MOLDCOOP

UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ

DIN MOLDOVA

ANALELE ŞTIINŢIFICE
ALE UNIVERSITĂŢII COOPERATIST-COMERCIALE
DIN MOLDOVA

Volumul al XII-lea

CHIŞINĂU – 2013

Colegiul de redacţie

Redactor-şef: *Larisa Şavga, rector al UCCM, dr. hab., prof. univ.*
Redactori responsabili: *Vasile Botnarciuc, dr. hab., conf. univ.*
Oxana Liviţchi, dr., conf. univ.

Membri ai colegiului :
Tudor Maleca, dr., prof. univ.
Victoria Trofimov, dr., prof. univ.
Semion Musteaţă, dr., conf. univ.
Claudia Tcaciuc, dr., conf. univ.
Feodosie Pituşcan, dr., conf. univ.
Liliana Dandara, dr., conf.univ.
Tudor Tuhari, dr. hab., prof. univ.
Sergiu Oprea, dr., conf. univ.
Tudor Leahu, dr., conf. univ.
Vladislav Seiciuc, dr., prof. univ.
Claudia Melinte, dr., conf. univ.
Alexandru Stratan, dr. hab., director al Institutului Naţional de Cercetări Economice, Republica Moldova
Ion Verboncu, dr.hab., prof. univ., Academia de Studii Economice din Bucureşti, România
Victor Apopii, dr.hab., prof. univ., Academia Comercială din Lvov, Ucraina
Nina Crişţafovici, dr.hab., prof.univ., Universitatea Cooperatistă din Moscova, Federaţia Rusă
Tatiana Puiu, dr., prof. univ., Universitatea "George Bacovia" din Bacău, România
Nina Mereşco, dr.hab., prof. univ., Universitatea Naţională Comercial-Economică din Kiev, Ucraina
Iulia Doitchinova, dr.hab., prof. univ., Universitatea de Economie Naţională şi Mondială din Sofia, Bulgaria
Elizaveta Tarasova, dr.hab., prof. univ., Universitatea Cooperatistă de Economie şi Drept din Belgorod, Federaţia Rusă
Viorica Paraschivescu, dr., prof.univ., Universitatea "George Bacovia" din Bacău, România
Natalia Pritulschi, dr. hab., prof. univ., Universitatea Naţională Comercial-Economică din Kiev, Ucraina

Comisia tehnică de redactare-editare*: Svetlana Catânsus, Stela Tymofti, Ion Cojocaru*

Analele Ştiinţifice ale Universităţii Cooperatist-Comerciale din Moldova, volumul al XII-lea, este o ediţie consacrată aniversării a 20-a de la înfiinţarea Universităţii. Pe parcursul a două decenii de activitate Universitatea Cooperatist – Comercială a optat pentru excelenţă şi competitivitate, activitatea de cercetare ştiinţifică afirmându-se drept una din cele mai importante componente ale activităţii academice, evoluând în calitate de suport fundamental pentru dezvoltarea programelor educaţionale.

Ediţia cuprinde comunicările prezentate în cadrul conferinţei ştiinţifice internaţionale jubiliare „***Prin cooperare – spre dezvoltare durabilă***", organizată pe data de 21-22 iunie 2013 de către Universitatea Cooperatist - Comercială în parteneriat cu Universitatea George Bacovia din Bacău, România. Forumul ştiinţific de talie internaţională a reunit reprezentanţi ai mediului academic şi de cercetare şi organismelor decidente din circa zece ţări: Republica Moldova, Croaţia, Finlanda, Franţa, România, Rusia, Spania, Ucraina ş. a., manageri şi specialişti ai organizaţiilor şi întreprinderilor cooperatiste, membri cooperatori, studenţi, masteranzi, doctoranzi ş.a. În cadrul sesiunilor evenimentului ştiinţific a avut loc diseminarea şi validarea rezultatelor cercetărilor ştiinţifice desfăşurate în cadrul proiectului instituţional de cercetare aplicativă „Fundamentarea modernizării comerţului şi cooperaţiei de consum din perspectiva implicaţiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice durabile şi protecţiei consumatorilor" (cifrul 11.817.08.85A), axate pe dezvoltarea cooperaţiei de consum şi comerţului interior, optimizarea condiţiilor de activitate pentru agenţii economici, cu impact asupra asigurării calităţii vieţii, prioritătile învăţământului modern în contextul imperativului de dezvoltare durabilă etc.

Volumul cuprinde rezultatele cercetărilor într-un spectru larg de domenii: merceologie, comerţ, marketing, contabilitate şi audit, finanţe, informatică economică, management, drept economic, politici educaţionale, comunicare, limbi moderne etc.

Materialele au fost discutate, aprobate şi recomandate pentru tipar de către Senatul Universităţii Cooperatist-Comerciale din Moldova.

În speranţa unei colaborări fructuoase de durată, Colegiul de redacţie aduce sincere mulţumiri instituţiilor partenere, precum şi persoanelor graţie cărora a fost posibilă apariţia acestui volum.

Descrierea CIP a Camerei Naţionale a Cărţii

Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova. Analele Ştiinţifice ale Universităţii Cooperatist-Comerciale din Moldova/MOLDCOOP; col. red: Larisa Şavga (red.-şef), Vasile Botnarciuc, Oxana Liviţchi [redactori responsabili]. – Chişinău: UCCM, 2013. Volumul XII,– 2013. – 402 p.

Texte: limba română, rusă, engleză, franceză

Materialele publicate în volum reflectă opinia semnatarilor, care nu coincide neapărat cu cea a colegiului de redacţie

SECŢIUNEA I
MODELUL COOPERATIST: OPORTUNITĂŢI ÎN CONTEXTUL EVOLUŢIILOR CONTEMPORANE

UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ DIN MOLDOVA – 20 DE ANI DE ASCENSIUNE

***Şavga Larisa**, dr. hab., prof. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Măsura destinului împlinit şi a demnităţii umane o constituie sacrificiul în numele unui demers constructiv, durabil şi credinţa nestrămutată în valorile definitorii ale spiritualităţii naţionale.

On June 24, 2013 Trade-Cooperative University of Moldova celebrated 20 years since its foundation. Over this period, the institution has registered progress in all dimensions: academic and research activity, international cooperation, partnership with businesses, become unrecognized nationally and internationally.

UCCM has established itself as a cultural, academic and scientific institution, persevering on the modern university vector: education-research-innovation-development, which it follows faithfully, implementing consistently European principles and values in education and research, and continuously modernizing its internal activity policies and external collaboration.

The paper reflects the institution's progress over the set wode cades and its contribution to enhancing the human potential and the socio-economic development of the country.

***Key words:** higher education, research, international cooperation, collaboration with business environment, lifelong learning, quality of education.*

UCCM a ajuns la o remarcabilă şi frumoasă vârstă de 20 de ani. E relevant faptul că învăţământul cooperatist îşi ia începutul prin anii '20 ai secolului trecut, înscriind o ascensiune continuă în toate perioadele de timp, prin care i-a fost hărăzit să treacă, avansând până la un sistem bine organizat, ce include în prezent, practic, toate treptele învăţământului profesional: vocaţional-tehnic, superior, postuniversitar.

Într-o perioadă distinctă de constituire şi de dezvoltare a tânărului stat independent – Republica Moldova, recunoscând prioritatea dezvoltării potenţialului intelectual pentru consolidarea statalităţii şi avansării social-economice a ţării, în anul 1993, prin Hotărârea Guvernului nr. 376 din 22 iunie 1993 şi Hotărârea Uniunii Asociaţiilor de Consum din Moldova (actualmente Uniunea Centrală a Cooperativelor de Consum din Moldova - Moldcoop) din 24 iunie 1993 (nr.10/5) ***a fost înfiinţată Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova*** în baza Colegiului Cooperatist (fondat în anul 1944, într-o perioadă extrem de complicată pentru restabilirea economică a ţării) şi instituit Complexul Universitar Cooperatist.

De la început s-a preconizat că în cadrul UCCM vor funcţiona ca subdiviziuni cu balanţă autonomă Colegiul Cooperatist din Moldova şi Centrul de Cercetări ştiinţifice şi perfecţionare a cadrelor din cooperaţia de consum (Centrul didactico-ştiinţific). Astfel, de la înfiinţare, activitatea

UCCM s-a **fundamentat pe principiile şi valorile europene** în domeniul învăţământului superior: *formarea profesională bazată pe cercetare; autonomie universitară şi financiară; asigurarea calităţii educaţiei; educaţia pe parcursul întregii vieţi ş.a.*

Complexul Universitar Cooperatist a reprezentat în acea ***perioadă o structură unică*** în felul său, asigurând continuitatea formării profesionale iniţiale şi continue, compatibilitatea programelor academice de la diferite trepte de învăţământ (mediu de specialitate, superior, postuniversitar), utilizarea eficientă a resurselor umane, materiale, financiare datorită folosirii lor în comun de către instituţiile şi subdiviziunile Complexului, calitatea proceselor educaţionale (academice) şi de cercetare.

Crearea UCCM, una dintre primele universităţi private (nebugetare), cu un statut deosebit de apartenenţă unei comunităţi de peste un milion de membri-cooperatori din întreaga ţară şi cu o subordonare dublă – Uniunii Centrale a Cooperativelor de Consum din Republica Moldova (Moldcoop) şi Ministerului Educaţiei, a constituit o ***formă alternativă de dezvoltare a învăţământului superior din Moldova.***

Înfiinţarea şi dezvoltarea universităţii a asigurat continuitatea spectrului de tradiţii şi valori, care au fost create de generaţiile anterioare.

Instituirea universităţii a fost generată de necesitatea asigurării cu specialităţi de înaltă calificare a cooperaţiei de consum şi a altor domenii ale economiei naţionale. Până la înfiinţarea instituţiei pregătirea specialiştilor cu studii superiore se efectua peste hotare, preponderent în Ucraina, Rusia. Crearea universităţii a însemnat ***o deschidere şi o nouă oportunitate pentru dezvoltarea potenţialului uman*** şi, respectiv, consolidarea economică a cooperaţiei de consum.

La momentul înfiinţării, UCCM şi-a început activitatea doar cu o facultate - *Marketing şi Merceologie*, 7 catedre şi 3 specialităţi (*Management, Marketing, Evidenţă contabilă şi control*) şi cu un număr de **170 de studenţi**, dintre care:

- **123 de studenţi** înmatriculaţi la anul I de studii (76 la studii cu frecvenţă la zi şi 47 la învăţământul cu frecvenţă redusă) la 3 specialităţi – *Management, Marketing, Evidenţă contabilă şi control*,
- **9 studenţi** – absolvenţi ai colegiilor, înscrişi la anul II la 2 specialităţi – *Management şi Evidenţă contabilă şi control*,
- **20 de studenţi** înmatriculaţi la anul III prin transfer de la ASEM (studii cu frecvenţă la zi) la specialitatea *Management,*
- **18 studenţi** – transferaţi la UCCM de la Institutul Comercial-Economic din Lvov (actualmente Academia Comercială din Lvov), Ucraina, la specialitatea *Marketing.*

Pe parcursul anilor universitatea şi-a extins continuu activitatea, diversificându-şi serviciile educaţionale şi înregistrând în ultimii ani – 4 facultăţi, cu un număr de peste 3000 de studenţi, oferind, totodată, 15 programe pentru studii de licenţă, 20 de programe de masterat, studii doctorale la 6 specialităţi, circa 50 de programe de formare continuă etc.

Dispunând la început de un *corp didactic* puţin numeros, dintre care doar 6 persoane deţineau titlul de doctor şi doctor habilitat, în prezent universitatea întruneşte un colectiv profesoral competent şi competitiv, 56% din cadrele didactice fiind cu titluri ştiinţifice.

În perioada sa de activitate, UCCM a fost supusă mai multor examene şi verificări pentru a-şi demonstra abilitatea sa de formare profesională a tinerilor, de cercetare universitară, de formare continuă a adulţilor şi la fiecare etapă a răspuns cerinţelor, drept confirmare fiind ***acreditarea / reacreditarea academică multiplă*** (în anii 2001, 2007, 2008) şi ***acreditarea ştiinţifică*** (anul 2009),

Universitatea devenind cea de-a 6-a instituţie de învăţământ superior din ţară (din 47 existente în 2001), care a obţinut acreditarea academică şi a 4-a instituţie afiliată la AŞM, care a fost acreditată ştiinţific.

Fiecare an de activitate a universităţii a însemnat *o nouă treaptă de ascensiune a instituţiei,* deschiderea unor noi oportunităţi pentru colaborare şi dezvoltare multidimensională.

În **prestaţia sa academică** UCCM pledează pentru performanţă şi excelenţă în educaţie, implementarea politicilor europene în învăţământ şi integrarea în Spaţiul European al Învăţământului Superior. UCCM continuu a investit în dezvoltarea resurselor sale, prioritare fiind cele umane, inclusiv dezvoltarea infrastructurii.

- ✓ Astfel, odată cu aderarea Republicii Moldova la Procesul de la Bologna, UCCM s-a încadrat în realizarea priorităţilor acestuia, *ajustându-şi structura şi conţinuturile educaţionale la arhitectura europeană, a implementat Sistemul Naţional de Credite de Studii.*

- ✓ În consens cu Obiectivul European ”Către un învăţământ superior diversificat, receptiv şi competitiv”, *Programele academice oferite de UCCM* includ un spectru vast de domenii – *comerţ, economie, contabilitate, finanţe, merceologie, marketing, logistică, business şi administrare, turism, informatică, achiziţii* etc., ce sunt axate pe o temeinică formare economică fundamentală şi aplicativă şi pe *dezvoltarea competenţelor profesionale* ale absolvenţilor. Acestea în permanenţă sunt ajustate la necesităţile pieţei muncii şi obiectivele de dezvoltare economică ale ţării, ale sectorului cooperatist, datorită relaţiilor de cooperare eficiente stabilite cu mediul de afaceri.

- ✓ În parcursul său de formare profesională, studenţii, masteranzii, doctoranzii şi alţi beneficiari sunt sprijiniţi de un *corp profesoral cu o experienţă apreciabilă în învăţământul superior, cu recunoaştere naţională şi internaţională,* precum şi de o *modernă bază tehnico-materială,* completată şi renovată pe parcursul a două decenii, care include: *laboratoare specializate*: de cercetări merceologice şi expertiză a mărfurilor alimentare şi nealimentare, de chimie şi fizică a mărfurilor, de microbiologie, de tehnologie a preparării bucatelor; *cabinete* de utilaj şi tehnologii comerciale, de turism; *biblioteca ştiinţifică* dotată cu tehnică de calcul şi literatură de profil în limbile de circulaţie internaţională, biblioteca electronică; *laboratoare cu calculatoare* moderne conectate la Internet etc., ce contribuie la dezvoltarea competenţelor aplicative ale studenţilor şi creşterea nivelului lor de performanţă profesională.

- ✓ În scopul apropierii serviciilor educaţionale de beneficiari în anul 2011 a fost înfiinţată *Filiala Soroca a UCCM* – prima filială a instituţiilor de învăţământ superior din ţară, care se dezvoltă într-un *Centru regional de formare profesională.*

- ✓ În vederea integrării în cadrul unor programe europene şi internaţionale un accent deosebit se pune pe *dezvoltarea mobilităţii academice* a studenţilor şi cadrelor didactice în cadrul programelor ERASMUS-MUNDUS şi acordurilor de parteneriat cu instituţii de peste hotare, ce contribuie la amplificarea schimburilor şi dialogului intercultural, creşterea competitivităţii absolvenţilor universităţii în piaţa muncii.

- ✓ UCCM permanent optează pentru implementarea formelor moderne şi inovaţiilor în învăţământ.

  Din 2011 UCCM, în parteneriat cu alte universităţi din ţară şi de peste hotare, în cadrul proiectului TEMPUS, participă la configurarea *învăţământului electronic* în Moldova.

  În acelaşi an, universitatea a startat implementarea Proiectului *"Universitatea Electronică",* care are drept scop crearea Sistemului Informaţional Universitar Integrat (cu modulele: Student, Resurse umane, Managementul documentelor, Învăţământ la distanţă, Bibliotecă electronică), orientat spre optimizarea managementului universitar, eficientizarea proceselor interne, dezvoltarea platformei pentru învăţământul electronic.

- ✓ Complexul Sportiv (construit în 2001), serviciile de alimentare, medicale şi de cazare în cele 2 cămine ale universităţii, de asemenea, sunt puse la dispoziţia întregii comunităţi academice a instituţiei.

Dezvoltarea universităţii în aceste două decenii s-a axat pe integrarea învăţământului cu **cercetarea ştiinţifică şi procesul de inovare-dezvoltare**.

Doar la un an după înfiinţarea universităţii, în septembrie 1994, a fost instituită *doctorantura UCCM,* iniţial dispunând de numai 3 specialităţi. Actualmente UCCM oferă studii de doctorat la 6 specialităţi ce contribuie la constituirea unei şcoli ştiinţifice economice proprii, unde pe parcurs şi-au efectuat studiile cca 100 de doctoranzi din republică şi din alte ţări.

UCCM a susţinut şi a motivat continuu cadrele didactice în parcursul său de cercetare ştiinţifică. Astfel 62 de cadre didactice ale universităţii au devenit posesori de grade şi titluri ştiinţifice în perioada de activitate a instituţiei.

O atenţie sporită se acordă, totodată, *formării şi asigurării continuităţii gândirii economice a tinerilor*. UCCM, în parteneriat cu Asociaţia ştiinţifică a Studenţilor (creată în 1995), diversifică continuu formele de *implicare a studenţilor, masteranzilor în cercetare.* A devenit tradiţională organizarea conferinţelor tinerilor cercetători. Recent, în aprilie curent, şi-a desfăşurat lucrările ediţia jubiliară – cea de-a 20-a, care a întrunit circa 200 de participanţi.

Rezultatele cercetării, cooperarea ştiinţifică interuniversitară şi internaţională se materializează în numeroase *publicaţii*, deosebit de valoroase fiind *lucrările elaborate în colaborare cu cadre didactice şi ştiinţifice din alte instituţii.* În acest sens menţionăm colaborarea fructuoasă cu ASE din Bucureşti, Institutul de Cercetări Economice a Academiei Române, Universitatea "George Bacovia", Bacău, România, universităţile cooperatiste din ţările CSI, instituţiile de învăţământ şi de cercetare din ţară - ASEM, UTM, USM, Institutul de Cercetări Economice al AŞM ş.a.

O deschidere esenţială spre mediul academic internaţional sunt *Analele Ştiinţifice ale UCCM*, acreditate în 2008 cu titlu de revistă ştiinţifică peer-reviewed, care înregistrează deja 12 volume.

Performanţele cadrelor didactico-ştiinţifice sunt apreciate de mediul academic din ţară şi de peste hotare, ele fiind parte în diferite organizaţii internaţionale, Comisii de experţi, membri în Colegii de redacţie, Comitete ştiinţifice, conducători ai tezelor de doctorat, participanţi la evenimente ştiinţifice internaţionale.

Acreditarea de către CNAA a UCCM în calitate de **organizaţie din sfera ştiinţei şi inovării** (în anul 2009) la profilul *Economia şi managementul dezvoltării comerţului şi cooperaţiei de consum* şi obţinerea statutului de *membru afiliat al Academiei de Ştiinţe a Moldovei* a amplificat posibilităţile de colaborare ştiinţifică şi a deschis accesul la fonduri naţionale şi internaţionale de finanţare a cercetării.

Începând cu anul 2011 UCCM implementează ***proiecte instituţionale de cercetare,*** unul dintre care este *"Fundamentarea modernizării comerţului şi cooperaţiei de consum din perspectiva implicaţiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice durabile şi protecţiei consumatorilor"* (cu perioada de derulare 2011-2014), obţinut în baza concursului desfăşurat de AŞM (2010). În realizarea acestui proiect este implicat un număr de 38 de cercetători (dintre care 15 tineri cercetători) focusaţi pe tematica investigaţiilor, rezultatele fiind implementate de Ministerul Economiei, Moldcoop, alţi agenţi economici, astfel stabilindu-se un parteneriat eficient ***Universitate-Autorităţi-Mediu de afaceri.***

Activitatea de cercetare în cadrul UCCM are pronunţate ***valenţe aplicative,*** care se manifestă în servicii oferite societăţii – implementarea propunerilor inovative de dezvoltare, învăţământ continuu, expertiză şi consultanţă economică şi managerială etc. – organizate prin intermediul *subdiviziunilor specializate,* create şi dezvoltate în acest scop – *Centrul de Cercetare, Inovare şi Dezvoltare, Laboratorul de cercetări ştiinţifice în comerţ şi domeniile de activitate a cooperaţiei de consum (creat în 2009), Centrul de Studii şi Resurse Cooperatiste (instituit în 2012 – Anul Internaţional al Cooperativelor), Centrul de Dezvoltare, Expertiză şi Consultanţă în Afaceri "Mercurius"(creat în 2010)*, Laboratoare specializate etc.

UCCM susţine un ***dialog constructiv cu autorităţile publice centrale, cu Moldcoop, cu mediul de afaceri.***

- Colaborarea UCCM cu Moldcoop, organizaţiile cooperatiste îşi are expresie în elaborarea strategiilor de dezvoltare, furnizarea de soluţii de modernizare şi de eficientizare a activităţii sectorului, servicii de consultanţă, training ş.a. O realizare marcantă este şi participarea la elaborarea *Programului de dezvoltare a cooperaţiei de consum din Moldova în 2012-2015*, care a fost aprobat la Congresul al XV-lea al acestui sistem (27 ianuarie 2012). Relaţii de colaborare eficiente şi reciproc avantajoase s-au stabilit între universitate şi cooperativele de consum din Străşeni, Leova, Anenii Noi, întreprinderea cooperatistă Prodcoop din mun. Chişinău ş.a.
- Parteneriatul cu *Ministerul Economiei, agenţii din domeniul antreprenoriatului* se materializează în contribuţia la elaborarea documentelor de politici de stat şi perfecţionarea cadrului normativ în domeniul comerţului interior (din 2011 până în prezent). Menţionăm în acest sens participarea la elaborarea *Strategiei de dezvoltare a comerţului interior pentru anii 2013 – 2020*, care va amplifica contribuţiile acestui sector la dezvoltarea socio-economică durabilă.
- Cadrele didactice ale UCCM îşi aduc contribuţia la *perfecţionarea sistemului naţional de contabilitate* (edificarea sistemului contabil al Republicii Moldova, promovarea reformei contabilităţii).

O dimensiune importantă a colaborării cu mediul de afaceri revine implementării conceptului de ***învăţare pe parcursul vieţii.*** Numai din cooperaţia de consum au urmat diferite programe de formare profesională continuă - circa 2200 de angajaţi.

UCCM optează continuu **pentru calitatea prestaţiilor sale**. Printre primele universităţi a implementat şi certificat extern Sistemul de Management al Calităţii conform ISO 9001:2008, în

baza Proiectului susţinut de Fundaţia Soros-Moldova (2003-2007) şi Proiectului de Ameliorare a Competitivităţii susţinut de Camera de Comerţ şi Industrie din Moldova. Această experienţă este diseminată cu succes în mediul academic din ţară şi de peste hotare, majoritatea universităţilor din republică implementând propriile sisteme de management al calităţii.

Dezvoltarea universităţii întotdeauna s-a bazat pe valoroasa tradiţie naţională în domeniul învăţământului, dar şi pe **experienţa internaţională în domeniu.**

Pe parcursul activităţii sale de două decenii, UCCM a devenit membru al diferitor organizaţii internaţionale al:

- Asociaţiei Internaţionale a Universităţilor (anul 1999),
- Memorandumului de colaborare a instituţiilor cooperatiste de învăţământ superior din ţările CSI (anul 1995),
- Asociaţiei Internaţionale a Instituţiilor de Învăţământ Comercial-Economic (anul 2000),
- Asociaţiei Mondiale a Merceologilor şi Tehnologilor (anul 2006) şi a dezvoltat parteneriate cu circa 40 de universităţi din peste 30 de ţări de peste hotare (*România, Finlanda, Germania, Franţa, Belgia, Spania, Rusia, Ucraina, Belarus, Lituania, Kazahstan, S.U.A., Bulgaria, Polonia, Israel, Portugalia, Suedia, Croaţia, Republica Cehă, Ungaria, Macedonia, Montenegro, Serbia, Republica Slovacă, Slovenia).*

Un moment de referinţă în istoria UCCM îl constituie data de 16 Septembrie 2011, care marchează **Semnarea Magna Charta Universitatum**[1] la Universitatea din Bologna, Italia, instituţia noastră devenind cea de-a doua universitate din republică – semnatară a acestui document, care statuează principiile fundamentale ale misiunii academice. Aderarea UCCM la comunitatea de peste 700 de universităţi prestigioase din lume semnatare a Magna Charta Universitatum deschide noi perspective de colaborare interuniversitară internaţională, pe care universitatea este încurajată să le valorifice.

Dezvoltarea UCCM se axează pe *studierea şi transferul bunelor practici* ale sistemelor educaţionale din alte ţări, ale instituţiilor de învăţământ cu performanţe în domeniul educaţional şi de cercetare. UCCM participă în diferite proiecte academice internaţionale, inclusiv: TEMPUS, ERASMUS-MUNDUS, SPACE (European Network for Business Studies and Languages) ş.a.

În calitatea sa de instituţie a Moldcoop, *UCCM este parte a Alianţei Cooperatiste Internaţionale (*ACI), care întruneşte cca un miliard de membri, asociaţi în 267 de organizaţii din 96 de ţări. UCCM *colaborează fructuos cu ACI, Diviziunea Regională Europeană a acesteia "Cooperaives Europe", Comitetul de Cercetare al ACI.*

Recunoscând importanţa cooperativelor la nivel mondial, ***2012*** a fost declarat de ONU – ***Anul Internaţional al Cooperativelor (AIC),*** care s-a desfăşurat sub genericul „Cooperativele construiesc o lume mai bună". Universitatea s-a implicat plenar în realizarea obiectivelor în domeniu, organizând multiple manifestări/activităţi, care s-au înscris în lista evenimentelor consacrate acestui an. Dintre cele mai relevante se remarcă:

[1] Magna Charta Universitatum reprezintă un document ce are o putere simbolică de excepţie, care statuează principiile fundamentale ale misiunii academice. Documentul a fost semnat pe 18 septembrie 1988, la Universitatea din Bologna, cu ocazia aniversării a 900 de ani de existenţă a Alma Mater. Scopul acestui document este de a consfinţi valorile fundamentale ale tradiţiei universitare, de a încuraja dezvoltare a unor relaţii puternice de cooperare între universităţile europene. În prezent au semnat acest document peste 700 de universităţi din lume.

- organizarea Conferinţei ştiinţifice internaţionale *„Cooperativele şi dezvoltarea durabilă într-o economie globală”,* organizată la 26-27 aprilie 2012 în incinta universităţii, la care au participat circa 200 de participanţi din 16 ţări, manageri şi specialişti din cadrul cooperaţiei de consum, reprezentanţi ai mediului de afaceri, stabilindu-se un dialog eficient dintre educaţie-cercetare-mediu de afaceri;
- în *parteneriat cu Ambasada SUA,* în cadrul UCCM a fost organizat *Atelierul cu genericul „Promovarea valorilor cooperatiste prin tineri”*(la 10 decembrie 2011), care a întrunit elevi din toate raioanele republicii;
- în AIC UCCM a fost onorată de *vizita* Directorului Diviziunii Regionale a ACI *”Cooperativele Europei”* [2] *, dl Klaus Niederlander,* discuţiile cu cadrele didactice, studenţii universităţii au punctat noi perspective de dezvoltare a educaţiei, cercetării şi mişcării cooperatiste.

În prezent **universitatea este recunoscută nu doar în ţară, dar şi în afara ei**, calitatea prestaţiilor dovedindu-se, în primul rând, prin ***profesionalismul absolvenţilor,*** pe care îi considerăm patrimoniul cel mai de preţ.

Cei cca *6000 de absolvenţi ai UCCM* activează cu succes în cele mai variate domenii din sectoarele public şi privat, nonguvernamental, aducându-şi contribuţia la dezvoltarea socio-economică a ţării în calitate de parlamentari, manageri, cadre didactice, experţi, specialişti etc. Performanţele lor sunt apreciate şi de companiile internaţionale din ţară şi de peste hotare.

După ***două decenii de activitate***, suntem în drept să afirmăm cu mândrie că UCCM a menţinut şi temeliile universităţii clasice, humboldtiene, constituindu-se pe parcursul celor două decenii de activitate în calitatea pe care o râvneşte orice universitate ***–de centru cultural, academic, ştiinţific, perseverând pe vectorul universităţii moderne – educaţie-cercetare-inovare-dezvoltare,*** pe care îl urmează cu fidelitate, modernizându-şi permanent politicile de activitate internă şi de colaborare externă.

Privind cu emoţie la cei 20 de ani parcurşi de la înfiinţare, exprimăm *profunda recunoştinţă tuturor celor, care prin efortul, inteligenţa şi gândirea creativă au dat naştere şi strălucire instituţiei noastre,* contribuind la asigurarea economiei naţionale cu numeroase promoţii de specialişti de calificare înaltă.

Linia de acţiune a UCCM pe viitor, stabilită în acord cu politicile Europene, se bazează pe interacţiunea eficientă dintre EDUCAŢIE, CERCETARE- INOVARE şi ŞANSE de ANGAJARE într-un Triunghi al Cunoaşterii, în care programele profesional orientate joacă un rol decisiv.

Fie ca faptele bune să se înmulţească şi viitoarele rezultate ale UCCM să fie pe potriva aspiraţiilor.

[2] Organizaţia ”Cooperativele Europei” întruneşte 91 de organizaţii-membre din 35 de Ţări Europene, asociază 123 de milioane de membri individuali, 160 de mii de întreprinderi cooperative, oferă 5,4 milioane de locuri de muncă.

PERSPECTIVELE ŞI PROVOCĂRILE PE TERMEN MEDIU PENTRU PROCESUL CREŞTERII ECONOMICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA

***Stratan Alexandru**, dr. hab., prof. univ.,*
***Rojco Anatolie**, dr., conf. cerc.,*
***Fala Alexandru**, cerc. şt.,*
Institutul Naţional de Cercetări Economice al AŞM

Developments in early 2013 indicate that Moldova's economy has a very low immunity to international trends negatively influencing the growth capacity in this year. Although early signs of recovery have emerged, from the optimistic estimates for agricultural sector developments, the situation of major trading partners and, presumably, slight improvement of the business environment, advance in the second quarter still indicates increased fragility of economy, cushion in growth expectations at the beginning of approaching about 5% at the beginning of the year.

***Key words:** innovation, investment task activity, aggregate demand, growth, consumption, national infrastructure, retirement system.*

Dinamica sectoarelor economice în 2012 a fost negativă, iar rezultatul agregat al activităţii economice din 2012 s-a transpus într-un ritm de creştere de -0,8%. În 2013 evoluţia economiei naţionale ar putea fi una pozitivă, datorită faptului că economia mondială dă semne de stabilizare, chiar dacă nivelul incertitudinii rămâne destul de înalt. Mai multe metode de prognozare, utilizate pentru previzionarea PIB-ului, indică asupra unui ritm pozitiv de creştere economică în 2013, ce ar varia între 2-6%.

Tabel 1. Previziuni privind creşterea economică din Republica Moldova pentru anul 2013

METODA DE PROGNOZARE	PARTICULARITĂŢILE METODELOR DE PROGNOZARE	VALOAREA PROGNOZEI, %
Model Autoregresiv de Medie Mobilă cu Sezonalitate $SARMA_{(0,1,0)\cdot(0,4,0)}$	Prognozare realizată în baza datelor trimestriale privind evoluţia PIB pentru perioada trim. I 2003- trim. II 2012. În calitate de deflator a fost utilizat Indicele Preţurilor Producţiei Industriale (trim. I 2003 =100).	**2**
Ajustarea sezonieră prin metoda Holt-Winters	Prognozare realizată în baza datelor trimestriale privind evoluţia PIB pentru perioada trim. I 2003- trim. II 2012. În calitate de deflator a fost utilizat Indicele Preţurilor Producţiei Industriale (trim. I 2003 =100).	**4,1**
Modelul macro-econometric al INCE	Observări anuale pentru perioada 1994-2012. Model cu 80 de regresii şi relaţii de identitate.	**6,0**

Sursa: elaborat de autori

De asemenea, trebuie menţionat şi faptul că, sub aspect funcţional, economia naţională se bazează pe consum, susţinut în mare parte de remiteri – situaţie care ar mai putea aduce beneficii pentru Republica Moldova pe termen mediu. În acelaşi timp, din cauza fragilităţii arhitecturii economice a Republicii Moldova, procesul creşterii este extrem de vulnerabil la şocuri, atât de ordin extern, cât şi intern. Probabilitatea producerii unor şocuri va plana constant asupra economiei naţionale pe termen mediu, fapt ce va afecta negativ creşterea. Printre şocurile ce ar putea afecta economia naţională se numără:

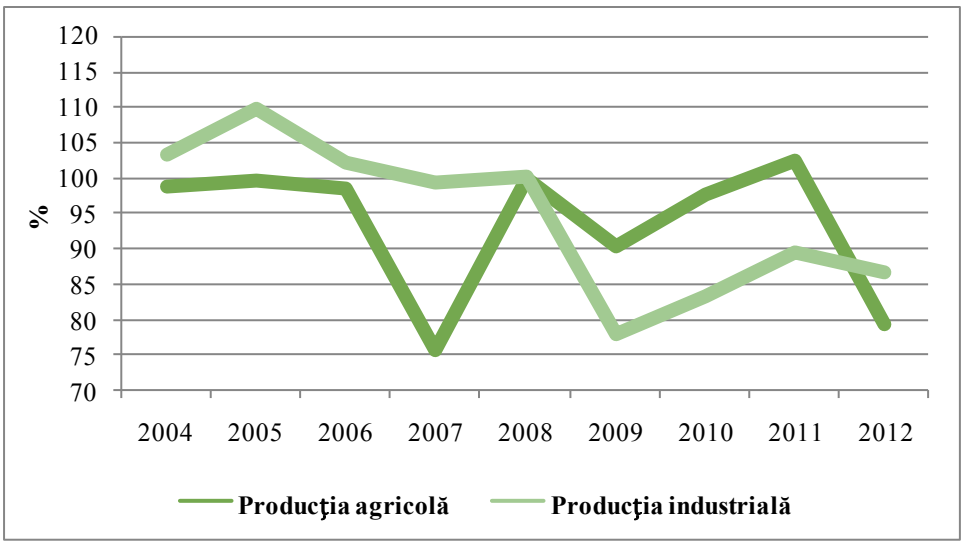
- creşterea preţurilor la produsele energetice;
- introducerea unor măsuri prohibitive pentru exportul produselor moldoveneşti pe pieţele estice;
- revenirea economică greoaie în statele Uniunii Europene;
- condiţiile climaterice nefavorabile ce ar afecta sectorul agricol şi industria alimentară.

Evoluţiile sectoarelor economice din 2012 denotă înalta sensibilitate faţă de condiţiile externe. În 2012 industria a descrescut cu 3,1%, acest rezultat plasează sectorul sub nivelul anului 2008. În 2013, pentru a asigura revenirea la nivelul anului 2008, va fi nevoie de o creştere de aproximativ 9,3%. Deosebit de tare a scăzut agricultura. În 2012 acest sector a fost afectat de condiţii climaterice nefavorabile – per total agricultura s-a contractat cu 22,4%, iar producţia vegetală s-a redus cu 32,6%. În domeniul serviciilor, la fel s-au înregistrat descreşteri:

- volumul mărfurilor transportate s-a redus cu 2,9%;
- în domeniul activităţii comerciale, doar cifra de afaceri rezultată din serviciile prestate populaţiei a crescut cu 3,1%, restul tipurilor de comerţ s-au diminuat;
- volumul construcţiilor realizate în antrepriză s-a micşorat cu 4%.

Pe termen mediu sectorul bunurilor şi serviciilor îşi va reveni lent. În 2013 industria va avea un ritm pozitiv de creştere, însă această avansare nu va permite atingerea nivelului din anul 2008. Agricultura ar putea să cunoască un salt important, totuşi, acest sector va rămâne volatil, fiind extrem de vulnerabil la schimbările meteorologice. Serviciile ar putea cunoaşte o revenire care va fi neuniformă: pentru construcţii nu se anticipează avansări importante, în transporturi pot fi atinse şi chiar depăşite rezultatele anului 2012, comerţul se va stabiliza, existând premise bune pentru creştere.

Figura 1. Evoluţia sectoarelor tradable (2008 = 100)



Sursa: elaborat de autori în baza datelor preluate de pe http://www.statistica.md

În 2012 cererea agregată a cunoscut o evoluţie relativ stabilă. Uşoara creştere a volumului remiterilor (transferurile prin sistemul bancar a sporit cu 3,5% în 2012 comparativ cu 2011), precum şi majorarea salariului în termeni reali cu 4,1% a permis o uşoară avansare a consumului gospodăriilor cu 1%. Din cauza temperării cererii externe, exportul de bunuri şi servicii a crescut nesemnificativ cu 2,3% - o creştere ce este comparabilă cu majorarea importului, care a fost de 2,5%. Pe de altă parte, s-a produs o scădere a investiţiilor în active materiale pe termen lung cu 4,1%.

Pe termen mediu, activitatea investiţională va continua să fie un motor auxiliar în generarea creşterii şi nu va avea o cadenţă sporită - apetitul investiţional al agenţilor economici din Republica Moldova va fi redus, iar problemele din economia mondială demotivează firmele străine să-şi extindă afacerile. Chiar şi în cazul unei creşteri economice nesemnificative, la capitolul finanţe publice se va menţine o situaţie relativ satisfăcătoare - cel mai probabil, în 2013, Republica Moldova va reuşi să-şi menţină deficitul bugetar sub 3% din PIB. Totodată în cazul Republicii Moldova, din cauza volumului redus al încasărilor, nu există posibilităţi pentru stimularea creşterii pe seama expansiuni cererii din contul cheltuielilor publice, din contra, puternica dependenţă a economiei de intrările de valută (venituri din export şi remiteri) face extrem de fragilă stabilitatea bugetară.

Pe termen lung, este puţin probabilă menţinerea actualului model de funcţionare a economiei naţionale. Odată cu absorbţia migranţilor de către ţările gazdă şi reuniunea peste hotare cu familiile sale, volumul remiterilor direcţionate spre Republica Moldova se va reduce mult. În acest context, se impune schimbarea ”modelului” de funcţionare a economiei naţionale. Sursele ce ar putea asigura dezvoltarea economică durabilă rămân a fi investiţiile şi exportul. În acelaşi timp, remodelarea economiei naţionale impune realizarea unor schimbări structurale profunde.

În vederea sporirii activităţii investiţionale este imperativă ameliorare a mediului de afaceri. În acest sens, se impun realizarea reformelor pe următoarele dimensiuni:

- simplificarea în continuarea operaţiunilor / iniţierii afacerilor;
- înlăturarea barierelor în comerţ transfrontalier;
- îmbunătăţirea dialogului dintre sectoarele public şi privat;
- crearea unui mediu concurenţial autentic.

Un risc pentru finanţele publice vine din partea sistemului de pensionare. Reformarea sistemului de pensionare devine un imperativ pentru Republica Moldova. Amânarea unei transformări profunde a sistemului de pensionare poate genera constrângeri atât pentru sistemul finanţelor publice, cât şi pentru sectorul social. Actualitatea acestei probleme este determinată de faptul, că în Republica Moldova pensionar este fiecare al şaselea locuitor al ţării, şi asigurarea unui nivel decent de trai pentru pensionari este una din principalele obiective ale politicii sociale de stat. Realizarea acestui obiectiv se confruntă cu tendinţele negative, provocate atât de către factorii interni faţă de sistemul de pensii, cât şi de factorii externi – demografici şi macroeconomici.

Cea mai acută problemă a sistemului de pensii al Republicii Moldova este lipsa eficienţei, care se exprimă prin următoarele:

I. Caracterul inadecvat al achitării pensiilor. El se caracterizează prin:

- raportul negativ dintre mărimea pensiei medii lunare şi mărimea minimului de existenţă al pensionarilor. În 2011, raportul dintre pensia medie lunară şi minimul de existenţă al pensionarului a constituit 73,8% (pentru comparaţie: în Ucraina –156,6%; Rusia – 163,0%);

- mărimea mică a pensiei medii lunare. La sfârşitul anului 2011 mărimea medie a pensiei lunare, recalculată în dolari SUA conform cursului oficial de schimb, a constituit 74,5 dolari, în timp ce în Ucraina –144,6 dolari (de 1,9 ori mai mult), în România – 253,6 dolari (de 3,4 ori mai mult), în Rusia – 254,0 dolari (de 3,4 ori mai mult);
- valoarea mică a coeficientului de înlocuire. În 2011 coeficientul de înlocuire a alcătuit 28,2%, pe când în Rusia – 38,0%, în România – 45,2%, în Ucraina – 47,6% (codul European de securitate socială recomandă un nivel de 40%).

II. Greutatea poverii pensiilor. Ea este exprimată prin:

- ponderea relativ înaltă a cheltuielilor din pensii în PIB. În 2011 cheltuielile pentru achitarea pensiilor au atins 6481,7 milioane lei, ceea ce constituie 7,89 % faţă de cuantumul PIB-lui anual al ţării. Aceasta este mai puţin decât în mediu pe ţările OCDE (8,3%), dar mai mult decât în aşa ţări ca: Cehia, Irlanda, Slovacia, Norvegia, Turcia, Japonia, Australia;
- taxele destul de înalte a contribuţiilor de pensii. Taxa sumară a contribuţiei obligatorii a asigurărilor sociale de stat în Republica Moldova în ultimii ani a constituit 29% faţă de fondul de salarizare. Aceasta este mai puţin, decât în aşa ţări precum: Portugalia (34,8%), Ungaria (33,5%) şi Italia (33,0%). Cu toate acestea, taxa contribuţiei obligatorii a asigurărilor sociale de stat în Republica Moldova este mai mare decât în majoritatea ţărilor, iar comparativ cu unele dintre ele este de 3 ori mai înaltă. Această taxă este, de asemenea, mai înaltă decât în mediu pe ţările OCDE (21,0%). Astfel, comparativ cu unele ţări dezvoltate, în Republica Moldova sunt aplicate taxe mai înalte de contribuţii de pensii, pe de o parte, şi un nivel semnificativ mai scăzut de pensii, pe de altă parte. Acest lucru arată eficienţa extrem de scăzută a funcţionării sistemului de pensii din ţară.

III. Instabilitatea financiară a sistemului de pensii, are un impact negativ cauzat de înrăutăţirea situaţiei demografice din ţară.

Pentru depăşirea acestor tendinţe negative este necesar de a efectua modernizarea sistemului de pensii. Ţinând cont de experienţa efectuării reformei sistemului de pensii în alte ţări, în Republica Moldova este oportun de a menţine funcţionarea principiilor distributive ale sistemului de pensii. Este necesar de a orienta perfecţionarea acestuia prin corectarea celor mai importanţi parametri ai sistemului de pensii.

Obiectivul strategic de perfecţionare a sistemului de pensii din Republica Moldova trebuie să fie asigurarea funcţionării stabile a acestuia, capabil să sprijine nivelul acceptabil al pensiilor pentru beneficiarii lui, asigurând, totodată, "povara" acceptabilă a finanţării pensiilor. Acest obiectiv strategic îşi găseşte exprimarea sa în următoarele trei obiective de perfecţionare a sistemului de pensii:

- reducerea riscului sărăciei pensionarilor;
- menţinerea nivelului de consum pe parcursul ciclului de viaţă;
- consolidarea stabilităţii financiare a sistemului de pensii.

