**

În scopul asigurării calității și evaluării echitabile a publicațiilor științifice, autorii, la prezentarea articolelor spre editare, sunt rugați să țină cont de următoarele criterii.

Articolul (8-11 pagini) trebuie să fie scris clar, succint, fără corectări și să conțină data prezentării. Materialul cules la calculator în editorul *Word* se prezintă în format electronic împreună cu un exemplar imprimat (cu contrast bun), semnat de autori. Pentru relații suplimentare se indică adresa completă de contact a autorului corespondent (telefoanele de contact, e-mail).

La depunerea articolelor, autorii completează o declarație pe propria răspundere în privința autenticității lucrării.

**TITLUL** (se culege cu majuscule) în limba engleza și în limba de scriere a articolului.

Ex.: l.română – **MANAGEMENTUL ANTICRIZA**

l. engleza - **THE ANTICRISIS MANAGEMENT**

**PRENUMELE** și **NUMELE** autorilor (complet).

Structure articolului:

Elementele principale ale articolului științific includ:

- a) Rezumatul în limba română, engleză;
- b) cuvintele-cheie;
- c) introducere;
- d) conținutul de bază, materiale aplicate;
- e) rezultate obținute în procesul cercetării;
- f) concluzii;
- g) bibliografie.

Instituția în care activează autorul(ii).

Rezumatele (200-500 de semne) în limbile română și engleză.

Cuvinte-cheie în limbile română și engleză (7-10 cuvinte).

Textul articolului (la 1,5 interval, corp - 12, folosind formatul A4 cu margini de 3x2x2x1 cm).

Figurile, și tabelele se plasează nemijlocit după referința respectivă în text..

Sub figură se indica numărul de ordine și legenda respectivă.

Tabelele se numeroteaza și trebuie să fie însoțite de titlu.

**BIBLIOGRAFIE**

În text referințele se numeroteaza prin cifre încadrate în paranteze patrate (de exemplu: [3, p.5]) și se prezintă la sfârșitul articolului într-o listă aparte în ordine alfabetică. Sursele bibliografice se prezintă în număr de 3-5 surse bibliografice.

Într-un număr al revistei, de regulă se public doar un articol al unui autor și un articol în coator.

Manuscrisele articolelor respinse de recenzenți nu se returnează autorilor.

**Colegiul redacțional al Revistei "Studii Economice"**



---

Aprobat spre tipar: \_\_\_\_\_

Hârtie ofset. Tipar ofset.

Coli de tipar: 12,9

Formatul hârtiei 60×84 1/16

Tiraj 100 ex

Comanda nr. 49

---

ULIM, str. Vlaicu Pârcălab, 52, Chişinău, MD-2012.