Direcţia de bază a reducerii riscului de sărăcie a "tinerilor" pensionari trebuie să fie crearea oportunităţilor pentru ocuparea lor după posibilităţi şi asigurarea pe această bază, a sursei de venit suplimentar la pensie – venit din munca salariată. Pentru pensionarii, care nu au posibilităţi fizice de obţinere a venitului suplimentar din salariu, sunt necesare măsuri pentru sprijinul condiţiilor lor materiale de trai prin condiţiile sistemului de asistenţă socială.

Consolidarea stabilităţii financiare a sistemului de pensii, care presupune posibilitatea lui de a îndeplini obligaţiunile sale pe termen îndelungat, se va realiza prin două metode:

a) perfecţionarea corelaţiei dintre numărul angajaţilor şi pensionarilor; b) introducerea limitelor creşterii obligaţiunilor faţă de pensionari.

În condiţiile unei îmbătrâniri continue a populaţiei pentru îmbunătăţirea raportului dintre lucrători, si pensionari şi ridicarea pe această bază a stabilităţii sistemului de pensii din Republica Moldova este nevoie de a lua măsuri pentru consolidarea securităţii demografice a populaţiei. O altă măsură eficientă de reglementare a stabilităţii financiare de către stat a sistemului de pensii ar putea fi o reducere semnificativă a economiei tenebre şi a cuantumului salariului ascuns, rezultatul căreia ar fi o creştere a volumurilor contribuţiilor de asigurare.

Limitarea creşterii obligaţiilor de pensii a statului faţă de angajaţi presupune schimbarea schemelor de indexare a pensiilor şi ridicarea vârstei de pensionare. Ridicarea vârstei de pensionare trebuie să devină unul dintre principalele componente ale noului model de pensionare în Moldova. Calculele au arătat, că în cadrul acestui model, vârsta de pensionare pentru bărbaţi este necesar de a o menţine la nivelul actual – 62 de ani şi de a-l ridica pentru femei – de la 57 până la 60 de ani.

În acelaşi timp pentru a spori eficienţa instituţiilor publice este nevoie de o nouă reglementare a modului în care sunt administraţi banii publici de către instituţiile finanţate de la bugetul de stat. Reformarea ar trebui să fie orientată spre sporirea autonomiei şi flexibilităţii instituţiilor publice în materie de gestionare a surselor financiare.

În materie de comerţ este improbabilă repetarea evoluţiilor înregistrate în 2010-2011, când creşterea exportului a devansat majorarea importului. Sunt câteva cauze importante care determină performanţa redusă a exporturilor naţionale:

- mediul economic nefavorabil, care deloc nu stimulează nici comerţul exterior şi nici activitatea investiţională, ci din contra constituie o constrângere pentru acestea;
- sectoarele tradable (în special agricultura şi industria) au evoluţii instabile şi progrese modeste, iar implicit posedă o capacitate limitată de a asigura exportul cu produse;
- necorespunderea unei game largi de produse indigene cu standardele de calitate europene.

Calitatea infrastructuri inaţionale poate fi calificată ca una destu de rea, fiind necesare o serie de măsuri în vederea îmbunătăţirii acesteia. Eforturile în domeniul infrastructurii trebuie orientate pe următoarele direcţii:

- Diversificarea surselor de aprovizionare cu energie a Republicii Moldova;
- Asigurarea cu resurse energetice a edificiilor din localităţi trebuie de reorientat de la utilizarea gazului la folosirea surselor alternative. În acelaşi timp, urmează reorientarea de la gazificare spre utilizarea altor surse (brichete, peleţi etc.);
- Îmbunătăţirea eficienţei energetice;
- Restructurarea politicilor tarifare în vederea ajustării tarifelor la costuri;
- Restructurarea întreprinderilor de stat ce gestionează infrastructura prin promovarea eficienţii şi a practicilor comerciale în activitatea acestora.

Pentru a susţine pilonul cunoştinţelor se recomandă următoarele măsuri:

- Reconsiderarea procesului de optimizare a şcolilor. Pentru asigurarea transportării elevilor trebuie de asigurat localităţile cu un minim de infrastructură necesară (staţii şi drumuri centrale din localităţi, cel puţin cu acoperire de pietriş). Procesul de optimizare trebuie de realizat prin consultarea comunităţilor;
- Reformarea sistemului de învăţământ trebuie axată pe modificarea curriculei şi îmbunătăţirea procesului de formare a cadrelor didactice;
- Îmbunătăţirea calităţii învăţământului profesional şi superior. Un rol important în reformare l-ar avea stabilirea parteneriatelor dintre mediul academic şi cel de business.

La fel, este necesar de a perfecţiona mecanismele de stimulare de stat a activităţii inovaţionale a întreprinderilor în următoarele direcţii:

- stabilirea de către guvern a granturilor pentru realizarea proiectelor de inovare în cadrul comenzilor de stat;
- subvenţionarea de către stat a diferitor forme de investire nestatală în crearea fondurilor venture, fondurilor specializate pentru dezvoltarea tehnologică, a parcurilor ştiinţifico-tehnologice, incubatoarelor de inovare, clusterelor;
- reglementarea de stat a cererii pentru produsele inovaţionale prin introducerea standardelor mai ridicate pentru diverse tipuri de produse şi servicii;
- identificarea de către guvern a listei de produse şi tehnologii, care sunt prioritare pentru Republica Moldova pentru o anumită perioadă de timp (1-3 ani) şi care necesită susţinere preferenţială de stat la elaborarea şi lansarea lor în mod inovator;
- reglementarea de stat a barierelor administrative pentru facilitarea lansării pe piaţă a produselor inovaţionale ale întreprinderilor mici şi mijlocii;
- perfecţionarea cadrului legal în domeniul dezvoltării sistemului informativ-analitic de asigurare a realizării politicii inovaţionale de stat şi monitorizării situaţiei în dezvoltarea inovaţională a economiei;
- consolidarea sistemului de protecţie a drepturilor de proprietate intelectuală, creşterea activităţii de brevetare a antreprenorilor autohtoni în ţară şi în străinătate.

Bibliografie:

1. Рожко, А., Стременовская, З. *Пенсионная система Республики Молдов*а: проблемы и решения. LAP Lambert Academic Publishing, 2013, 124 с.
2. http://www.statistica.md/newsview.php?l=ro&idc=168&id=4112

ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX В.

***Нестуля А. А.**, д.и.н., проф.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

The views of European scholars of the second half of the XIX century concerning the nature of leadership and the role of leaders-heroes, leaders-chiefs in management processes, mechanisms of their interaction with the masses are examined.

***Key words:** management, leadership, leader-hero, crowd, public.*

Лидерство, как важный аспект управления с середины 30-х годов прошлого века не только прочно вошло в теорию и практику менеджмента, а как особый феномен, вышло за его пределы. Довольно значительные трансформационные изменения, которые претерпело лидерство в контексте определения его сущности, содержания, механизмов и других факторов реализации их потенциала, лишь подчеркнули его непреходящее значение в эффективном функционировании организаций и систем.

Не случайно ни одно фундаментальное руководство по менеджменту или управлению не обходится без раздела «Лидерство» [21,19,13]. Лидерство выделилось в отдельную учебную дисциплину [3]. Что касается научных публикаций по проблемам лидерства, то их число растет с каждым годом почти в геометрической прогрессии [8]. Среди научных исследований по лидерству немало публикаций посвящено поискам истоков его теорий. Их находят еще в трудах Конфуция [16], Сунь-Цзы [12], Платона [23], Н. Макиавелли [8] и др. «Однако особый интерес к проблеме лидерства, - отмечает Т. Бендас, - появился в XIX веке».

Наибольшее влияние на ученых того периода, - отмечает исследовательница, оказали работы Г. Спенсера, Ч. Ломброзо, Т. Карлейля и особенно Ф. Гальтона » [1, с. 51]. В число тех ученых, которые занимались проблемами выдающихся личностей во второй половине XIX в. следует добавить также имена Г. Лебона и Г. Тарда, вклад которых в психологическое изображение лидера-вождя мастерски проанализировал С. Московичи [14], а также Ф. Ницше, творчество которого уже более века не обходят вниманием ученые разных направлений [4].

Не обделены вниманием и анализом современных ученых и работы Г. Спенсера [24], Ч. Ламброзо [7], Т. Карлейля [18], Ф. Гальтона [5]. Однако исследователей их наследия интересуют в первую очередь философско-социальные и социально-психологические аспекты выполненных ими портретных исследований лидеров-героев, лидеров-вождей.

В связи с этим в предлагаемой статье ставится цель проанализировать взгляды выдающихся ученых второй половины XIX в., во-первых, на природу лидерства в целом и лидеров, которые в то время отождествлялись с героями, гениями или вождями масс. Во-вторых, исследовать то место и роль, которые в управлении отводились им учеными второй половины XIX в. Наконец, в-третьих, по каким чертам идентифицировались лидеры-герои, лидеры-вожди.

В числе первых исследователей этих проблем середины XIX в. следует назвать имя Томаса Карлейля. Английский философ, писатель и публицист Т. Карлейль в развернутом цикле лекций «Герои, почитание героев и героическое в истории», которые он читал в

1837-1840 гг., обосновал собственную историко-философскую концепцию, основные положения которой сводились к тому, что обществом должны управлять герои. Последние становятся вождями в силу особых духовных качеств, а широкие массы хотят лишь одного, чтобы ими руководили люди высшего порядка: «избранные», «лучшие», «мудрее», «герои», «гении», - наделенные целостным восприятием мира через озарение, откровение, интуицию, воображение и др. «Ибо всемирная история, история того, что человек совершил в этом мире, - утверждал Т. Карлейль, - есть..., в сущности, история великих людей, потрудившихся здесь, на земле. Они, эти великие люди, были вождями человечества, воспитателями, образцами и, в широком смысле, творцами всего того, что вся масса людей вообще стремилась осуществить, чего она хотела достигнуть; все содеянное в этом мире представляет, в сущности, внешний материальный результат, практическую реализацию и воплощение мыслей, принадлежавшим великим людям, посланным в наш мир. История этих последних составляет поистине душу всей мировой истории» [6, с. 6].

Каждую из шести тем своих лекций Т. Карлейль посвятил отдельному, по его мнению, типу героев. О них и представителях этих типов свидетельствуют названия лекций-бесед Т.Карлейля: «Герой, как божество. Один», «Герой как пророк. Магомет: ислам», «Герой как поэт. Данте, Шекспир», «Герой как пастырь. Лютер: реформация. Нокс: Пуританизм», «Герой как писатель. Джонсон. Руссо. Бернс», «Герой как вождь. Кромвель. Наполеон. Современный революционаризм».

Каждый великий человек, по Карлейлю – это «источник жизненного света, близость которого всегда действует на человека благодетельно и приятно. Это – свет, озаряющий мир, освещающий тьму мира, это не просто зажженный светильник, а, скорее, природное светило, сияющее как дар неба; источник природной, оригинальной прозорливости, мужества и героического благородства, распространяющий всюду свои лучи, в сиянии которых всякая душа чувствует себя хорошо» [6, с. 6].

На широкие массы Т. Карлейль смотрел, как на толпу, «орудие в руках героев». Правда, по его мнению, героическое в обществе время от времени ослабляется. И тогда скрытые в толпе слепые разрушительные силы вырываются наружу, порождая хаос и социальные проблемы. Но так продолжается до тех пор, пока общество снова не найдет в себе «настоящих героев» [15, с. 150-151].

Не представлял поступательного развития консервативного человечества без активной направляющей деятельности героев и автор «психо-зоологической теории» Чезаре Ломброзо. В одной из самых известных своих работ «Гениальность и помешательство» (1864) он сделал попытку исследовать влияние природных, расовых, наследственных факторов на появление гениев, проанализировал особенности гениальных людей, страдающих психическими расстройствами и проявления гениальности у душевнобольных. В результате он обобщил «исключительные особенности гениальных людей». В заключительной главе именно под таким названием он, по сути, полемизирует с некоторыми современными интерпретаторами наследия Ч. Ломброзо, которые, ссылаясь на его работы, утверждают, что «гениальность вообще есть не что иное, как невроз». «Нет, - отмечает Ч. Ломброзо, - такой вывод был бы ошибочным» [11, с.161].

Существенное влияние на изучение проблемы героев, а в контексте их отношений с толпой и проблемы лидерства во второй половине XIX в. имели также работы английского психолога и антрополога, близкого друга Г. Спенсера и двоюродного брата Ч. Дарвина Фрэнсиса Гальтона (Гольтона). По определению Т. Карлейля, он вполне заслуженно мог претендовать на титул гения по наследственному признаку. Основания для такого

определения давали его жизненные достижения: в полтора года Френсис знал алфавит, в два с половиной – читал, в три – писал, в четыре – декламировал стихи на латыни, знал арифметику и французский язык, в шесть – всю английскую классическую литературу, в восемь – читал в оригинале «Метаморфозы» Овидия.

Окончив Кембриджский университет, изучал географию и этнографию, метеорологию (открыл и теоретически объяснил явление антициклона), увлекался статистикой, экспериментальной психологией, разработал антропометрию и дактилоскопию (первым открыл, что узоры пальцев имеют индивидуальные особенности), был основоположником евгеники – учения об улучшении наследственности человека [17].

Не без влияния Ч. Дарвина с начала 60-х годов XIX столетия Ф. Гальтон увлекся исследованием проблемы наследственности таланта. Проведя анкетирование (также его открытие) более 300 представителей английской интеллектуальной элиты, он пришел к выводу о наследственности выдающихся способностей людей, которые проявляются в ряде поколений. «То обстоятельство, что высокая даровитость бывает редким явлением, - писал Ф. Гальтон в своем всемирно известном труде «Наследственность таланта», - а посредственность – крайне частым, оказывается вовсе не случайным, но вытекает из необходимости, из самой природы вещей» [2, с. 32].

В своей работе Ф. Гальтон выступил против естественного равенства между людьми. Он утверждал, что интеллектуальные способности наследуются так же, как и физические, а качество потомства определяется и отцом и матерью «Я, - писал Ф. Гальтон, - самым безусловным образом отвергаю предположение о природном равенстве между людьми... Я вполне признаю важное значение воспитания и различных общественных влияний на развитие деятельных сил ума, так же как я признаю действие упражнения на развитие мышц руки кузнеца, но никак не более. Сколько бы кузнец ни работал, он рано или поздно убедится, что есть вещи, которые ему не под силу и которые между тем возможны для человека с геркулесовым сложением, хотя бы последний и вел сидячий образ жизни» [2, с. 15]. С его выводами полностью согласился Ч. Дарвин, который писал: «Я склонен согласиться с мнением Фрэнсиса Гальтона, что обучение и среда оказывают лишь слабое влияние на разум каждого человека и что большинство наших черт врожденные» [5, с. 51].

В раннем детстве признаки гениальности оказались также у автора глубоких исследований по проблемам лидеров-героев и их отношений с толпой – немецкого философа Фридриха Ницше. Еще 24-летним студентом Лейпцигского университета его пригласили на должность профессора классической философии Базельского университета. Через год Лейпцигский университет присудил ему степень доктора наук по совокупности работ – без защиты диссертации.

В 70-80-е годы XIX века Ф. Ницше обосновал свою философскую концепцию, под влиянием которой на протяжении первой половины XX столетия находились большинство выдающихся немецких и французских философов, поэтов и писателей. В центре концепции находятся такие понятия как сверхчеловек и воля к власти. Именно последняя, по мнению Ф. Ницше, составляет сущность и причину бытия мира. Наиболее полно она проявляется в органическом мире, в живой природе. Инстинкт воли к власти пронизывает весь животный мир и по своей природе присущ человеку. Благодаря «инстинкту воли к власти» человек вышел победителем в борьбе за выживание. И в реальной жизни среди людей выживает сильнейший.

Ф. Ницше считал, что человек полностью еще не вырвался из животного состояния. Об этом свидетельствовала бессмысленная конкуренция людей между собой, войны, общая ненависть к неординарному, талантливому и одновременно заниженные личная самооценка и личные жизненные устремления. По мнению Ф. Ницше именно зависть маленьких серых людей и является главным источником зла в мире.

Лишь в отдельных индивидах природа достигла действительно человеческого состояния: это философы, художники и святые. Воспитать их можно только тогда, когда каждый начнет заниматься своим делом по призванию. Человек – лишь путь к тому человеку, который действительно уже не животное, а воин, сверхчеловек. Лишь через стремление к сверхчеловеку, который обладает развитыми инстинктами, силой жизни, смелостью и настойчивостью, можно стать человеком в подлинном смысле этого слова. Для сверхчеловека реализация воли к власти – призвание, обязанность. «Они господствуют не потому, что хотят, а потому, что они – господа; они не вольны быть вторыми». Поэтому и относятся к высшей касте общества, обладая правами «воплощать на земле счастье, красоту и благо» [16, с.84].

Ко второму слою относятся люди преимущественно мускульные, с сильным темпераментом - стражи, воины, судьи и др. управленцы. Вместе они – последователи и ученики первых. Вместе с ними они составляют элиту общества.

Третий слой составляют люди с посредственными способностями к ремеслу, торговле, земледелию. «Что ты общественно полезен, что ты и функция и колесико, предопределено природой, - утверждал Ф.Ницше. – Для посредственности быть посредственностью счастье» [16, с.85].

По мнению современных философов критика Ф.Ницше серых, слабых, убогих, посредственных и т.д. людей, отнюдь не свидетельствует об антигуманизме немецкого философа. Так, например, считает российский исследователь наследия Ф.Ницше И.И.Евлампиев. «Становление сверхчеловека, - пишет он, - происходит внутри каждой личности и за счет ее глубокой творческой энергии, укорененной в потенциальной бесконечности ее бытия, не знающего ограничений и необходимости». При этом отличие того состояния человека, в котором он находится сейчас, от состояния, определенного термином «сверхчеловек», заключается лишь в том, что в последнем состоянии человек раскрывает свое истинное значение, переводит его из формы потенциальности в форму актуальности [4, с.89]. То есть идея сверхчеловека – это призыв к достижению возможного для самих людей, призыв к ним хотя бы частично преодолеть самих себя.

Заметный вклад в изучение лидерства в социально-философском контексте сделал французский философ и социолог Гюстав Лебон. Изучая кроме философии и социологии, медицину, психологию, антропологию, историю, он стал признанным основателем социальной психологии.

В своей работе «Психология народов и масс» Г. Лебон одним из первых попытался теоретически обосновать приход «эры толпы» и определить его последствия для общества, как общий упадок культуры. Главными чертами толпы Г. Лебон считал анонимность, заразительность, внушаемость, стремление немедленно воплотить свои идеи в жизнь, импульсивность, гипертрофированную эмоциональность, иррациональность. При этом, по мнению Г. Лебона, толпа уважает только силу и не способна думать, подчиняется не аргументам, а тем, кто дает ей перспективу воплощения в жизнь доминирующих внутри него иллюзий.

В связи с этим, делает вывод Г. Лебон, толпе всегда нужен лидер-вожак, вождь. Роль лидера является очень значительной, поскольку именно он внушает и гипнотизирует толпу, организует и вдохновляет ее, становится образцом и средоточием силы и воли. Однако толпа не прощает превосходства над собой, слабости, отступления от борьбы за реализацию ее мечтаний, иллюзий.

Именно поэтому, отмечает Г. Лебон, «обычно вожаки не принадлежат к числу мыслителей – это люди действия. Они не обладают проницательностью, так как проницательность ведет обыкновенно к сомнениям и бездействию. Чаще всего вожаками бывают психически неуравновешенные люди, помешанные, находящиеся на границе безумия. Как бы ни была нелепа идея, которую они защищают, и цель, к которой они стремятся, их убеждения нельзя поколебать никакими доводами рассудка. Презрение и преследование не производят на них впечатления, или же только еще сильнее возбуждают их. Личный интерес, семья – все ими приносится в жертву. Инстинкт самосохранения у них исчезает до такой степени, что единственная награда, к которой они стремятся – это мученичество. Напряженность их собственной веры придает их словам громадную силу внушения. Толпа всегда готова слушать человека, одаренного сильной волей и умеющего действовать на нее внушительным образом» [10, с. 235].

Определив главные черты лидеров-вожаков, Г. Лебон попытался дать их классификацию по ряду признаков. «Класс вожаков, - писал он, - удобно подразделяется на две определенные категории. К одной относятся люди энергичные, с сильной, но появляющейся у них лишь на короткое время волей; к другой – вожаки, встречающиеся гораздо реже, обладающие сильной, но в то же время и стойкой волей. Первые – смелы, буйны, храбры; они особенно пригодны для внезапных дерзких предприятий, для того, чтобы увлечь массы несмотря на опасность и превратить в героев вчерашних рекрутов...

Вторая категория вожаков, обладающих стойкой волей, не столь блестяща, но имеет гораздо большее значение ... Их упорная воля представляет собой такое бесконечно редкое и бесконечно могущественное качество, которое все заставляет себе покоряться. Часто не отдают себе достаточно отчета в том, чего можно достигнуть посредством упорной и сильной воли, а между тем, ничто не может противостоять такой воле – ни природа, ни боги, ни люди» [10, с.237-238].

Характеризуя лидеров по способам воздействия на толпу, Г. Лебон допускает для достижения краткосрочных целей метода внушения. «Однако толпа, - по мнению Г. Лебона, - чтобы повиноваться внушению, должна быть подготовлена к этому раньше известными обстоятельствами, и главное – надо, чтобы тот, кто хочет увлечь ее за собой, обладал особенным качеством, известным под именем обаяния...

Когда же дело идет о том, чтобы заставить душу толпы проникнуться какими-нибудь идеями или верованиями, например, современными социальными теориями, то применяются другие способы, преимущественно следующие: утверждение, повторение, зараза» [10, с.239].

Наконец, Г. Лебон классифицирует лидеров по «типу» привлекательности, считая, что «идеи, распространяемые путем утверждения, повторения и заразы, обязаны своим могуществом главным образом таинственной силе, которую они приобретают, – обаянию.

Идеи или люди, подчинявшие себе мир, господствовали над ними преимущественно благодаря этой непреодолимой силе, именуемой обаянием» [10, с. 244].

Французский социолог, криминолог и публицист последней трети XIX в. Габриэль Тард, анализируя диалектику отношений толпы и вождя-лидера, во многом соглашался с Г. Лебоном. В частности, он признавал, что для всех толп присущи «чудовищная нетерпимость, забавная гордость, болезненная восприимчивость, доводящее до безумия чувство безнаказанности, рожденное иллюзией своего всемогущества и совершенная утрата чувства меры ... Для толпы нет середины между отвращением и обожанием, между ужасом и энтузиазмом, между криками *да здравствует!* или *смерть!*» [20. с. 282]. Г. Тард подчеркивал, что толпа «в умственном и нравственном отношении стоит в общем ниже среднего уровня своих членов» [20, с. 379].

В связи с этим, по мнению Г. Тарда, толпа не может существовать без людей, которые собирают других, ведут их за собой и управляют ими. Это – вожди, религиозные деятели, политики, ученые и т.д.. Поддаваясь внушению, большинство людей следует им и идет за ними. Роль этих вожаков, - пишет Г. Тард, - тем значительнее и заметнее, чем с большим единодушием, последовательностью и разумом действует толпа, чем больше приближается он к нравственной личности. Одновременно, руководитель – зеркало толпы, массы узнают себя в нем. Восхищаясь им, они увлекаются собой. «Когда толпа восхищается своим лидером, когда армия восхищается своим генералом, она восхищается собой, она присваивает себе то высокое мнение, которое этот человек имеет о самом себе». Итак, главная черта, которой должен обладать лидер толпы, чтобы повести ее за собой, - это привлекательность, обаяние [14, с. 218].

Наряду с толпой, в которой люди взаимодействуют непосредственно, Г. Тард выделял публику – объединение значительного числа людей с помощью средств коммуникации. По мнению ученого, XX в. должен был стать не эпохой толпы, а космополитической публики [20, с. 366]. Как и толпа, она не может существовать без лидера, который в силу своего обаяния (харизмы) способен влиять на массы, не только отражая их настроения, но и формируя их благодаря железной воле, сильной вере, мощному воображению, необузданному тщеславию, неординарному уму.

«... Один человек, - отмечает Г. Тард, - получает власть над другими либо благодаря исключительному развитию воли, хотя при этом ум остается посредственным, либо благодаря исключительному развитию ума или только убеждения, хотя бы характер оставался относительно слабым; либо эту власть дает непреклонная гордость или сильная вера в себя, при которой человек превращает себя в апостола, либо творческое воображение» [20, с. 400].

Настоящий лидер – изобретатель, создатель. Так как основная масса организованной толпы – публики действует в соответствии с социальными законами наследования, то она постепенно поднимается на социальный уровень своего руководителя-лидера. Таким образом лидеры – социальные дрожжи теста публики, из которого он лепит массу в соответствии с собственными идеалами. Следовательно, делает вывод Г. Тард, организация имеет ту же ценность, что и лидер. «... Там, где царит более дух корпораций, чем дух толпы, - пишет Г. Тард, - часто случается, что составное целое, в котором упрочивается гений великого организатора, выше своих отдельных элементов» [20, с. 379].

Таким образом, за довольно короткое в историческом измерении время взгляды европейских ученых на природу лидерства претерпели довольно существенные изменения. Если в середине XIX в. на лидеров смотрели преимущественно как на героев или гениев, которые выделялись из других людей благодаря своим врожденным или наследственным

необыкновенным способностям, то уже в конце века сначала усилиями Ф.Ницше акцентируется внимание к собственным усилиям личности на пути ее роста до сверхчеловека, а Г. Лебон и Г. Тард подчеркивают важность социальных факторов в становлении вождей толпы.

Соответственно на доминирующий в середине века взгляд на героев и гениев как на исключительных творцов истории и героического и значимого в ней Г.Лебон делает оговорку о необходимости учитывать интересы и настроения толпы, если вожди не хотят быть снесены с пьедестала теми, кто их на него поставил и без кого объединенные в толпу массы не могут существовать. Наконец, Г. Тард миссию вождя публики видит не только в том, чтобы вести ее за собой, но и в попытке поднять ее до собственного интеллектуального и морально-этического уровня.

Определенную эволюцию претерпели и взгляды ученых на идентификационные черты лидеров. Если у героев - это преимущественно сила, мужество, героизм, способность к самопожертвованию, смелость и т.д.., в сверхчеловека Ф. Ницше – воля к победе и власти, прозорливость, настойчивость, решительность, то Г. Лебона и особенно Г. Тарда на первое место выходят социально-значимые черты, которые отличают вождя: умение поддерживать коммуникации и обеспечивать воздействие на последователей, ум, профессионализм, социальная чуткость и т.д.

Литература:

1. Бендас Т.В. Психология лидерства. - СПб: Питер, 2009, 448 с.
2. Гальтон Ф. Наследственность таланта. Законы и последствия. – М.: Мысль, 1996, 270 с.
3. Дафт Р.Л. Уроки лидерства / Р.Л. Дафт при участии П. Лейн; [Пер. с англ. А.В.Козлова; под ред. проф. И.В. Андреевой]. – М.: Эксмо, 2006. – 480 с.
4. Евлампиев И.И. Концепция личности в философии Ф.Ницше (на материалах ранних работ) // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета. Серия 6: Философия. – 2000. – Вып.3.
5. Канаев И.И. Френсис Гальтон. – Л.: Наука, 1972. – 184 с.
6. Карлейль Т. Герои, почетание героев и героическое в истории // Карлейль Т. Теперь и прежде / Сост. , подгот. текста и примеч. Р.К.Медведевой. – М.: Республика, 1994. 415 с.
7. Костенко А.И. Криминальный произвол (социология воли и сознания преступника). – К.: Наукова думка, 1990. – 148 с.
8. Кравченко А.И.Макиавелли: технология эффективного лидерства // СоцИс . – 1993. - № 6. – С. 135 – 142.
9. Кудряшова Е.В. Лидер и лидерство: исследования лидерства в современной западной общественно-политической мысли. – Архангельськ : Изд-во ПМПУ им. М.В.Ломоносова, 1996. – 161 с.
10. Лебон Г. Психология народов и масс. – СПб.: Макет, 1995. – 316 с.
11. Ломброзо Ч. Гениальность и помешательство // Ломброзо Ч. Гениальность и помешательство / Общ. ред.., предисл. проф. Л.П.Гришака. – М. : Республика, 1996. – С. 17 – 206.

12. Макнилли Р.Марк. Сунь-Цзы и искусство бизнеса. Шесть стратегических принципов менеджмента. – М.: Олимп-Бизнес, 2003. – 294 с.
13. Мескон М., Альберт М., Хедуори М. Основы менеджмента. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
14. Московичи С. Век толп: Исторический трактат по психологи масс. – М.: Центр психологи и психотерапии, 1998. - 477 с.
15. Нешанов И.Н. Субъективно – идеалистическая сущность воззрений Т.Карлейля на историю общества // Вопросы истории. – 1956. - № 4. – С.144 – 155.
16. Ницше Ф. Антихристианин. Опыт критики христианства // Сумерки богов/ Сост. И общ. Ред. А.А. Яковлева: Перевод. – М.: Политиздат, 1990. – С. 17 – 93.
17. Рудневич А. Френсис Гальтон выдающийся ученый – энциклопедист. К 175 – летию со дня рождения // Биометрика – журнал для медиков и биологов, сторонников доказательной биомедицины (http: www. biometrica. tomsk.ru / history/ galton.htm)
18. Саймонс Дж. Карлейль / Пер. с англ. и коммент. Е. Сквайрс. Предисл. С.Бэлзы. - М.: Мол.гвардия, 1981. – 282 с.
19. Стаут Л.У. Управление персоналом. Настольная книга менеджера / Стаут Л.У., пер. с англ. – М.: ООО “Издательство “Добрая книга”. – 2006. – 536 с.
20. Тард Г. Общественное мнение и толпа // Психология толп. – М.: Ин – т психологии РАН, Изд – во «КСП +», 1999. – С.255 – 408.
21. Томпсон М.Л., Артур, А., Стрикленд III, А., Дж. Стратегический менеджмент : концепции и ситуации для анализа, 12 –изд.: пер. с англ. – М.: Изд. Дом «Вильямс», 2007. – 928 с.
22. Шванфельдер Вернер. Мудрость Конфуция в менеджменте. Истина и опыт в XXI веке. – М.: Изд-во ЭКСМО; СПб Мидгард, 2006. – 528 с.
23. Эннэс Дж. Платон: Краткое введение. Дж. Эннэс; Пер. С англ.. Е. О. Чекулаевой – М.: АСТ : Астрель, 2007. – 126 с.
24. http: // anthropology. rchgi. spb.ru / spenser.

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

Апопий В.В., *д.э.н., проф.,*
Львовская коммерческая академия, Украина

Scientific structuring of national economies is one of the key challenges of each country and take into account a variety of factors. There is no common theoretical and methodological approach. It is the 3-or 4- sectors model of Economics: the State, the collective, private and financial sectors.

Key words*: economic policies, the financial sector, the cooperative sector, socio-economic functions, control systems.*

Научно обоснованная структуризация национальных экономик является одной из ключевых задач каждой страны и осуществляется с учетом множества факторов. При этом единый теоретико-методологический подход здесь отсутствует. Общепринятой считается 3-х или 4-х секторная модель экономики: государственный, коллективный, частный и финансовый сектора.

В многоукладной экономике могут быть и другие варианты, но везде присутствует и представляет особенный интерес кооперативный сектор, основанный на коллективной форме собственности. По своей сути кооперативный сектор экономики представляет совокупность разных типов кооперативных систем, которые характеризуются единством целей, социально-экономических функций и организационной идентичностью, обусловленной базовыми кооперативными принципами и системой управления.

В разных странах масштабы и темпы развития кооперативного сектора существенно отличаются. В США, например, почти 25% взрослого населения тесно связано с кооперацией, а в странах Западной Европы – от 20 до 37%. В постсоциалистических странах кооперативный сектор после длительной деградации вновь обретает позитивную динамику.

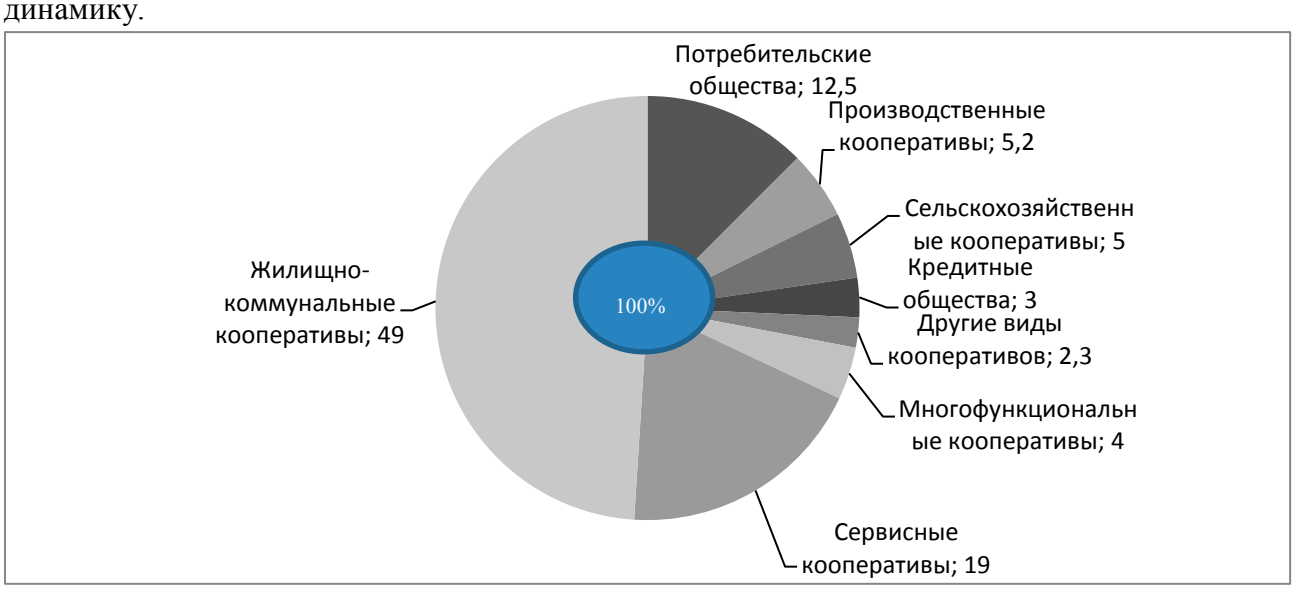


Диаграмма 1. Структура кооперативного сектора экономики Украины (2012 год)

Такая же закономерность характерна для украинской структурной модели экономики, где кооперативный сектор охватывает более 30 тыс.кооперативов, объединяющих приблизительно 5,5-6,0% взрослого населения страны. В структуре кооперативного сектора национальной экономики насчитывается не менее 10 типов кооперативных систем (диагр.1).

Из диаграммы видно, что численностью преобладают жилищно-коммунальные кооперативы. Однако, их значение снижается по мере расширения коммерческого жилья и реорганизации жилищно-коммунальной системы. Более глубокий анализ показывает, что ключевыми в кооперативном секторе выступают три вида кооперации: сельско-хозяйственная, потребительская и кредитная.

Во-первых, эти виды кооперации организационно оформлены, структуризованы и имеют четкие признаки кооперативной идентификации. Во-вторых, триада указанных видов кооперации отличается многогранной кооперативной деятельностью – хозяйственной, экономической, социальной, организационной. В-третьих, упомянутые кооперативные системы имеют современную правовую базу, что обеспечивает им государственную защиту и поддержку.

Все это при этом, что ядро кооперативного сектора украинской экономики развивается деформировано и проблематично. Так, в последнее десятилетие наблюдается устойчивая тенденция сокращения численности кооперативов и, соответственно, сужение масштабов кооперативной деятельности (табл.1).

Таблица 1

Динамика развития основных видов кооперативных систем в Украине

(ед.кооперативов)

Кооперативные системы	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2012 до 2005, %
Сельскохозяйственная кооперация	1334	1696	1802	1872	1921	2160	2143	2227	166,9
Потребительская кооперация	5727	5656	5535	5403	5328	5252	5214	5089	88,8
Кредитная кооперация	435	737	938	1026	1047	1127	1157	1141	2,6р.
Итого	7496	8290	8275	8301	8350	8569	8514	8457	112,8

Данные табл.1 подтверждают стойкую тенденцию сокращения количества кооперативов лишь в системе потребительской кооперации. Однако более глубокий анализ указывает на такую же ситуацию в аграрной кооперации. Так, за 2000-2012 гг. количество производственных сельскохозяйственных кооперативов сократились в два раза. Их удельный вес в общем количестве субъектов отрасли ныне не превышает 1,8%. Что касается кредитных обществ, то их количество далеко от оптимального уровня.

Попутно отметим, что анализируемые виды кооперации маломощны. За постсоциалистический период они существенно сократили объемы деятельности. В аграрной сфере вес кооперативных формирований в валовом продукте сократился с 60% в 1990г. до 2-2,5% – в 2012г. Аналогичная ситуация в потребительской кооперации, где

снижение, например, кооперативного товарооборота достигло критического уровня – 1% от общенационального товарооборота по сравнению с 27-28% в 1990 году.

Такая ситуация сложилась в силу многих причин, но три из них можно выделить как основные:

– десоциализация экономики, как непременный спутник рыночных реформ и, соответственно, вытеснение кооперации – социальной организации людей и хозяйственной системы из национального хозяйственного комплекса;

– игнорирование всего, что связано с коллективной собственностью, искусственное ограничение создания и развития коллективных формирований, вплоть до их ликвидации, отсутствие государственной защиты и поддержки коллективных хозяйств, идеологическое давление на коллективные формы со стороны радикальных партий, политических движений;

– декооперирование вследствие массового отчуждения кооперативных объектов при содействии аппарата управления кооперативных систем.

Перечисленные причины потеряли свою актуальность и остроту. На современном этапе постепенно растет государственный, общественный и предпринимательский интерес к кооперативной форме хозяйствования и социальной деятельности. Кроме того, ряд факторов содействует развитию национального кооперативного движения (схема 2).

Схема 2. Факторы, влияющие на восстановление и развитие кооперативных систем

Национальные факторы включают либерализацию и демократизацию экономики, объективный характер многоукладности национальной экономики, очевидные преимущества кооперативных форм, нежизне-способность многих некооперативных форм, формирование конкурентной среды.

Международные факторы усиливают свое влияние по мере углубления глобализационных процессов. На мобилизацию и укрепление кооперативного потенциала влияют экспансия зарубежного капитала, импорта, технологий, интернационализация объектов бизнеса, попытки монополизации рынков. Все это вынуждает кооперацию укреплять свои конкурентные позиции и повышать конкурентоспособность.

Важно подчеркнуть, что стимулирующе влияют на развитие кооперативного движения активные усилия Международного кооперативного альянса, зарубежных кооперативных организаций, интеграция кооперативных организаций Украины в международные кооперативные связи.

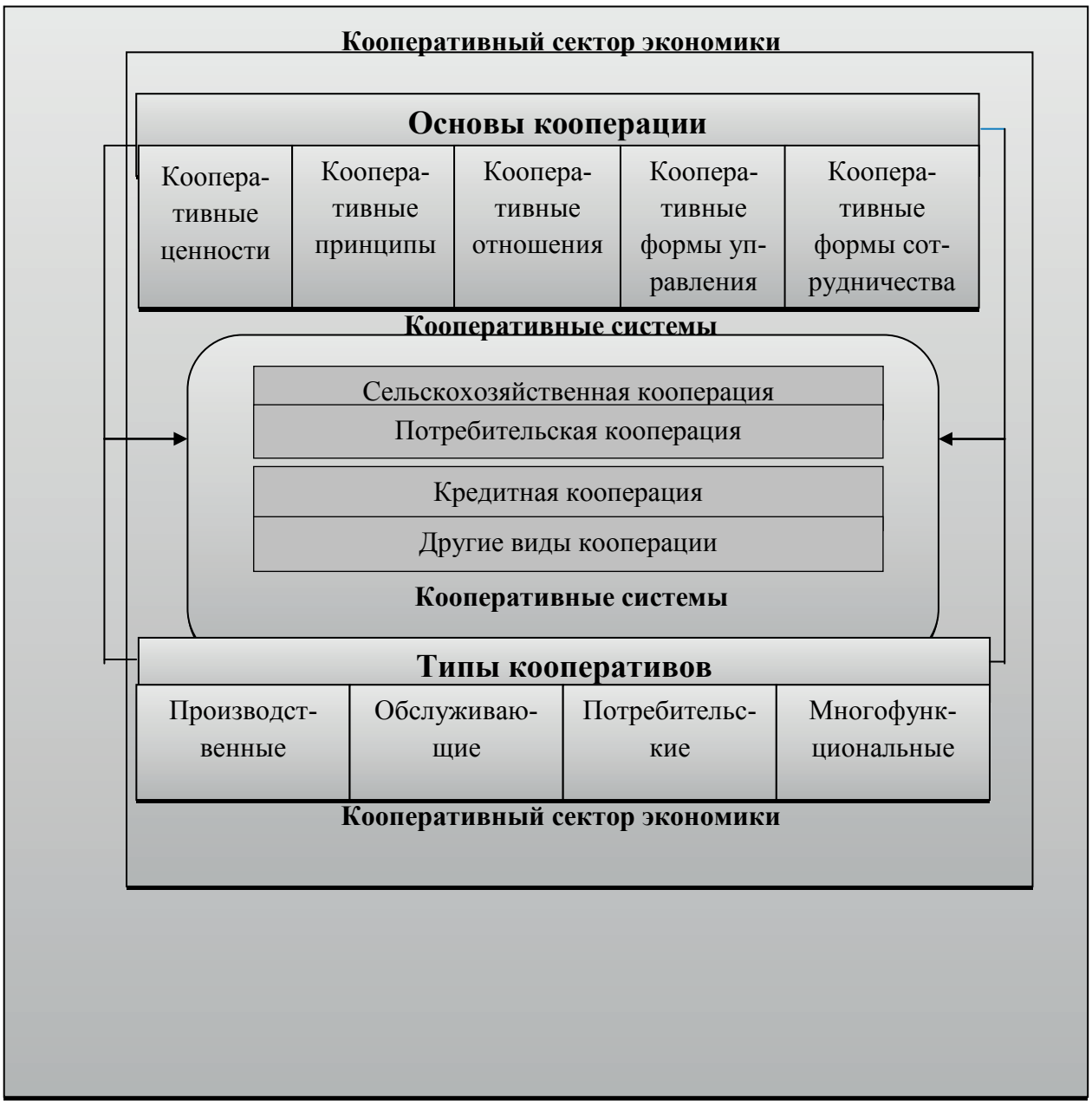


Схема 3. Структура кооперативного сектора национальной экономики

Под воздействием общенациональных, международных и внутри-кооперативных факторов должна формироваться рыночная модель кооперации как основы кооперативного сектора национальной экономики.

Структурно кооперативный сектор охватывает все кооперативные системы, базовые типы кооперативов и основывается на кооперативных принципах и ценностях (схема 3).

Как видно из схемы 3, составляющими кооперативного сектора выступают разные виды и формы кооперации, которые развиваются на кооперативных началах. Функции и задачи такого сектора многогранны:

– в экономической системе кооперативный сектор способствует формированию многоукладной национальной экономики, расширению масштабов экономической деятельности в производственной и непроизводственной сферах, корпоратизации системы отношений, объединению собственных, коллективных и общественных интересов;

– в социальной сфере миссия кооперативного сектора направлена на социальную поддержку, социальные гарантии, социальную защиту кооператоров, преодоление бедности, социальную перестройку села, укрепление демократических основ общества;

– на международной арене кооперативный сектор, как часть международного кооперативного движения, резко активизирует международное кооперативное сотрудничество, расширяет международный товарный обмен, интегрируется в международные связи.

Формирование качественно нового кооперативного сектора национальной экономики сопряжено с масштабными проблемами научно-теоретического, экономического, социального, политического, организационно-правового и международного характера. Рассмотрим некоторые из них.

Первая проблема связана с теоретическими положениями сущности и принципов кооперации. Дело в том, что существенная характеристика современной системы кооперации, которая ориентирована на рыночные отношения, по базовым принципам вошла в противоречие с теоретической конструкцией классической кооперации. Соответственно усложнились критерии и черты отношения кооперации к неприбыльной категории организаций. Кроме того, "размытый" главный фундамент кооперации "один пайщик–один голос", что приближает кооперацию к корпоративным системам и пренебрегает идентичностью кооперативов.

Вторая проблема проявляется в недооценке социально-экономической роли и огромного потенциала кооперации со стороны государственных органов, политических партий и движений, общественных организаций и части научной собственности, что приводит к безосновательной критике кооперативной деятельности, искусственному торможению ее развития, ослаблению защиты и поддержки со стороны государства. Решение этой проблемы во многом зависит от действенной государственной кооперативной политики.

Третья проблема имеет правовой характер. Правовая база развития и функционирования кооперации устарела, особенно в части организации кооперативов, правового положения кооперативной собственности, управления, распределения доходов, трансформации и ликвидации кооперативов. Законодательство не гармонизировано, поэтому в законах много дублирования, противоречий, разночтений.

Четвертая проблема носит внутрикооперативный характер. Она выражается в долгосрочном и тотальном разрушении кооперации со стороны управленческого аппарата

путем массового отчуждения объектов кооперативной собственности в условиях ее обезличенности относительно пайщиков. Поэтому очень важно пресечь эти процессы путем запрета и объявления моратория на отчуждение кооперативных объектов в любой форме. Одновременно следует закрепить собственника-пайщика за объектами собственности и тем самым повысить его мотивацию и интерес к результатам кооперативной деятельности.

Пятая проблема – межкооперативная. Ее суть состоит в разрозненности развития и функционирования разных систем кооперации, отсутствии координации национального кооперативного движения, так как не созданы координирующие органы ни в самой системе кооперации, ни в государственном секторе управления. Возрождение кооперации объективно требует создания в национальном масштабе лиг, альянсов, специальных подразделений в системе кооперативного управления с тем, чтобы развивать межкооперативные связи и отношения, вывести национальную кооперацию на международный уровень.

Таким образом, на современном этапе социально-экономические условия и детерминирующие факторы позволяют формировать качественно новый потенциал кооперативного сектора национальной экономики. При этом необходимо решать ряд масштабных и актуальных проблем с активным участием кооперативной общественности, государства и международных кооперативных организаций.

Список литературных источников:

1. Апопий В.В. Кооперативный сектор экономики: условия и принципы формирования // Таврийский научный вестник. Вып.51. – Херсон, 2007. – С. 61-67.
2. Башнянин Г.И., Драбовский А.Г., Ижевский В.В. Кооперативные системы: проблемы трансформации в условиях транзиции: [монография]. Львов: ЛКА, 2009. – С. 414.
3. Малик М.Й. Стратегические направления развития кооперации в сельском хозяйстве [статья] в научном сборнике "Стратегия развития аграрного сектора экономики на период до 2020г." – Киев: ИАЭ, 2013. – С. 184-85.

СОВРЕМЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ

Капштык А. И.*, д. э. н., проф.,*
Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации

Priority areas of socio-economic development of consumer cooperation of Belarus programm are: increasing performance and improving the quality of public services; further orientation on priorities for innovation policy, above all in investment activities; strengthening the financing of the development of market competition; diversification of individual activities, taking account of the needs of the economy; comprehensive improvement of work with cooperative staff; expanding and strengthening the social base of consumer cooperation, intensifying the dissemination of cooperative ideology among the population.

Key words: *consumer cooperation, investment, trade, cooperative social base of consumer cooperation, ensuring the food security of the country.*

В настоящее время потребительские общества и союзы Республики Беларусь выполняют отраслевую Программу развития потребительской кооперации на 2011-2015 годы, в которую внесены изменения и дополнения с учетом поручений Президента страны А.Г.Лукашенко, данных им в феврале текущего года на общем Собрании представителей членов Белкоопсоюза. Указанная Программа содержит комплекс мер, направленных на сохранение и развитие потребительской кооперации как целостной и мощной системы, усиление ее позиций на традиционных рынках на основе реализации инновационных экономических и технологических проектов во всех сферах деятельности, а также укрепление кадрового, материально-технического и научного потенциала потребкооперации Беларуси.

В названной Программе содержатся и основные задачи развития системы Белкоопсоюза на ближайшие годы. К ним относится повышение финансовой устойчивости потребкооперации; усиление ее роли в развитии сельских территорий и обеспечение продовольственной безопасности страны; усиление позиций на традиционных рынках (в сельских поселениях и районных центрах) и выход на рынки городов; модернизация материально-технической базы и внедрение передовых технологий во всех отраслях кооперативного хозяйства; эффективное взаимодействие с органами исполнительной власти.

Приоритетными направлениями социально-экономического развития потребительской кооперации Беларуси в указанной Программе названы: наращивание объемов деятельности и улучшение на этой основе качества обслуживания населения; дальнейшая ориентация на приоритетность инновационной политики, прежде всего в инвестиционной деятельности; укрепление финансового положения в условиях развития рыночной конкуренции; диверсификация отдельных видов деятельности с учетом потребностей экономики страны; всестороннее совершенствование работы с кооперативными кадрами; расширение и укрепление социальной базы потребительской кооперации, активизация работы по распространению кооперативной идеологии среди населения.

Что касается главной отрасли потребительской кооперации - торговли, то в настоящее время система Белкоопсоюза имеет 10,6 тысяч стационарных магазинов, а также около 600 автомагазинов. Последние обслуживают жителей более 13 тысяч мелких населенных пунктов.

В нынешних условиях интенсивного развития различных розничных торговых сетей существует опасность вытеснения кооперативной торговли с наиболее коммерчески выгодных рынков и местностей. В связи с этим в указанной ранее Программе основной целью развития торговой отрасли стало создание единых кооперативных торговых сетей, отвечающих соответствующим требованиям, в частности, имеющих коммерчески обоснованную специализацию, широкий круг лояльных покупателей (в первую очередь работников и пайщиков потребительской кооперации), социальную ориентацию и обслуживание населения мелких и отдаленных поселений с использованием создаваемого социального эффекта как конкурентного преимущества кооперативной торговли.

Поставлена также задача постепенного увеличения удельного веса непродовольственных товаров в розничном товарообороте этой торговли с доведением его в 2015 году до 25%. К концу указанного года количество кооперативных автомагазинов должно составить тысячу единиц.

Дальнейшее развитие получит и такая важная отрасль потребительской кооперации как общественное питание. Приоритетными направлениями его развития являются: внедрение современных технологий приготовления пищи; развитие объектов придорожного сервиса, предоставляющих участникам дорожного движения комплекс услуг; постоянное повышение профессионального мастерства работников кооперативного общепита.

Основными задачами развития еще одной важной отрасли - заготовок является увеличение закупок и полное освоение излишков сельскохозяйственной и дикорастущей продукции у населения, реализация мер по стимулированию развития личных подсобных хозяйств, вовлечение их и других производителей сельхозпродукции в единый процесс организованного выращивания данной продукции и ее дальнейшей сдачи заготовительным предприятиям потребкооперации.

После реализации намеченных мер по развитию кооперативных заготовок ожидаются следующие важные результаты:

— рост степени удовлетворения потребительского спроса сельского населения на основе качественного изменения структуры товарооборота потребкооперации и расширения спектра предоставляемых ею услуг;

— увеличение производства качественной сельхозпродукции, а также доходов населения, получаемых от ее продажи и продажи дикорастущей продукции потребкооперацию.

Основной задачей отрасли кооперативной промышленности является создание системы устойчивых, ориентированных на сбыт, экономически эффективных и инвестиционно- привлекательных производственных предприятий. В связи с этим приоритетными будут работы по концентрации и специализации предприятий, обеспечению высокого качества производимой продукции, ликвидации неэффективных производств.

К настоящему времени большинство предприятий кооперативной промышленности морально и физически изношены, а их продукция далеко не всегда конкурентоспособна.

Исторически наиболее высокорентабельным видом деятельности потребительской кооперации Беларуси является клеточное пушное звероводство. В ближайшие годы оно должно развиваться по нескольким приоритетным направлениям. Среди них - разведение новых цветовых групп зверей, техническое перевооружение процесса выращивания животных, увеличение удельного веса отечественных мясных кормов и другие направления.

Приоритетным направлением развития внешнеэкономической деятельности потребительской кооперации страны в ранее указанной Программе определен стабильный рост объемов экспорта, позволяющий обеспечить положительное сальдо внешнеторгового баланса системы Белкоопсоюза. Выполнение поставленных задач будет достигнуто за счет различных мер, в частности, роста экспорта готовой продукции, расширения географии экспорта и завоевания новых рынков, развития инфраструктуры кооперативной внешней торговли, повышения ее кадрового потенциала.

Что касается инвестиционной деятельности системы Белкоопсоюза, то за 2011-2015 годы на развитие ее материально-технической базы будет направлено около 3 триллионов рублей финансовых средств.

Главным резервом развития белорусской потребкооперации на ближайшие годы является качественное кадровое обеспечение ее многоотраслевой деятельности. Сейчас в ней трудится более 85 тысяч работников. Удельный вес работников с высшим образованием составляет более 12 %, а со средним специальным - около 25 %.

Основными задачами нынешней кадровой политики потребкооперации Беларуси являются: достижение высокой результативности труда, полноценное обеспечение системы Белкоопсоюза квалифицированными кадрами различного профиля и уровня подготовки, создание эффективной системы мотивации труда и социальной защиты работников, обеспечение уровня подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров, необходимого для решения современных задач потребкооперации.

Указанные задачи будут в основном решаться за счет подготовки и повышения квалификации работников в учреждениях образования системы Белкоопсоюза, к которым относятся 7 колледжей и университет. В ближайшие годы планируется оптимизировать структуру системы кооперативного образования за счет открытия новых специальностей с учетом потребностей потребкооперации, увеличения объемов подготовки по востребованным специальностям, создания консультационных пунктов и филиалов кафедр Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации в колледжах Белкоопсоюза.Важной задачей является и усиление взаимодействия между указанными колледжами и университетом, с одной стороны, и организациями потребкооперации, с другой стороны, по приближению кооперативного образования к практической деятельности системы Белкоопсоюза. Должна также углубляться профориентация и работа по привлечению школьников в систему потребкооперации.

В результате реализации рассмотренной выше Программы развития потребительской кооперации Республики Беларусь на 2011-2015 годы будет получен соответствующий экономический и социальный эффект, обеспечивающий значительный рост благосостояния и условий жизни обслуживаемого населения, прежде всего сельских жителей страны.

CONTABILITATEA ANALITICĂ ŞI CONTROLUL INTERN PRIVIND CHELTUIELILE DIN COMERŢ ŞI COOPERAŢIA DE CONSUM

***Tuhari Tudor**, dr. hab., prof. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

L'information comptable, opérative-économique et technique-technologique sert la base de l'organisation du contrôle interne de l'entreprise. Le but du fonctionnement du contrôle interne sous la forme d'une subdivision est de fournir aux gestionnaires des données analysées, consulté pour éviter les facteurs négatifs et l'optimisation de recherche et l'amélioration des résultats commerciaux des entreprises.

***Mots clés:** activité commerciale, contrôle interne, l'information comptable, facteurs négatifs.*

Activităţile unităţilor de comerţ şi cooperaţiei de consum sunt însoţite de costuri şi cheltuieli. Costurile reprezintă un proces de transformare a valorilor dintr-o formă de materie primă, materiale, forţă de muncă ş.a. în formă de produse finite, prestări de servicii. Cheltuielile întreprinderilor prezintă procese de utilizare a elementelor economice (materiale, forţă de muncă, mijloacele fixe, obiectelor de mică valoare şi altor valori de active şi servicii), care fiind rezultate din activităţile de circulaţie a mărfurilor şi produselor, influenţează rezultatele financiare ale acestora. În rezultatul activităţii unităţilor de comerţ şi alimentaţie publică au loc cheltuieli ale perioadei de care depinde mărimea profitului şi nivelul de rentabilitate.

În comerţ componenţa şi conţinutul cheltuielilor se determină prin procese de mişcare a mărfurilor de la vânzători până la consumatorii acestora. În unităţile de alimentaţie publică au loc şi unele cheltuieli pentru prepararea produselor şi organizarea deservirii lor în cadrul întreprinderii.

Deci cheltuielile în unităţile comerciale şi de alimentaţie publică conform S.N.C. 2 "Stocuri de mărfuri şi materiale", S.N.C. 3 "Componenţa consumurilor şi cheltuielilor întreprinderii" sunt divizate în cheltuieli operaţionale şi neoperaţionale. Dacă cheltuielile neoperaţionale (ale activităţii de investiţii, financiare şi pierderile excepţionale), de regulă, sunt tipice, de acelaşi conţinut, indiferent de sfera de activitate a întreprinderii în economia naţională, atunci cele operaţionale, în comerţ, alimentaţia publică şi cooperaţia de consum, poartă un conţinut specific, care reflectă în principal caracterul ramural de activitate.

În baza celor accentuate este necesar de studiat problema contabilităţii şi analizei cheltuielilor în comerţ şi alimentaţia publică mai aprofundat, deoarece aplicarea S.N.C. depinde nemijlocit de particularităţile activităţii economice a unităţilor de comerţ şi cooperaţiei de consum.

Organizarea contabilităţii cheltuielilor urmăreşte scopul de a desfăşura o contabilitate a cheltuielilor operaţionale prin divizarea lor pe articole de evidenţă analitică, ceea ce este binevenit la analiză economică a acestora şi adoptarea deciziilor concrete. Fiecare unitate economică are ca scop majorarea eficacităţii, creşterea ratei de rentabilitate pentru ce e necesar de redus cheltuielile constante şi variabile, mai cu seamă cheltuielile de caracter neproductiv. De aceea, cu cât mai detaliat se reflectă în articole de evidenţă cheltuielile generale şi administrative şi mai ales cheltuielile comerciale şi alte cheltuieli operaţionale, cu atât mai concret şi mai operativ pot fi adoptate decizii privind folosirea rezervelor de reducere a acestora aplicând analiza operativă a activităţii financiar-economice a unităţilor economice.

În unităţile de comerţ, alimentaţie publică şi cele cooperatiste apare necesitatea evidenţierii unor cheltuieli generale şi administrative şi comerciale. De exemplu, cheltuielile de uzură, de întreţinere şi reparaţie a clădirilor şi altor obiecte capitale, tehnicii de calcul care, de obicei, se referă şi la cele administrative şi generale şi la cele comerciale, deoarece obiectele nominalizate pot fi folosite totodată în scopuri de administrare, dirijare şi în scopuri comerciale.

Ţinând cont de convenţiile fundamentale şi principiile de bază privind organizarea contabilităţii în conformitate cu prevederile S.N.C. 2 "Stocuri de mărfuri şi materiale", S.N.C. 3 "Componenţa consumurilor şi cheltuielilor întreprinderii", S.N.C. 18 "Venitul" ş.a., autorul propune unele metode şi procedee de divizare a cheltuielilor comune (de uzură, întreţinere, reparaţie a clădirilor altor mijloacelor fixe folosite cu destinaţii diferite ş.a.) care se includ în componenţa cheltuielilor comerciale şi cheltuielilor generale şi administrative.

Regulile S.N.C. 2 "Stocuri de mărfuri şi materiale" privind evaluarea mărfurilor şi a materialelor prevăd ca cheltuielile de transportare şi de aprovizionare să fie incluse în costul acestora, deci ele capătă sens de consumuri, iar cheltuielile de transportare, repartizare a mărfurilor prin reţeaua comercială a întreprinderii se referă la cheltuieli comerciale. În cooperativa de consum și în unitatea de alimentaţie publică mărfurile şi produsele pot fi recepţionate direct la magazin, prăvălie comercială, bar, cafenea ş.a., dar pot fi şi transportate de la furnizor mai întâi la un depozit, magazie de stocare, centralizare, iar apoi repartizate prin transportarea lor la locuri, puncte de destinaţie. În acest caz, cheltuielile de transport-aprovizionare se propun a fi reflectate, în momentul recepţionării mărfurilor şi produselor la contul 217 "Mărfuri", subcontul 2176 "Cheltuieli de transport-aprovizionare", iar cheltuielile ulterioare de transportare, repartizare a mărfurilor în reţeaua comercială la diferite subdiviziuni a organizaţiei cooperatiste, întreprinderii se vor reflecta la contul 712 "Cheltuieli comerciale", la subcontul şi articolul corespunzător.

Organizaţiile cooperatiste desfăşoară diferite tipuri de activităţi (comerţ cu ridicata, comerţ cu amănuntul, de alimentaţie publică, de producţie, prestarea serviciilor ş.a.), ceea ce determină scopul de a obţine rezultatele financiar-economice la fiecare din aceste activităţi prin organizarea controlului economic şi asigurarea nivelului de autogestiune. Pentru aceasta contabilitatea trebuie să desfăşoare reflectarea cheltuielilor comerciale şi celor administrative (dacă administraţia îşi realizează aceste funcţii de dirijare) aparte la fiecare din aceste subramuri, subdiviziuni, filiale.

Autorul propune pentru contabilizarea cheltuielilor comerciale şi celor administrative în cazuri de decentralizare a funcţiilor de organizare şi administrare la următoarele subconturi:

7121 "Cheltuieli comerciale în comerţul cu ridicata",
7122 "Cheltuieli comerciale în comerţul cu amănuntul",
7123 "Cheltuieli comerciale şi de producţie în alimentaţia publică etc.

Dacă cooperativa sau uniunea cooperatistă dispune de câteva subdiviziuni de producere, magazine la autogestiune, atunci este necesar adăugător de a diviza cheltuielile comerciale şi administrative pe subconturi şi pe fiecare unitate.

Această evidenţă a cheltuielilor, divizată pe subdiviziuni şi articole, va contribui la sporirea eficacităţii, la creşterea responsabilităţi personalului funcţionar şi luarea deciziilor în mod operativ şi nemijlocit la locul evenimentelor economice.

Ţinând cont de convenţiile fundamentale şi principiile de bază ale contabilităţii, precum şi de cerinţele politicii de contabilitate (permanenţa metodelor, contabilitatea pe angajamente, prudenţa, esenţialitatea, importanţa ş.a) în scopul utilizării cât mai eficiente a informaţiei privind cheltuielile în unităţile comerciale, de alimentaţie publică şi ale cooperaţiei de consum se propune de desfăşurat contabilitatea analitică la fiecare ramură, subramură, subdiviziune conform

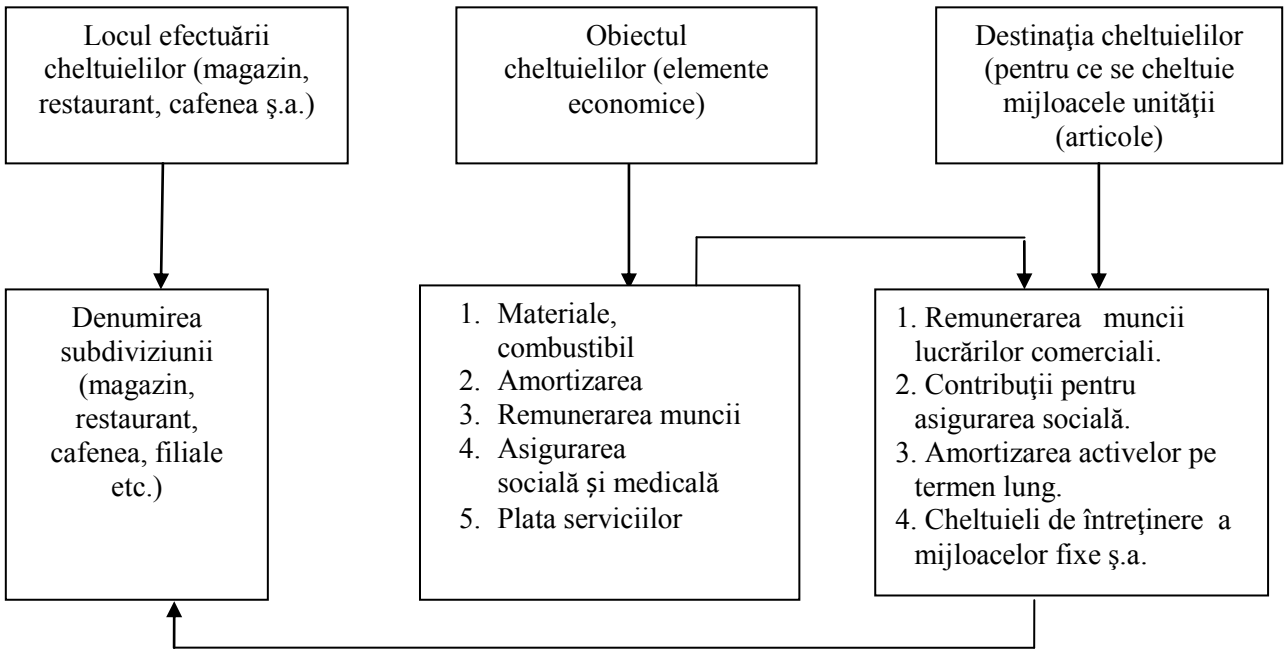
subconturilor şi articolelor, care se deosebesc după caracter şi conţinut economic. Această informaţie contabilă formează un contur mai larg de studiere a factorilor prin analiza economico-financiară a datelor la diferite niveluri de conducere. Astfel, pentru organizarea evidenţei şi controlului cheltuielilor comerciale în baza contului 712 "Cheltuieli comerciale" şi subconturilor şi subdiviziuni în unităţile comerciale se propune de elaborat un nomenclator de 12 articole, ţinând cont de aspectele structurale (Fig. 1).

În ultimul articol al nomenclatorului propus e necesară includerea cheltuielilor privind creanţele dubioase, pierderile din returnarea mărfurilor şi sumele rezultate din reducerea preţurilor la mărfurile vândute şi rămase în stoc în caz de apreciere cu valoarea cea mai mică conform S.N.C. 2, cheltuielile pentru asigurarea mărfurilor şi cheltuieli de alt caracter comercial.

Cheltuielile de uzură, întreţinere şi reparaţie a mijloacelor fixe, prevăzute în S.N.C. 16 şi S.N.C. 3, au fost omise din componenţa cont. 712 "Cheltuieli comerciale", însă ele trebuie să persiste în evidenţa cheltuielilor comerciale la întreprinderile de comerţ şi cooperativele de consum.

Lipsurile şi pierderile din deteriorarea mărfurilor, cheltuielile privind împachetarea şi ambalarea mărfurilor, pierderile din operaţiile cu ambalajul, plăţile pentru asigurarea mărfurilor în unităţile comerciale, precum şi cheltuieli de arenda operaţională, după opinia competitorului, trebuie să fie incluse în componenţa cheltuielilor comerciale şi divizate în articole analitice aparte.

A. Nomenclatorii (datele) informaţionali şi purtătorii de informaţie



B. Metodologia acumulării şi reflectării cheltuielilor în contabilitate

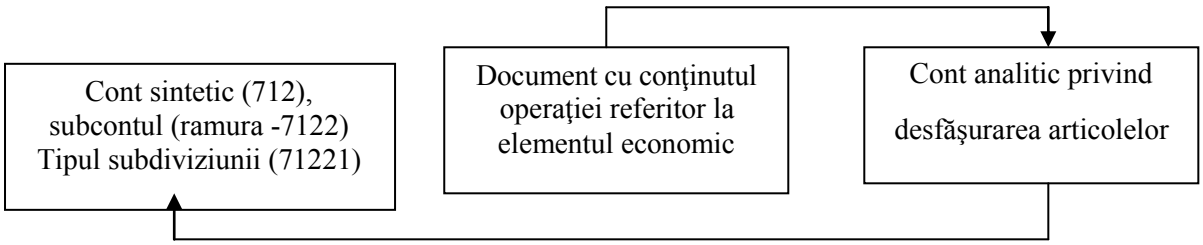


Figura 1. Schema structurală ierarhică de organizare a contabilităţii cheltuielilor comerciale

Folosind metoda specializării exerciţiilor, e necesar de menţionat că cheltuielile comerciale, administrative, alte cheltuieli operaţionale, în dependenţă de perioade de gestiune, la care acestea se referă, pot fi reflectate în debitul sau conturilor 712 "Cheltuieli comerciale", 713 "Cheltuieli generale şi administrative", 714 "Alte cheltuieli operaţionale", sau conturilor 538 "Rezerve pentru cheltuieli şi plăţi preliminate", 251 "Cheltuieli anticipate curente", 141 "Cheltuieli anticipate pe termen lung".

De aici rezultă că corectitudinea reflectării cheltuielilor şi divizarea lor corectă pe perioade curente sau anticipate depinde de procedarea corectă şi disponibilitatea de cunoştinţe satisfăcătoare a specialiştilor contabili.

Reieşind din componenţa satisfăcătoare a cheltuielilor generale şi administrative prevăzute în anexa S.N.C. 3 "Componenţa consumurilor şi cheltuielilor întreprinderii", se recomandă unităţilor comerciale de evidenţiat contabilitatea analitică într-un nomenclator de 17 articole, ţinând cont de specificul activităţii întreprinderilor de comerţ cu ridicata, cu amănuntul, de alimentaţie publică şi cooperaţiei de consum.

Ultimul articol al nomenclatorului evidenţei analitice a cheltuielilor administrative conţine celelalte cheltuieli după destinaţie de caracter mai generalizat din care: cheltuieli de cercetări tehnico - ştiinţifice (vezi S.N.C. 9), de protecţie a mediului ambiant, asigurarea securităţii antiincendiare, procurare a licenţelor de comercializare până la un an ş.a. Autorul prezentei cercetări. Reieşind din necesitatea disponibilităţii de surse pentru efectuarea analizei operative şi ţinând cont de reducerea cheltuielilor neproductive, pierderilor neplanificate, neprognozate, se propune ca contabilitatea analitică a acestora să fie desfăşurată cât mai detaliat. În unele ţări cu economia dezvoltată contabilitatea cheltuielilor comerciale, de dirijare şi administrative se desfăşoară prin nomenclator de până la 50 articole (Germania, S.U.A. ş.a.).

Organizarea contabilităţii cheltuielilor ale perioadei pe articole în unităţile de comerţ şi ale cooperaţiei de consum presupune în mod detaliat prezentarea unei informaţii mai ample privind operaţiile de cheltuieli. Acest fapt se supune controlului privind realizarea devizelor, bugetelor nemijlocit pe locuri de activitatea şi centre de responsabilitate prin câteva etape (Fig. 2, 3). Procesul de studiere a informaţiei de cheltuieli de la o etapă la alta presupune un volum mai mare de date economice şi o metodologie mai complexă de determinare a rezervelor de reducere a acestora.

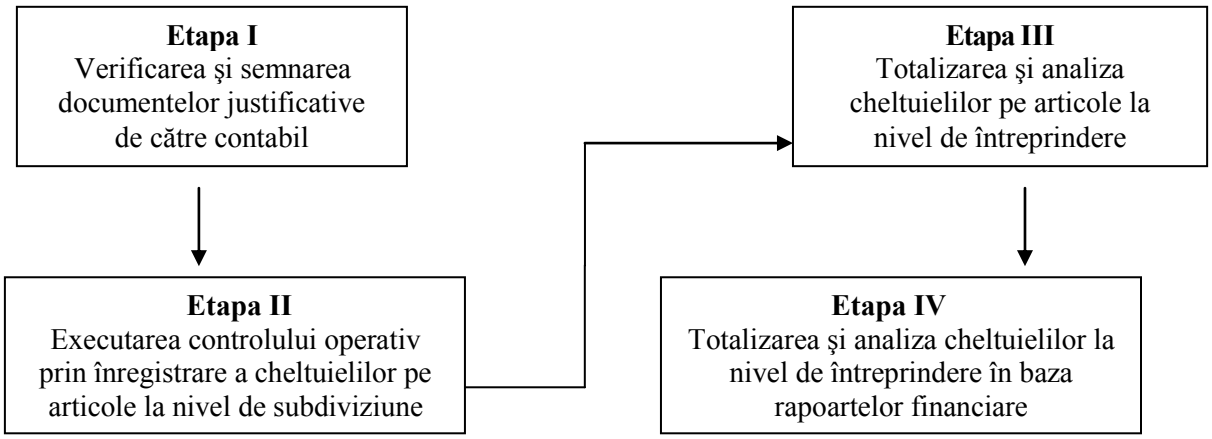


Figura 2. Organizarea controlului operativ al cheltuielilor în comerţ şi cooperaţia de consum

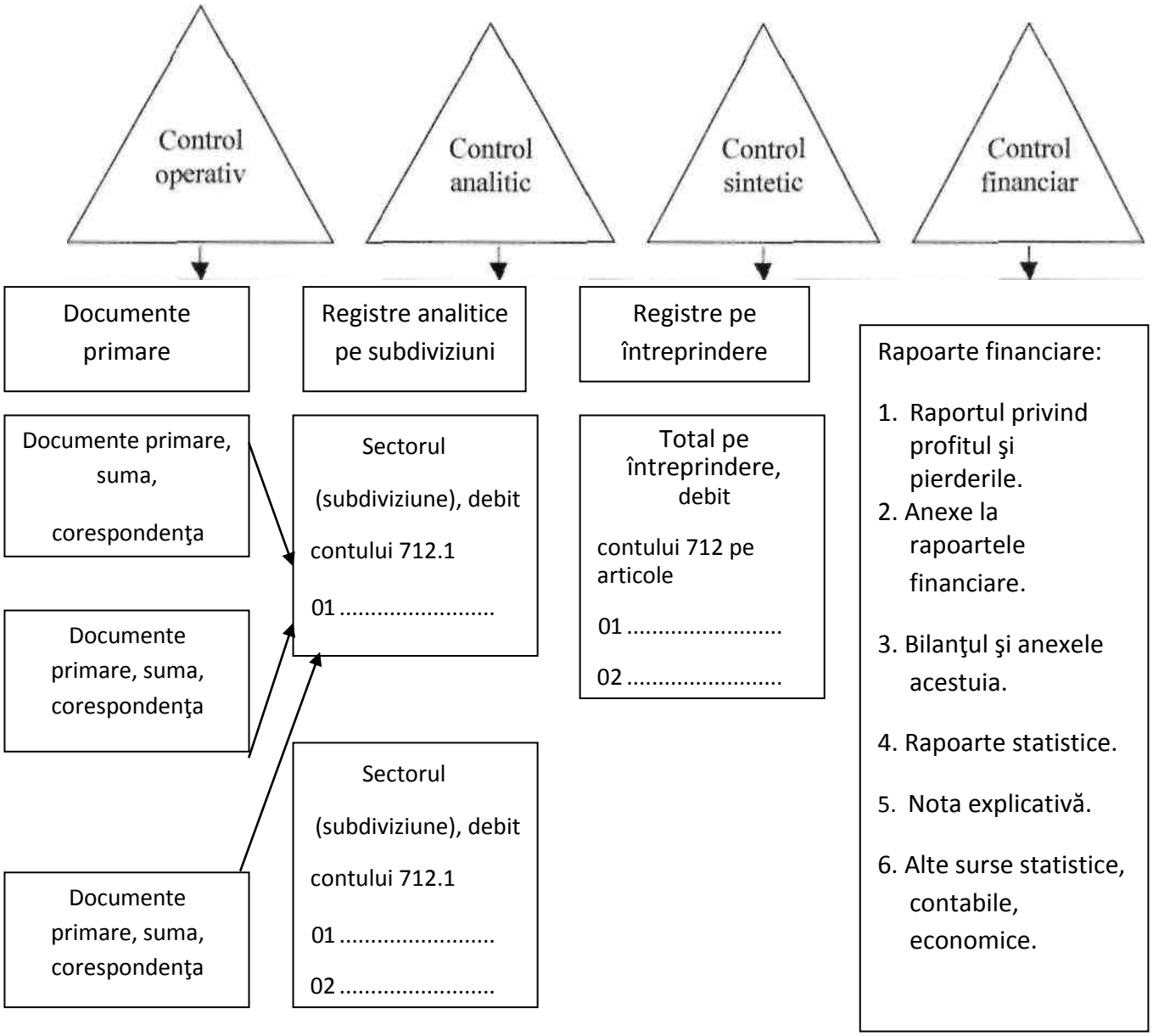


Figura 3. Organizarea controlului operativ - contabil al cheltuielilor în unităţile de comerţ şi alimentaţia publică

Rolul şi funcţia contabilităţii la orice entitate economică, organizaţie, instituţie publică constă în prestarea informaţiei corecte, oportune, inteligibile şi credibile în scopul organizării unei audieri, unui control intern şi extern pentru desfăşurarea în linii progresive a activităţii economico-financiare eficiente.

Prin audit intern are loc o estimare independentă a tuturor aspectelor activităţii interne a entităţii, orientată spre asigurarea conducerii cu date din sistemul contabil şi alte date operative, adecvate şi eficiente. Controlul intern se constituie dintr-o totalitate de politici şi proceduri adoptate de conducere în scopul asigurării desfăşurării unei organizări eficiente a activităţii economice.

Totodată, sistemul de control intern asigură respectarea strictă a integrităţii patrimoniului, prevenirea şi descoperirea cazurilor de fraude şi erori, plinătatea şi exactitatea înregistrărilor contabile, precum şi pregătirea informaţiei corecte privind situaţia financiară.

Conform Legii Contabilităţii (nr. 113-XVI din 27 aprilie 2007, Monitor Oficial nr. 90-93 din 29.06.2007), prin articolul 41 ”Sistemul de control intern şi audit intern” se accentuează că entitatea este obligată să organizeze un sistem de control intern, iar responsabilitatea pentru această organizare în cadrul entităţii o poartă persoanele care, conform art. 13 alin. 1 din Legea dată, duc răspunderea şi drepturile entităţilor privind ţinerea contabilităţii şi prezentarea rapoartelor financiare. Totodată, se constată că entitatea pentru care auditul extern nu este obligatoriu poate crea o structură de audit intern sau antrena în acest scop auditori independenţi.

În perioada sovietică la întreprinderi controlul intern, conform statului propriu, se desfăşura de comisia de revizie (cenzori). Funcţia acestui organ, aprobat prin ordinul conducătorului sau ales prin adunarea asociaţiilor, acţionarilor (fondatorilor), se realiza printr-un plan de inventariere a bunurilor şi verificarea decontărilor, efectuarea controalelor respectării disciplinei şi productivităţii muncii, calităţii produselor fabricate, nivelului de utilizare a utilajului, tehnicii, respectarea normelor de consumuri şi capacităţii producţiei la fiecare secţie, subdiviziune şi, în general, la întreprindere.

Această formă de control prin comisiile de revizie (cenzori) s-a păstrat conform statutelor în cooperativele de consum şi uniunile raionale ale cooperaţiei de consum şi până în prezent. Mai mult ca atât, legile societăţii pe acţiuni (S.A.) şi societăţii cu răspundere limitată (S.R.L.) prevăd alegerea şi funcţionarea acestor comisii cu funcţii de control intern, care în ultima Lege a Contabilităţii nu este prevăzut.

Apare situaţia problematică referitor la forma, funcţia şi structura organizatorică a controlului intern, conţinutul juridic, subordonarea, modul de raportare a acestuia.

Credem că funcţia de control intern trebuie să fie îndeplinită de un organ numit prin ordinul conducerii cu includerea în componenţa acestuia a specialiştilor din diferite domenii de activitate (contabili, economişti, finanţişti, merceologi, manageri, ingineri, marketologi etc.)

În baza ordinului conducătorului e necesar de a elabora un regulament, prin care se vor caracteriza obiectele supuse controlului intern, obligaţiunile şi drepturile controlorilor, precum şi prezentarea documentelor, raporturilor privind rezultatele de control intern.

Deoarece conţinutul controlului intern cuprinde date din diferite sectoare de activitate economică supuse controlului credem că acestea pot fi structurate în modul următor (Fig. 4):

Componenţa informaţiei privind activitatea economico-financiară utilizată în procesul de realizare a controlului intern

Sistemul informaţional contabil	Sistemul informaţional operativ de la diferite sectoare: finanţare, planificare, normare, remunerarea personalului ş.a.	Sistemul informaţional de marketing, preţuri, tarife, contracte de achiziţie-vânzare etc.	Sistemul informaţional cu caracter tehnico-tehnologic, capacitate de producţie, investiţii capitale etc.

Figura 4. Sursele informaţionale supuse controlului intern în cadrul entităţii

Prima şi cea mai voluminoasă sursă de informaţie care este supusă controlului intern reprezintă sistemul contabil. Prelucrarea informaţiei economico-financiare prin ţinerea evidenţei contabile de fiecare funcţionar începe obţinerea şi verificarea datelor din documente primare şi mai apoi trecerea la analiza şi sintetizarea informaţiei în registre şi rapoarte financiare. Prin tehnologia contabilă toată informaţia prelucrată este supusă ochiului şi creierului specialistului de

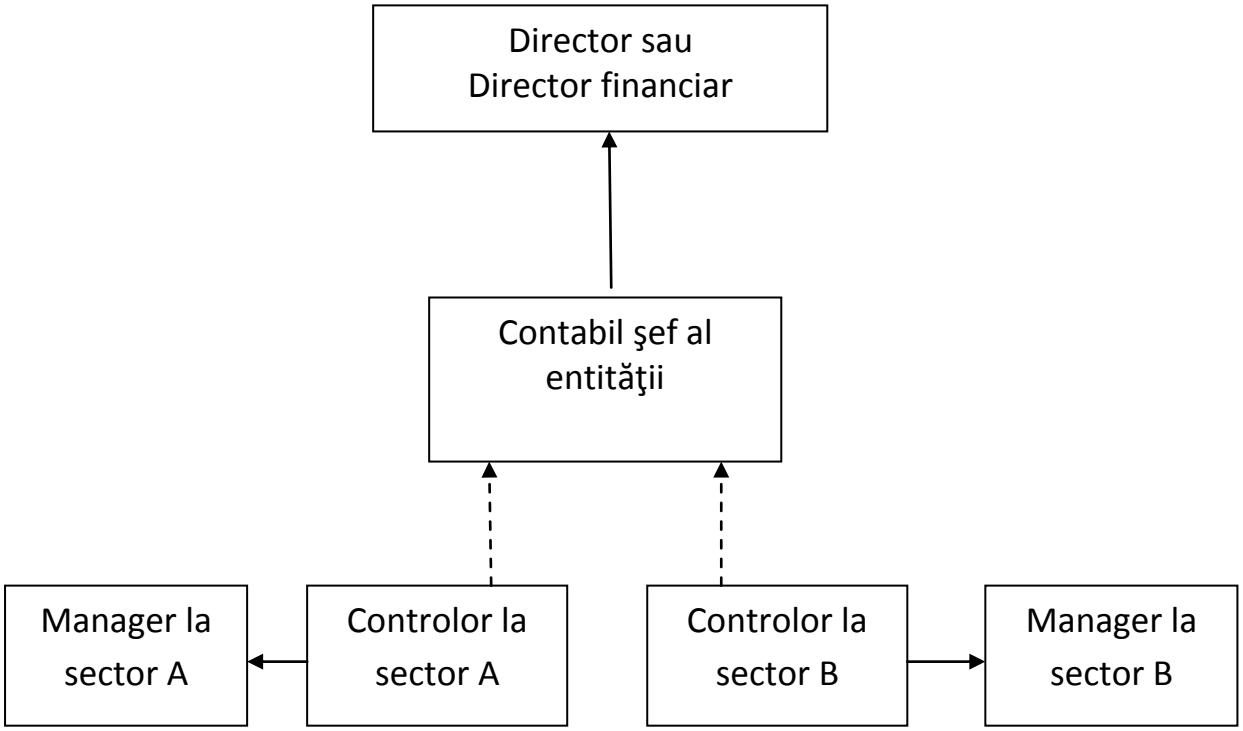
contabilitate, care îndeplineşte şi funcţia de control. Prin sistemul contabil entitatea este obligată să respecte convenţiile şi principiile contabilităţii prevăzute de legea şi standardele contabilităţii, codul fiscal şi alte acte legislative şi normative ale Republicii Moldova. Politica de contabilitate şi totalitatea informaţiei economico-financiare din Situaţii financiare, precum şi notele explicative reprezintă o sursă semnificativă pentru control respectării cerinţelor legislative şi normative în vigoare.

Celelalte sisteme care dispun de informaţie economico-operativă, financiară, tehnico-tehnologică, comercială etc. sunt supuse controlului realizat de funcţionari nemijlocit referitor la sectorul său de activitate.

Însă, controlul şi auditul intern prevăd efectuarea mai aprofundată, mai obiectivă cu a unei analize economico-financiare, prin care pot fi realizate scopuri nu numai de depistare a crimelor, infracţiunilor, fraudelor, dar, în primul rând, prevenirea acestora.

Organul de control intern poate fi organizat în calitate de comitet sau consiliu în care vor activa controlorii din diferite domenii şi profesii de funcţionare sub supravegherea managerilor din fiecare sistem de informaţie. Conform prevederilor unui regulament credem că rezultatele controalelor trebuie discutate şi prezentate printr-un raport cu anexarea actelor, proceselor verbale etc., forma prezentării informaţiei de control intern poate avea o astfel de direcţionare (Fig. 5).

Direcţionarea informaţiei de control intern



Notă: linia neîntreruptă – raportarea directă, linia întreruptă – raportarea indirectă.

Figura 5. Subordonarea şi direcţionarea informaţiei de control intern

Însă, pot fi cazuri când controlorii vor prezenta informaţia rezultatelor de control direct şefului secţiei (subdiviziunii) şi nu prin managerii sectoarelor. Principalul constă în faptul ca mai operativ să fie luate decizii privind înlăturarea neajunsurilor, corectarea greşelilor şi a altor abateri de la normă, standard.

Izvorul de bază pentru prezentarea informaţiei necesare privind organizarea controlului intern îl prezintă sistemul contabil managerial.

Elementele şi indicatorii supuşi controlului în sistemul dat pot fi:

- conţinutul economic şi juridic al documentelor primare;
- disponibilitatea şi utilizarea mijloacelor băneşti;
- calcularea indicatorilor şi înregistrarea acestora în registre analitice şi sintetice;
- respectarea normelor de costuri şi cheltuieli de perioadă, corectitudinea determinării producţiei în curs de execuţie şi costurilor unitare a produselor fabricate;
- evidenţierea responsabilităţii privind formarea şi direcţionarea costurilor şi cheltuielilor la locurile (centrele) de apariţie a acestora;
- prognozarea (planificarea) şi bugetarea proceselor de achiziţie, producţie, repartizare şi vânzare a stocurilor de mărfuri, materiale şi produse finite (prestarea serviciilor);
- contabilitatea decontărilor cu creanţe, datorii şi verificarea realităţii acestora;
- evidenţierea stocurilor şi controlul păstrării acestora de gestionari, precum şi reflectarea rezultatelor inventării;
- elaborarea politicilor contabile privind respectarea prevederilor SNC şi IFRS, legislaţiei şi altor norme de contabilitate şi fiscalitate;
- prezentarea situaţiilor financiare şi analiza conţinutului acestora pentru stabilirea rezervelor de îmbunătăţire a stării economico-financiare a entităţii ş.a.

Cât priveşte alte surse informaţionale pentru organizarea controlului intern acestea pot fi următoarele:

- din sistemul informaţional operativ-economic: planificarea resurselor financiare, indicatorii privind productivitatea şi disciplina muncii, statistica personalului şi nivelul profesional de corespundere al acestuia, remunerarea muncii etc.;
- din sistemul comercial şi de marketing: achiziţionarea şi asigurarea cu stocuri, respectarea contractelor cu furnizorii, realizarea planurilor şi obligaţiunilor în baza contractelor de vânzare a mărfurilor, produselor şi respectarea formelor şi termenilor de achitare, formarea preţurilor la produse şi mărfuri depozitate şi vândute, reclamaţii, returnări de mărfuri ş.a.
- din sectorul informaţiilor de caracter tehnico-tehnologic pentru control intern pot fi utilizate următoarele date:
  - ✓ nivelul de utilizare a capacităţii de producţie în ansamblu şi la fabricarea principalelor tipuri de produse;
  - ✓ analiza operativă de realizare a planului de producţie zilnic, săptămânal, lunar etc.;
  - ✓ normarea şi respectarea normelor de consum şi altor normative tehnologice;
  - ✓ utilizarea capacităţii şi respectarea normelor şi tarifelor energiilor electrice, termice, aragazului la diferite locuri de consumare ş.a.

Prin activitatea executorilor organului de control intern se poate dobândi informaţia necesară din diferite sectoare şi funcţii ale managementului entităţii, începând cu procesul de iniţiere şi elaborare a business planului şi finisând cu estimarea, luarea deciziilor, regularizarea şi desfăşurarea activităţii de perspectivă.

Această informaţie funcţională este bine oglindită în Figura 6.

Locul contabilităţii şi controlului în sistemul de dirijare (de management) al entităţii

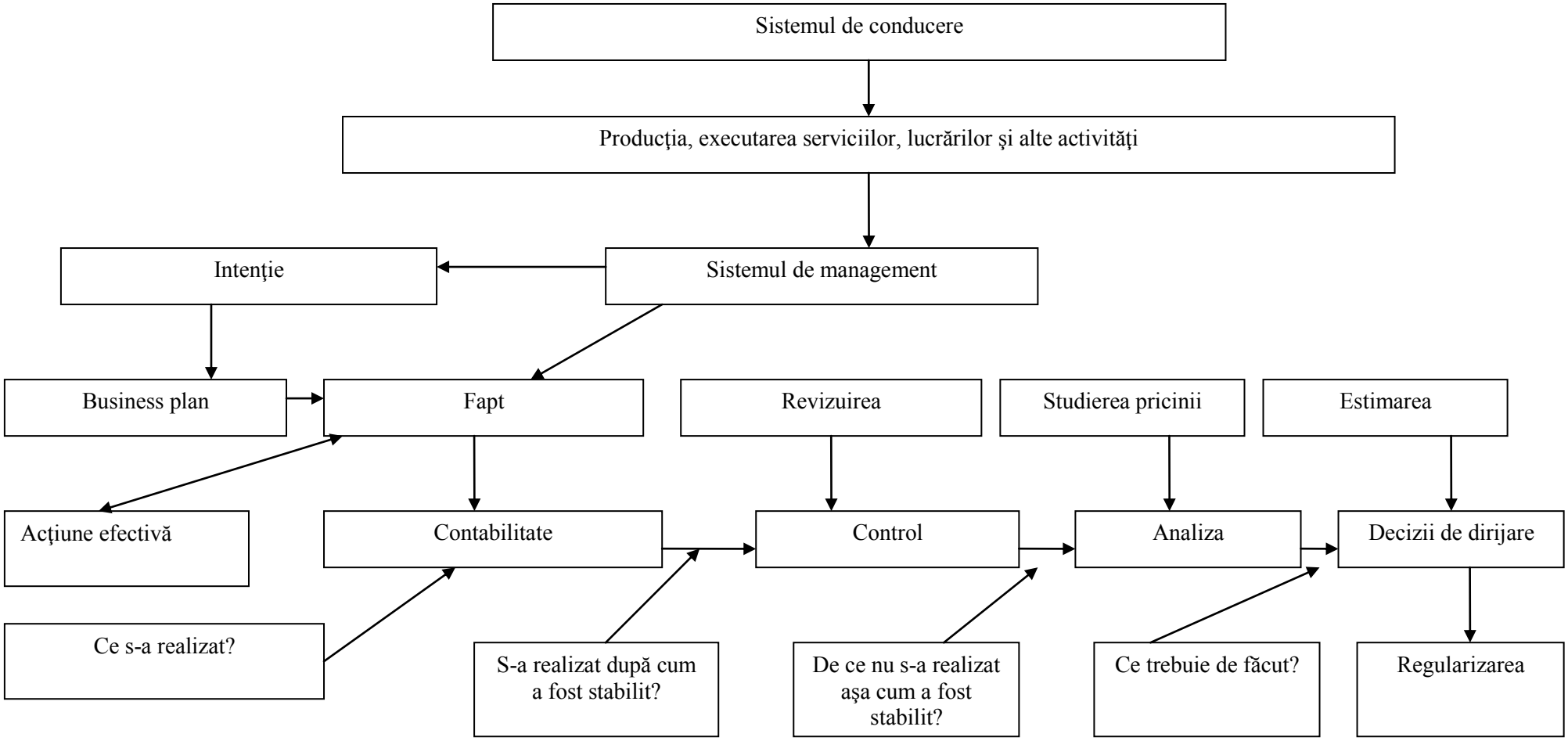


Figura 6. Funcţiile de control intern în sistemul de management

Consecutivitatea logică a datelor manageriale se formează în baza activităţii economice înregistrate prin fapte economice (operaţiuni) printr-o comparare, analiză, studiere a cauzelor, devierilor de la norme, plan.

Studierea problematicii formării organului de control intern la nivel de întreprindere, funcţiile şi conţinutul juridic al acestuia trebuie continuată şi necesită a fi continuată. Structura şi conţinutul organizatoric al controlului depinde de tipurile de activităţi ale întreprinderilor, forma organizatorico-juridică de activitate. Într-o măsură mare organizarea controlului va depinde de nivelul de centralizare şi descentralizare a managementului, contabilităţii şi raportării financiare.

Bibliografie:

1. Legea Contabilităţii, nr. 113-XVI din 27 aprilie 2007. *Monitorul Oficial al RM*. 29.06.2007, nr. 90-93.
2. ХОНГРЕН, Ч. Т., ФОСТЕР, ДЖ. *Бухгалтерский учет: управленческий аспект*. Москва: Финансы и статистика, 1995.
3. ЭНТОНИ, Р. *Учет: Ситуация и принципы.* Москва: Финансы и статистика, 1996.

ASPECTE ALE EVOLUŢIEI ACTIVITĂŢII DE ACHIZIŢIONARE – PROCESARE ÎN COOPERAŢIA DE CONSUM A REPUBLICII MOLDOVA

Melinte Claudia, *dr., conf. univ.,*
Graur Elena, *dr., conf. univ.,*
Cosnicean Irina, *dr., conf. univ.,*
Smolevscaia Mariana*, asist. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

In the modern economic system an increasingly implementation have acquired the economic process heading Managing the Supply Chain (SCM). That involves an outstanding connection into the business relationships between producers, intermediaries (stocks, stores), logistic systems, distributors and customers, consumers. The added value of this concept is driven by the synergy of all components included in the management of the supply chain, which we believe, should become a mandatory part of the development strategy of the national cooperative system.

Key words: *management of the supply chain, procurement management, consumer cooperatives, cooperative system.*

În sistemul economic modern o aplicare tot mai largă revine proceselor economice cu genericul Supply Chain Management (SCM), care presupune focusarea într-un sistem unic a relaţiilor de afaceri dintre producători, intermediari (stocuri, depozite), sisteme de logistică, distribuitori şi clienţii, consumatorii finali. Plusvaloarea acestui concept este generată de sinergia tuturor componentelor incluse în Supply Chain Management, care, după părerea noastră, reprezintă un element obligatoriu al strategiei de dezvoltare a sistemului cooperatist naţional.

În literatura de specialitate, cât şi în practica economică pentru a defini activitatea de achiziţii sunt utilizaţi termeni ca: achiziţionare, asigurare, aprovizionare, cumpărare etc.

• „achiziţionarea“ - acţiune de angajament financiar „de cumpărare“ a unor resurse materiale sau produse, fiind, de fapt, o tranzacţie monetară efectivă;

• „aprovizionarea“ - în raport cu achiziţionarea are un conţinut mai larg. Achiziţionarea este doar un moment al procesului complex de aprovizionare cu materiale şi echipamente tehnice, fiind precedată de stabilirea necesarului, dimensiunii şi momentului de cumpărare, când intervine cererea sau comanda, urmate de negocierea condiţiilor de furnizare, finalizată cu procurarea şi depozitarea efectivă a resurselor materiale. „Asigurarea materială şi cu echipamente tehnice“ se apreciază ca termen similar noţiunii de „aprovizionare“. În practica economică de specialitate asigurarea capătă o accepţiune mai extinsă, aceasta incluzând atât aprovizionarea, cât şi acţiunea de completare a bazei materiale şi tehnice necesare cu resurse din surse proprii (interne) ale întreprinderii.

Aprovizionarea reprezintă activitatea prin care se asigură elementele materiale şi tehnice necesare activităţii economice, în volumul şi structura care să permită realizarea obiectivelor generale ale întreprinderii, în condiţiile unor costuri minime şi ale unui profit cât mai mare.

În sistemul Cooperaţiei de Consum al Republicii Moldova achiziţiile de produse agricole şi materii prime istoriceşte ocupă un loc aparte, asigurând fluxul de materie primă pentru întreprinderile producătoare din sistem, formarea sortimentului necesar de mărfuri în reţeaua comerţului cu amănuntul şi în întreprinderile alimentaţiei publice. Prin sistemul de achiziţii Cooperaţia de Consum creează posibilităţi de acumulare a resurselor de mărfuri pentru realizarea exporturilor şi acumularea resurselor financiare necesare pentru dezvoltarea sistemului.

Managementul aprovizionării este un concept destul de complex cu o structură polivalentă de activităţi, ce întrunesc, ca elemente de ansamblu, probleme manageriale, analiză şi evaluare. Specificul managementului aprovizionării constă în asigurarea echilibrului dintre necesităţi şi disponibilul de resurse necesare de a fi asigurate într-o unitate economică.

Cercetările efectuate de noi permit să susţinem că obiectivele activităţii de achiziţii ar trebui să fie orientate în asigurarea completă şi complexă a activităţii economice cu resurse adecvate, calitativ şi cantitativ, în timp şi spaţiu şi cu costuri minime. Aplicarea Supply Chain Management în sistemul cooperaţiei naţionale ar permite reunirea în lanţ a activităţilor de achiziţii, producere, alimentaţie publică, desfacere, având efect cumulativ înalt. Considerăm oportună crearea unei structuri comune manageriale, care ar coordona fluxurile de resurse între elementele componente ale sistemului – întreprinderile şi organizaţiile cooperatiste din ramurile respective.

În diagrama de mai jos am prezentat evoluţia comparativă a volumului de achiziţii (anii 1997-2012), producere (anii 1997-2012) şi exporturi (anii 2010-2012) în sistemul Cooperaţiei de Consum al Republicii Moldova.

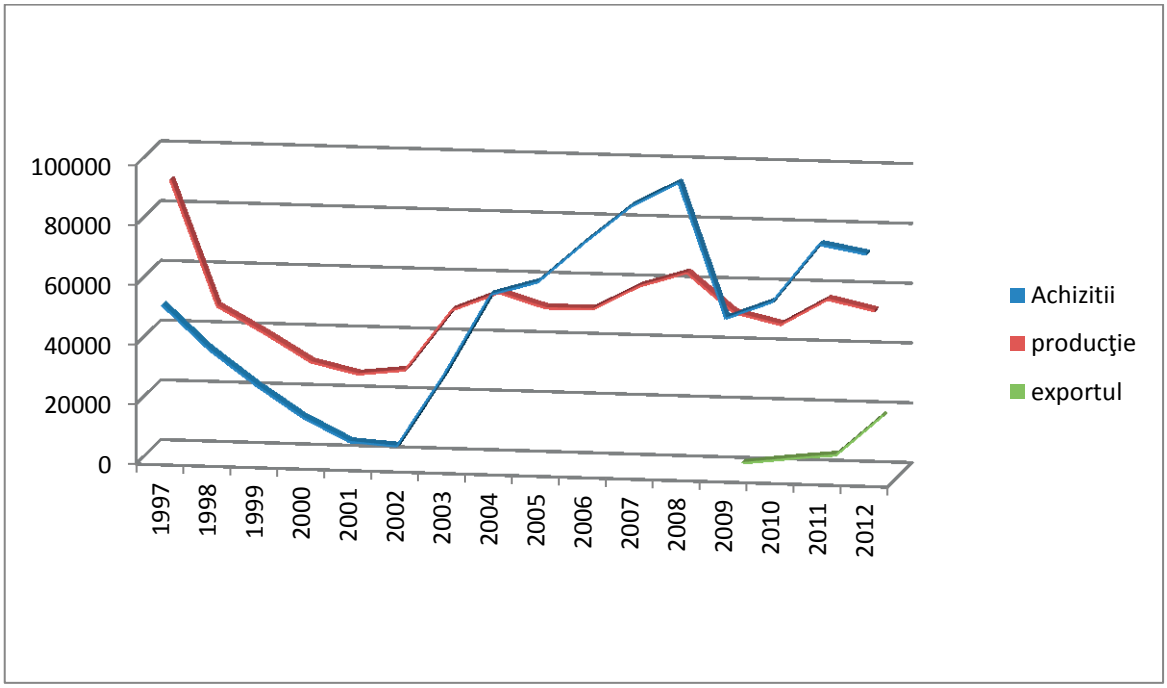


Figura 1. Evoluţia comparativă a volumului de achiziţii (anii 1997-2012), producere (anii 1997-2012) şi exporturi (anii 2010-2012) în sistemul Cooperaţiei de Consum al Republicii Moldova

După o perioadă îndelungată de scădere a volumului de achiziţii în sistemul cooperaţiei de consum în anii 1997-2002, cel mai mic nivel fiind înregistrat în anul 2002, de 7,7 mln lei, perioada ulterioară fiind caracterizată printr-o bruscă creştere până în anul 2008, înregistrând în anul 2006 – 77,8 mln lei, în anul 2007 – 90,5 mln lei, iar în anul 2008 – 98,8 mln lei.

Criza economică şi-a pus amprenta asupra evoluţiei volumului de achiziţii, astfel încât în anul 2009 s-a produs o descreştere considerabilă, volumul achiziţiilor coborându-se până la circa

54 mln lei, înregistrând o diminuare dramatică de aproape 50 la sută în comparaţie cu anul precedent.

Totuşi, evoluţia volumului de achiziţii în etapa ulterioară demonstrează o lentă ascensiune, care se menţine timp de doi ani (2010-2011) şi ajunge la nivelul de circa 80 mln lei. Cu toate acestea, în 2011 nu se reuşeşte alinierea la parametrii anului 2008 (în anul 2011 volumul achiziţiilor constituia 81% raportat către volumul achiziţiilor anului 2008). Mai mult decât atât, această tendinţă de creştere nu s-a menţinut, pentru ca deja către anul 2012 din nou să se manifeste o scădere a volumului de achiziţii cu 3,5% faţă de anul 2011. Pentru anul 2012 se atestă un volum de achiziţii de 76,8 mln lei.

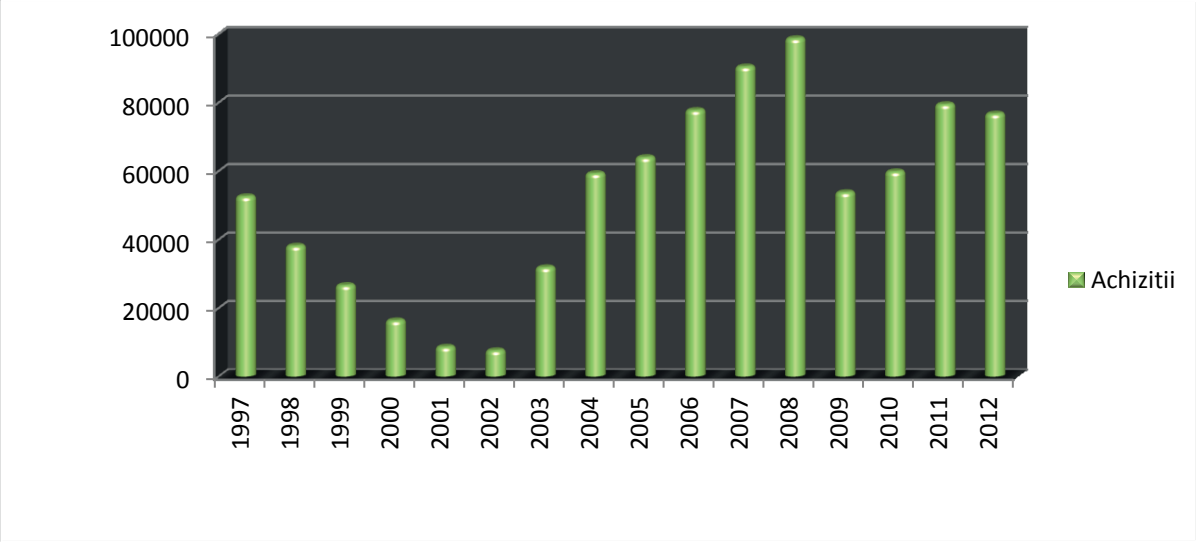


Figura 2. Evoluţia volumului de achiziţii în sistemul cooperaţiei de consum al Republicii Moldova (anii 1997-2012).

După părerea noastră o importanţă deosebită pentru dezvoltarea activităţii de achiziţii, pentru asigurarea debuşeelor şi siguranţa relaţiilor furnizor-client o deţine activitatea de producţie-procesare, caracteristică sistemului Cooperaţiei de Consum din Republica Moldova. Tradiţional sectorul cooperatist de producţie se ocupă cu prelucrarea produselor agricole, achiziţionate de la populaţie, inclusiv prelucrarea fructelor, legumelor şi cărnii, o atenţie deosebită fiind acordată fabricării pâinii şi produselor de panificaţie, care au devenit un domeniu preponderent cooperatist.

Dinamica evoluţiei volumului producţiei în sistemul Cooperaţiei de Consum, în perioada 1997-2012 se caracterizează printr-o dezvoltare neuniformă şi instabilă. Conform datelor analizate, pe parcursul perioadei 1997-2012, ”apogeul” a fost observat în 1997, când volumul producţiei industriale atinge cota de 90 milioane lei. După această perioadă un atare nivel de producere nu a mai fost atestat. Cu toate acestea, după o perioadă de declin, ce a durat până în 2002, având un volum de producţie industrială de cca. 30 milioane lei (de 3 ori mai puţin decât în 1997!), volumele de producţie în sistemul cooperatist al Republicii Moldova au înregistrat o creştere şi, începând cu 2003, s-au stabilizat între 50-60 milioane lei anual, ceea ce, totuşi, reprezintă numai 2/3 din nivelul anului 1997.

Pornind de la ipoteza necesităţii imperative a creării unui sistem unic, am analizat şi exporturile realizate în sistemul cooperatist al Republicii Moldova. Datele, de care am dispus pentru studiu, s-au limitat la ultimi trei ani (2010-2012), dar şi această perioadă scurtă ne-a permis să concluzionăm asupra interferenţelor benefice dintre cele patru activităţi cooperatiste (achiziţii – producere – desfacere, exporturi). Principalele poziţii de export ale cooperaţiei din Republica

Moldova sunt produsele agricole, în special, miezul de nucă, mierea de albine, nuci în coajă, seminţe de dovleac etc. Dinamica ultimilor trei ani ne permite să afirmăm existenţa unei tendinţe de creştere la acest compartiment (vezi diagrama nr. 1), efect care poate fi susţinut prin sinergia activităţilor cooperatiste din domeniile achiziţii – producere - desfacere, exporturi.

Activitatea de desfacere (vânzările cu amănuntul şi cele cu ridicata) nu le analizăm în cadrul acestui articol, luând în consideraţie o relativă independenţă a rezultatelor înregistrate în aceste domenii de cele din achiziţii şi producere. Totuşi, după părerea noastră, efectul sinergic se poate amplifica în cazul implicării lanţului de desfacere cooperatist într-un ***sistem integrat achiziţionare – procesare – desfacere***.

Evoluţia volumului de achiziţii pe parcursul ultimilor decenii în sistemul cooperaţiei de consum poartă un caracter neuniform şi instabil atât la mijlocul anilor 90 a secolului trecut, când achiziţiile practic erau la limita dispariţiei din activităţile economice ale sistemului cooperatist din Republica Moldova, cât şi în perioadele posterioare – anii 2002 şi 2009, când achiziţiile au înregistrat scăderi importante ale volumelor procesate. Această instabilitate a rezultatelor impune necesitatea abordării achiziţiilor într-o reţea unică cu activităţile de procesare şi desfacere, creând un ***sistem achiziţionare – procesare – desfacere***, ceea ce le-ar conferi achiziţiilor un caracter mai stabil a evoluţiilor, întrucât activităţile de achiziţionate vor deveni parte ingrată a unui sistem logistic comun şi unic, ce ar asigura stabilitatea dezvoltării acestora.

Bibliografie:

1. BAILY, Peter et al. *Principiile şi managementul achiziţiilor*. Chişinău: Editura ARC, 2004, 524 p. ISBN 9975-61-343-8. 25,9 c.a.
2. BĂŞANU, Gh., PRICOP, M. *Managementul aprovizionării şi desfacerii (vânzării)*. Bucureşti: Editura Economică, 2001, 440 p. ISBN 973-9198-48-1. 21,7 c.a.
3. GASSER, Albert J. *Die neue Sicht*: Einkauf als Gewinnbringer. Idei noi. Un creator de profit: aprovizionarea. Asociaţia Română de Aprovizionare ARA. Asociaţia Elveţiană pentru Managementul Materialelor şi Aprovizionare. Bucureşti, 2007.
4. MELINTE, Claudia, Trofimov, V. Politicile socio-economice ale statului în mediul rural prin prisma evoluţiei mişcării cooperatiste în Republica Moldova. *Materialele Conferinţei Ştiinţifice Internaţionale "Politicile macroeconomice şi rolul statului în organizarea activităţii economice eficiente"*. Ch.: ASEM, 2003, pp. 193–201. ISBN 9975-75-217-9. 0,4 c.a.
5. MELINTE, Claudia. Redefining the Mission and the Image of the Co-perative Model of the Company. *Economy, Transdisciplinarity, Cognition*. 2011, vol. XIV, issueO 1., Bacău: George Bacovia University Publishing House, 2011, pp. 446-451. 0,4 c.a.
6. MELINTE, Claudia., Tcaciuc, C. Strategii de perfecţionare ale managementului resurselor umane în întreprinderile cooperatiste. *Lucrări ştiinţifice.* Univ. Agrară de Stat din Moldova. Red-şef: Gh. Cimpoieş. Ch.: CE UASM, 2008.
7. RAISCHI, N., SMOLEVSCAIA, M., FEDORCIUCOVA, S. The Social Responsibility in Insurance of Consumer Protection in Terms of Quality Management Activity of Trade Entreprise at the Supply Chain Level. *Economy, Transdisciplinarity, Cognition.* Bacău, România, 2012, vol. XV, issue 1, pp. 213-217. ISSN 2067-5046. 0,25 c.a.

Lucrarea de faţă reprezintă unele rezultate ale cercetărilor ce se desfăşoară în cadrul proiectului instituţional de cercetare ştiinţifică fundamentală şi aplicativă „Fundamentarea modernizării comerţului şi cooperaţiei de consum din perspectiva implicaţiilor acestora asupra dezvoltării social-economice durabile şi protecţiei consumatorilor" (cifrul proiectului 11.817.08.85A).

РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

***Карпенко О. В.**, к.э.н., проф.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

Management accounting is considered as a basis of improving the information base for decision-making. Weaknesses of information supply of separate enterprises of consumer cooperatives, the relationship between indicators of economic activity and the quality of accounting were identified. The concept that the management accounting becomess a mechanism through which resources and their use are assessed objectively was proved. Seven basic principles which the accounting system, which provides the information needed in a competitive environment, should correspond to, were formulated.

***Key words:** management accounting, competitive environment, consumer cooperation enterprises.*

Предприятия потребительской кооперации Украины в период воздействия мирового экономического кризиса, политической и социальной незащищенности сельского населения находятся особенно в сложных условиях функционирования. Созданная структура сети взаимосвязанных предприятий системы потребительской кооперации, объединенных кооперативной идеей, находящаяся в стадии модернизации организационно-экономической модели управления, требует соответствующей информационной поддержки принятия решений. Поэтому важными остаются вопросы определения места управленческого учета в системе управления предприятиями потребительской кооперации и роли информации как стратегического ресурса, обеспечивающего конкурентоспособность бизнеса.

Актуальность поддержки принимаемых решений и оценки их результатов на основе современных подходов к содержанию информации требует, в свою очередь, пересмотра подходов в организации и методике учета. В Украине бухгалтерский учет, как форма книговедения, имеющая целью подготовить данные для составления финансовой отчетности, на сегодня не выполняет ту роль, которая отведена ему в зарубежных странах, как в больших компаниях, так и в небольших кооперативах [1-4].

С целью подготовки информации о возможных вариантах эффективных действий, выраженной в финансовых и нефинансовых показателях, количественных и качественных оценках, опираясь на финансовый учет (бухгалтерский в его классическом понимании) и прогнозируемые данные, необходимо устранить недостатки информационного обеспечения учетной информацией:

- отсутствие формализации четко определенных потребностей относительно состава и объема необходимой информации по уровням управления;
- содержание внутренней отчетности не ориентировано на нестандартные ситуационные решения;
- управленческие решения принимаются без должного обоснования их последствий;
- несоответствие сроков подготовки и представления информации срокам, необходимым для принятия решений;

- отсутствие оптимальных потоков внутренней и внешней информации, что приводит к деформации структуры по видам и пользователям;

- качество автоматизации учетно-аналитического и управленческого процессов, что снижает скорость обработки и интерпретации;

- наличие ошибок при сборе данных из-за недостаточной компетентности лиц, собирающих информацию, незаинтересованность руководителей центров ответственности в содействии создания качественной обратной связи;

- отсутствие контроля руководителей за организацией системы создания информации на предприятии;

- неумение генерировать и распространять релевантную информацию в соответствии с должностными обязанностями;

- дефицит времени и отсутствие желания руководителей оценивать полученную информацию о состоянии развития управляемой ими системы;

- недооценка роли сигнальной информации (анализ по отклонениям с выделением существенных);

- ограничение возможности участия в принятии решений низшего звена управления;

- финансовая несостоятельность и, как результат, недостаточность инвестирования в совершенствование системы внутренней отчетности;

- невысокая культура профессионального общения из-за разной квалификации, кругозора, опыта, личностных характеристик участников процесса использования всех видов ресурсов и управления им.

Проведенные исследования практики ведения учета в различных предприятиях системы Укоопсоюза (в Донецкой, Днепропетровской, Киевской, Кировоградской Полтавской, Одесской областях) свидетельствуют о том, что показатели деловой активности значительно выше в тех из них, которые используют элементы системы управленческого учета (переклассификация затрат по целевому принципу для организации аналитического учета затрат на продукцию; калькулирование стоимости приобретенных запасов по первоначальной оценке; альтернативное калькулирование, необходимое для решения проблем ценообразования, оценки запасов в нестандартных ситуациях, бюджетирования и.д.). Именно управленческий учет становится механизмом, с помощью которого ресурсы и их использование, формирование затрат доходов и результатов в их взаимосвязи, деятельность и бездеятельность оцениваются объективно. Этот тезис требует специального философского переосмысливания и понимания социальной роли учета в реализации общественных идей и внутреннего порядка кооперативных объединений. Поэтому существующая информационная система предприятий потребительской кооперации должна быть дополнена подсистемой управленческого учета .В современных условиях речь идет не о расширении кадрового состава бухгалтерии или планово-экономического отдела, а об изменении содержания создаваемой в них информации, согласованной системной деятельности. Целесообразным считаем обозначить, те принципы, которым должна соответствовать система учета, обеспечивающая информацию, необходимую в конкурентной среде [2].

Приоритетными принципами управленческого учета должны быть:

- системность, что предусматривает исследование расходов и доходов во взаимосвязи как между собой и с другими показателям , так и с самой деятельностью в разрезе основных процессов;

- комплексность и релевантность - использование всех полезных, релевантных, существенных видов экономической информации независимо от источников ее создания и характеристик;

- принцип «разная себестоимость для разных целей» - создание системной информации о расходах в зависимости от целей управления;

- методологический плюрализм, который означает возможность и необходимость использования инструментария любых наук для достижения целей сбора, обработки, представления информации;

- единство методологических подходов при исследовании объектов на всех уровнях управления; проведение расчетов через призму эффективности и результативности, сопоставление затрат и выгод (доходов);

- стратегическая ориентация, что означает, что при подготовке информации для принятия решений и контроля в первую очередь учитываются стратегические цели, предусмотренные в бизнес-планах;

- принцип эффективности учетной системы, которая должна обеспечить выгоду большую, чем затраты на ее создание, внедрение и функционирование;

- конфиденциальность, что означает ограничение доступа к соответствующей информации;

- ответственность за созданную информацию;

- ориентация на непрерывное совершенствование, что означает подготовку и использование аналитической информации, необходимой для постоянной оценки качества деятельности и использования соответствующих методик для попроцессно-ориентированного управления затратами.

Соблюдение бухгалтерами-аналитиками этих принципов позволит создать качественную информационною основу для удержания устойчивых позиций на рынке.

Литература:

1. Апчерч А. Управленческий учет: принципы и практика: пер. с англ. / Под ред. Я. Соколова, И.Смирновой. М. Финансы и статистика, 2002. – 952 с.
2. Карпенко О.В. Управлінський облік: організація, методологія, методика викладання: монографія. / О.В. Карпенко – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005. – 341с.
3. Нападовська Л.В. Управлінський облік: значення та застосування у практичній діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкових відносин / Л. Нападовська // Бухгалтерський облік та аудит. – 2009. – № 8-9. – С. 78-93.
4. Пушкар М.С. Управлінський облік: нові підходи, ідеї, концепції. Сучасні проблеми системи обліку в Україні: монографія./ М.С.Пушкар [та інші].–Тернопіль: 2010. – 550 с.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЛИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Карцева В.В.*, к.э.н., доц.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

The article justifies the need for establishment of an enterprise-level strategic control system parallel with identification of respective targets. The author suggests a set of milestones for establishment of an enterprise-level strategic control system.

Key words: *strategic controlling, strategic controlling system, destination management, targets.*

В современных условиях экономического развития предприятия потребительской кооперации должны уделять внимание не только решению текущих проблем, но и определять долгосрочную стратегию развития. В этом контексте повышается роль стратегического контроллинга как необходимой составляющей системы управления.

Вопросы стратегического контроллинга в условиях формирования рыночных отношений нашли свое отражение в научных трудах А. Аткинсона, И. Ансоффа, Р. Акоффа, М. Блауга, Д. Коупленда, А. Дайле, П. Друкера, М. Мескона, А. Томпсона, П. Хорвата, И. Бородушко, Н. Ермасовой, Н. Погостинской, Л. Малышевой, О. Попченко, С. Фалько и др.

Среди отечественных ученых вопросы стратегического контроллинга исследуют И. Бланк, В. Геец, Н. Кидрякова, С. Козьменко, С. Петренко, М. Пушкарь, Л. Савчук, В. Сопко, Л. Сухарева, М. Чумаченко, Н. Чухрай и др.

Контроллинг в современной экономике является достаточно мало изученной сферой деятельности, которая в период плановой экономики была подменена контролем, учетом, планированием, но до сегодняшнего времени не существовало единой системы, которая могла бы объединить разные сферы управленческого и финансового направлений деятельности предприятий.

Современные стратегии развития предприятий формируются с учетом использования контроллинга в системе управления. Следует отметить тот факт, что практическое внедрение контроллинга невозможно без четкого определения целевых показателей, которые обеспечили бы достижение поставленной цели в рамках сформированной стратегии. Предприятия потребительской кооперации не являются исключением, поскольку для их эффективного функционирования необходимо использовать рыночные методы управления.

Потребительская кооперация является достаточно мощным сектором экономики, использование контроллинга в котором даст возможность раскрытия новых направлений развития и управления и обеспечить контроль за их практическим внедрением.

При формировании эффективной системы управления необходимо учитывать тенденции развития рыночной среды. Следует отметить, что специфика работы потребительской кооперации, демократические принципы организации ее деятельности, которые существовали задолго до формирования рыночных условий в экономике, требуют усовершенствования и формирования новой концепции управления.

Контроллинг, как составляющая системы управления предприятием, способствует повышению качества управления и обеспечению всех звеньев релевантной информацией. Это очень важно в условиях сложной вертикали управления, поскольку без прозрачного информационного поля невозможно добиться качества принимаемых управленческих решений.

Стратегия предприятий потребительской кооперации должна отражать генеральную линию развития в долгосрочной перспективе. Общая система контроллинга в потребительской кооперации должна обеспечивать реализацию и координацию деятельности как в стратегическом, так и оперативном планах. Поскольку наше исследование посвящено стратегическому контроллингу, то считаем необходимым более детально раскрыть именно этот аспект. Попченко Е. Л. и Ермасова Н.Б. подчеркивают, что « главное в стратегическом контроллинге – координация и контроль всех этапов стратегического менеджмента как процесса и всех его элементов как системы» [4 , с.41].

Мы считаем, что внедрение стратегии на предприятиях потребительской кооперации должно обеспечиваться выполнением двух условий:

Во – первых, понимание стратегических целей должно быть одинаковым как для руководителей, так и для исполнителей.

Во – вторых, обеспечение формализации стратегии на основе системы целевых показателей, которые являются необходимыми для обеспечения процесса планирования, мониторинга, контроля, анализа отклонений для достижения поставленных долгосрочных целей.

Реализация выбранной стратегии на предприятиях потребительской кооперации должна происходить в рамках целевого управления, поскольку такой подход максимально обеспечит ее фактическое выполнение. С этой целью необходимо:

- определить цели деятельности предприятия потребительской кооперации;
- выделить целевые показатели, по которым можно контролировать достижение поставленной цели;
- обеспечить планирование целевых показателей;
- проводить постоянный мониторинг целевых показателей как количественно, так и качественно;
- контролировать выполнение показателей, выявлять отклонения фактических значений от запланированных с выяснением причин для последующей корректировки;
- принимать управленческие решения в условиях скорректированных целевых показателей.

Формирование системы управления с учетом целевых показателей дает возможность руководству владеть ситуацией на предприятии, поскольку создаются условия для получения структурированной информации в рамках определенных показателей.

Система стратегического контроллинга должна постоянно фиксировать количественные значения выбранных показателей и в процессе мониторинга сравнивать их с плановым значением (критерием). В результате такого сравнения необходимо оценивать ситуацию с целью выяснения причин и воздействия факторов, которые повлияли на ухудшение или улучшение ситуации.

Таким образом, установление стратегических целевых показателей на предприятиях потребительской кооперации будет способствовать своевременному выявлению «узких мест» в работе и определять корректирующие действия по их ликвидации.

И. Ансофф подчеркивает, что «в реальной жизни основной проблемой фирмы является получение достаточного дохода от использования фактических ресурсов, а не

получение прибыли на основе предположения о том, что ресурсы фирмы могут быть как угодно изменены» [1, с. 82]. Таким образом, само по себе получение прибыли в современных условия развития не является залогом успеха, поэтому предприятие может определить необходимый размер прибыли в качестве критерия обеспечения развития.

Л.А.Малышева обращает внимание на то, что «методы определения будущего состояния организации в долгосрочной перспективе определяются основной задачей стратегического контроллинга – сохранением баланса между прибыльностью, ростом и развитием» [3, с.5]. Для предприятий потребительской кооперации соблюдение такого баланса является особенно актуальным в рамках утвержденной на XIX съезде потребительской кооперации Украины (март 2004 г.) стратегии развития потребительской кооперации на период до 2015 года.

Система управления предприятиями потребительской кооперации, базирующаяся на выделении целевых показателей в рамках стратегического контроллинга и сформированной стратегии развития, дает возможность руководству создать мощный центр управления по принятию эффективных управленческих решений. «Стратегический контроллинг должен помогать организации эффективно использовать ее преимущества и создавать новые потенциалы для успешной деятельности на перспективу» [4, с. 40].

Мы придерживаемся мнения, что внедрение системы стратегического контроллинга с выделением целевых показателей деятельности является достаточно сложным процессом. Поэтому предлагаем выделить следующие этапы, последовательное выполнение которых даст возможность практического функционирования системы стратегического контроллинга на предприятиях потребительской кооперации.

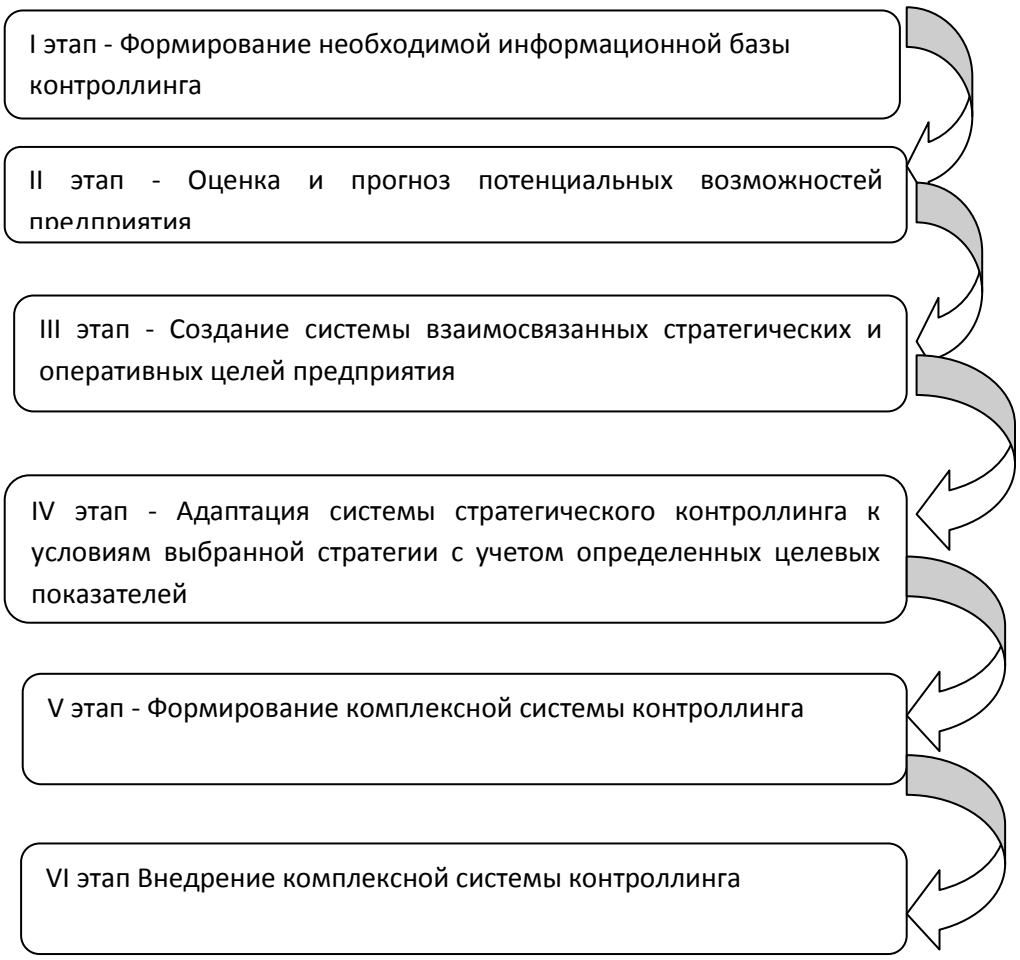


Рис.1. Основные этапы формирования системы стратегического контроллинга на предприятиях потребительской кооперации

Определение целевых показателей в системе стратегического контроллинга формирует структурированную управленческую информацию, которая ориентирует руководство предприятия на четкое понимание причин возникновения той или иной хозяйственной ситуации. В результате руководство предприятия имеет возможность своевременно реагировать на происходящее с целью минимизации негативных последствий. При отсутствии структурированных целей и измеряемых показателей предприятие сталкивается с проблемой несогласованности в работе, как отдельных подразделений, так и предприятия в целом.

При формировании системы стратегического контроллинга с использованием целевых показателей необходимо учитывать все приоритетные направления развития предприятий потребительской кооперации. Такой подход дает возможность обеспечить многомерный подход к формированию целевых показателей, которые будут учтены при выборе стратегии.

Основные приоритеты или проекции развития предприятий потребительской кооперации должны отражать ключевые аспекты деятельности. Мы считаем, что при формировании системы целевых показателей необходимо взять за основу перспективы, которые были предложены Р.Капланом и Д.Нортоном (финансы, клиенты, бизнес, процессы, кадры). В условиях информационных и глобализационных изменений «сбалансированная система показателей обеспечивает менеджмент универсальным механизмом, который изменяет представление и стратегию компании через набор взаимосвязанных показателей» [2, с. 28-29].

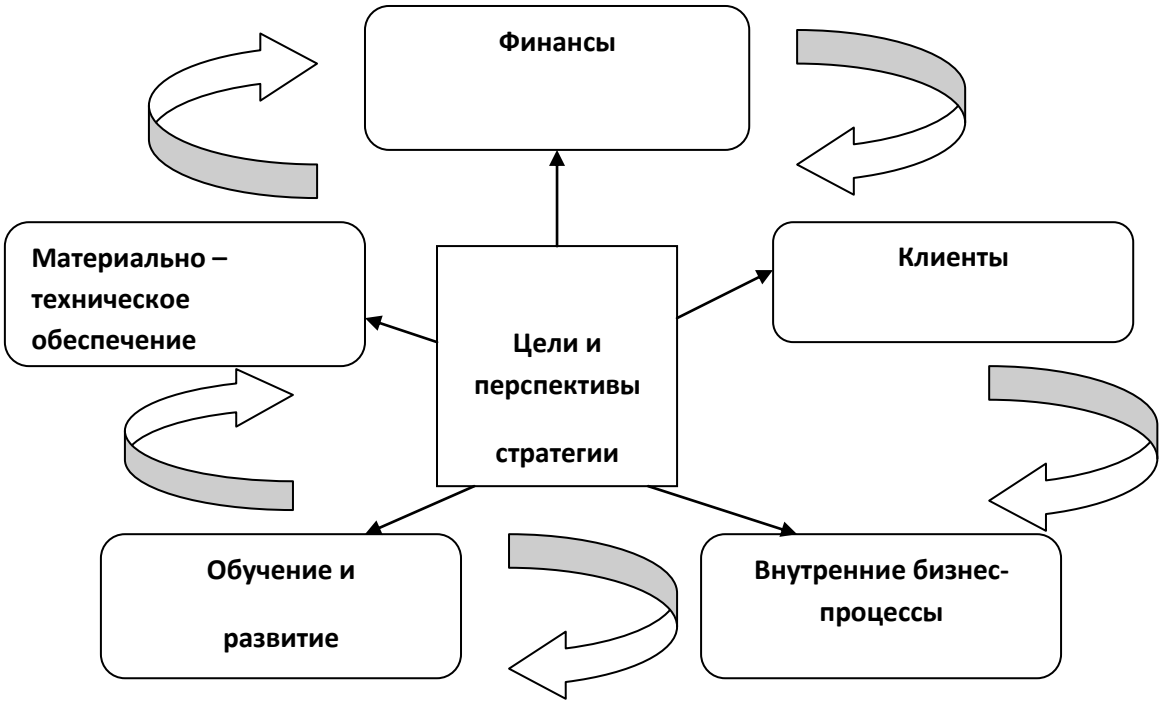


Рис. 2. Модель системы сбалансированных показателей для предприятий потребительской кооперации

При этом формирование BSC (Balanced Scorecard) будет способствовать рассмотрению финансовых и нефинансовых целевых показателей в комплексе, что, в свою очередь, повысит эффективность деятельности предприятий потребительской кооперации.

Мы считаем, что предложенные Р.Капланом и Д.Нортоном перспективы, которые входят в состав сбалансированной системы показателей, не являются неизменными, и поэтому могут дополняться с учетом особенностей и специфики деятельности предприятия.

Формирование эффективной стратегии деятельности предприятий потребительской кооперации в значительной степени зависит от состояния необоротных активов. Поскольку в структуре баланса предприятий потребительской кооперации значительный удельный вес занимают необоротные активы, то включение такой перспективы, как материально – техническое снабжение в систему BSC с выделением соответствующих целевых показателей является, на наш взгляд, достаточно логичным.

Сбалансированная система показателей должна формироваться с учетом причинно – следственных связей, факторов успеха и взаимосвязи с финансовыми результатами деятельности предприятий потребительской кооперации.

На наш взгляд, концептуальной основой развития и практического использования системы стратегического контроллинга с выделением целевых показателей на предприятиях потребительской кооперации Украины является его понимание как процесса рационального управления с целью выявления наиболее перспективных направлений развития и уменьшения рисков всех видов деятельности.

Литература:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия/ И.Ансофф. – СПб.: Питер Ком, 1999.-416 с.
2. Каплан Р., Нортон Д. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. — 2-е изд., испр. и доп. / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп— Бизнес», 2003 –320 с.
3. Малышева Л.А. Методические подходы к оценке эффективности контроллинга. Препринт./ Л.А.Малышева Екатеринбург : институт УрО РАН , 2003. – 66с.
4. Попченко Е.Л., Ермасова Н.Б. Бизнес – контроллинг/ Е.Л. Попченко, Н.Б. Ермасова ; М.: Издательство «Альфа-Пресс».- 2006.- 288с.

REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAŢIONALE FINANCIARE NEINSTITUŢIONALIZATE

***Flocea Ruslan**, drd.,*
Institutul de Istorie al AŞM

The article is itself a study that confirms that the regulation of international financial cooperation shall be based on the broad spectrum of bilateral and multilateral international treaties (agreements, memorandums) concluded by the Government of Moldova and Governments of third countries, having as object the consecration of partnered relationships, financial, banking, foreign investment, tax, financial and fiscal crime prevention etc.
At the same time are examples of when specific financial agreements take the form of bilateral investment agreements and presents differences in shape, but demonstrates a marked analogy content.

***Key words:** international financial cooperation, partnered relationship, investments.*

Cooperarea internaţională financiară neinstituţionalizată prezintă un domeniu distinct al relaţiilor de cooperare de specialitate financiară *ad integrum*, presupunînd raporturi de mutualitate întreţinute între state în calitatea lor de subiecţi plenipotenţiari ai relaţiilor internaţionale prin intermediul structurilor oficiale (guvernelor), îmbrăcînd forma unei cooperări bilaterale şi multilaterale.

Remarcăm că esenţa cooperării financiare neinsituţionalizate este detalizată de noi în cadrul cercetării şi definitivării conceptului de cooperare financiară interstatală, relativ la reflecţiile normative şi doctrinare privind cooperarea financiară, în special ne vom referi la acordurile bilaterale încheiate de RM cu alte state în sfera finanţelor internaţionale, precum şi cele adiacente finanţelor (fiscale de exemplu).

Specificăm că cooperarea financiară neinstituţionalizată este guvernată de acordurile de reciprocitate încheiate între RM şi statele terţe, îndeosebi, în vederea promovării şi protejării investiţiilor, în perioada recentă interesul de a proteja investiţiile şi dezvolta segmentul investiţional, capătînd o importanţă de esenţialitate în cadrul relaţiilor de cooperare interguvernamentală.

Profesoara **V. Arhiliuc** subliniază că relaţiile investiţionale interstatale se reglementează, de cele mai dese ori, de tratatele bilaterale, care pot avea denumiri diferite: tratate, convenţii sau acorduri pentru promovarea, protecţia şi garantarea reciprocă a investiţiilor ş.a. [1, p.7].

Remarcăm că indiferent de forma tratatelor bilaterale încheiate, acestea conţin clauze clare şi precise, de cele mai dese ori identice, în sens, că conţinutul unui tratat din domeniul cooperării financiare neinstituţionalizate prezintă similitudini evidente cu alte tratate de domeniu.

În această optică, putem vorbi de o diferenţiere de formă a acordurilor interstatale, dar o analogie marcantă de conţinut.

Astfel, în urma analizei unei multitudini existente de ***acorduri încheiate de RM şi alte state, privind domeniul investiţiilor, susţinem că ele includ următoarele părţi constituitive***:

1. *Preambul* – aici se specifică denumirea Înaltelor părţi contractante, scopul şi obiectivele generale ale acordului semnat.

Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Azerbaidjan cu privire la promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 27 noiembrie 1997 stipulează în preambul că „Părţile contractante, dorind să intensifice colaborarea economică de lungă durată, intenţionînd să creeze şi să menţină condiţiile favorabile pentru investiţiile investitorilor unui stat pe teritoriul celuilalt stat, vor stimula iniţiativă constructivă în acest domeniu" [2].

2. *Noţiuni generale* – acest compartiment prezintă o listă exhaustivă de termene utilizate în textul tratatului, oferind conceptul acestora prin definire. Clauza respectivă mai este denumită *definiţii* sau noţiuni introductive.

Acordul între RM şi Confederaţia Elveţiană privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 30 noiembrie 1995 în art. 1 conţine un şir de definiţii ale termenilor şi noţiunilor în sensul nemijlocit al tratatului. Spre exemplu, prin *investitor* se desemnează: persoanele fizice, care, conform legislaţiei părţii contractante, sunt considerate cetăţeni, entităţile juridice, inclusiv societăţile, societăţile înregistrate, societăţile de persoane sau alte organizaţii care sunt constituite sau organizate în oricare altă manieră, în conformitate cu legislaţia părţii contractante, care au sediul şi activităţile reale pe teritoriul acestei părţii contractante [3].

Acordul privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor între RM şi Regatul Spaniei din 11 mai 2006 în art. 1 prescrie că *investiţie* înseamnă orice gen de patrimoniu investit de către investitorii unei părţi contractante pe teritoriul celeilalte părţi, în conformitate cu legile şi reglementările celei din urmă şi în particular, dar nu exclusiv investiţia include: proprietate mobiliară şi imobiliară, alte drepturi de proprietate ca ipoteci, gajuri, angajamente şi drepturi similare; întreprindere sau cote – părţi, acţiuni şi obligaţiuni sau alte forme de participare într-o întreprindere; creanţe monetare, orice alte creanţe şi drepturi în bază de contract cu valoare economică; drepturi de angajare în activităţi economice şi comerciale, inclusiv concesiuni [4].

3. *Tratamentul investiţiilor* – se are în vedere gradul de protecţie acordat investiţiilor în cadrul relaţiilor de parteneriat şi cooperare financiară între statele contractante, cu stipularea prohibiţiei unei discriminări neconforme a investiţiilor străine în raport cu cele interne sau alte investiţii străine.

Acordul între Guvernul RM şi Uniunea economică belgo – luxemburgheză privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 21 mai 1996 în art. 2 stabileşte că fiecare parte va încuraja pe teritoriul său investiţiile altor părţi, în particular prin autorizarea încheierii şi executării contractelor de licenţiere şi acordare a asistenţei comerciale, administrative sau tehnice legate de investiţii. În art. 3 se consacră regula tratamentului nedescriminatoriu, ansamblul de investiţii directe şi indirecte efectuate de investitorii unei părţi contractante, se bucură pe teritoriul altor părţi de un tratament just şi echitabil [5].

Art. III al *Acordului între Guvernul RM şi Guvernul României privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor* din 14 august 1992 include clauza naţiunii celei mai favorizate, stipulînd că fiecare parte contractantă va acorda investiţiilor efectuate în teritoriul său, activităţilor conexe şi veniturilor acumulate de către investitorii celeilalte părţi un tratament nu mai puţin favorabil decît cel pe care îl acordă în situaţii similare propriilor investitori sau investitorilor oricărui stat terţ [6].

4. *Exproprierea, confiscarea şi compensarea bunurilor investiţionale* – tratatele de cooperare financiară conţin prevederi distincte privind protecţia fondurilor şi resurselor străine împotriva unor măsuri de expropriere, naţionalizare şi confiscare nelegitime, injuste şi discriminatorii la nivel intern al statelor contractante.

Acordul între RM şi Republica Polonia privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 15 noiembrie 1994 în art. 6, denumit „Confiscarea şi compensarea", prevede că nicio parte nu va întreprinde direct sau indirect acţiuni pentru confiscarea, naţionalizarea sau alte acţiuni cu caracter analogic sau consecinţe identice privind investiţiile care aparţin investitorilor celuilalt stat, cu excepţia cazurilor cînd asemenea măsuri se întreprind în interese publice, nu sunt discriminatorii, se efectuează în mod legal stabilit şi sunt urmate de despăgubiri efective şi juste [7]. Art. 5 al. 3 al *Acordului între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Franceze privind încurajarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 8 septembrie 1997* stabileşte cu referire la pierderi investiţionale în baza de riscuri politice că „cetăţenii sau societăţile unei părţi contractante, ale căror investiţii vor avea de suferit pierderi în urma unui război sau oricare alt conflict armat, revoluţii, stări de urgenţă naţională, revolte survenite pe teritoriul sau în spaţiul maritim al celeilalte părţi, vor beneficia din partea acesteia de un tratament nu mai puţin favorabil decît cel acordat propriilor cetăţeni sau societăţi, precum şi naţiunii celei mai favorizate" [8].

5. *Libertatea transferului şi repatrierii investiţiilor* – tratatele financiare încheiate de o manieră imperativă includ prevederi relative la asigurarea libertăţii transferurilor şi repatrierii fondurilor investite sau virate, precum şi dobînzilor, spezelor şi remuneraţiilor aferente activităţii de investire din teritoriile unde proiectele investiţionale au derulat sau derulează în afara oricărei imixtiuni şi destimulări neconforme.

Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Bulgaria privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 17 aprilie 1996 în art. 6 stipulează că statele contractante, pe teritoriile şi în spaţiul maritim al cărora au fost efectuate investiţii de către cetăţenii şi/sau societăţii altei părţi, după îndeplinirea cuantumului de obligaţiuni fiscale, acordă acestor categorii de investitori transferul liber al sumelor investite iniţiale şi suplimentare, veniturilor în urma investirii, sumelor rezultate din lichidarea totală sau parţială a investiţiilor, sumelor necesare pentru achitarea cheltuielilor legate de investiţii, compensaţiilor de expropriere şi naţionalizare, salariilor şi onorariilor primite de cetăţenii unei părţi în legătură cu activitatea de investiţie desfăşurată pe teritoriul celeilalte părţi [9].

Art. 5 al *Acordului între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Populare Chineze cu privire la stimularea şi protejarea reciprocă a investiţiilor de capital* din 6 noiembrie 1992 prevede suplimentar la tipurile de fonduri transferabile indicate în Acordul cu Bulgaria, fondurile financiare de profit, dividende, dobînzi, redevenţe, plăţi pentru management şi asistenţă tehnică [10].

6. *Clauza subrogării* – acordurile de cooperare financiară consacră de o manieră expresă obligaţiunea statelor în cooperare să accepte transmiterea prin substituţie a drepturilor investitorului altor persoane în cauze legitime prestabilite.

Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Slovenia privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 10 aprilie 2003 în art. 8 stipulează că, dacă o parte contractantă sau organizaţie împuternicită efectuează plată în bază de compensare, garanţie sau contract de asigurare acordat investitorului pe teritoriul altei părţi, aceasta din urmă va recunoaşte transmiterea asupra primei părţi sau a instituţiei împuternicite cuantumului drepturilor şi pretenţiilor investitorului [11].

Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Kîrgîze cu privire la promovarea şi protecţia reciprocă a investiţiilor din 7 noiembrie 2002 în art. 7 prescrie obligaţia părţilor contractante să recunoască transmiterea drepturilor şi pretenţiilor investitorului către altă parte

dacă această parte sau mediatorul desemnat de ea efectuează plăţi propriilor investitori în baza unei garanţii acordate pentru investiţiile pe teritoriul altei părţi [12].

7. *Soluţionarea diferendelor dintre o parte şi investitorii altei părţi* – actele internaţionale de o manieră minuţioasă stabilesc procedura şi condiţiile rezolvării pe cale paşnică a diferendelor investiţionale, izvorîte în urma implementării nemijlocite a acordurilor bilaterale şi multilaterale. *Acordul între Guvernul RM şi Consiliul de Miniştri al Republicii Albania privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor* din 11 iunie 2004 în art. 9 descrie procedura soluţionării diferendelor între stat şi investitori străini ale celuilalt stat. Astfel, diferendele urmează a fi rezolvate pe cale amiabilă, în cazul imposibilităţii găsirii unei soluţii adecvate pe cale amiabilă timp de şase luni, investitorul este în drept să supună diferendul unei curţi competente din statul unde au fost efectuate investiţiile sau instanţei de arbitraj internaţional. Cu referire la arbitraj, investitorul poate supune diferendul spre soluţionare Centrului Internaţional pentru Reglementarea Diferendelor relative la Investiţii (CIRDI) şi tribunalului arbitral *ad-hoc,* constituit în baza Regulilor privind Soluţionarea litigiilor ale Comisiei Naţiunilor Unite pentru Drept Comercial Internaţional (UNCITRAL) [13].

Subliniem că la momentul încheierii şi intrării în vigoare (23 decembrie 2004) a tratatului bilateral respectiv, Moldova nu a ratificat *Convenţia privind reglementarea diferendelor relative la investiţii între state şi persoane ale altor state*, şi, prin urmare, nu a fost supusă jurisdicţiei CIRDI, Convenţia în cauză, intrînd în vigoare pentru RM abia la 4 iunie 2011 [14].

8. *Soluţionarea diferendelor între Înaltele părţi contractante* – tratatele din domeniul financiar conţin clauze separate privind diferendele interstatale, izvorîte din interpretare şi aplicare conflictuale ale tratatului *ad integrum* sau a unor stipulaţii din tratat în particular.

Acordul între RM şi statul Kuwait privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 29 martie 2002 prevede în art. 10 procedura specială în cazul constatării diferendelor între statele semnatare. În această ordine, orice diferend privitor la interpretarea şi aplicarea Acordului va fi susceptibil unei soluţionări amiabile între state prin intermediul canalelor diplomatice, în măsura posibilităţii şi oportunităţii. Altfel, în cazul imposibilităţii găsirii unei soluţii acceptabile pentru ambele părţi, diferendul va fi conferit spre soluţionare unui tribunal arbitrar ad-hoc conform unei proceduri speciale [15].

Juristul rus **N. Slyusari** consideră că regimurile juridice contemporane de soluţionare a diferendelor sunt multiple, statele fiind responsabile de alegerea unor mecanisme pe care le consideră corespunzătoare în raport cu o situaţie concretă. Actualmente, fiind considerate prioritare organizaţiile internaţionale regionale chemate să soluţioneze paşnic diferendele, [16, p. 40].

Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Elene privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 23 martie 1998 de asemenea stipulează în art. 8 calea paşnică de negociere a soluţionării diferendelor referitoare la interpretarea şi aplicarea tratatului. În cazul imposibilităţii soluţionării diferendului prin canale diplomatice, acesta va urma calea soluţionării din partea unui tribunal arbitral [17].

9. *Dispoziţiile finale privind aplicarea, intrarea în vigoare şi termenul tratatului* – actele internaţionale includ clauze finale relative la validarea şi aplicarea textului tratatului, inclusiv răsfrîngerea acestuia asupra relaţiilor financiare deja în derulare.

Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Austria privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 5 iunie 2001 statutează în art. 11 asupra aplicabilităţii

actului semnat investiţiilor efectuate de investitorii unei părţi contractante pe teritoriul celeilalte părţi chiar şi înaintea de intrare în vigoare a Acordului [18].

Acordul între RM şi Republica Croaţia privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 5 decembrie 2001 stabileşte în art. 14 că tratatul este încheiat pentru un termen de zece ani cu prelungire automată pentru termene consecutive de zece ani cu excepţia notificării prealabile prin canale diplomatice cel puţin cu un an înainte de expirarea perioadei curente, a intenţiei unei părţi de denunţare a Acordului [19].

Ţinem să subliniem că de cele mai dese ori acordurile de cooperare financiară se încheie pentru perioade de la cinci la cincisprezece ani, cu opţiunea autoprelungirii. Există unele acorduri de excepţie (spre exemplu *Acordul între RM şi Kuwait* precitat) care sunt aplicabile unei perioade de treizeci de ani, de asemenea, cu opţiunea prelungirii automate.

Deşi o asemenea prezentare structurată a tratatelor financiare investiţionale nu este una categorică, respectiv, şi clauzele de conţinut nu sunt imperativ identice sau omogene, analiza faptică a convenţiilor şi acordurilor încheiate de RM cu alte state – partenere ale circuitului financiar, investiţional şi monetar, demonstrează tendinţele în ascensiune de acoperire, prin intermediul conţinutului tratatului, a unei game largi prestabilite de chestiuni de esenţialitate în vederea dezvoltării normale a relaţiilor de cooperare.

A. Burian şi alţii subliniază că acordurile investiţionale stabilesc principii juridice fundamentale, destinate consolidării relaţiilor comerciale între RM şi ţările – părţi la extinderea dezvoltării şi colaborării comerciale şi economice, la încurajarea şi crearea condiţiilor favorabile pentru investiţiile persoanelor fizice şi juridice ale unei ţări pe teritoriul altei. În conformitate cu prevederile acordurilor, părţile contractante îşi asumă obligaţia să asigure administrarea, menţinerea, utilizarea, deţinerea sau repartiţia pe teritoriul lor a investiţiilor altei părţi contractante, să se abţină de la toate măsurile discriminatorii sau nefondate, să acorde investiţiilor regimul naţional sau al naţiunii celei mai favorizate, să asigure investitorilor transferul, fără nici o restricţie a investiţiilor în valută convertibilă [20, p. 469, 470].

Detaşîndu-ne de la reglementările neinstituţionalizate ale cooperării internaţionale de specific investiţional, subliniem că colaborarea financiară îşi găseşte consacrare şi în alte acte bilaterale cu caracter de generalitate (tratate de prietenie şi cooperare) sau specialitate (memorandumuri de înţelegere şi acorduri pe segmente de economie).

În această ordine de idei, nominalizăm *Tratatul de înţelegere, prietenie şi cooperare între RM şi Republica Franceză* din 29 ianuarie 1993 [21], care în mod expres statutează asupra cooperării interstatale în toate domeniile, precum relaţiile politice, economice şi culturale spre promovarea valorilor democratice în spaţiul Europei (art. 2). Art. 9 al Tratatului prevede că RM şi Franţa se angajează să creeze un climat favorabil aprofundării cooperării economice, în acest scop constituind o Comisie interguvernamentală mixtă de cooperare economică, industrială şi financiară. De asemenea, fiecare parte va depune eforturi privind încurajarea investiţiilor directe pe teritoriul celeilalte părţi, statele semnatare avînd relaţii de cooperare în cadrul instituţiilor economice şi financiare internaţionale, precum Banca Europeană pentru Reconstrucţie şi Dezvoltare, Banca Mondială şi Fondul Monetar Internaţional.

Memorandumul de înţelegere între Guvernul RM şi Guvernul Ţărilor de Jos cu privire la programul de cooperare cu pieţele în curs de dezvoltare din 10 octombrie 2005 [22] dezvoltă raporturile de parteneriat egal şi reciproc între statele semnatare privind sectorul antreprenorial privat moldav cu accentul pe investiţiile private prin intermediul proiectelor – pilot mixte în sectoare specifice (art. 1). Art. 5 dezvoltă domeniile de aplicabilitate ale programului de cooperare,

acestea fiind: industria, agro – industria, sfera serviciilor, tehnologiile informaţionale, infrastructura, cercetărle şi inovaţiile, economisirea energiei, turismul. Remarcăm că bugetul total al programului de cooperare cu pieţele în curs de dezvoltare desfăşurat de Olanda cu 42 de ţări este de 51 mln euro (art.2).

De o manieră de specialitate programul se referă la reducerea sărăciei, crearea locurilor de muncă şi ameliorarea sectorului antreprenorial privat în Moldova.

Acordul între Banca Naţională a Moldovei şi Banca Naţională a Republicii Belarus privind organizarea decontărilor bancare din 9 decembrie 1998 [23] reglementează sistemele de decontări şi plăţi între agenţii economici rezidenţi (persoane fizice şi juridice) din RM şi Belarus. Decontările se efectuează prin virament prin intermediul conturilor corespondente ale băncilor autorizate din RM şi Belarus şi conturile subiecţilor activităţii economice externe şi ale persoanelor fizice, deschise în băncile autorizate rezidente sau băncile statelor terţe (art. 2).

Privitor la decontări sunt aplicabile un şir de reguli de reciprocitate (art. 10): decontările şi plăţile se efectuează doar în limitele mijloacelor financiare existente în conturile corespondente; decontările se efectuează în baza ordinelor de plată; decontările pe conturile corespondente se efectuează prin intermediul plăţilor electronice, sistemului Swift sau telex; dobînda la soldurile din conturile corespondente nu se calculează; verificarea cu confirmarea soldurilor şi rulajelor conturilor corespondente este efectuată trimestrial etc.

Acordul are în vizor regularea aspectelor sistemice de plată a relaţiilor financiar – valutare bilaterale în scopul dezvoltării şi perpetuării comerţului internaţional regional.

Alt act bilateral regulator de relaţii de mutualitate în sfera finanţelor internaţionale şi aferente acestora – *Acordul dintre Guvernul RM şi Guvernul Federaţiei Ruse privind colaborarea şi schimbul de informaţii în domeniul combaterii contravenţiilor financiare şi fiscale* din 8 octombrie 1996 [24] se referă la cooperarea interstatală prin intermediul organelor competente în scopul organizării unei lupte eficiente pentru depistarea, prevenirea şi suprimarea crimelor şi infracţiunilor prevăzute de legislaţiile financiare şi fiscale ale statelor semnatare (art. 1). În cadrul implementării Acordului părţile vor utiliza o serie de forme de colaborare de reciprocitate (art. 3): schimbul de informaţii privind actele ilegale din domeniile financiar şi fiscal; conlucrarea privind desfăşurarea de acţiuni îndreptate spre depistarea, prevenirea şi suprimarea crimelor şi infracţiunilor financiare şi fiscale; prezentarea copiilor certificatelor de acte de impozitare a persoanelor fizice şi/sau entităţilor juridice; schimbul de informaţii privind sistemele naţionale de impozitare; schimbul de experienţe în crearea şi exploatarea sistemelor informaţionale utilizate pentru combaterea infracţionalităţii financiare; coordonarea activităţii şi acordarea asistenţei necesare în problemele apărute în cadrul colaborării prin crearea grupurilor de lucru, pregătirea cadrelor, organizarea de conferinţe şi seminare etc.

Acordul demonstrează intenţia statelor semnatare de a fortifica raporturile de cooperare privitor la combaterea infracţionalităţii de specific financiar, precum şi de a dezvolta mecanismele de acordare a asistenţei reciproce în domeniul finanţelor şi impozitelor.

De o manieră de generalitate, concluzionăm că mecanismele reglementării cooperării financiare neinstituţionalizate se configurează a fi prestabilite, vaste, clare, optime şi corespunzătoare dinamicii existente şi viitoare a raporturilor din sfera finanţelor internaţionale.

Bibliografie:

1. Arhiliuc V. Dreptul internaţional investiţional. În: Revista Naţională de Drept, 2009, nr. 10 – 12, p. 7-9.
2. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Azerbaidjan cu privire la promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 27 noiembrie 1997. În: „Tratate Internaţionale”, 1999, vol. 23, pag. 46.
3. Acordul între RM şi Confederaţia Elveţiană privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 30 noiembrie 1995. În: „Tratate Internaţionale”, 1999, vol. 18, pag. 363.
4. Acordul privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor între RM şi Regatul Spaniei din 11 mai 2006. În: „Tratate Internaţionale”, 2009, vol. 42, pag. 54.
5. Acordul între Guvernul RM şi Uniunea economică belgo – luxemburgheză privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 21 mai 1996. În: „Tratate Internaţionale”, 2002, vol. 29, pag. 58.
6. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul României privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 14 august 1992. În: „Tratate Internaţionale”, 1999, vol. 20, pag. 172.
7. Acordul între RM şi Republica Polonia privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 15 noiembrie 1994. În: „Tratate Internaţionale”,1999, vol. 20, pag. 87.
8. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Franceze privind încurajarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 8 septembrie 1997. În: „Tratate Internaţionale”, 2001, vol. 24, pag. 175.
9. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Bulgaria privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 17 aprilie 1996. În: „Tratate Internaţionale”,1999, vol. 18, pag. 219.
10. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Populare Chineze cu privire la stimularea şi protejarea reciprocă a investiţiilor de capital din 6 noiembrie 1992. În: „Tratate Internaţionale”,1999, vol. 18, pag. 276.
11. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Slovenia privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 10 aprilie 2003. În: „Tratate Internaţionale”, 2006, vol. 34, pag. 20.
12. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Kîrgîze cu privire la promovarea şi protecţia reciprocă a investiţiilor din 7 noiembrie 2002. În: „Tratate Internaţionale”, 2005, vol. 32, pag. 342.
13. Acordul între Guvernul RM şi Consiliul de Miniştri al Republicii Albania privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 11 iunie 2004. În: „Tratate Internaţionale”, 2006, vol. 36, pag. 6.
14. Lista statelor contractante şi semnatare ale Convenţiei privind reglementarea diferendelor relative la investiţii între state şi persoane ale altor state pentru 5 mai 2011. http://icsid.worldbank.org/ICSID/FrontServlet?requestType=ICSIDDocRH&actionVal=ShowDocument&language=English
15. Acordul între RM şi statul Kuwait privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 29 martie 2002. În: „Tratate Internaţionale”, 2005, vol. 32, pag. 401.
16. Слюсарь Н. Некоторые аспекты разрешения международных споров в рамках международных организаций. В: Издании «Российский Судья», 2005, №4, ст. 40 – 42.

17. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Elene privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 23 martie 1998. În: „Tratate Internaţionale”, 2001, vol. 24, pag. 155.
18. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Republicii Austria privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 5 iunie 2001. În: „Tratate Internaţionale”, 2002, vol. 29, pag. 11.
19. Acordul între RM şi Republica Croaţia privind promovarea şi protejarea reciprocă a investiţiilor din 5 decembrie 2001. În: „Tratate Internaţionale”, 2009, vol. 41, pag. 114.
20. Burian A. şi alţii. Drept internaţional public. Chişinău: Tipografia „Elena V.I.” SRL, 2009. 649 p.
21. Tratatul de înţelegere, prietenie şi cooperare între RM şi Republica Franceză din 29 ianuarie 1993. În: „Tratate Internaţionale”, 2005, vol. 32, pag. 233.
22. Memorandumul de înţelegere între Guvernul RM şi Guvernul Ţărilor de Jos cu privire la programul de cooperare cu pieţele în curs de dezvoltare din 10 octombrie 2005. În: „Tratate Internaţionale”, 2006, vol. 34, pag. 316.
23. Acordul între Banca Naţională a Moldovei şi Banca Naţională a Republicii Belarusi privind organizarea decontărilor bancare din 9 decembrie 1998. În: „Tratate Internaţionale”, 1999, vol. 23, pag. 72.
24. Acordul între Guvernul RM şi Guvernul Federaţiei Ruse privind colaborarea şi schimbul de informaţii în domeniul combaterii contravenţiilor financiare şi fiscale din 8 octombrie 1996. În: „Tratate Internaţionale”, 1999, vol. 21, pag. 258.

ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ УКРАИНЫ

***Криворучко О. С.**, асп.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

The current growing interest in issues of consumer cooperatives in Ukraine in conditions of market relations and prospects of activities on the rights of the country's membership in the WTO is a significant amount of scientific, methodical, educational literature, which describes the theory and practice of administration system as a whole and individual objects-companies and organizations.

***Key words**: market relations, consumer cooperatives, management, effectiveness of the economic and financial activity, positive trends*

Введение. В связи с нынешним ростом интереса к проблемам системы потребительской кооперации Украины в условиях и перспектив её деятельности на правах членства страны в ВТО появляется значительное количество научной, методической, учебной литературы, где освещается теория и практика управления, как в целом системой, так и отдельными ее объектами – предприятиями и организациями. На сегодня теоретическими и практическими аспектами решения проблем развития кооперативного хозяйства занимаются многие отечественные и зарубежные учёные, теоретики и практики кооперативного движения: М. В. Алиман, В. В. Апопий, С. Г. Бабенко, П. Ю. Балабан, К. И. Вахитов, Ю. Н. Гавриленко, С. Д. Гелей, В. В. Гончаренко, В. Т. Жигалов, А. И. Крашенинников, И. А. Маркина, А. А. Пантелеймоненко, В. И. Семчик, А. М. Фридман и другие.

Цель статьи – исследовать особенности динамики розничного товарооборота отраслей потребительской кооперации Украины за последнее десятилетие; охарактеризировать общую эффективность хозяйственно-финансовой деятельности Укоопсоюза путем рассмотрения абсолютных значений и определения интегрального показателя экономической эффективности; обобщить основные тенденции функционирования системы и указать на присущие ей явления.

Изложение основного материала. Следует отметить, что пикового развития потребительская кооперация достигла в 80-х годах прошлого столетия, когда она, по сути, занимала монопольное положение в торговле на селе и ее мощная материально-техническая база действительно отвечала требованиям времени. За годы независимости сеть предприятий кооперативной торговли сократилась более чем на 14000 объектов хозяйственной деятельности общей площадью 917,2 тыс. м^2. Это, безусловно, целая торговая система. Однако количественные изменения в торговой сети потребительской кооперации нельзя однозначно оценивать негативно, ведь розничная торговля на сегодня располагает 9,68 тыс. магазинов, что по размерам соответствуют потребностям нынешнего села и доле потребительской кооперации в общем розничном товарообороте.

В деятельности потребительской кооперации через фактическую потерю управления отраслью, стихийность в процессах формирования ресурсов, товароснабжения розничной сети и сужение фронта продажи товаров происходит свертывание ассортимента и

ухудшение качества обслуживания потребителей. Хотя и наблюдается постоянный рост размера товарооборота каждой из сфер хозяйствования. Так, валовой оборот основных отраслей деятельности потребительской кооперации в 2011 г. превысил 4,96 млрд. грн., а удельный вес в совокупном товарообороте Украины составлял 1,43 % [7, 10]. При рассмотрении отдельных отраслей отметим положительные тенденции роста в 2011 году розничного товарооборота предприятий торговли почти в 2,65 раза по сравнению с 2001 годом. Наиболее удачным периодом можем считать 2004-2008 годы, когда произошел рост с розничного товарооборота 1711,4 млн. грн. до 3215 млн. грн. (1,88 раза). Объемы розничного товарооборота предприятий ресторанного хозяйства всей системы Укоопсоюза были значительно ниже и изменялись равномерно. Как видно на рис. 1 данные изменения происходили по формуле линейной функции. Наибольшие объемы розничного товарооборота ресторанной отрасли в течение последнего десятилетия имели Волынский, Житомирский и Ровенский облпотребсоюзы.

Доля розничного оборота потребительской кооперации в его общем объеме остается в пределах нормы – 85,61 % за 2011 год против 80,37 % в 2001 году, то есть она увеличилась на 5,24 %.

В структуре товарооборота на протяжении последних лет почти непрерывно росла доля реализации продовольственных товаров, которая сейчас достигла 73,75 %. Основная причина этого – низкая покупательная способность сельского населения – самого бедного слоя граждан, обслуживаемого потребительской кооперацией. Соответственно наблюдается снижение удельного веса реализации непродовольственных товаров. Сейчас на их долю приходится 26,25 % розничного товарооборота потребительской кооперации. В странах с развитой экономикой этот показатель достигает 80 %. Такая динамика свидетельствует не только об углубление дифференциации доходов населения, но и росте бедности.

Особенно негативное разрушительное воздействие на развитие товарооборота, на наш взгляд, имеет макроэкономическая ситуация в стране. Основой реализации потребительских товаров является наличие платежеспособного спроса, соответствующего объема покупательных фондов, которые зависят не столько от государственного регулирования их размера, сколько от общей ситуации в экономике страны: объемов валового продукта, национального дохода и темпов их роста; уровня платежной дисциплины субъектов хозяйствования; стадии макроэкономического цикла, в котором находится страна, уровня инфляционных ожиданий; стадии рыночных реформ и развития экономики страны в соответствии с законами рыночной саморегуляции инвестиционного климата; социально-политической стабильности и других факторов.

На основании статистических данных [1-9] определим общую эффективность хозяйственно-финансовой деятельности системы потребительской кооперации Украины – характеристику обратно пропорциональную поглощенным затратам. То есть, для оценки результативности и эффективности системы рассчитаем соотношение между функциями, выполняемыми ее элементами, и расходами на их реализацию. При выделении показателей оценки социально-экономической деятельности системы потребительской кооперации, на уровне кооператива, модифицированной формой единого критерия эффективности (результативности) его работы может быть максимизация прибыли при экономически обоснованном построении системы стоимостных показателей продукции или услуг, и оплаты труда в зависимости от конечных результатов деятельности. Количественная определенность и содержание данного критерия находят полное отражение в конкретных показателях эффективности кооперативных организаций и предприятий.

При формировании системы показателей социально-экономической эффективности потребительской кооперации Украины нужно придерживаться таких норм [11]:

- обеспечение взаимосвязи критерия и системы конкретных показателей эффективности;
- определение эффективности использования всех видов ресурсов;
- вероятность применения показателей эффективности в управлении различными кооперативными звеньями;
- использование наиболее важных показателей для стимулирования процесса задействования имеющихся резервов повышения эффективности.

Совокупность показателей эффективности системы потребительской кооперации Украины, которая построена с учетом указанных принципов, включает следующие группы: обобщающие; эффективности применения труда (персонала); эффективности использования производственных основных фондов и оборотных средств; эффективности задействования финансовых средств (оборотных средств и капитальных вложений).

Сущностная характеристика эффективности деятельности (производительности) находит отражение в общей методологии ее определения, формализованная форма которой имеет вид:

$$Эффективность\,деятельности = \frac{Результат}{Затраты \quad (ресурсы)} \tag{1}$$

Таким образом, эффективностью процесса деятельности потребительской кооперации является овеществленный результат производства, который определяется объемом реализованной продукции, то есть, общего товарооборота, в стоимостной и натуральной формах.

Для определения уровня экономической эффективности определим следующие показатели:

- обобщающий показатель эффективности функциональной деятельности:

$$E_{ФД} = \frac{B_O}{\Delta O_C З_{ОСТ} + \Delta O_Б C + ФОТ} \tag{2}$$

где B_O – общий размер валового оборота за год по всем отраслям;

$\Delta O_C З_{ОСТ}$ – среднегодовая стоимость основных средств по остаточной стоимости;

$\Delta O_Б C$ – среднегодовая стоимость оборотных средств;

$ФОТ$ – годовой фонд оплаты труда по всем отраслям.

- обобщающий показатель эффективности хозяйственной деятельности:

$$Э_{ХД} = \frac{ЧП}{\sum ИО + K_{ЭК} + \sum КВ} \tag{3}$$

где $ЧП$ – общий размер чистой прибыли за год;

$\sum ИО$ – сумма издержек обращения по всем видам деятельности;

$K_{ЭК}$ – нормативный коэффициент эффективности капиталовложений (0,15);

$\sum КВ$ – годовая сумма капитальных вложений во все отрасли системы.

- интегральный показатель экономической эффективности:

$$Э_{ЭИ} = \sqrt{Э_{ФД} \times Э_{ГД}} \tag{4}$$

В табл. 1 приведен расчет предложенных показателей экономической эффективности хозяйственной деятельности системы потребительской кооперации Украины.

Проведенные расчеты показали, что коэффициент общей эффективности хозяйственной деятельности системы торговли в 2011 году составил 8,4, что на 0,875 больше уровня 2001 года. Подобную тенденцию имеет и показатель общей эффективности хозяйственной деятельности в ресторанном хозяйстве (общественном питании), но в 2011 году по сравнению с 2001 годом он сократился на 1,162. Эффективность деятельности системы в производственной сфере и в заготовительной отрасли на протяжении исследуемого периода постепенно растет. Однако, если по состоянию на 2009 год зафиксированы максимальные значения интегрального и средневзвешенного показателей эффективности деятельности системы во всех отраслях, то в 2011 наблюдается их сокращение на 0,122 и 0,841 соответственно.

Таблица 1

Общая экономическая эффективность хозяйственной деятельности основных отраслей системы потребительской кооперации Украины за 2001-2011 годы

Показатели	Годы					
	2001	2003	2005	2007	2009	2011
1. Эффективность деятельности системы в торговле ($Э_1$)	7,525	8,503	7,961	7,99	8,23	8,4
2. Эффективность деятельности системы в ресторанном хозяйстве ($Э_2$)	5,024	4,934	4,188	3,97	3,846	3,862
3. Эффективность деятельности системы в производственной сфере ($Э_3$)	1,132	1,099	0,996	1,064	1,136	1,176
4. Эффективность деятельности системы в заготовительной отрасли ($Э_4$)	10,881	14,388	18,116	18,868	26,042	22,453
5. Интегральный показатель эффективности деятельности системы во всех отраслях ($Э_i$)	4,646	5,076	4,953	5,024	5,532	5,41
6. Средневзвешенный показатель эффективности деятельности системы во всех отраслях ($Э_{СР}$)	6,141	7,231	7,815	7,973	9,813	8,973
7. Обобщающий показатель эффективности функциональной деятельности ($Э_{ФД}$)	0,936	1,04	1,404	1,677	1,722	2,072
8. Обобщающий показатель эффективности хозяйственной деятельности ($Э_{ХД}$)	-0,066	0,007	0,04	0,107	0,088	0,19
9. Интегральный показатель эффективности ($Э_{ЭИ}$)	-0,249	0,083	0,237	0,423	0,39	0,628

Как мы видим, в течение 2001-2011 годов экономическая эффективность хозяйственной деятельности организаций и предприятий системы потребительской кооперации Украины постепенно растет, свидетельством этого является рост обобщающих показателей функциональной и хозяйственной деятельности. Интегральный показатель эффективности составил в 2011 году 0,628, что на 0,877 превышает уровень 2001 года и на 0,238 больше значения 2009 года.

Таким образом, поскольку объем товарооборота предприятий потребительской кооперации зависит от ее конкурентных преимуществ на рынке, то значительное внимание нужно уделить использованию имеющегося потенциала предприятий и организаций розничной торговли и ее конкурентным возможностям, что, в свою очередь, положительно повлияло бы на эффективность деятельности Укоопсоюза. Необходимо учесть также, что на объем товарооборота негативно влияют инфляционные процессы и девальвация национальной валюты, которые привели к стремительному росту цен на товары и услуги, а значит – к уменьшению физического объема товарооборота и, как следствие, к сокращению торговой сети.

Обобщающим финансовым показателем деятельности предприятия является его прибыль, получение которой зависит от осуществления основной деятельности субъектов хозяйствования. Прибыль является составной частью выручки от реализации. Однако в отличии от выручки, поступление которой на текущий счет предприятия фиксируется регулярно, объем полученной прибыли определяется только за определенный период (квартал, год) на основании данных бухгалтерского учета. Учитывая специфику финансового учета предприятий и организаций потребительской кооперации необходимо проанализировать отдельно прибыль, убыток и окончательный финансовый результат. В общем, если в 2001 году деятельность системы потребительской кооперации была убыточной (-53.96 млн. грн.), то на конец 2011 года кооперативные предприятия и организации получили 105,62 млн. грн. чистой прибыли. Наиболее удачной деятельность кооперативных предприятий и организаций была в 2008 году, когда данный показатель составлял 145,93 млн. грн. В последующий период произошел спад, который за 2008-2011 годы составил более 27,62 %.

Динамика изменения размера финансового результата описывается линейной функцией. Аналогичную тенденцию имеет и показатель собственных оборотных средств, то есть, средств, которые постоянно находятся в распоряжении предприятий и организаций потребительской кооперации и сформированы за счет собственных ресурсов (прежде всего прибыли). В процессе движения собственные оборотные средства могут замещаться средствами, которые является частью собственных, авансированных на оплату труда, но временно свободными (в связи с одноразовостью выплаты заработной платы). От этого в значительной мере зависит финансовое состояние бизнес-единицы.

Анализируя показатели динамики финансового результата отдельных структурных единиц системы потребительской кооперации Украины целесообразно признать положительные изменения в хозяйствовании отдельных элементов. Так, в 2011 году все облпотребсоюзы работали прибыльно, а лидерами по объёму финансовых результатов был Днепропетровский (19 851 тыс. грн.) и Житомирский (11706 тыс. грн.) ОПС. Данная тенденция является более чем успешной, учитывая, что по состоянию на 1 января 2002 года только Крымпотребсоюз и Черновицкий облпотребсоюз работали с получением прибыли.

Таким образом, наиболее острыми проблемами деятельности потребительской кооперации являются:

- недостаточная адаптация к рыночным формам и методам хозяйствования;
- существенное разрушение ресурсного потенциала кооперации в условиях глобального кризиса;
- тяжелое социальное положение сельского населения, сложная социально-демографическая ситуация, низкий социально-культурный уровень развития села.

С другой стороны, именно через систему кооперативной торговли, услуг, малого предпринимательства в заготовках, переработку сельскохозяйственной продукции и поставки можно обеспечить при условии надлежащей государственной поддержки; легализации существенной доли теневого сектора, связанного с сельским потребительским рынком; натурального обмена сельскохозяйственной продукцией и функционирования аграрно-промышленного сектора в целом.

ВЫВОДЫ

В условиях, когда кооперативные организации вынуждены соперничать с малыми частными предприятиями и физическими лицами-предпринимателями, которые часто избегают правил легального ведения бизнеса, переход всех субъектов хозяйствования в легальное поле деятельности, безусловно, повлияет на повышение конкурентоспособности субъектов кооперативного сектора.

Итак, экономическое положение системы потребительской кооперации требует активного поиска путей преодоления кризисной ситуации. Именно поэтому, в потребительской кооперации проведены глубокие реформы и преобразования, широкомасштабные мероприятия, основанные на современных кооперативных теориях, научных рекомендациях и прогнозах. В условиях рыночной трансформации общества Укоопсоюз выполнил свои основные задачи: сохранил целостность системы и не допустил развала потребительской кооперации. Этому способствовало также научное сопровождение всех мероприятий, направленных на сохранение кооперативной собственности, с привлечением ведущих научно-исследовательских учреждений и учебных заведений Укоопсоюза. Нужно помнить, что существует качественная разница между официальными статистическими данными объемов имущественных объектов и активов, количества проведенных хозяйственных операций, сети кооперативных связей с реальным уровнем выполнения системой потребительской кооперации возложенных на нее социально-экономических функций, уставных задач.

Таким образом, структурная организация и территориальное размещение розничной торговой сети, ее специализация и ассортиментная политика должны осуществляться с максимальным учетом потребностей, запросов, стереотипов и моделей поведения потребителей, а также иметь четкую социальную направленность по удовлетворению интересов членов потребительских обществ.

Дальнейшая деятельность Укоопсоюза должна направляться на содействие развитию и защите прав и интересов потребительских обществ и их членов, представление их интересов в государственных и иных органах, международных организациях, предоставление информационных, правовых и других услуг.

Литература:

1. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2010 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2011. – 107 с.
2. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Укоопспілки за 2001 рік. / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2002. – 130 с.
3. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Укоопспілки за 2002 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2003. – 133 с.

4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2005 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2005. – 132 с.

5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2006 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2007. – 117 с.

6. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2007 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2008. – 115 с.

7. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2011 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2012. – 53 с.

8. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2004-2008 роки / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2009. – 118 с.

9. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік / Укоопспілка. – К. : ЦССТУ Укоопспілка, 2010. – 103 с.

10. Роздрібний товарооборот за січень-грудень 2011 року [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/ operativ2011/sr/roz/roz_u/roz1211_u.htm. – Назва з екрана.

11. Шубіна С.В. Економічний аналіз: практикум / С.В. Шубіна, Ж.І. Торяник. – К.: Знання, 2007. – 230 с.

SECŢIUNEA II
STRATEGII DE CONSOLIDARE A COMPETITIVITĂŢII ORGANIZAŢIONALE

ANALIZA ASIGURĂRII CU INFORMAŢII A ÎNTREPRINDERILOR DE COMERŢ ŞI ALIMENTAŢIE PUBLICĂ

***Petrovici Sergiu**, dr. hab., prof. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

The author explains the classification of sources of information according to different criteria, he brings in the scheme of data basis formation for market research of goods and services. A special attention is paid to methods of data collecting in trade and public catering. The author has elaborated a fragment of efficient collecting of data used in market research of goods and services in trade and public catering.

***Key words:** information, market research, services.*

Calitatea rezultatelor cercetării pieţei comerţului şi alimentaţiei publice depinde de veridicitatea şi comparabilitatea datelor culese. Însă, din lipsa unui sistem de asigurare cu informaţii bine pus la punct, conducătorii întreprinderilor constată că calitatea informaţiilor de marketing este scăzută şi datele pentru studierea pieţei produselor şi serviciilor în comerţ şi alimentaţia publică se obţin prea tîrziu. Multe surse de informaţii deţinute de executori sunt inutile şi insuficiente pentru cercetarea pieţei alimentaţiei publice.

În aceste situaţii apare necesitatea creării unui sistem de asigurare cu informaţii, care ar include în sine colectarea şi prelucrarea informaţiei directe şi indirecte exprimată cantitativ sau calitativ pentru a permite efectuarea cercetărilor de piaţă. În dependenţă de scopul şi obiectivele urmărite cercetătorul pieţei va începe lucrul prin identificarea surselor de informaţii posibile şi alegerea celor mai eficiente, inclusiv: informaţia despre propria întreprindere (profilul, tehnologia, structura funcţională şi de producere etc.), informaţia despre piaţă (aria de cuprindere, gradul de saturaţie, posibilităţi de extindere etc.), informaţia despre concurenţi (numărul acestora, capacitatea economico-financiară, forţa comercială etc.), informaţia despre clienţi (numărul acestora, localizarea geografică, vîrsta, sexul, religia etc.), informaţia despre mediu (geografic, demografic, politic, economic, social). În opinia savanţilor nimic din ceea ce poate influenţa bunul mers al afacerilor nu trebuie neglijat într-o cercetare serioasă de marketing [4, p.51].

Orice cercetare de piaţă presupune rezolvarea problemelor referitoare la metodele de colectare a informaţiei, prelucrarea şi analiza datelor, organizarea activităţii de colectare, prelucrare şi analiză a informaţiei, formarea bazei de date şi păstrarea acestora. Ţinînd cont de caracterul complex al pieţei, volumul mare de date, diversitatea surselor de informaţii, felul informaţiilor utilizate în sursă, originea sursei, identitatea informaţiilor furnizate, obţinerea datelor depline în condiţiile actuale este legată şi de dotarea tehnică a cercetării. Utilizarea metodei complexe de cercetare a pieţei în practică presupune o abordare sistemică privind formarea bazei de date informaţionale, prin urmare, este necesar iniţial de examinat tipurile informaţiei despre piaţă.

În literatura ştiinţifică se evidenţiază un număr mare de diverse tipuri de informaţie necesară pentru cercetarea oricărui fenomen pe piaţa de consum, care se clasifică după diverse criterii [4, p. 51-53; 1, p. 115-117]. Vom adopta şi completa clasificarea surselor de informaţii referitor la alimentaţia publică (Tabelul 1).

Tabelul 1. Clasificarea surselor de informaţii după diverse criterii

N/o	Criteriul de clasificare	Tipuri de surse	Caracteristica
1.	Originea sursei în raport cu obiectul cercetării	a) surse interne	Informaţia culeasă de către lucrătorii întreprinderii alimentaţiei publice: evidenţa internă, sistemul managerial de informaţii, specialiştii secţiei de marketing etc.
		b) surse externe	Datele culese în afara întreprinderii alimentaţiei publice, dar utilizate pentru realizarea obiectivelor întreprinderii: consumatorii finali, parteneri de afaceri, rapoartele organizaţiilor internaţionale, utilizatorii serviciilor oferite de întreprinderea alimentaţiei publice
2.	Tipul informaţiilor furnizate (primite)	a) surse de informaţii primare	Informaţia primită prima dată pentru studierea pieţei alimentaţiei publice: veniturile populaţiei, numărul consumatorilor unui anumit segment, experţi în domeniul studierii şi prognozării pieţei
		b) surse de informaţii secundare	Datele culese şi prelucrate anterior, în vederea studierii pieţei produselor şi serviciilor în alimentaţia publică: baze de date computerizate, documentele interne ale întreprinderii
3.	Perioada la care se raportează	a) informaţia de moment sau episodică la cerere	Informaţia transmisă în rezultatul raportării la momentul dat sau episodic în baza cercetării ordinare (chestionarea, observarea etc.)
		b) informaţia raportată regulat	Informaţia raportată cu regularitate (dările de seamă contabile, statistice)
		c) informaţia periodică	Datele se culeg periodic într-o succesiune de momente în mod repetat
4.	Aria cuprinderii obiectului cercetat	a) informaţie generala	Informaţia care cuprinde piaţa în ansamblu
		b) informaţie regională sau locală	Informaţia care cuprinde indicatori la nivelul regiunii sau localizării ce caracterizează situaţia pieţei alimentaţiei publice
5.	Identitatea sursei	a) surse individuale	Se bazează pe datele oferite de indivizi vizînd comportamentul de consum a unor produse sau servicii, atitudinea lor faţă de serviciile alimentaţiei publice
		b) surse pe familii	Structura, nevoile şi comportamentul de cumpărare se bazează pe familii sau gospodării
		c) surse pe organizaţii	Se bazează pe întreprinderile şi organizaţiile alimentaţiei publice prestatoare de servicii, organismele internaţionale

E necesar de analizat informaţia disponibilă, mai apoi de creat baza de date informaţională după schema de mai jos (Figura 1).

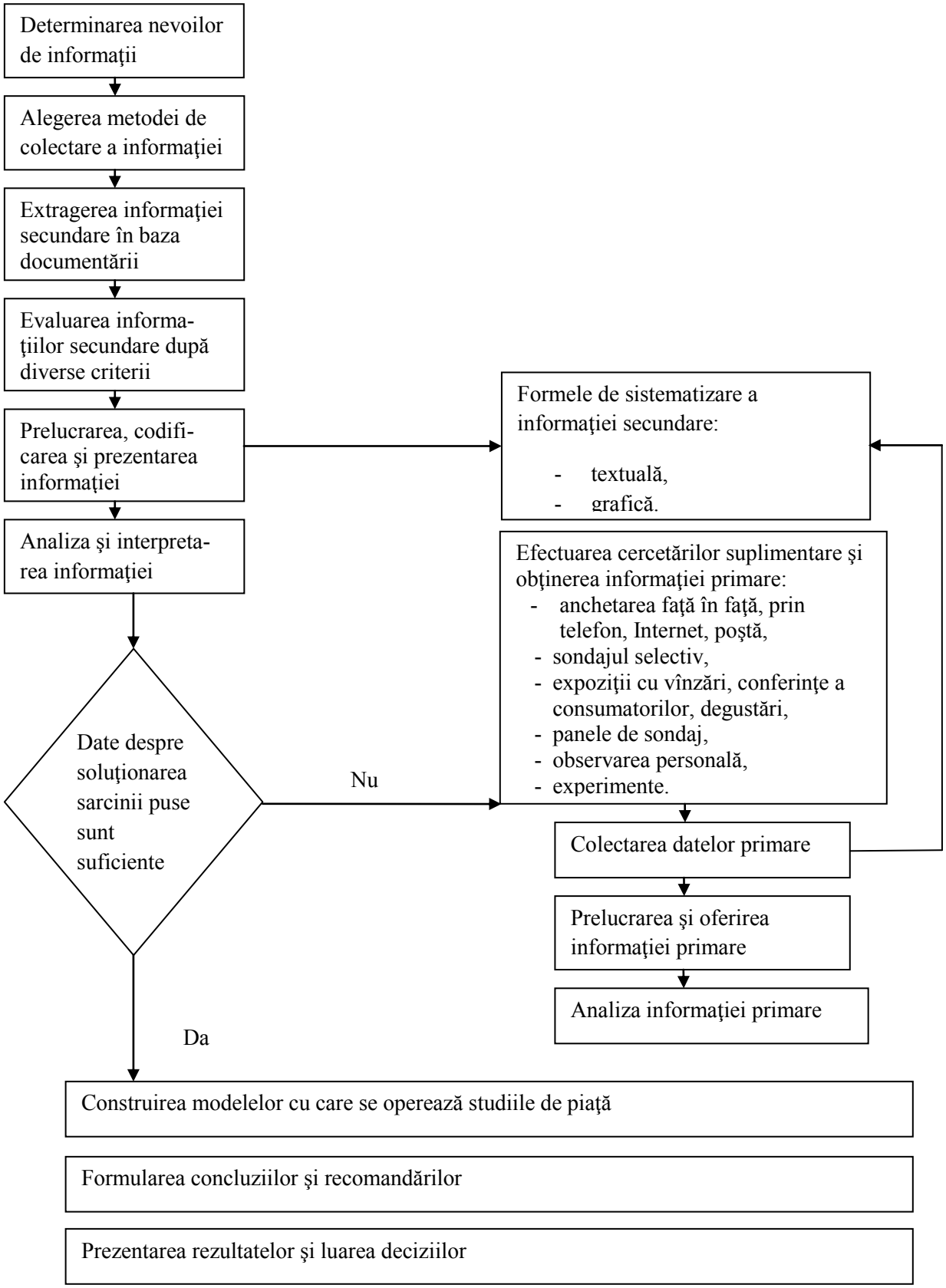


Figura 1. Schema formării bazei informaţionale a cercetării pieţei produselor şi serviciilor (Adaptat şi completat după [2, p. 552; 5])

Figura 1 reflectă procesul formării bazei informaţionale a cercetării pieţei produselor şi serviciilor alimentaţiei publice, care conţine următoarele blocuri:

Pînă la 1991 în republică funcţiona sistemul de colectare, înregistrare şi stocare a informaţiei privind cererea realizată şi anume: volumul cifrei de afaceri din alimentaţia publică, volumul comercializării producţiei proprii şi a mărfurilor procurate în general, precum şi pe grupe de materie primă şi produse, cantitatea felurilor de bucate preparate (forma nr.4- comerţ). Trecerea la economia de piaţă a condus la distrugerea sistemului existent de culegere a informaţiei, din motivul lichidării organelor de conducere a alimentaţiei publice în republică. Actualmente funcţionează Direcţia de comerţ şi alimentaţie publică numai în mun. Chişinău şi cîte un reprezentant pe lîngă administraţia din oraşe şi raioane care dispun de date privind partea socială a pieţei şi despre unele întreprinderi rămase în proprietatea publică, precum şi date despre dislocarea reţelei, deoarece întreprinderile trebuie să se înregistreze. Referitor la întreprinderile publice, informaţia despre volumele şi structura cifrei de afaceri în comerţ - practic nu există, din motivul că lipseşte baza legislativă, care ar obliga prezentarea acestor informaţii. Prin urmare, unica sursă de informare sunt datele Biroului Naţional de Statistică, care sunt prezentate parţial în anuarele statistice ale republicii.

În viziunea noastră informaţiile publicate în anuarele statistice nu sunt veridice şi complete, din cauza ordinii formale şi a regulilor existente de prezentare a dărilor de seamă.

În primul rînd, începînd cu luna ianuarie 2011 se utilizează o nouă metodologie de calcul a serviciilor prestate populaţiei şi a indicelui valoric al cifrei de afaceri pentru comerţul cu amănuntul fără indicarea cifrei de afaceri la întreprinderile cu activitate în alimentaţia publică. În anii 2011-2012 Biroul Naţional de Statistică a publicat indicatorul „Cifra de afaceri la întreprinderile cu activitate principală de comerţ cu amănuntul”, în mărime de 31406,1 mln lei în anul 2011 şi 32534 mln lei în anul 2012 nu în formă reală de circulaţie a mărfurilor, dar a publicat indicatorul venitului din activitatea generală a întreprinderilor comerciale, inclusiv venitul de la darea suprafeţelor comerciale în arendă.

În al doilea rînd, în calcul au fost luate numai întreprinderile cu numărul de angajaţi, începînd cu 10 persoane, dar în R. Moldova peste 50 la sută din întreprinderi comerciale au un număr mai mic de angajaţi. Numărul întreprinderilor cu personalul mai mic de 10 angajaţi este de 12000, acestea nu au fost luate în calculul volumului circulaţiei mărfurilor, ceea ce înseamnă că Biroul Naţional de Statistică a denaturat situaţia reală. În mod analog a fost folosită metoda selectivă pentru evidenţa comerţului cu amănuntul neorganizat, care oficial asigura peste 1/3 din totalul vînzărilor cu amănuntul.

În al treilea rînd, exista devieri şi în structura produselor incluse în cifra de afaceri a comerţului cu amănuntul. Astfel, în volumul cifrei de afaceri sunt incluse: vînzările produselor de petrol, care ocupă o pondere de 18% din volumul total al circulaţiei mărfurilor, vînzarea automobilelor cu o pondere de 3,7% şi vînzările produselor farmaceutice cu o pondere de 6% din volumul total al vînzărilor cu amănuntul. În acelaşi timp, grupa „Mobilă şi instalaţii pentru iluminat” ocupă o pondere de 3,5%.

În al patrulea rînd, în forma statistică de stat în rubrica „Servicii” nu este evidenţiată cifra de afaceri în alimentaţia publică, dar există rubrica „Hoteluri şi restaurante” cu un volum de 1,1 mln lei în 2011.

În al cincilea rînd, conform legislaţiei în vigoare o parte din întreprinderi din alimentaţia publică nu cad sub incidenţa evidenţei statistice. Rapoartele statistice prezentate în organelor statistice de stat sunt obligatorii pentru întreprinderile alimentaţiei publice a căror activitate de bază, conform statutului, este prestarea serviciilor de alimentaţie publică în formă organizată, precum şi persoanele juridice (comerciale şi necomerciale) în structura cărora funcţionează sub

formă de subdiviziuni întreprinderi de alimentaţie publică. Între timp, un şir de întreprinderi de alimentaţie publică aparţin antreprenorilor (persoanelor fizice), care se ocupă cu activităţi antreprenoriale fără înfiinţarea persoanei juridice, asupra cărora această regulă nu se răsfrînge.

În al şaselea rînd, majoritatea întreprinderilor alimentaţiei publice se referă la categoria celor mici, iar faţă de ele se foloseşte cercetarea selectivă, mai apoi în organele statistice se face ajustarea după metodici speciale.

Ca urmare, datele secundare privind situaţia pieţei alimentaţiei publice în general, precum şi cererea realizată (volumul circulaţiei produselor şi structura vînzărilor), destul de convenţional reflectă situaţia reală, deşi permit cuantificarea tendinţelor de dezvoltare şi se obţine efectul oglinzii. Informaţia despre cererea realizată se acumulează la fiecare întreprindere (prin evidenţa operativă şi contabilă respectivă), dar rămîne nesolicitată pentru raportare şi ea nu este generalizată şi analizată la nivel de oraş şi pe raioane ale republicii. Prin urmare, considerăm că actualmente este necesar mai întîi de elaborat formele de culegere a informaţiei despre cererea realizată din punct de vedere cantitativ şi structural. În al doilea rînd, de prelucrat şi argumentat sistemul de interconexiune şi schimb de informaţie între întreprinderi şi reprezentanţii din raioane şi oraşe. Aceasta va permite crearea bazei informaţionale pentru studierea ofertei şi cererii realizate.

Procesul cercetării pieţei presupune o analiză profundă a ofertei şi cererii reale, precum şi evaluarea necesităţilor solvabile, care cauzează necesitatea de a avea o anumită informaţie. Obţinerea datelor se poate realiza numai pe calea efectuării cercetărilor speciale, deoarece informaţia suplimentară despre aceste probleme lipseşte. Această informaţie are un şir de priorităţi în comparaţie cu datele publicate, deoarece asigură obţinerea informaţiei depline care răspunde obiectivelor de studiere a pieţei, lipsa contrazicerilor în date, siguranţa şi veridicitatea datorită procedurilor adecvate în selectarea metodelor de culegere a informaţiei şi reprezentativităţii eşantioanelor alese.

Ţinînd cont de scopurile studierii pieţei şi specificul apariţiei acesteia în procesul culegerii informaţiei, vom prezenta un fragment de colectare a datelor în formă de schemă (Figura 2), unde fiecare element are priorităţile şi neajunsurile sale. Astfel, vom analiza două surse principale de informaţii folosite în cercetarea pieţei produselor şi serviciilor în comerţ şi alimentaţie publică: a) ***surse secundare*** – furnizează informaţiile care există deja şi trebuie extrase pentru a evalua veridicitatea şi valabilitatea acestora, b) ***surse primare*** – cunoscute sub denumirea de cercetare directă, care sunt extrase prin folosirea metodelor de observare a faptelor, sondaje, experimente, simulare etc.

Primul pas trebuie sa-l constituie consultarea surselor secundare din motivul, că în multe cazuri aceasta poate conduce la clarificări suplimentare şi la realizarea mai eficientă a întregii cercetări. După unele estimări ale savanţilor există situaţii în care sursele secundare asigură cea mai mare parte a informaţiilor necesare rezolvării unei anumite probleme decizionale [3, p.181]. Informaţiile secundare sunt deja sistematizate într-o anumită formă, dar este important de identificat acele surse care pot fi utile în alimentaţia publică. În mod preponderent aceste surse secundare pot fi folosite pentru estimarea pieţei produselor şi serviciilor în alimentaţia publică, caracterizarea cererii, ofertei şi preţurilor la produse şi servicii, stabilirea tendinţelor de dezvoltare a fenomenelor pieţei la întreprinderile alimentaţiei publice prin compararea rezultatelor concurenţilor pe aceeaşi piaţă, caracterizarea mediului competitiv al unei întreprinderi din alimentaţia publică. Deoarece informaţiile secundare există deja, nu este nevoie de metode specifice pentru colectarea datelor. Toate eforturile sunt îndreptate în direcţia identificării şi selectării celor mai credibile surse de informaţii.

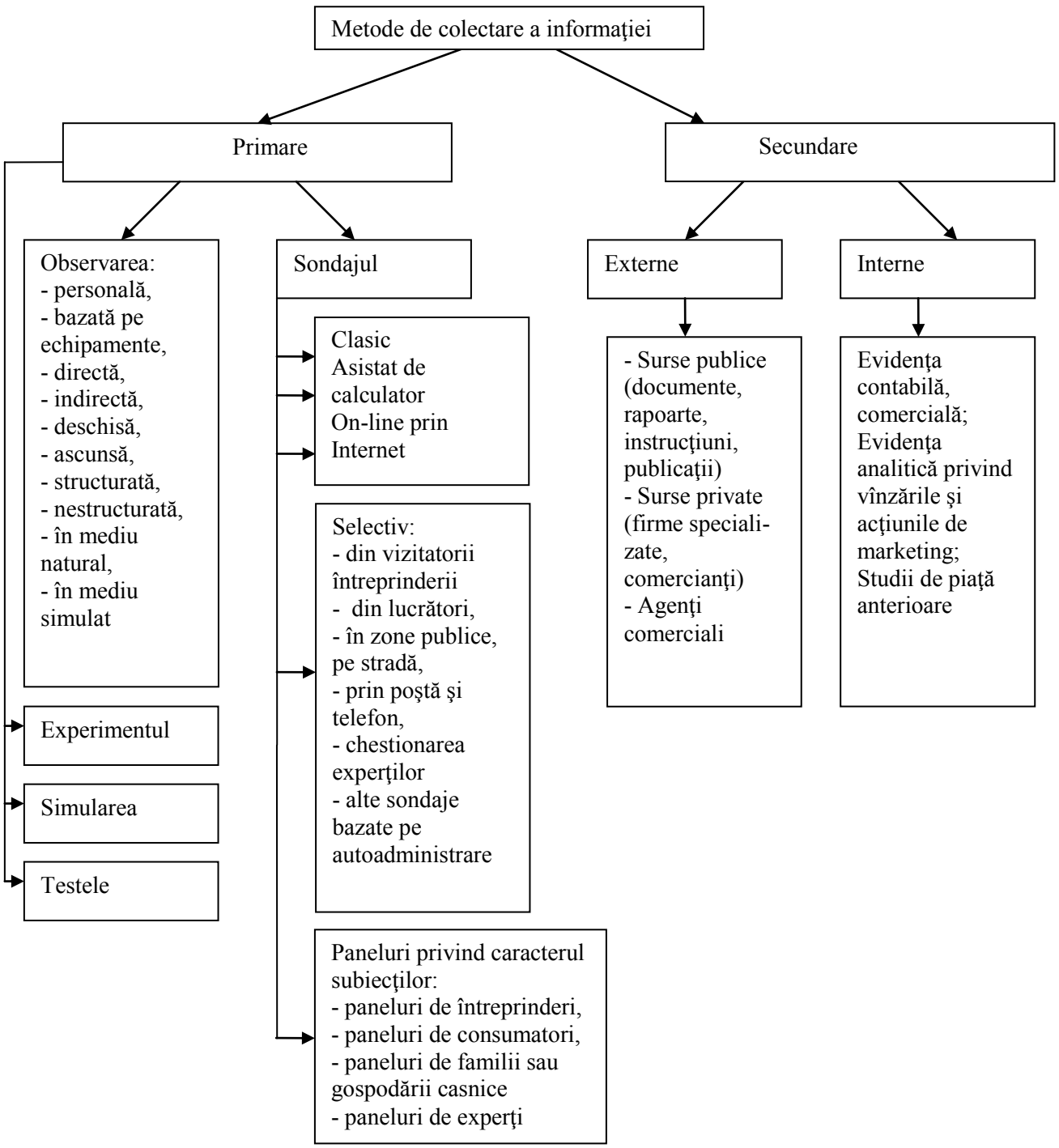


Figura 2. Fragment de colectare a informaţiilor folosite în cercetarea pieţei produselor şi serviciilor din comerţ şi alimentaţia publică.

Bibliografie:

1. *Anuarul statistic al Republicii Moldova: 2012*. Chişinău: Statistica, 2012.
2. BALAURE, VIRGIL (coordonator). *Marketing*. Bucureşti: Ed. Uranus, 2003. 643 p.
3. CATOIU, I. (coordonator) *Cercetări de marketing.* Bucureşti: Ed. Uranus, 2002. 662 p.
4. GHERASIM, T., GHERASIM, A. *Cercetări de marketing*. Bucureşti: Ed. Economică, 2003. 367 p.
5. БАТРАЕВА, *Э.А. Изучение спроса в общественном питании: теория и практика*. Монография. Красноярск: Из-во Красноярского Государственного Университета, 2002. 236 p.

PERFECŢIONAREA ANALIZEI ÎN SCOPUL EVALUĂRII OBIECTIVE A EFICIENŢEI ACTIVITĂŢII COMERCIALE

***Maleca Ina**, dr., conf. univ.,*
***Fulga Viorica**, dr., lect. sup.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Pour une évaluation objective des indicateurs d'efficacité qui caractérisent affaires analyse des états financiers, traditionnellement utilisée par les entités du pays, est insuffisante. Dans la perspective de long à usage exclusif des indicateurs financiers non seulement manquent beaucoup de possibilités entité, mais elle est aussi risquée. Les connaissances scientifiques et de gestion des exigences nécessitent l'utilisation d'indicateurs pragmatiques. Ces indicateurs devraient refléter la stratégie de l'entité en ayant une relation directe avec les facteurs clés de succès de l'entité économique.

Mots clés: *activité commerciale, efficacité, indicateurs financiers, indicateurs stratégiques.*

Mărimea şi calitatea activităţii, precum şi modul de utilizare a resurselor economice de către entităţile comerciale se concretizează într-un ansamblu de rezultate, care definesc *eficienţa activităţii comerciale*. Ea constituie principiul fundamental al existenţei şi prosperităţii oricărei entităţi comerciale, reprezentând totodată şi condiţia integrării comerţului în spectrul rigorilor unei economii moderne.

Conceptul de eficienţă este asociat în teoria şi practica economică cu diverse forme de manifestare a rezultatelor obţinute de agenţii economici, precum ar fi: *rentabilitatea, productivitatea factorilor de producţie, eficacitatea capitalului, economisirea costurilor* etc.

Prin eficienţa activităţii economice în sfera comerţului se înţelege raportul dintre *efortul economic* depus şi *rezultatele obţinute* de un agent economic, în ansamblul său, ori raportul dintre rezultate şi efort. Efortul se măsoară prin consumul de resurse economice (materiale, umane şi financiare), iar rezultatele – prin volumul vânzărilor sau alte efecte calitative ale activităţii economice (creşterea profitului sau a productivităţii muncii, reducerea nivelului relativ al cheltuielilor comerciale, timpul mediu de rotaţie a mărfurilor, promovarea progresului tehnic).

Actualmente, modelul de analiză a eficienţei activităţii comerciale este orientat prioritar spre rezultatele financiare ale activităţii entităţii, generând pericolul real că tendinţa obţinerii imediate şi necondiţionate de către entităţile comerciale a profitului subestimează luarea deciziilor corecte pe termen lung.

Chiar şi în cazul aplicării de către entităţile comerciale a Standardelor Internaţionale de Raportare Financiară (SIRF), care oferă o posibilitate mai largă a aprecierii eficienţei activităţii, accentul se pune prioritar pe conceptul de profit şi evaluare, ignorându-se celelalte aspecte ale activităţii. Indiferent de metodele de evaluare a elementelor patrimoniale prevăzute de SIRF, utilizarea cărora în mod direct influenţează mărimea rezultatelor financiare, nu se exclude comiterea unei erori sau omisiunea datelor evaluate.

Astfel, sistemul indicatorilor economico-financiari tradiţionali nu oferă rezultate nu numai din cauza că informaţia furnizată de aceştia adesea este învechită sau inexactă, pentru a servi drept bază în luarea deciziilor. Totodată, managerii, cînd iau decizii, urmăresc, de regulă, alte scopuri şi priorităţi ale activităţii în afară de indicatorii profitului, rentabilităţii, randamentului.

Pe o durată mai îndelungată utilizarea exclusivă a indicatorilor economico-financiari uneori devine şi riscantă. Posibil că aceasta nu este atât de evidentă în cazul calculării rezultatelor la finele anului, când pe primul plan revin indicatorii de rentabilitate. Când entitatea economică intenţionează să-şi continue activitatea atât în anul de gestiune, cât şi în anii următori, este necesară o analiză minuţioasă mult mai amplă.

O altă cauză o constituie inovaţiile tehnologice, care schimbă viaţa noastră cu mult mai rapid decât se presupunea cu câţiva ani în urmă. Tempourile acestor modificări necesită verificări serioase privind capacitatea de adaptare a entităţii în condiţiile schimbărilor continue. Entitatea este obligată să întreţină relaţii strînse cu fiecare cumpărător în parte.

Mediul de afaceri contemporan înaintează noi şi diversificate cerinţe managementului entităţii în scopul evaluării obiective a eficienţei activităţii. În Tabelul 1 sunt prezentate principalele dezavantaje ale indicatorilor tradiţionali, utilizaţi pentru aprecierea eficienţei activităţii unei entităţi.

Tabelul 1. Dezavantajele indicatorilor tradiţionali utilizaţi pentru aprecierea eficienţei activităţii comerciale

Dezavantajul	*Analiza*	*Concluzia*
1. Siguranţa luării deciziilor	În luarea deciziilor manageriale este pus accentul pe costuri, pe volumul vânzărilor şi pe rentabilitate. Indicatorii economico-financiari calculaţi în mod tradiţional reflectă rezultatele activităţii entităţii în perioadele anterioare de gestiune.	Informaţia tradiţională poate influenţa adoptarea unor decizii care, deseori, nu corespund scopurilor strategice ale entităţii.
2. Ignoranţa cerinţelor organizării afacerii şi strategiei entităţii reieşind din exigenţele actuale de gestiune	În baza indicatorilor economico-financiari tradiţionali pot fi luate decizii privind reducerea costurilor de cercetare şi dezvoltare, formarea personalului, anularea emisiunii acţiunilor, amânarea deciziilor de investire a mijloacelor disponibile. Totodată, sunt ignorate obiectivele planificării strategice.	Problema se reduce la armonizarea obiectivelor pe termen scurt cu cele pe termen lung.
3. Dependenţa de rapoartele financiare	Rapoartele financiare sunt întocmite, în concordanţă cu cerinţele legislaţiei în vigoare, conţinând anumiţi indicatori. Totodată, proprietarii doresc să obţină informaţii suplimentare cu privire la afacerile entităţii, în scopul comparării acestora cu alte opţiuni de investire.	Indicatorii economico-financiari, calculaţi în baza rapoartelor financiare, nu oferă o imagine adecvată şi completă privind dezvoltarea afacerii.
4. Insuficienţa informării personalului	Informaţia economico-financiară, în mare măsură, nu prezintă interes pentru angajaţii entităţii. Acestora le este dificil a înţelege relaţia stabilită dintre produsul muncii lor şi indicatorii calculaţi în baza rapoartele financiare.	Indicatorii economico-financiari sunt prea sofisticaţi, pentru a fi înţeleşi de către o mare parte a personalului, împiedicându-i, de regulă, să adopte nişte acţiuni prompte, atunci când este necesar.
5. Ignorarea mediului de afaceri în care activează entitatea	Indicatorii economico-financiari tradiţionali nu reflectă comportamentul consumatorilor reali cu cei potenţiali, inclusiv cu posibilele schimbări în ramură şi mediul economic de afaceri. Indicatorii-cheie economico-financiari ai entităţii, utilizaţi în majoritatea cazurilor, sunt orientaţi preponderent asupra problemelor interne, ignorându-le pe cele externe. Ei sunt destinaţi comparării performanţelor actuale cu cele ale perioadelor precedente, performanţele fiind bazate pe standarde elaborate pentru uz intern.	În baza indicatorilor economico-financiari tradiţionali este mult prea dificil să se compare performanţele entităţii lor cu principalii concurenţi.

Dezavantajele menţionate reclamă ideea substituirii indicatorilor economico-financiari cu cei strategici. De regulă, aceştia ar trebui să reflecte strategia entităţii, totodată, având o relaţie directă cu factorii-cheie de succes ai entităţii comerciale. Printre avantajele utilizării în analiza eficienţei activităţii comerciale a indicatorilor strategici pot fi evidenţiate:

- sunt simpli pentru a fi înţeleşi, nu apare necesitatea atragerii unor experţi şi, prin urmare, se apreciază utilitatea acestora;
- nu au caracter normativ, fiind selectaţi voluntar, pornind de la necesităţile interne ale entităţii;
- aprecierea valorică se efectuează la nivelul entităţii, în dependenţă de strategie.

Reieşind din cercetările mai multor autori, indicatorii ce caracterizează eficienţa activităţii comerciale, pot fi grupaţi pe tipuri de activităţi, după cum urmează:

1. *Indicatori ce caracterizează activitatea financiară;*
2. *Indicatori ce caracterizează relaţiile cu cumpărătorii;*
3. *Indicatori ce caracterizează resursele umane;*
4. *Indicatori ce caracterizează aspectele interne ale proceselor de business;*
5. *Indicatori ce caracterizează aspectele de formare şi dezvoltare.*

În literatura de specialitate îşi găsesc reflectare o mulţime de *indicatori ce caracterizează activitatea financiară* a entităţii. Totodată, în aprecierea eficienţei acesteia este binevenită includerea indicatorilor orientaţi spre piaţă, drept exemplu servind rentabilitatea vânzărilor în anumite segmente de consumatori. Cu toate că aceşti indicatori caracterizează activitatea entităţii în perioadele anterioare de timp şi pot fi obţinuţi cu mici eforturi din rapoartele financiare ale entităţii, ei sunt relevanţi în aspectul relaţiilor cu cumpărătorii.

Indicatorii ce caracterizează relaţiile cu cumpărătorii se referă la percepţia entităţii comerciale de către cumpărător, inclusiv indicele de satisfacţie al cumpărătorilor, de asemenea, atitudinea cumpărătorilor faţă de entitate. Ei pot fi divizaţi pe segmente de clienţi, canale de distribuţie etc.

Aceşti indicatori concomitent reflectă situaţia curentă a entităţii comerciale în legătură cu un anumit segment sau grup de cumpărători, precum şi modificările efectuate pentru ultima perioadă de timp. Cu alte cuvinte, indicatorii nominalizaţi, de regulă, prezintă echilibrul relaţiilor cu cumpărătorii şi Raportul de profit şi pierdere. Experienţa entităţilor comerciale demonstrează că elaborarea bugetului de vânzări necesită o monitorizare constantă, în primul rând, al indicatorilor indirecţi, precum şi recunoaşterea brandului. Totodată, este necesară utilizarea indicatorilor indirecţi detaliaţi, precum ar fi eforturile de marketing ale entităţii sau numărul de vizite întreprinse de către potenţialii cumpărători.

În funcţie de situaţie, adică de principalii factori de succes, poate apărea necesitatea corectării indicatorilor, care reflectă ponderea mărfurilor entităţii comerciale în valoarea totală a achiziţiei cumpărătorilor, frecvenţa contactelor cu aceştia, numărul de lucrători ce intră în contact permanent cu cumpărătorii etc.

La selectarea pentru analiză a *indicatorilor ce caracterizează resursele umane* accentul trebuie să fie pus pe performanţa strategică a personalului. Una dintre aceste caracteristici este considerată a fi competenţa salariaţilor. Pe lângă aceasta, poate fi folosită divizarea salariaţilor în funcţie de vârstă, sex, educaţie, experienţă, precum şi naţionalitate etc. De asemenea, importanţi sunt indicatorii, precum fluiditatea personalului, atitudinea lucrătorilor faţă entitate, perspectivele de carieră sau o schimbare de calitate, adică profesională în cadrul companiei. În cele din urmă, indicatorii selectaţi trebuie să fie în legătură directă şi cu indicatorii altor activităţi-cheie ai

entităţii, de exemplu, interdependenţa dintre sporirea contactelor personalului cu cumpărătorii şi aspectul relaţiilor cu cumpărătorii, abilitatea de a utiliza sistemele de informare ale entităţii şi aspectul de dezvoltare şi pregătire a cadrelor.

Indicatorii ce caracterizează aspectele interne ale proceselor de business trebuie să fie competitivi ca să poată întotdeauna aprecia şi evalua nu doar productivitatea proceselor comerciale sau a operaţiilor la un moment dat de timp, de exemplu, durata ciclului operaţional, dar şi rezervele disponibile ale acestor indicatori, posibilitatea de creştere a acestora, pentru obţinerea unui volum al vânzărilor mai sporit sau extinderea sortimentului acestuia. Ca şi în cazul relaţiilor cu clienţii, prezintă interes deosebit calitatea informaţiei despre starea actuală a entităţii şi modificările ei într-o anumită perioadă de timp. În cazul în care compania a decis să nu dezvăluie un aspect separat ce ţine de personal sau resurse umane, atunci aici se pot include indicatorii care reflectă eficienţa interacţiunii între angajaţi şi tehnologii. Este util, de asemenea, de inclus diverşi indicatori care să detecteze eficienţa utilizării tehnologiilor informaţionale. Potenţialul de dezvoltare şi extindere a companiei de mulţi ani depinde în mare măsură de calitatea instruirii lucrătorilor privind aplicarea metodelor mai eficiente a tehnologiilor informaţionale performante.

Ca şi în cazurile anterioare *indicatorii ce caracterizează aspectele de formare şi dezvoltare* reflectă interacţiunea dintre oameni şi tehnologii. Adeseori este necesar a se include în analiză şi alţi indicatori, ce caracterizează procese ce nu au fost încă finalizate în raport cu indicatorii rezultativi. Este cunoscut faptul că performanţa studiilor personalului departamentului de dezvoltare strategică nu garantează un număr mare al proiectelor inovaţionale de succes. De asemenea, nu garantează companiei o dezvoltare de succes nici suma semnificativă a mijloacelor băneşti, investite în afaceri. Doar indicatorii selectaţi cu luare aminte ar trebui să permită utilizatorilor să facă concluzii pertinente ce ar asigura suficienţa şi eficienţa resurselor utilizate.

În selectarea indicatorilor necesari pentru a caracteriza acest aspect de dezvoltare, ca şi în alte cazuri, este important a analiza riguros şi obiectiv starea afacerilor, în baza căreia s-ar putea face modificarea indicatorilor într-o perioadă de timp concretă.

Bibliografie:

1. ANGHEL, I. et al. *Evaluarea întreprinderii.* Bucureşti: Ed. Economică, 2010.
2. BUCĂTARU, D. *Evaluarea întreprinderii.* Iaşi: Ed. Junimea, 2006.
3. DRUKER, P. *Despre decizie şi eficacitate.* Bucureşti: Ed. Meteor Press, 2007.
4. IACOB, C., IONESCU, I. *Controlul de gestiune la nivelul firmei.* Bucureşti: Tribuna Economică, 1999.
5. ŢIRIULNICOVA, N. et al. *Analiza rapoartelor financiare:* manual. Ed. a II-a, rev. Ch.: Asociaţia obştească „ACAP RM”, 2011.

MODERNIZAREA INFRASTRUCTURII COMERCIALE, DIVERSIFICAREA CANALELOR DE DISTRIBUŢIE CA FACTORI AI EFICIENŢEI ACTIVITĂŢII UNITĂŢILOR COMERCIALE

***Pituşcan Feodosie**, dr., conf. univ.,*
***Muștuc Svetlana**, dr., conf. univ.,*
***Sitnicenco Viorica**, lect. sup.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Commerce sector currently faces the problem of the existence and location of the imbalance in trade and expanding its infrastructure development in rural areas. To solve this problem it is necessary to evaluate existing commercial infrastructure. Development plans urban territory and granting tax incentives for expanding trade infrastructure in rural areas.

***Key words:** infrastructure for commercial, trade, distribution channels, rural modernization markets, products, services, trends.*

În prezent, comerţul, aflat în centrul relaţiilor de schimb atât la nivel mondial, cât şi la nivel naţional, s-a poziţionat printre ramurile cu cea mai dinamică dezvoltare, înscriind ritmuri avansate de creştere a cifrei de afaceri, transformări structurale semnificative, generate de dezvoltarea formatelor moderne de comerţ, de pătrunderea în piaţa internă a operatorilor de comerţ multinaţionali, modificări ale conceptului de vânzare etc. De altfel, comerţul a fost printre primele sectoare care au beneficiat de libertăţile economiei de piaţă: libera iniţiativă şi liberalizarea preţurilor. Toate acestea au determinat transformarea comerţului interior în unul dintre domeniile cu cea mai intensă competiţie, situaţie care solicită din partea operatorilor din comerţ eforturi de sporire continuă a competitivităţii şi de consolidare a poziţiilor sale pe piaţă.

Pornind de la asemenea premise ***problematica proprie comerţului dobândeşte o importanţă cu totul deosebită.*** Cunoaşterea particularităţilor ramurii, a tendinţelor de dezvoltare, interpretarea cauzelor care stau la baza transformărilor structurale ale comerţului necesită cunoştinţe şi analize ştiinţifice, în cadrul cărora trebuie apelat atât la vastul instrumentar teoretic oferit de disciplinele de specialitate, cât şi la experienţa practică acumulată de-a lungul timpului.

Rețeaua de comerţ din Republica Moldova este slab dezvoltată, iar marele reţele de comerţ din ţările europene nu se grăbesc de a intra pe piaţa ţării noastre, aceştia motivând prin faptul că aceasta este mică, dar şi puterea de cumpărare a populaţiei în Moldova este redusă.

Dezvoltarea slabă a reţelei de comerţ în Republica Moldova se distinge şi prin numărul mic de magazine moderne. Astfel, în ţara noastră activează doar 189 de super şi hipermarketuri şi trei magazine cash&carry. Până la momentul actual nici o reţea internaţională de magazine de pe segmentul celor de tip discount nu s-a lansat în ţara noastră.

Rețeaua de comerţ şi infrastructura ei necesită a fi optimizate, reieşind din condiţiile reale ale ţării noaste. Pentru aceasta se impune axarea pe următoarele ***direcţii de optimizare*** a infrastructurii comerciale:

1. Crearea reţelelor de comerţ care ar ***dezvolta infrastructura comercială în complex*:**

- expediere – depozitare – magazine – deservire tehnică;

- expediere – retail (comerţ cu amănuntul) – deservire tehnică;

- depozitare-agenţii de transport – expediere – magazine;
- agenţii de angajare personal – depozitare – expediere – magazine, etc.

2. ***Crearea şi dezvoltarea reţelelor de comerţ, orientate pe acordarea*** unei game de servicii variate consumatorilor.

3. ***Crearea reţelelor mixte,*** axate pe producere şi asigurare cu tehnologii şi utilaj modern pentru automatizarea şi mecanizarea proceselor comerciale, creşterea productivităţii muncii şi a competitivităţii pe piaţă.

În Republica Moldova comerţul cu amănuntul este influenţat de componenta psihologică şi de cea financiară: prima ţine de nivelul de încredere al consumatorilor, iar a doua - de modul în care sunt făcute disponibile sumele de bani ca şi credit de consum pentru populaţie.

Nivelul de încredere al consumatorilor este scăzut şi nu poate creşte foarte mult în perioada apropiată. În aspect financiar, consumatorii, chiar dacă teoretic au posibilitatea de a obţine credite de consum, contează condiţiile în care acestea sunt acordate, dobânzile şi costul creditelor în ansamblu, în deosebi în situaţia când politica economică în ţară este instabilă. Pentru a dezvolta infrastructura comerţului şi a atrage reţelele mari în ţară trebuie:

1. Îmbunătăţit ***climatul de afaceri*** prin implementarea actelor normative care reglementează domeniul şi de promovat conceptul de cultură a afacerilor în comerţ.
2. ***Create condiţii de atragere a investiţiilor în ramura comerţului.*** De asemenea, este important ca Republica Moldova să aibă o stabilitate politică pentru a nu respinge investitorii locali şi străini.

Analiza infrastructurii comerţului se poate efectua în baza determinării unor indicatori cantitativi şi calitativi. Cei mai relevanţi indicatorii cantitativi sunt :

1. dinamica şi ponderea vânzării mărfurilor prin diferite căi de vânzare;
2. dinamica şi ponderea magazinelor şi a gheretelor în numărul total al unităţilor de comerţ;
3. gradul de asigurare cu unităţi comerciale şi suprafaţă comercială la 10000 de locuitori;
4. suprafaţa medie a unui magazin şi vânzările medii la 1 m^2 de suprafaţă comercială;
5. structura deţinătorilor patentelor de întreprinzător etc.

În Republica Moldova are loc reducerea ponderii vânzării mărfurilor prin pieţe, fapt ce se caracterizează prin creşterea ponderii vânzării mărfurilor prin unităţile de comerţ de la 58,3% până la 64,7% sau o creştere cu 6,4% în ultimii 5 ani. În baza acestor date se poate prognoza o creştere a vânzărilor şi în următorii ani, prioritate de creştere având vânzările cu amănuntul prin intermediul unităţilor comerciale sau sectorul organizat.

Reducerea treptată a vânzărilor cu amănuntul din cadrul sectorului neorganizat al comerţului de la 41,7 % (9735,9 mln lei) în anul 2006 până la 35,3 % (13669,3 mln lei) în anul 2010, se datorează dezvoltării infrastructurii reţelelor de comerţ prin deschiderea reţelelor de supermarketuri etc.

Ca indicator important în aspect social s-a analizat numărul unităţilor de comerţ la 10 mii locuitori. În perioada analizată numărul unităţilor de comerţ la 10 mii locuitori a crescut. În anul 2010 numărul unităţilor de comerţ la 10 mii locuitori este de 34 unităţi, constituind o creştere cu 170,0% faţă de anul 2006. Acest indicator demonstrează că în ultimii ani s-a îmbunătăţit asigurarea societăţii cu unităţi de comerţ prin care se oferă servicii comerciale la un nivel mai înalt. Sunt modernizate unităţile de comerţ existente, se construiesc unităţi noi, în care se implementează tehnologii avansate de vânzare a mărfurilor.

Prezintă interes dinamica unităţilor de comerţ cu amănuntul pe zone în analiza infrastructurii comerţului cu amănuntul. Pentru a determina dinamica şi a evalua gradul de dezvoltare a reţelei de comerţ cu amănuntul pe zone ale republicii au fost selectate şi analizate datele despre numărul de unităţi comerciale cu amănuntul în secţiunea zonelor: ***nord, centru, sud*** şi separat municipiul Chişinău. În perioada analizată numărul magazinelor a crescut în total pe ţară cu 2397 unităţi, iar numărul gheretelor cu 804 unităţi. Dacă analizăm datele despre numărul de magazine şi gherete pe zone, se observă o creştere mai mare a numărului de magazine amplasate în *municipiul Chişinău* – cu 697 unităţi, sau o creştere cu 151,0 % faţă de anul 2006. În *zona centru* numărul magazinelor în perioada analizată a crescut cu 658 unităţi, atingând numărul de 2567 sau a crescut cu 134,5%. Deşi numărul magazinelor în *zona nord* a crescut cu 728 unităţi, creşterea în dinamică faţă de anul 2006 este numai cu 130,5%. În *zona sud* şi UTA Găgăuzia creşterea numărului de magazine este într-un ritm mai redus sau cu 123,1 % şi 116,4%. Rezultă că în ultimii cinci ani, în aspect numeric, magazinele s-au dezvoltat mai mult *în municipiul Chişinău* şi în *zona centru*, pe când *zona sud* rămâne în urmă în ceea ce priveşte dezvoltarea reţelei de magazine.

În republică au fost adoptate un şir de restricţii legislative privitor la activitatea deţinătorilor de patente de întreprinzător în domeniul comerţului. Conform datelor IFS al RM în anul 2010 în total dezvoltau activitatea în bază de patentă de întreprinzător 30197 persoane, iar în anul 2011 numai 27187 persoane. Numărul deţinătorilor de patentă se reduce treptat după anul 2008, când a fost modificată Legea Republicii Moldova „Cu privire la patenta de întreprinzător" (nr.121 din 29.05.2008, cap. V, art.18), prin care au fost scoase din listă mărfurile supuse accizelor şi mobila. O bună parte din deţinătorii de patente s-au înregistrat ca întreprindere individuală sau societate cu răspundere limitată. Numai în ultimii doi ani numărul deţinătorilor de patente de întreprinzător în comerţ s-a redus de la 17997 până la 16412 persoane sau s-a redus cu 2221 persoane (Tabelul 1).

Tabelul 1. Analiza dinamicii şi structurii deţinătorilor de patente de întreprinzător

Indicatori	2010				2011				Modi-ficarea (+, -)	Dinami-ca (%)
	Total	Elibe-rate	Vala-bile	Pon-derea, %	Total	Elibe-rate	Vala-bile	Pon-derea, %		
Total deţinători de patente	30197	15547	14650	100	27187	11385	15802	100	-3010	90,0
Total patente comerţ	17997	9125	8872	59,6	16412	6935	9477	60,4	-1585	91,2
Comerţul cu amănuntul la tarabe, tejghele, tonete etc.	17845	9043	8802	59,1	15624	6478	9146	57,5	-2221	87,6
Comerţul cu produse alimentare şi mărfuri uşor alterabile autohtone	152	82	70	0,5	788	457	331	2,9	+636	5,2 ori
Alte activităţi	12200	6422	5778	40,4	10775	4450	6325	39,6	-1425	88,3

În dinamică numărul deţinătorilor de patente în comerţ în perioada analizată constituie 91,2% comparativ cu anul 2010. Totodată, se observă o creştere a deţinătorilor de patente care comercializează produse alimentare autohtone în gherete cu respectarea condiţiilor de păstrare şi asigurarea calităţii mărfurilor de la 152 patente în anul 2010 până la 788 patente în anul 2011.

Din cadrul indicatorilor calitativi pentru analiza infrastructurii se pot evidenţia:

- coeficientul de mecanizare şi automatizare a operaţiilor comerciale,
- gradul de implementare a tehnologiilor comerciale moderne,
- eficienţa utilizării suprafeţei comerciale a magazinelor.

Analizând eficienţa utilizării spaţiilor comerciale atât în localităţile urbane, cât şi în cele rurale, precum şi volumul vânzărilor cu amănuntul ce revine la un metru pătrat de spaţiu comercial, constatăm că în anul 2006 volumul vânzărilor cu amănuntul realizat în cadrul unităţilor comerciale ***a constituit 2,5 mii lei/m^2 de suprafaţă*** comercială. Pe parcursul anilor acest indicator a ***crescut în medie până la 2,9 mii lei/m^2***, în timp ce cel realizat de unităţile comerciale din localităţile rurale este în medie de ***1,2 mii lei/m^2*** *anual* sau numai 1/3 din media pe ţară (Tabelul 2).

Tabelul 2. Volumul vânzărilor de mărfuri cu amănuntul la 1 m^2

Anii	2006	2007	2008	2009	2010
Volumul de vânzări cu amănuntul, mln lei	13620,7	16866,6	21387,2	19960,6	25096,5
Suprafaţa totală, mii m^2	549,8	626,6	699	750,6	850,9
Volumul de vânzări cu amănuntul la 1 m^2 de suprafaţă comercială, mii lei	**2,5**	**2,7**	**3,1**	**2,7**	**2,9**
Ritmul de creştere a vânzărilor la 1 m^2	**100**	**108,0**	**124,0**	**108,0**	**116,0**

În baza analizei repartizării volumului de vânzări cu amănuntul şi cu ridicata pe zone teritoriale ale ţării se atestă o dezvoltare neproporţională a comerţului în anii 2006-2010. ***Zona centru*** împreună cu mun. Chişinău deţine o pondere de peste 65%, iar celelalte zone doar 35%.

Corespunderea edificiilor comerciale cerinţelor arhitecturale, tehnologice reprezintă alt indicator calitativ al analizei infrastructurii comerciale. În scopul eficientizării activităţilor desfăşurate, întreprinderile comerciale trebuie să urmărească construcţia unor tipuri uniforme de magazine şi dotarea lor cu mobilier şi utilaje comerciale tipizate, care permit standardizarea activităţilor şi gestionarea unitară a întregii reţele comerciale. Din punct de vedere al construcţiei, organizării şi profilării reţelei comerciale este necesar de avut în vedere: sortimentul mărfurilor comercializate, formele de vânzare practicate, capacitatea unităţii comerciale, numărul lucrătorilor comerciali, nomenclatura, mărimea şi tipul mobilierului şi utilajului comercial folosit. De asemenea, se recomandă ca unităţile comerciale din zonele centrale ale localităţilor şi din centrele comerciale ale ansamblurilor de locuinţe să fie astfel grupate, încât să creeze aşa-numitul concept de străzi comerciale.

În cadrul infrastructurii comerciale cu amănuntul, trebuie incluse şi spaţiile de parcări şi celelalte spaţii de natura serviciilor comerciale care acţionează în spaţiul unităţilor comerciale cu amănuntul aşa ca: ghişee bancare; de asigurări; telefonice; spaţii de joacă şi de odihnă pentru copii; săli video-cinema etc.

Actualmente este important de a analiza şi conceptul de urbanism comercial care este definit ca o categorie economico-socială care îmbină urbanismul cu organizarea şi amplasarea reţelei comerciale în scopul creării unui mediu optim de viaţă. În această situaţie principalii factori luaţi în consideraţie la îmbunătăţirea infrastructurii şi la stabilirea arhitecturii comerciale în municipii, oraşe, raioane, sate sunt: analiza segmentelor de cumpărători ce vor fi deserviţi, puterea lor de cumpărare, atracţia şi gravitaţia comercială a localităţii, intensitatea deplasării populaţiei dintr-o zonă în alta în vederea efectuării cumpărăturilor, structura socioprofesională de bază a segmentelor de cumpărători, preferinţele de consum. Reieşind din cele expuse, menţionăm că sectorul comerţului se confruntă cu problema dezechilibrului în amplasarea şi dezvoltarea infrastructurii comerciale între localităţile rurale şi cele urbane. Analizele efectuate demonstrează că în localităţile rurale lipsesc unităţi de colectare a produselor agricole, unităţi de prestări servicii, reparaţii, mentenanţă etc. În acest context agenţii economici din mediul rural trebuie să fie susţinuţi de stat prin acordarea creditelor preferenţiale pentru investirea în infrastructura comercială, inclusiv acordarea unor facilităţi la procurarea terenurilor pentru construcţia propriu-zisă cu toate construcţiile adiţionale de logistică, deschiderea cantinelor sociale, modernizarea pieţelor agricole.

Analiza dezvoltării unui sistem de distribuţie se bazează pe criterii cantitative şi calitative: densitatea comercială; gradul de concentrare şi de organizare a punctelor de vânzare; importanţa mărcilor proprii atât ca pondere în totalul produselor comercializate, cât şi ca cotă de piaţă; ponderea serviciului de auto-servire în totalul vânzărilor de produse de consum; dezvoltarea serviciilor oferite clienţilor: service post-vânzare, credite oferite consumatorilor, livrarea produselor la domiciliu; mărimea şi tipul investiţiilor alocate activităţii de comunicare.

Există o diferenţă foarte mare între sectorul distribuţiei în Republica Moldova şi cel din ţările europene dezvoltate, în ţara noastră comerţul cu amănuntul continuând să evolueze în ritm mult mai lent în comparaţie cu celelalte ţări din Europa Centrală şi de Est. În toate ţările pentru care există date disponibile, serviciile de distribuţie deţin o pondere însemnată în activitatea economică. Ponderea variază de la circa 8% din PIB în ţări ca Germania sau Irlanda până la circa 20% din PIB în ţări ca Rusia, România; mai mult de 17% din valoarea adăugată şi circa 22% din forţa de muncă la nivel comunitar: 20% în SUA şi 40% în Danemarca şi Islanda din totalul întreprinderilor. În Republica Moldova comerţului îi revine ponderea de 12,8% în formarea PIB, 15,4% - în formarea valorii adăugate brute, 20,7% - în ocuparea forţei de muncă şi 40,9% din numărul total de întreprinderi (a. 2010).

Sistemul de comercializare cu amănuntul autohton are ca principale caracteristici: caracter fragmentat, predominarea comerţului tradiţional, apariţia noilor forme de comerţ cu amănuntul. Caracterul fragmentat derivă, pe de o parte, din dimensiunea unităţilor existente şi, pe de altă parte, din gradul de concentrare al proprietăţii. Există numeroase unităţi de mici dimensiuni, cum ar fi: chioşcuri, buticuri, mici magazine, sistemul de distribuţie fiind dominat de micii intermediari. În prezent gradul de concentrare este redus, numărul lanţurilor de magazine de mari suprafeţe este destul de mic. Totuşi, în ultimii ani, au început să se dezvolte supermarketurile, centrele comerciale, mall-urile, astfel apariţia noilor forme de comerţ fiind o altă caracteristică a comerţului cu amănuntul în Republica Moldova.

Forma de distribuţie de tip *„supermarket”* a apărut în Republica Moldova în a. 1995. Supermarketul Green Hills Market a fost primul deschis în republică în decembrie 1995, câteva luni mai târziu – supermarketul Fidesco. Magazinele de format nou au început să se dezvolte pe piaţa Republicii Moldova ca urmare a iniţiativei operatorilor locali, cât şi a promovării acestora de

către detailiştii străini. Astfel în anul 2006 pe piaţa internă a pătruns reţeaua străină Fourchette, în anul 2008 - Foxtrot (Ucraina). În afară de unităţile nou create, multe magazine au fost restructurate şi denumite „supermarketuri" (exemplul supermarketului „Nr. 1", reconstruit în baza magazinului alimentar central). Astfel formula de distribuţie de tip „supermarket" a promovat o nouă imagine în comerţul cu amănuntul prin lanţuri de magazine ca: Green Hills Market, Fidesco, Linella, IMC-Market, Nr. 1 – în domeniul alimentar şi Maximum, Bomba, Alina Electronic, Bosch - în domeniul nealimentar.

În anii 2007 -2008 reţelele de magazine care până atunci s-au dezvoltat cu precădere în mun. Chişinău, din cauza saturării pieţei, înteţirii concurenţei, insuficienţei de mari teritorii în perimetrul capitalei, au iniţiat penetrarea pieţelor regionale (Green Hills Market, Fidesco, Fourchette, Alina Electronic ş.a.).

La sfârşitul anilor '90 - începutul anilor 2000 în mun. Chişinău s-au deschis *centre comerciale*, cum ar fi: „Elat" (1999), „Grand Hall" (2000), „Sun City" (2002), „Jumbo" (2005), „Baby Hall" (2005), care dezvoltă comerţ în bază de buticuri, prestând, totodată, şi servicii suplimentare şi de agrement.

În anul 2010 reţeaua de magazine Nr.1 deschide primul *hypermarket* din ţară, cu suprafaţa totală de 6,5 mii m^2. Dezvoltarea comerţului cu amănuntul în format hypermarket este o tendinţă mondială, în Republica Moldova însă acest format de magazine se dezvoltă cu întârziere din cauza, după cum afirmă specialiştii, dimensiunilor mici ale pieţelor locale.

Anchor Grup (România) a inaugurat în anul 2008 primul *mall* din Republica Moldova (70000 m^2, din care 25000m^2 suprafaţă închiriabilă). În acelaşi an SHAN LIAN INTERNATIONAL GROUP deschide Megapolis Mall – centru comercial şi de distracţii cu suprafaţa de 30000 m^2.

La frontiera dintre comerţul cu amănuntul şi cel cu ridicata s-a dezvoltat formula *cash&carry*. Ca magazine de tip cash&carry în republică activează din anul 2004 grupul Metro, Republica Moldova fiind a 27-a ţară în care liderul internaţional în această formulă de comerţ îşi desfăşoară activitatea. În prezent în republică există 3 magazine Metro (Chişinău 1, Chişinău 2, Bălţi).

Formula de distribuţie prin magazine de tip *discount* este în faza incipientă de dezvoltare şi este prezentă în Republica Moldova prin reţelele de magazine „Пятерочка" (Rusia) şi "Uni Market" (reţea locală de magazine). De menţionat că magazinele de tip discount au un mare potenţial de extindere, în condiţiile în care piaţa (în special cea regională) are încă o capacitate mare de absorbţie. Prin preţurile mici pe care le oferă, magazinele discount au şansa de a deveni o componentă majoră a sistemului de comercializare cu amănuntul, evoluţie favorizată de puterea mică de cumpărare a unei mari părţi a populaţiei.

Specialiştii apreciază că în prezent şi în viitorul apropiat cele mai perspective formate de comerţ cu amănuntul în republică sunt supermarketurile şi magazinele de proximitate. Deşi supermarketurile au apărut primele, în timp, poziţia dominantă a fost ocupată de magazinele de proximitate. Anume acest format de magazine este astăzi cel mai dezvoltat în profil regional.

Astfel, dezvoltarea comerţului cu amănuntul în Republica Moldova din ultimele două decenii poate fi încadrată, în opinia noastră, în trei etape de dezvoltare:

I etapă (1991-1995). În această perioadă comerţul era realizat prin intermediul chioşcurilor, buticurilor, magazinelor mixte şi pieţelor; apare concurenţa în domeniu.

II etapă (1995-2004). În etapa dată apar şi se dezvoltă supermarketurile, reţelele de magazine, centrele comerciale; se dezvoltă concurenţa între supermarketuri, reţele de magazine.

III etapă – din 2004 până în prezent. Începând cu anul 2004 în piaţa internă pătrund operatorii străini (Metro, Fourchette, Foxtrot, Пятерочка) şi se dezvoltă formatele mari de magazine; concurenţa se desfăşoară între diferite formate de comerţ.

În mediul rural unităţile de comerţ sunt mult mai reduse ca număr şi dimensiune, lupta de concurenţă desfăşurându-se, aici, între micii comercianţi independenţi şi magazinele cooperaţiei de consum.

În aceste condiţii, de importanţă majoră este problema competitivităţii unităţilor de comerţ, care este condiţia supravieţuirii, consolidării şi prosperităţii pe piaţă a entităţilor, indiferent de genul de activitate. Sporirea competitivităţii unităţilor de comerţ va influenţa competitivitatea sectorului comerţului, care, la rândul său, va contribui la dezvoltarea economică şi socială a ţării.

De menţionat, totodată, că măsurile vizând întărirea competitivităţii comerţului şi dezvoltarea spiritului întreprinzător constituie axa centrală a politicii Uniunii Europene faţă de comerţ. De altfel, întreaga construcţie a politicii în domeniu se sprijină pe ideea că asigurarea pe termen lung a contribuţiei comerţului la bunăstarea cetăţenilor şi la prosperitatea economiei este posibilă numai prin creşterea competitivităţii sectorului comerţului.

Infrastructura comerţului modern nu poate fi *dezvoltată fără a dezvolta şi subsectoarele conexe: prestări de servicii, reparaţii, mentenanţă etc*. De aceea se impune agenţilor economici care creează reţele comerciale, să asigure consumatorii cu unităţi (ateliere) de prestare a serviciilor de mentenanţă şi reparaţii în locul de cumpărare sau în apropierea unităţii comerciale. Prin intermediul unei infrastructuri comerciale moderne se pot asigura condiţii favorabile pentru păstrarea mărfurilor, pentru deservirea consumatorilor, dar şi condiţii de muncă bune pentru personalul comercial.

Modernizarea infrastructurii unităţilor de comerţ influenţează asupra competitivităţii şi eficienţei unităţilor comerciale. De aceea este necesar de a elabora proiecte noi şi de a construi sau reconstrui magazinele existente, de a efectua dotarea unităţilor de comerţ cu utilaj şi tehnologii moderne.

Dezvoltarea infrastructurii comerţului contribuie la avansarea nivelului economic în ansamblu, de aceea trebuie analizat experienţa ţărilor dezvoltate, necesităţile şi posibilitatea de atragere a tehnologiilor noi în domeniul comerţului cu amănuntul din Republica Moldova.

Creşterea numărului de magazine şi altor unităţi de comerţ cu amănuntul va contribui la crearea numărului locurilor de muncă şi creşterea veniturilor populaţiei, inclusiv în sectorul rural.

Bibliografie:

1. *Anuarul statistic al R. M. 2006-2011*. Disponibil: http:// www.statistica.md
2. *Anuarul statistic al R. M.* Disponibil: *http://statbank.statistica.md/pxweb/Database/RO22%20COM/COM01/serii%20anuale.asp*
3. Hotărârea Guvernului Republicii Moldova nr.111 din 01.02.2007 „*Cu privire la aprobarea strategiei de susţinere a dezvoltării comerţului interior în Republica Moldova pentru anii 2007-2009”*. Disponibil: http:// www.justice.md
4. Inspectoratul Fiscal de Stat principal. *Informaţia privind numărul deţinătorilor de patente de întreprinzător pe anii 2010-2011.*
5. http://www.statistica.md/public/files/publicaţii electronice/Raport trimestrial/Raport 2010.pdf
6. http://www.statistica.md/public/files/publicaţii electronice/aspecte nivelul trai/Aspecte Nivelul Trai 2010.pdf

LOCUL, ROLUL ŞI PROBLEMELE REALIZĂRII INFORMATICE COMPLEXE INTEGRATE A PROCESĂRII INFORMAŢIILOR DE EVIDENŢĂ ECONOMICĂ

***Leahu Tudor**, conf. univ., dr.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Are specified the notions of the economic evidence, its transformation and processing, as well as general classification and content. Also, are established its place, role, interconnections and interactions of this evidence with other economic informative subsystems.
Starting from the composition and structure of the unitary process of economic evidence, are revealing the categories of the procedures and operations of this process, the succession of their achievement, current situation, ways and prospects of their integral informatics achievement.

***Key words:** place, role, problems, integral achievement, processing, information, economic evidence.*

Introducere

Deşi în prezent la majoritatea utilizatorilor finali, în special, la contabili, s-a creat impresia, precum că lucrările de evidenţă economică sunt pe deplin realizate în mod informatic, realitatea confirmă faptul că multe din ele se găsesc în stare incipientă. Astfel de situaţie este caracteristică, mai cu seamă, pentru etapele primară şi de utilizare a informaţiilor examinate.
În legătură cu astfel de constatare, de importanţă majoră devin problemele stabilirii locului, rolului şi realizării informatice depline a procesării tuturor informaţiilor evidenţei economice în mediul sistemului managerial economic unitar.

Conţinut

Accentuarea problemelor în cauză este condiţionată în primul rând de cunoaşterea locului, rolului, interconexiunilor şi interacţiunilor informaţiilor de evidenţă economică cu celelalte varietăţi de informaţii de aşa categorie. În acest sens, cu luarea în considerare a principiului motivaţiei şi perioadei de formare (obţinere) a valorilor unităţilor informaţionale în raport cu evoluţia proceselor materiale toate informaţiile economice se divizează în următoarele două grupe mari:

1) informaţii ce precedă activităţile materiale economice;
2) informaţii ce succedă aceste activităţi.

Ambele grupe de informaţii au un caracter funcţional, aşa cum ele deservesc anumite funcţii de gestiune economică. Compoziţional, prima grupă include informaţiile de normare, reglementare şi previziune a posibilelor preocupări materiale. La rândul său, informaţiile de normare conţin unităţi informaţionale cu valori primare şi cu valori generale, întâile fiind formate pentru componentele tehnologice elementare (acţiune, operaţiune), iar secundele – pentru aceleaşi componente, dar de ordin constitutiv (subetapă, etapă, proces).

În ceea ce priveşte informaţiile reglementative, acestea vizează conţinutul tehnologic, constructiv şi administrativ.

Dacă informaţiile de normare reflectă limita volumului consumului resurselor economice (materiale, temporale, financiare) pentru fiecare unitate tehnologică sau constructivă, atunci informaţiile de reglementare reflectă ordinea (succesiunea) îndeplinirii anumitei lucrări. Evident,

informaţiile de reglementare tehnologică se referă la perindarea efectuării oricărei lucrări , reglementarea constructivă – la ordinea strictă de asamblare a oricărei unităţi constructive constitutive (nod, cuplare, produs finit), pe când cea administrativă – la componenţa executorilor, obligaţiunile lor, resursele alocate şi termenele îndeplinirii lucrărilor.

Într-un fel şi informaţiile de previziune au un caracter reglementativ, deoarece prin intermediul lor se stabilesc termenele şi resursele necesare pentru îndeplinirea sarcinii propuse. Spre deosebire de cele de normare şi reglementare, astfel de informaţii limitează componenţa, volumul şi termenele îndeplinirii sarcinii. În cazul când limitarea are atribuţie la termenele reduse (schimb, zi, cinci zile, decadă de lucru), informaţiile de previziune se consideră operative, iar dacă limitarea se referă la termenul mediu (o lună) – ele sunt de ordin curent. De asemenea sunt considerate şi informaţiile de previziune referitoare la termenele de un trimestru, jumătate de an şi un an de activitate, iar pe termen de lungă durată (de pronostic) – informaţiile de previziune pe termenele de 5, 10, 15 şi mai mulţi ani.

De regulă, raza reflectorie a informaţiilor de previziune operativă include dimensiuni cum ar fi: locul de muncă , brigada, subdiviziunea (sector, secţie), uneori şi unitatea economică materială (întreprinderea, organizaţia). Informaţiile de planificare curentă şi periodică se referă la unitatea economic materială şi episodic – la unitatea organizatorică de această categorie. Informaţiile de prognostic, de regulă, au raza de reflectare în limitele unităţii economice organizatorice (firma cu potenţial economic esenţial, subramura, ramura, economia naţională).

Fiecare dintre entităţile enumerate constituie un anumit nivel de gestiune economică. E stabilit că la nivel de economie naţională se disting zece astfel de nivele [1, pp.41 – 46; 2, pp.28 - 29].

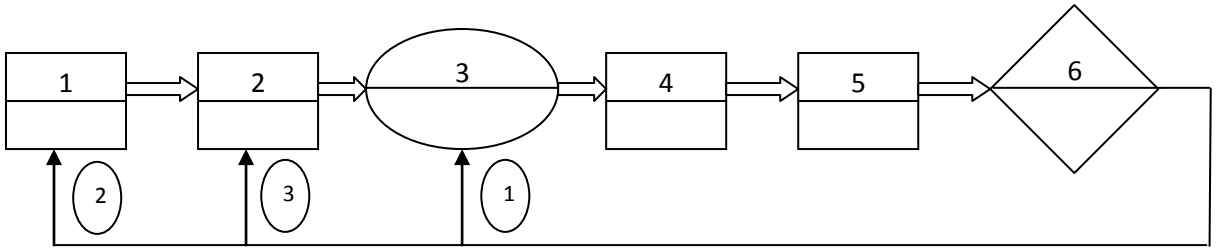
Grupa a doua de informaţii constă din cele de evidenţă şi de analiză economică, care după componenţa razelor spaţiale şi temporale sunt identice cu cele din grupa întâi. Mai mult ca atât, şi după structura compoziţională a unităţilor informaţionale, ele în fond le reproduc pe cele precedente. Aşa situaţie este justificată de logica imperativă a analizei economice, prima etapă a cărei se reduce la contrapunerea valorilor indicatorilor de evidenţă cu valorile celor de previziune sau normare şi reglementare. Contrapunerea se efectuează cu scopul determinării dimensiunii devierii (diferenţei) dintre valorile unităţilor informaţionale ale ambelor grupe, pentru ca mai apoi să fie stabiliţi factorii ce au provocat - o şi ponderea influenţei fiecăruia din ei.

De menţionat că atât imperativul, cât şi componenţa informaţiilor de previziune, normare şi reglementare predetermină şi compoziţia informaţională a evidenţei economice.

În dependenţă de situaţia desfăşurării fenomenului material, informaţiile grupelor elucidate pot să-şi schimbe poziţia. Aşa, în cazul, când astfel de fenomen se găseşte în stare incipientă, deci, se preconizează de a fi realizat (pus în funcţiune), aşa intenţie poate să se producă numai după formarea informaţiilor de normare şi reglementare, precum şi de previziune. Totodată, dacă fenomenul material este în plină desfăşurare, astfel fiind îndeplinit de multiple ori, numai după formarea valorilor informaţionale de evidenţă şi analiza lor pot fi formulate, luate şi realizate valorile unităţilor decizionale.

Interpretarea grafică a acestor două variante privind logica succesiunii formării (obţinerii) varietăţilor de informaţii funcţionale economice este prezentată în figura 1.

a) varianta 1: starea incipientă (de iniţiere) a proceselor materiale noi:



b) varianta 2: starea funcţională (de îndeplinire de multiple ori) a proceselor materiale :

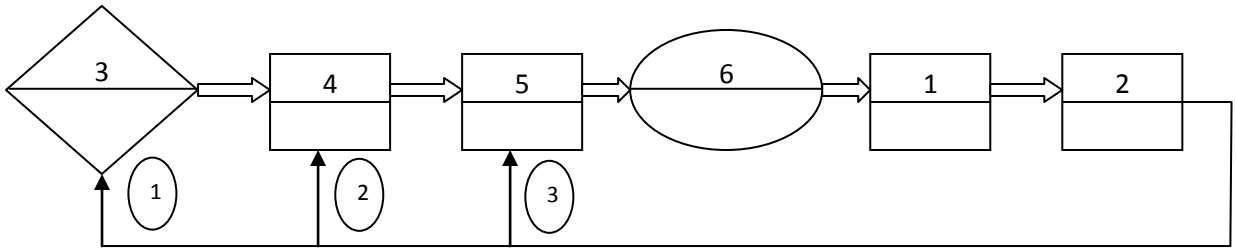


Figura 1. Prezentarea grafică a variantelor succesiunilor posibile de obţinere a valorilor informaţiilor funcţionale economice

Schema variantei 1 demonstrează că în cazul când procesul material este nou şi se preconizează de a fi iniţiat pentru prima dată se solicită ca mai întâi să fie determinate componenţa şi calculate valorile indicatorilor de normare şi reglementare (1), pentru ca ulterior prin mijlocirea acestora să fie calculate valorile indicatorilor de previziune (2). Conform celor din urmă, se pun în funcţiune procesele materiale (3), iar rezultatele funcţionării lor sunt stabilite graţie obţinerii informaţiilor de evidenţă economică (4). Dispunând de informaţiile ce au determinat evoluţia previzibilă (1,2) şi de facto (4) a procesului material (3), pot fi obţinute informaţiile de analiză economică (5), în cadrul căreia se formulează deciziile respective (6). Ultimele influenţează direct mersul activităţilor materiale (1) şi conduc în primul rând la revizuirea (corectarea) valorilor indicatorilor de normare şi reglementare (2) şi recalcularea în această bază a celor de previziune (3), conform cărora în noua variantă evoluează procesele material (3).

Cea de-a doua variantă a schemelor elucidate confirmă faptul că în cazul depistării în stare funcţională (îndeplinire de multiple ori) a proceselor materiale, mai întâi se formează informaţiile de evidenţă economică (1), deoarece informaţiile de N.R. (4) şi PR. (5) au fost obţinute la etapa iniţierii lor, ele de acum există. În aşa situaţie sunt create toate condiţiile de a efectua analiza economică, produsele informaţionale ale căreia vor servi drept bază de formulare a deciziilor (3), corectare a lor (1) şi a valorilor informaţiilor de normare şi reglementare (2), precum şi de previziune (3), iar prin intermediul lor – şi a proceselor materiale (6).

În baza analizei efectuate, putem deduce că informaţiile de evidenţă economică permanent se formează după ce s-au încheiat etapele de funcţionare a procesului material, care poartă caracter pur informativ (descriptiv), ocupând o poziţie intermediară între procesele materiale şi cele decizionale. De fapt, în îmbinarea acesteia cu alte varietăţi de informaţii contribuie la formarea (obţinerea) valorilor informaţiilor de analiză economică, formularea deciziilor respective şi corectarea informaţiilor precedente activităţilor materiale economice.

Aşadar, orice informaţie cu un vădit conţinut descriptiv, ce reflectă evoluţia anterioară a obiectului (procesului), se consideră a fi una de evidenţă. Dacă informaţia se referă la procesele de

producţie, distribuţie (comercializare) şi consum a bunurilor materiale şi spirituale, ea este una preponderent economică.

Noţiunea de evidenţă economică este una generalizatoare şi înglobează câteva tipuri de evidenţă: primară, operativă, contabilă şi statistică (Figura 2).

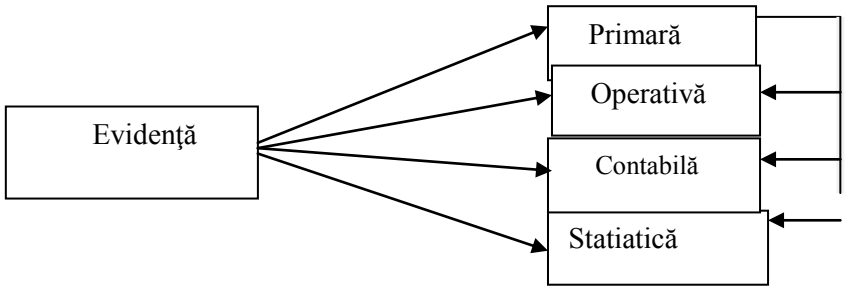


Figura 2. Structura compoziţională a evidenţei economice

La baza fabricării produselor informaţionale operative, contabile şi statistice stau datele iniţiale, obţinute în cadrul evidenţei primare. Numai că modalităţile de culegere şi sistematizare a lor sunt diferite.

Din punct de vedere procesual, evidenţa economică include procedurile şi operaţiunile eşalonate în ordinea prezentată în Fig.5

Orice proces managerial, inclusiv şi cel economic, are loc în baza multiplelor interconexiuni şi interacţiuni organice produse între componentele a trei compartimente esenţiale, cum ar fi: material, informativ şi decizional. Realizarea lor se produce prin intermediul îndeplinirii anumitor funcţii în diverse raze spaţiale şi regimuri temporale de funcţionare a lor.

În dependenţă de domeniu, funcţionarea poate fi una de ordin discontinuu sau continuu. Ultima modalitate, de regulă, este proprie activităţilor pur materiale în cadrul unei sau a mai multor acţiuni (operaţiuni), pe când cea discretă se referă preponderent la coordonarea acestor activităţi în razele şi regimurile anterior nominalizate. Prin urmare, modalitatea analoagă (neîntreruptă) este caracteristică, mai cu seamă, pentru compartimentul material al procesului unitar managerial economic. Aceasta se explică prin faptul că în majoritatea cazurilor atare activităţi sunt efectuate de subiect în spaţiu şi timp destul de compact (în cadrul unui loc de muncă, sau a unei subdiviziuni - brigadă, sector, secţie), ceea ce permite de a interveni operativ (în orice moment pe parcursul unui schimb (zile de lucru) cu anumite modificări.

Totodată, la nivel de formă organizatorică, care vizează activităţile materiale (unitate economică, subramură, ramură, economie naţională), evoluţia celor din urmă este posibilă numai prin intermediul coordonării lor la distanţă în diverse termene temporale de lungă durată. Din acest motiv, în cadrul acestor unităţi distincte se manifestă caracterul discontinuu (întrerupt) al activităţilor materiale economice.

Desigur, orice activitate fie materială sau informaţională, dispune de anumită intermitenţă, aşa cum ea este realizată prin descompunere în diverse componente, poziţionate într-o anumită succesiune. Însă, la cele efectuate în cadrul fiecărui loc de muncă sau subdiviziune razele spaţiale şi temporale sunt atât de reduse, încât convenţional se poate constata continuitatea lor. În aşa situaţie şi necesităţile informaţionale informative şi decizionale sunt destul de limitate, aşa cum acţiunile (operaţiunile) se produc graţie capacităţilor fizice ale subiectului prin monitorizare vizuală nemijlocită si reacţiune materială în baza ei, conform anumitor instrucţiuni de efectuare a lucrării.

Dacă activităţile materiale dispun de caracter diferit în depindere de nivelul realizării lor (la cel iniţial - continuu, la cele derivate (superioare) - discontinuu), atunci cele informaţionale,

indiferent de nivel de gestiune, poartă caracter intermitent din cauza că ele se efectuează după expirarea unui termen de îndeplinire a celor materiale (minim, după un schimb de lucru).

Modalitatea îndeplinirii activităţii (continue sau discontinue) îşi pune amprenta pe aspectul informatic de realizare a ei. Aşa, în cazul celei continue sunt necesare mijloace tehnice ce ar opera cu unităţi fizice, care ar pune în funcţiune sau ar stopa un anumit proces, pe când pentru cea discontinue e caracteristică implicarea mai multor resurse în îmbinare, interacţiunea cărora are loc de la caz la caz.

Prin urmare, în strategia realizării informatice a sistemului managerial economic e necesar ca în primul rând să se ţină cont de modalitatea de îndeplinire a activităţilor economice (materiale, informative, decizionale) - continue sau discontinue - şi de succesiunea interconexiunilor şi interacţiunilor lor spaţiale şi temporale. Aşa concept de abordare a lor poate fi admis şi aplicat în cazul, când obiectul sau activitatea condusă este concepută drept un nucleu material-informativ unitar, iar procesul de gestiune a lui se consideră activitate integrată material – informativ – decizională.

Astfel de variantă de tratare solicită inversarea orientării invenţiei, implementării şi funcţionării informatice a sistemului managerial economic. Esenţa acestei inversări constă în aceea că dacă iniţial şi, deseori, şi actualmente mai întâi are loc invenţia mijloacelor tehnice şi metodelor tehnologice (organizatorice), apoi se determină domeniul concret de aplicare eficientă a lor, atunci la moment se impune necesitatea elaborării şi aplicării acestor mijloace şi metode în baza parametrilor cantitativi şi calitativi ai domeniului respectiv. Aşadar, politica tehnică informatică trebuie să fie direcţionată nu de la mijloace şi metode - spre domeniul de aplicare al lor, dar, invers, de la domeniu - spre necesităţi în mijloace şi metode de punere în acţiune şi funcţionare permanentă a acestui domeniu. Cu atât mai mult că evoluţia tehnicii informatice tot mai evident confirmă faptul majorării flexibilităţii ei în sens de adaptare la orice sferă de utilizare.

De aceea situaţia existentă şi perspectiva apropiată solicită mai întâi stabilirea componenţei lucrărilor proprii domeniului de activităţi, obiecte si resurse gestionate cu toate valorile parametrilor cantitativi şi calitativi, în baza cărora se efectuează gestiunea lor.

În acest sens se constată că de pe poziţii unitare sistemul managerial economic include stadiile de bază schematic prezentate în Figura 3 (în ordinea realizării lor conform principiului motivaţiei contributive).

Schema în cauza în mod evident demonstrează complexitatea extremă şi globalitatea imensă a componenţei fiecărui compartiment şi stadiu de lucrări cu ramificaţii diverse pronunţate, mai cu seamă, referitor la cele materiale. Ca urmare, modalitatea de abordare a lor trebuie să fie de ordin sistemic, iar tratarea lor – de ordin conceptual.

Pentru a confirma aceasta situaţie e suficient de enumerat acele operaţiuni (lucrări) ce sunt proprii numai compartimentului informaţional informativ, aşa cum cele material şi decizional sunt individualizate de fiecare resursă, obiect sau activitate reală. Din această cauză elucidarea conceptuală a acestor două compartimente (material şi informaţional) nu poate fi atât de elocventă. De pe aceste poziţii, transformarea informaţiilor, ca şi organizarea şi structurarea lor, dispune de aceleaşi aspecte de elucidare – funcţional şi informatic. Conform celui dintâi, ea se realizează în trei etape principale: apariţie („naştere”), prelucrare („dezvoltare”) şi utilizare („deces”) sau tranziţie de la valori informative la valori decizionale ale informaţiei. Interconexiunea şi succesiunea realizării acestor etape schematic şi la general sunt prezentate în figura 4.

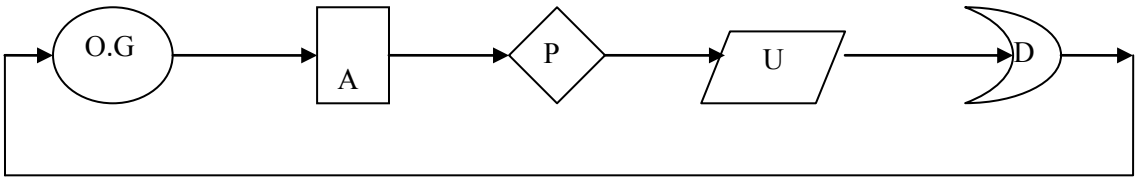


Figura 4. Componenţa şi interacţiunea etapelor principale de transformare a informaţiilor economice:
O.G. – obiect gestionat; A – etapa apariţiei (obţinerii) unităţilor informaţionale informative iniţiale (primare, elementare, intermediare); P – etapa prelucrării lor; U – etapa utilizării produselor informaţionale; D – decizii.

În depindere de varietatea funcţională şi parametrii concreţi informaţiile economice parcurg diverse etape şi procese de transformare în diversă succesiune. Însă, pentru majoritatea din ele sunt caracteristice etapele şi operaţiunile transformative prezentate în fig. 5

Din ea e evident că „naşterea" informaţiilor are loc în baza identificării (evidenţierii) caracteristicilor, ori schimbărilor în obiectele gestionate prin măsurări şi socotiri. Aşa cum unităţile informaţionale primare şi iniţiale îşi formează valorile la un nivel de gestiune economică (cele de evidenţă şi normare – la nivel inferior; cele de previziune – la nivel superior), iar prelucrarea valorilor lor – la o mulţime de alte nivele, există necesitatea memorizării lor prin înregistrare pe diverse suporturi (manuale, tehnice). Astfel de necesitate este motivată, de asemenea, şi de însemnătatea lor economică, gestionară şi juridică, care poate fi valorificată în diverse raze spaţiale şi temporale.

Concomitent cu fixarea pe suport, se produce codarea şi multiplicarea valorilor unităţilor informaţionale iniţiale. Prima lucrare (codarea) este provocată de specificul mijloacelor şi metodelor informatice de prelucrare a datelor, măcar că nu e exclus ca ea să fie efectuată uneori şi în mediul prelucrării manuale, din cauza prezentării mult mai econome a informaţiilor, valorile cărora frecvent sunt aplicate. Totodată, multiplicarea se produce în cazurile utilizării concomitente a valorilor unora şi aceloraşi unităţi informaţionale în mai multe locuri de mai mulţi utilizatori, în diverse termene temporale.

Atât extracţia, cât şi înregistrarea valorilor informaţiilor iniţiale se efectuează descentralizat, pe când prelucrarea lor, de regulă, are loc în mod centralizat. Pe lângă aceasta, locul prelucrării acestor valori se găseşte la anumită distanţă de locurile formării lor. Din acest motiv extracţia şi înregistrarea sunt succedate de transmiterea valorilor unităţilor informaţionale iniţiale de la locul formării la locul prelucrării lor, cu această operaţiune finalizându-se lucrările de „dobândire a materiei prime" – de obţinere a unităţilor informaţionale cu valori primare şi iniţiale, care şi constituie baza formării tuturor informaţiilor cu valori derivate.

Totodată, informaţiile primare şi iniţiale transmise nu se prelucrează deodată, pentru un anumit termen fiind stocate şi de aceea e necesară organizarea păstrării lor. De menţionat că operaţiunea examinată se referă nu numai la informaţii cu valori variabile, dar şi la cele cu valori relativ constante, ultimele necesitând păstrare îndelungată din motive juridice şi intenţii strategice.

Aşa cum nu toate informaţiile sunt supuse prelucrării simultan, se impune regăsirea numai a celor necesare la moment. Ulterior prelucrării structurale şi de calcul are loc perfectarea rezultatelor obţinute în forma accesibilă pentru utilizatorul final, ceea ce se efectuează, de asemenea, prin înregistrare. Multiplicarea este motivată de aceleaşi circumstanţe ce şi în cadrul operaţiunii cu aceeaşi denumire, apartenente primei etape, iar decodarea – de prezentarea datelor (unităţilor informaţionale fizice (informatice)) în unităţi informaţionale funcţionale, sesizate şi conştientizate de utilizator. În final, unităţile informaţionale derivate (rezultative) într-un anumit

mod perfectate (documentate) sunt oferite (transmise) utilizatorilor finali (lucrătorilor funcţionali), care sunt preocupaţi de analiza valorilor lor.

Însă, şi la această etapă nu toate informaţiile deodată sunt supuse analizei şi de aceea preliminar e necesar să se efectueze asupra lor aceleaşi operaţiuni, ce şi la etapa a doua, legate de organizarea stocării, păstrării şi regăsirii lor. Fiind regăsite, valorile unităţile informaţionale prin contrapunerea valorilor unităţilor informaţionale apartenente diverselor subsisteme de gestiune în diverse combinări, cum ar fi, cele de evidenţă se contrapun cu cele de previziune, sau cele de evidenţă - cu cele de normare etc. În cazul depistării anumitor devieri formate în rezultatul acestor comparări, se determină componenţa factorilor ce au contribuit la ele şi, respectiv, au influenţat activităţile materiale economice, ponderea fiecăruia din ei în valoarea generală (totală) a devierii.

În baza stabilirii componenţei factorilor (motivelor) de influenţă şi a ponderii lor în devierea depistată, în continuare se determină acţiunile, participanţii şi resursele necesare pentru a nu mai admite în viitor sau pentru a susţine tendinţa caracterizată de deviere în termenul precedent, perioada de realizare a acţiunilor şi metodelor (procedeelor) de verificare a calităţii şi plenitudinii îndeplinirii acţiunilor preconizate. Toate aceste activităţi şi constituie conţinutul primei etape de iniţiere a managementului, care se reduce la formularea şi luarea deciziilor. Odată cu realizarea acestei etape se produce „erupţia” informaţiilor decizionale de la cele informative în cadrul procesului unitar de gestiune, ori aşa zisa transformare a informaţiei informative în cea decizională

Privind realizarea deciziilor luate, se poate afirma, că în majoritate ea se produce prin intermediul activităţilor materiale, măcar că fără conducerea de anumite informaţii ea nu poate fi efectuată.

În aşa mod, la etapa iniţială se obţin valorile primare sau iniţiale, la cea de prelucrare – valorile derivate (intermediare, rezultative) ale unităţilor informaţionale informative, pe când la etapa a treia se creează baza formării unităţilor informaţionale decizionale.

De menţionat, de asemenea, că la prima etapă are loc „naşterea” informaţiei informative, aşa cum în cadrul ei se formează cele mai elementare valori ale unităţilor informaţionale informative, la etapa a doua – „dezvoltarea” ei, graţie extinderii razelor spaţiale şi temporale de reflectare (descriere), obţinută în consecinţa prelucrării informaţionale, structurale şi de calcul a datelor primare (iniţiale), iar la cea de a treia etapă – „decesul” ei, deoarece în rezultatul analizei valorilor unităţilor informaţionale informative, de regulă, de ordin derivat, se formulează şi se iau deciziile necesare, în continuare refuzând de informaţiile informative şi conducându-ne de cele decizionale. Din cauza caracterului probabilistic (mai cu seamă, din punct de vedere a exactităţii) al activităţilor materiale economice, permanent există necesitatea de a „dobândi” valori noi ale unităţilor informaţionale, a le prelucra, a obţine în rezultatul acestei prelucrări produsele informaţionale informative solicitate, care în final vor fi supuse analizei şi în baza celei din urmă se vor formula şi selecta unităţi informaţionale decizionale. necesare, sunt supuse analizei. Această ultimă operaţiune informativă se realizează mai întâi prin contrapunerea valorilor unităţilor informaţionale apartenente diverselor subsisteme de gestiune în diverse combinări, cum ar fi, cele de evidenţă se contrapun cu cele de previziune, sau cele de evidenţă - cu cele de normare etc. În cazul depistării anumitor devieri formate în rezultatul acestor comparări, se determină componenţa factorilor ce au contribuit la ele şi, respectiv, au influenţat activităţile materiale economice, ponderea fiecăruia din ei în valoarea generală (totală) a devierii.

În baza stabilirii componenţei factorilor (motivelor) de influenţă şi a ponderii lor în devierea depistată, în continuare se determină acţiunile, participanţii şi resursele necesare pentru a nu mai admite în viitor sau pentru a susţine tendinţa caracterizată de deviere în termenul precedent, perioada de realizare a acţiunilor şi metodelor (procedeelor) de verificare a calităţii şi plenitudinii îndeplinirii acţiunilor preconizate. Toate aceste activităţi şi constituie conţinutul primei etape de iniţiere a managementului, care se reduce la formularea şi luarea deciziilor. Odată cu realizarea

acestei etape se produce „erupţia” informaţiilor decizionale de la cele informative în cadrul procesului unitar de gestiune, ori aşa zisa transformare a informaţiei informative în cea decizională

Privind realizarea deciziilor luate, se poate afirma, că în majoritate ea se produce prin intermediul activităţilor materiale, măcar că fără conducerea de anumite informaţii ea nu poate fi efectuată.

În aşa mod, la etapa iniţială se obţin valorile primare sau iniţiale, la cea de prelucrare – valorile derivate (intermediare, rezultative) ale unităţilor informaţionale informative, pe când la etapa a treia se creează baza formării unităţilor informaţionale decizionale.

De menţionat, de asemenea, că la prima etapă are loc „naşterea” informaţiei informative, aşa cum în cadrul ei se formează cele mai elementare valori ale unităţilor informaţionale informative, la etapa a doua – „dezvoltarea” ei, graţie extinderii razelor spaţiale şi temporale de reflectare (descriere), obţinută în consecinţa prelucrării informaţionale, structurale şi de calcul a datelor primare (iniţiale), iar la cea de a treia etapă – „decesul” ei, deoarece în rezultatul analizei valorilor unităţilor informaţionale informative, de regulă, de ordin derivat, se formulează şi se iau deciziile necesare, în continuare refuzând de informaţiile informative şi conducându-ne de cele decizionale. Din cauza caracterului probabilistic (mai cu seamă, din punct de vedere a exactităţii) al activităţilor materiale economice, permanent există necesitatea de a „dobândi” valori noi ale unităţilor informaţionale, a le prelucra, a obţine în rezultatul acestei prelucrări produsele informaţionale informative solicitate, care în final vor fi supuse analizei şi în baza celei din urmă se vor formula şi selecta unităţi informaţionale decizionale.

Prin urmare, într-un anumit moment decade necesitatea în anumite unităţi informaţionale informative şi de aceea ele sunt supuse „decesului”, concomitent solicitându-se formarea altor noi valori informaţionale ce descriu evoluţia activităţilor (obiectelor) în cadrul perioadei precedente.

Din schema prezentată în fig.5 e evident că componenţa lucrărilor de ordin informativ este foarte variată, iar îndeplinirea fiecăreia din ele dispune de specific pronunţat. Respectiv, şi componenţa mijloacelor tehnice şi tehnologiilor informatice sunt de aceeaşi natură.

Astfel de abordare impune necesitatea elaborării şi aplicării unui aşa şir de mijloace tehnice, care ar realiza automat fiecare din lucrările ce se conţin în schemă. Însă, mai există şi o altă cale de realizare informatică a compartimentului examinat. Ea se reduce la înglobarea într-un singur mijloc tehnic a posibilităţilor efectuării automate a tuturor procedurilor informaţionale şi structurale şi a operaţiunilor de calcul.

Până când, în prezent se observă un anumit succes a celei de a doua căi, obţinut prin crearea şi utilarea calculatoarelor cu aşa dispozitiv, cum este, modem-ul, ce permite de a îndeplini funcţia nouă de schimb de date la distanţă. Predominarea uneia din aceste două căi depinde de performanţele ştiinţelor naturale (fizica, chimia, biologia ş.a.), de nivelul aplicării acestor performanţe în domeniul informaţional economic şi de progresul tehnico-ştiinţific.

Nivelul actual şi perspectiva practică vizibilă a evoluţiei acestor ştiinţe condiţionează bazarea strategiei realizării informatice a sistemului managerial economic pe efecte electrice, care asigură atât fiabilitate, cât şi flexibilitate performantă acestui sistem în mediul material de funcţionare a lui. Conform acestei orientări, apogeul strategiei în cauză va fi atins în aşa situaţie, când soluţionarea problemelor informaţionale se va produce prin intermediul modelelor fizice, biologice, chimice, etc. ele (aceste modele), eliminând multe interfeţe existente sub formă de resurse informaţionale, matematice, programate şi tehnologice interne.

Aceeaşi varietate compusă de activităţi informaţionale economice, de asemenea, indică necesitatea revizuirii noţiunii generale de "tehnică de calcul", sub care, de obicei, se subînţelege orice mijloace tehnice implicate în procesul unitar informaţional economic, şi înlocuirea ei cu termenul de "tehnică informatică", care, în opinia noastră, este mult mai adecvată (coerentă).

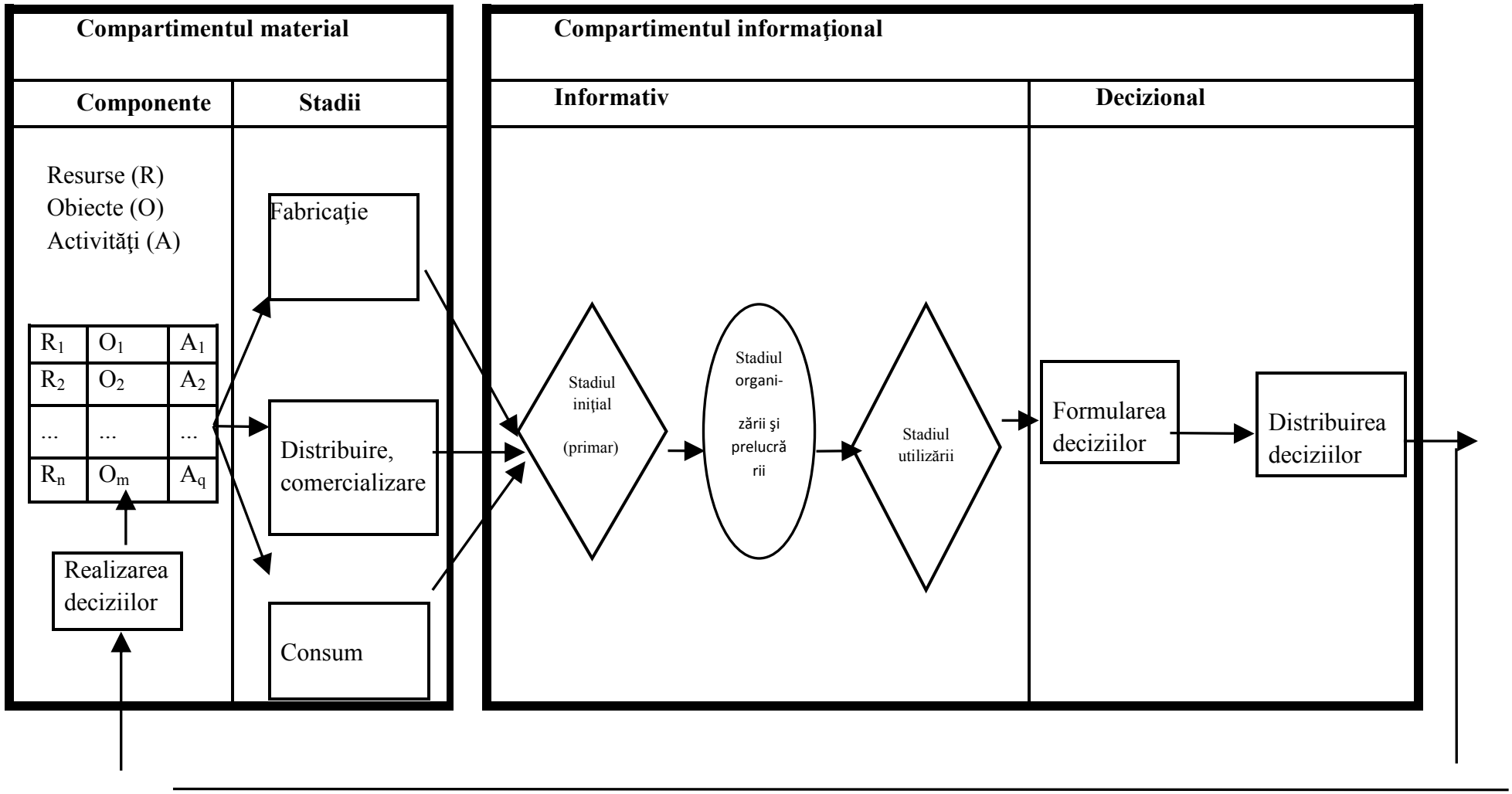


Fig. 3. Componenţa şi succesiunea realizării stadiilor sistemului managerial economic unitar

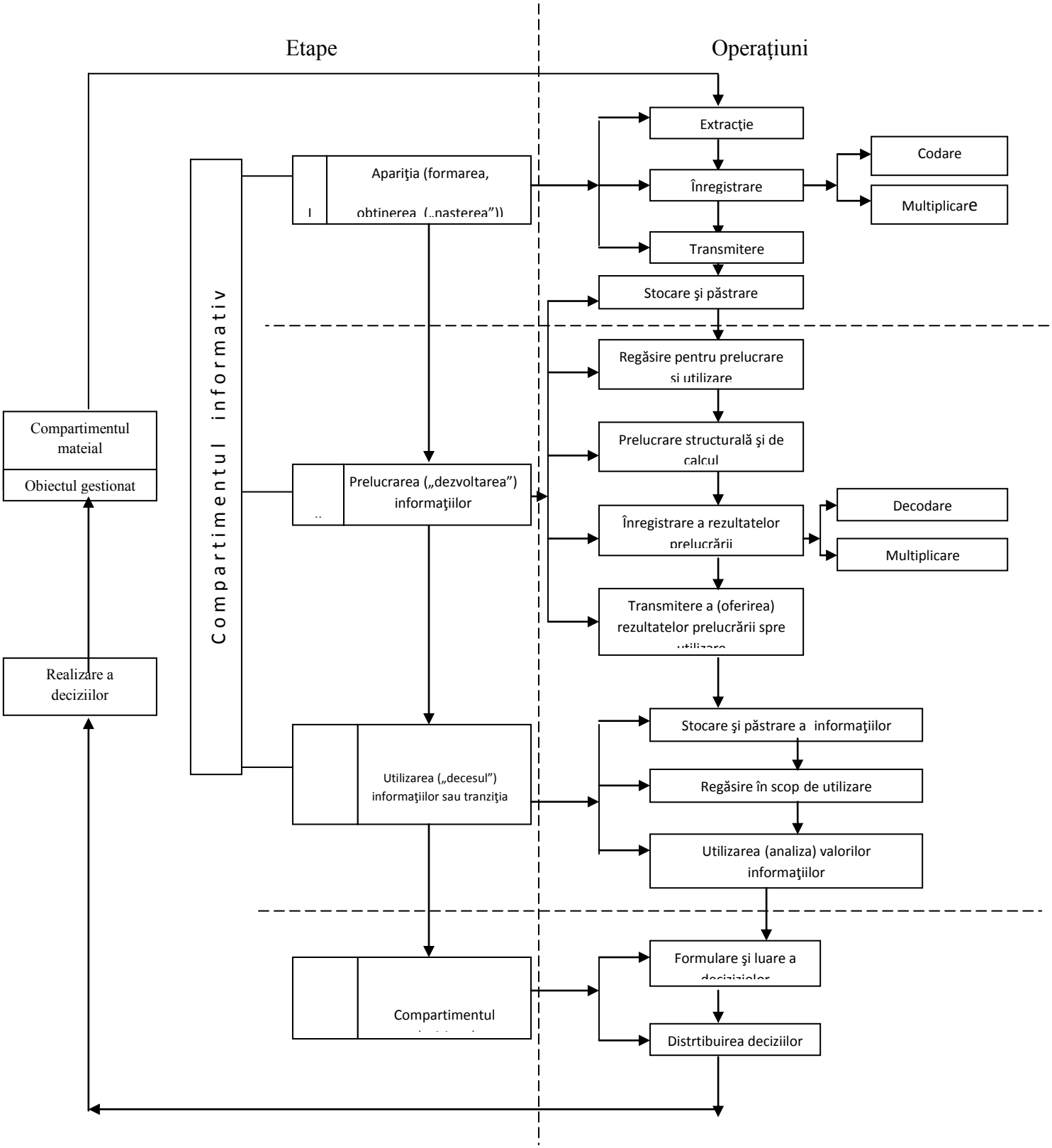


Fig. 5. Componenţa şi conţinutul operaţional al etapelor transformării informaţiilor informative economice (aspectul funcţional).

Concluzii

Experienţa acumulată până în prezent şi tezele teoretice formulate actualmente referitor atât la activităţile informaţionale, cât şi la cele materiale, permit evidenţierea următoarelor tendinţe şi direcţii generale ale realizării informatice a sistemului managerial economic:

1) perfecţionarea bazei tehnice a acestui sistem pe următoarele direcţii:

a) extinderea capacităţilor funcţionale ale mijloacelor tehnice;

b) utilizarea cât mai intensă şi masivă a elementelor constructive performante şi a efectelor proceselor fizice (chimice, biologice, etc. ş.a.) modeme în construcţia acestor mijloace;

c) miniaturizarea maximă a gabaritelor tehnicii informatice cu extinderea concomitentă continuă a „capacităţii" soluţionării problemelor informaţionale economice;

d) facilitarea optimă a accesului funcţional al utilizatorilor de orice categorie la mijloacele în cauză prin intermediul simplificării definitive a exploatării lor;

2) modernizarea tehnologiilor de fabricare a mijloacelor tehnice informatice în baza unificării permanente a elementelor constructive şi asamblării lor prin metoda de conveier;

3) elaborarea continuă a conceptelor şi aplicarea oportună a formelor progresive de funcţionare a sistemului informatic managerial economic, acordând prioritate factorului tehnic comparativ cu cel organizatoric, ultimul anterior fiind predominant, iar actualmente şi în viitor - decăzut în totalitate;

4) realizarea informatică deplină şi complexă (interconexată) a tuturor stadiilor funcţionării sistemului managerial economic, ceea ce contribuie la:

a) construirea cât mai raţională şi la majorarea conştientizării acestui sistem;

b) aducerea în concordanţă deplină a proceselor informaţionale cu cele materiale prin asigurarea coordonării organizării şi efectuării lor distribuite;

c) automatizarea majorităţii activităţilor economice graţie realizării informatice a conexiunilor informaţionale dintre ele;

d) încărcarea maximă cu lucru a mijloacelor tehnice informatice;

5) orientarea ştiinţelor clasice spre aplicarea rezultatelor investigaţiilor obţinute în cadrul lor în domeniile invenţiei, elaborării, implementării şi funcţionării tehnicii informatice;

6) pregătirea intensivă, ştiinţific argumentată, aprofundată şi adecvată activităţilor de perspectivă a viitorilor specialişti necesari pentru diverse domenii ale informaticii economice;

7) constituirea formelor progresive şi formarea ramurilor ştiinţifice noi in domeniile elaborării, implementării şi funcţionării sistemelor informatice manageriale economice ($S.I_c.M.E.$).

Cunoaşterea aprofundată şi deplină a aspectelor strategiei realizării informatice a activităţilor manageriale economice, precum şi a tendinţelor şi direcţiilor generale ale evoluţiei performanţelor acestei realizări va contribui la crearea şi funcţionarea adecvată a unui sistem informatic integrat de fabricare a produselor materiale, informative şi decizionale de ordin economic cu eficienţă funcţională esenţială.

Bibliografie:

1. Leahu, Tudor. *Organizarea, structurarea şi transformarea informaţiilor sistemului managerial economic*. Monografie. Chişinău: CEP USM, 2009, 421 p.

2. Ляху, Ф.С. *Экономическая информация: организация, структура и преобразование*. Кишинёв: Контабилсервис, 1966, 220 p.

CULTURA PLANIFICĂRII CARIEREI

***Postică Maia**, dr., conf. univ.,*
Universitatea de Stat din Moldova
***Graur Elena**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Busy people do not seem to have time to plan their future. Think about how to use productively the next few hours together with decision making is crucial in order to make time (in a busy schedule). The psychology of planning activities is a useful practice: split time as you want and gain control over the situations that seem to be out of control. You might have a positive attitude, that will help you to achieve your aims and hesitate stressful situations.

***Key words:** career planning, behavior and culture.*

„La ce i-ar folosi unui om să fie nemuritor, dacă nu ştie să îşi folosească bine o jumătate de oră?"
(„What would be the use of immortality to a person who cannot use well a half an hour?")
(Ralph Emerson)

Comportamentul uman este orientat în funcţie de anumite constrângeri şi forţe, cele mai importante fiind atitudinile, iar orice modificare de atitudine implică o schimbare de comportament şi joacă un rol esenţial în cadrul situaţiei de comunicare manager-angajat, fiind un aspect determinant al climatului raţional, influenţând decisiv calitatea relaţiei stabilite. Schimbarea atitudinii depinde de o bună informare şi oferire de dovezi în favoarea modificării. Astfel, angajatul trebuie motivat în prelucrarea informaţiei, urmând apariţia schimbărilor de atitudine şi, ulterior, şi de comportament al acestora. Comportamentul uman este dictat nu doar de atitudine (faţă de obiecte, lucruri, situaţie), ci şi de convingeri (generale, specifice, semnificative şi nesemnificative), de valori (terminale şi instrumentale).

Trecerea la noua societate informaţională implică schimbarea viziunii vis-a-vis de abordarea comunicării organizaţionale şi prelucrarea informaţiei. Acest lucru este indispensabil şi inevitabil, mai cu seamă, în ţările ex-sovietice, inclusiv în Republica Moldova, unde situaţia este destul de precară la acest capitol. Managerii trebuie să fie dotaţi cu un şir de dexterităţi ca: calitatea de a identifica şi realiza obiective strategice de comunicare internă şi externă; capacităţi privind determinarea priorităţilor pentru a-şi organiza mai eficient activitatea comunicaţională; elaborarea şi implementarea strategiilor de comunicare şi persuasiune eficientă a angajaţilor; aptitudini de a forma şi dezvolta abilităţi de comunicare persuasivă etc., care necesită o activitate creativă şi analitică. Menţionăm că într-o economie centralizată şi cu caracter directiv interesul faţă de comunicare a fost mereu aproape de limita zero.

Capacitatea de a conduce un grup reiese din posibilitatea de a aprecia corect momentul.

Ce putem face acum sau azi?

La etapa actuală, când pe fundalul obţinerii autonomiei şi liberalizării economiei reale au loc schimbări tehnologice, politice şi economice, problemele ce ţin de muncă, relaţiile de muncă, contractele colective de muncă, distribuirea veniturilor, asigurarea socială, şomajul, funcţionarea şi instituţionalizarea pieţei muncii ş.a. sunt imperativele de bază ale întregii Europe, inclusiv şi ale societăţii moldoveneşti.

Anume salariile mici, datoriile salariale, reducerea nivelului de trai, precum şi inflaţia sunt factori de bază, care pot destabiliza situaţia social-economică din tară. De aceea, politica salarizării trebuie să fie unul din elementele principale ale politicii social-economice a statului, stimulul principal pentru munca productivă şi, prin urmare, pentru creşterea nivelului de producţie. Din aceste considerente trebuie să se facă eforturi susţinute în ceea ce priveşte reabilitarea funcţiilor de reproducere şi de stimulare ale salariatului, iar aceasta, la rândul său, solicită o gestionare corectă a timpului şi a efortului depus. Reformele economice şi structurale din ultimii ani au avut impact negativ şi asupra evoluţiei proceselor de pe piaţa muncii. Perioada actuală poate fi caracterizată printr-o reducere considerabilă a indicatorilor ocupaţionali şi creşterea ponderii populaţiei inactive.

Implementarea politicilor şi strategiilor de comunicare eficientă în managementul organizaţional din Republica Moldova se află într-un stadiu incipient, comunicarea are un caracter defectuos din cauza birocraţiei excesive, din care motiv managerii nu stăpânesc informaţii reale şi operative. Pe de altă parte, ei sunt invadaţi de rapoarte şi dări de seamă interminabile, alteori se ciocnesc de un sistem rigid de comunicaţii.

O problemă destul de importantă rămâne a fi şi modificarea viziunii faţă de relaţiile dintre manageri şi subordonaţi, care trebuie să fie etice, umane, indiferent de poziţia ierarhică, căci managementul transformărilor presupune un grad înalt de flexibilitate, ce permite supravieţuirea în condiţiile unui mediu deosebit de dinamic, un feedback continuu, pentru a depista chiar din start posibilele discrepanţe.

Mulţi manageri sau conducători din Moldova fac tot posibilul să aplice modelul de dirijare american sau european şi îşi imaginează că sunt nişte „macio”. Însă, în consecinţă, acest model se dovedeşte a fi ineficient, deoarece fiecare persoană are capacităţile sale, o putere interioară, pe care poate s-o utilizeze pentru obţinerea unor rezultate mai performante.

Victoria care aduce succesul este pe jumătate dobândită de cel ce se deprinde să-şi stabilească scopurile şi să le împlinească. Chiar şi cea mai neplăcută muncă devine uşor de îndurat atunci când înţelegi şi eşti convins că orice sarcină, oricât de complicată ar fi, este un pas către realizarea visurilor tale. După Ron Hoff „viaţa poate fi voioasă ca un copil la joacă când te trezeşti cu imaginea unui drum clar marcat, care te aşteaptă. Cât de plăcută poate fi calea vieţii, dacă dimineaţa nu apare cu noi bucurii, cum ar fi acelea de a-mi duce la împlinire scopurile zilei respective sau dacă seara nu-mi aduce plăcerea de a-mi fi dus la bun sfârşit planul?”.

Datorită interdependenţei dintre numărul de ore realizate la muncă şi faptul că sensul dă mai multă satisfacţie muncii, tot mai mulţi caută un scop superior. Interesul pentru măiestria personală a sporit vădit în perioada în care au existat restructurări, reduceri de personal, concedieri masive.

Timpul reprezintă bunul nostru cel mai de preţ. Analizând gestionarea lui intr-un mod organizat, putem înţelege metodele cele mai eficiente de a-l folosi atât la serviciu, cât şi după. Orice persoană trebuie să ştie să-şi gestioneze timpul, indiferent dacă este acasă sau la serviciu. Ordinea în care se îndeplinesc sarcinile influenţează ce şi cât obţine de la viaţă. Unii oameni îşi pot gestiona timpul mai bine, având o zi de muncă mai productivă şi modalităţi mai atrăgătoare de petrecere a orelor de după program.

Perceperea asupra timpului şi a folosirii lui variază de la o ţară la alta. Adeseori diferenţele se reflectă în numărul mediu al orelor de muncă, importanţa punctualităţii sau timpul rezervat activităţilor în voie. Dacă urmează să lucraţi peste hotare, trebuie să fiţi pregătiţi să vă adaptaţi la practicile şi la programul angajaţilor din ţara respectivă. Atitudinea noastră faţă de timp

este în continuă schimbare. Multe dintre aceste modificări se datorează retehnologizării. Internetul a făcut ca schimbul de informaţii să devină aproape instantaneu. Creşterea numărului de opţiuni ne oferă ocazia să facem mai multe lucruri într-o singură zi, dar conduce, totodată, la sporirea presiunii asupra timpului liber. Iată de ce este extrem de important să ne folosim timpul cât mai eficient şi productiv. Pentru ca un conducător să fie eficient, ar trebui să rezerve aproximativ 60% din timp activităţilor de planificare şi dezvoltare, celor de proiectare 25% şi doar 15% sarcinilor de rutină. În realitate, majoritatea oamenilor îşi împart timpul exact invers.

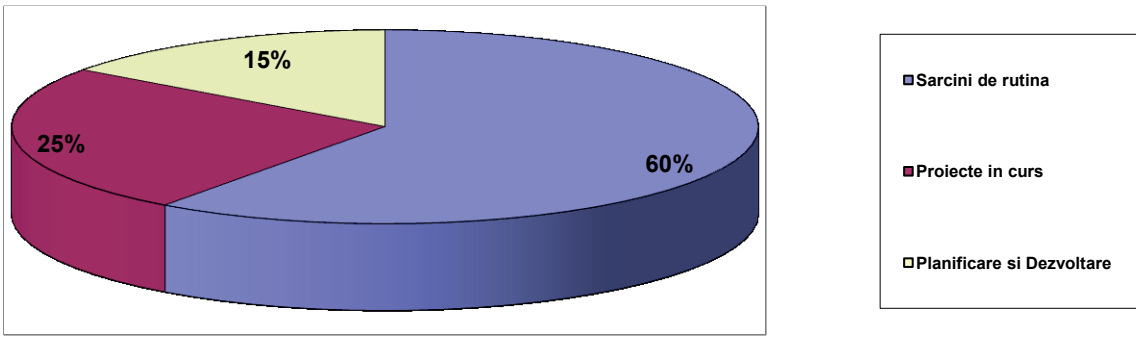


Figura 1. Repartizare ideală

John Wooden a fost unul din cei mai buni antrenori de baschet. Echipa sa UCLA a câştigat 10 campionate naţionale în 12 ani. Strategia antrenamentelor se baza pe filozofia frazei spuse în copilărie de tatăl său: „Trebuie de făcut aşa, ca fiecare zi să fie exemplară”. În timp ce alţi antrenori îşi orientau echipele la principalele jocuri din viitor, J. Wooden şi-a axat atenţia asupra zilei curente. Orice antrenament era pentru dumnealui la fel de valoros ca şi joaca pentru titlul de campion. Conform principiilor lui, există toate posibilităţile ca ziua de azi să fie cea mai bună din viaţă. El dorea ca fiecare membru al echipei când se culcă seara să se gândească: „Azi eu am fost în cea mai bună formă fizică”.

Majoritatea persoanelor nu doresc să se conformeze, crezând că fericirea e undeva în viitor, de aceea trăiesc cu acest viitor. Însă toate problemele încep în trecut, de aceea trăiesc şi cu trecutul, uitând că toate cele plăcute se petrec acum. Dirijarea grupului sau a organizaţiei tot trebuie efectuată zi de zi. Principalul în acest caz este dorinţa de a face lucruri bune, începându-le chiar acum. Când persoanele din organizaţie vor observa că conducătorul se străduieşte să facă fiecare zi mai bună ca cea precedentă, ei vor urma exemplul acestui conducător.

De ce întreprinzătorii îşi extind afacerea, angajează noi persoane, îşi diversifică produsele şi serviciile, se mută din biroul de la domiciliu într-o altă încăpere sau dintr-un spaţiu mai mic în altul mai mare? Pentru că pot? Pentru că aşa ar trebui? Răspunsuri greşite. De ce persoanele renunţă la timpul şi energia care ar putea fi dedicate familiei, prietenilor, unor proiecte? Se merită să fie urmărit doar modelul de creştere numerică a afacerii? Dacă ar avea la dispoziţie o eternitate, ar lua decizia corectă cu privire la felul în care să petreacă timpul?

Asemenea întrebări pot fi aplicate în cazul multor gestiuni şi decizii pe care le luăm pe parcursul înfiinţării şi susţinerii unei afaceri. Şi atunci când ştim care este viziunea noastră într-un moment sau altul, putem mai uşor să răspundem la aceste întrebări. Dacă nu v-aţi articulat viziunea sau nu aţi reevaluat-o anual, aţi luat o cale greşită sau chiar accidentată. Henri Ford spunea: „Dacă nu vă gândiţi la viitor, el pentru dumneavoastră nici nu va exista”. Însă având o viziune, veţi avea o sursă importantă de inspiraţie pentru dumneavoastră şi echipa pe care o dirijaţi.

Mulţi proprietari, manageri şi lideri recunosc că lipsa de timp reprezintă principala lor provocare-cheie. Dat fiind faptul că toţi oamenii au acelaşi timp la dispoziţie, percepţiile noastre despre lipsa de timp nu ţin de timpul în sine, ci de modul cum îl folosim, cum privim chestiunile legate de timp şi echilibru. Pentru multe persoane anume aici ar găsi oportunităţi de dezvoltare a măiestriei sau de accentuare a unui nou impuls de creştere. Ca şi majoritatea oamenilor, proprietarii de afaceri au un număr mare de responsabilităţi şi probleme, ce se „luptă" mereu pentru atenţia lor. Unii par dezordonaţi, ceea ce le afectează totul de la punctualitate la rapiditatea cu care răspund la apelurile telefonice sau la e-mail-uri.

Filozoful Jacob Needleman în cartea sa „Time and the Soul"(Timpul şi sufletul) remarcă că „numai sinele poate să învingă timpul". Aici poate să apară o tensiune între realitatea psihologică a faptului că obsesia tipului (sau lipsa lui) vă îndepărtează de aşa-zisa soluţie de administrare a timpului, pe de o parte, şi pe de altă parte, realitatea practică a faptului că multe dintre responsabilităţile zilnice vă solicită atenţia. În ciuda faptului că mulţi filozofi şi-au expus părerea pe marginea acestei probleme şi în scrierile lor, putem găsi unele perspective de administrare a timpului, majoritatea continuând să trăiască într-o lume care dă importanţă constrângerilor timpului şi măsurii acestuia.

Într-o lume reală, nu idealizată, există probleme care, dacă nu sunt abordate cu pricepere, contribuie la formarea convingerii că nu ai suficient timp. Acestea includ delegarea, administrarea timpului, accelerarea termenelor-limită, „convulsiile de timp" produse de rezistenţa la acţiunea necesară, sentimentul că felul în care îţi petreci timpul nu este echilibrat în funcţie de propriile priorităţi. O soluţie eficientă ar fi combinarea practicilor filozofice sau spirituale cu strategiile mai practice de administrare a timpului. Multe persoane recurg la meditaţii, care le ajută să-şi schimbe ritmul zilei şi să găsească priorităţile reale şi timp acolo unde se pare că nu există. Alte persoane au tendinţa de a „lupta cu focul" sau să sară din criză în criză, astfel încât nu deţin niciodată controlul asupra modului în care îşi petrec ziua de lucru. Cei „dependenţi de criză" trăiesc pentru adrenalina stării respective şi evită să delege sarcini altor persoane, care fie că sunt calificate, fie îşi pot dezvolta abilităţile necesare pentru a administra o parte, dacă nu toate detaliile la un moment dat. Probabil, în orice echipă există persoane care pot să-şi asume responsabilităţi suplimentare şi să echilibreze o parte din dezordinea zilei. Dacă nu le oferim ocazia, aceste persoane nu-şi vor dezvolta niciodată capacitatea de a administra. Dacă însă echipa este solicitată cu adevărat la maximum, iar conducătorul şi alţii „luptă cu focul" ziua întreagă, atunci este nevoie de verificat, dacă problema a apărut din cauza dezorganizării sau ineficienţei ori trebuie de revăzut planurile de personal.

Alte probleme legate de timp includ accelerarea cronică a termenelor-limită şi intrarea în criză de timp. Accelerarea termenelor-limită reduce termenul de execuţie a acţiunii şi neliniştişte din două motive: noile termene sunt în mod inevitabil nerealiste şi adaugă activităţi inutile la lista zilnică de sarcini. Iar aceasta dezechilibrează timpul pe termen scurt. Din fericire, abilitatea de a stabili priorităţi, eficienţa, managementul timpului şi al personalului uşor se învaţă.

Scopurile personale şi profesionale pe termen lung sunt decisive în cazul fixării unor ţinte generale. Însă pe termen scurt un scop personal (întemeierea familiei) poate avea prioritate în faţa scopurilor pe termen lung (conducerea afacerii). Un conducător priceput trebuie să stabilească, care sunt scopurile personale şi cele profesionale pe termen scurt şi pe termen lung. Înainte de toate e necesar de văzut dacă sunt realiste: chiar dacă nu vă puteţi modifica însuşirile fizice, aveţi oricând prilejul să dobândiţi noi deprinderi. Ideea unui singur loc de muncă în decursul carierei e pe cale de dispariţie şi s-ar putea ca persoanele să fie nevoite să-si perfecţioneze anumite

deprinderi ca să poată avea de lucru, ceea ce înseamnă că scopurile profesionale pot fi extrem de variate. De aceea e nevoie de întocmit un grafic şi de decis când v-ar plăcea să vă îndepliniţi fiecare dintre scopurile propuse.

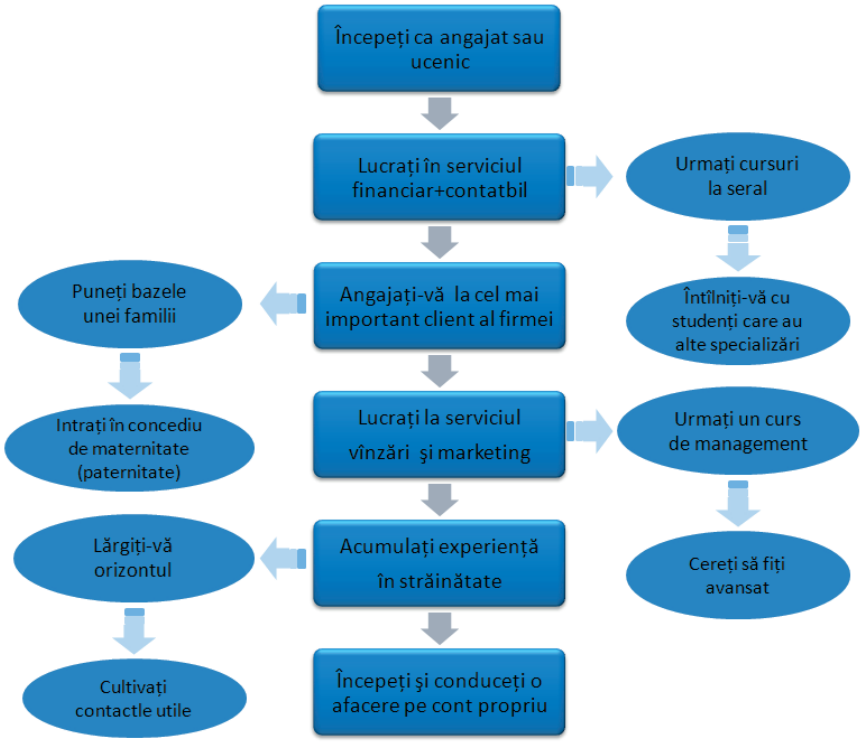


Figura 2. Diagrama vieţii profesionale

Planificarea scopurilor propuse în carieră începe de la întocmirea planurilor pe termen lung şi scurt, de care să se ţină cont în gestionarea timpului de la o zi la alta. Dacă este acumulată experienţa în management, având grijă de casă sau de copii, e necesar de a o analiza, trecând în revistă domeniile în care ar putea fi utile. După ce s-a făcut o listă a scopurilor profesionale pe termen lung şi scurt, ele sunt gândite şi plasate în ordinea descrescătoare a priorităţilor. E important să se cunoască că priorităţile patronului nu coincid cu cele personale. Toate scopurile şi sarcinile se împart pe categorii de tip A, B, C.

Tip A – sarcini care sunt importante şi urgente;

Tip B – sarcini care sunt fie importante, fie urgente, dar nu ambele;

Tip C – sarcini care nu sunt nici importante, nici urgente, ci doar de rutină.

Dacă sunt dubii faţă de clasificarea unei anumite sarcini, se poate să o consideraţi de tip C sau nu e nevoie să-i acordaţi atenţie. Priorităţile se schimbă, deoarece recepţionăm mereu informaţii noi (de pe Internet, la telefon, din partea colegilor), de aceea ele trebuie reevaluate la începutul fiecărei zile, pentru a afla dacă priorităţile colegilor nu intră în conflict cu cele personale. Informaţiile noi pot modifica importanţa sau gradul de urgenţă al unei sarcini, iar câteodată se întâmplă să omiteţi anumite activităţi de pe lista de urgenţe. Timpul necesar întocmirii unui plan nu e timp pierdut, deoarece până la urmă, cu ajutorul lui, se face economie de timp.

Există puţine lucruri mai stresante decât aşteptările exagerate, aşa că e bine să fiţi realişti faţă de ce puteţi realiza într-o perioadă de timp dată. Dacă vă angajaţi la un program suprasolicitat, căruia nu-i faceţi faţă, nimeni nu are de câştigat: nici dumneavoastră, nici colegii. Învăţaţi să vă cunoaşteţi limitele şi nu vă asumaţi proiecte pe care conştientizaţi că nu le puteţi încheia cu succes. Totodată, încercaţi să fiţi realist referitor la aşteptările de la ceilalţi. Nu le cereţi prea mult colegilor, veţi fi nemulţumit din cauza că nu pot face ce le-aţi spus, iar ei se vor demobiliza în

scurt timp şi vor acuza oboseala. Când lucrează, oamenii simt uneori nevoia unei provocări şi vor să încerce satisfacţia unei realizări care se află puţin peste aşteptările şi experienţa lor.

Randamentul personal variază în funcţie de cum vă simţiţi – energic sau obosit. Trebuie de înţeles cum arată ciclurile fizice şi psihice pe care le parcurge zilnic organismul, ca să vă puteţi stabili priorităţi exacte şi să vă dozaţi corespunzător volumul de muncă. Notaţi-vă zilnic timpul când vă simţiţi cel mai obosit sau cel mai odihnit şi consemnaţi sarcinile pe care le îndepliniţi atunci. Programaţi-vă sarcini uşoare (tip C) în refluxurile energetice.

Există sarcini diferite pentru tipuri de personalitate diferite. Ceea ce dumneavoastră vi se pare o povară (abordarea unui client dificil), altuia i se poate părea o provocare savuroasă. Nimeni nu are de câştigat de pe urma îndeplinirii cu forţa a sarcinilor neplăcute, aşa că e bine să delegaţi sarcinile neplăcute ori de câte ori o puteţi face. Dacă nu acceptaţi aşa ceva atunci ocupaţi-vă de ele când sunteţi bine dispus. Nu le amânaţi până la sfârşitul zilei când veţi fi obosit.

Tiparele energetice individuale por înregistra mari variaţii şi multe întreprinderi pot adopta un program de lucru mai flexibil. Astfel, salariaţii îşi controlează mai riguros programul zilnic şi folosesc mai eficient timpul muncind în perioada vârfurilor de formă fizică şi psihică. Uneori e nevoie să rămâneţi singur ca să vă puneţi în ordine gândurile, să analizaţi priorităţile şi să vă concentraţi asupra sarcinilor urgente sau dificile. Nu vă simţiţi vinovat pentru izolarea de colegi. Explicaţi-le că o să fiţi disponibil după o scurtă perioadă de timp când nu doriţi să fiţi deranjat. Acest lucru e valabil îndeosebi pentru locurile de muncă zgomotoase şi agitate. Încercaţi să vă autodisciplinaţi şi să folosiţi aceste perioade pentru abordarea constructivă a sarcinilor de tip A sau B, care vă solicită întreaga atenţie. Când faceţi pauză, relaxaţi-vă atât mintea, cât şi corpul. Dacă rămâneţi la birou, plecaţi-vă capul şi închideţi ochii. Aşezaţi-vă mâinile pe coapse şi respiraţi adânc. Planificaţi-vă pauzele în aşa fel încât să coincidă cu perioadele când nivelul personal de energie este scăzut. Nu uitaţi că o persoană cu o dotare nativă medie se poate concentra intens asupra lucrului fără întreruperi doar o oră. O scurtă perioadă de linişte vă va ajuta să lucraţi ulterior mai eficient.

Începutul şi sfârşitul fiecărei zile de lucru sunt extrem de importante. Începeţi ziua cu un mic dejun, liniştit, stând jos în timpul mesei ca să vă destindeţi şi să savuraţi mâncarea. Luaţi-vă o marjă de timp ca să ajungeţi la serviciu fără să vă grăbiţi. La sfârşitul zilei plecaţi de la lucru într-o stare de spirit bună. În acest fel nu veţi permite greutăţilor de peste zi să pătrundă în viaţa personală. Impuneţi-vă să vă relaxaţi şi cel puţin două ore înainte de culcare nu vă mai gândiţi la serviciu. Excesul de mâncăruri grele seara poate provoca insomnii, oboseală şi iritare. Notaţi-vă toate slăbiciunile şi planificaţi paşii pentru combaterea lor.

Timpul poate să zboare pentru unii şi să stea în loc pentru alţii. Atitudinea personală e cea care vă plasează în una dintre aceste categorii. Apelaţi sistematic la forţa gândirii pozitive pentru o planificare corectă. În acest mod veţi îndeplini cu uşurinţă chiar şi sarcinile cele mai dificile.

Bibliografie:

1. ANDY, BRUCE & KEN, LANGDON. *Cum să gândim strategic.* Bucureşti: Enciclopedia RAO, 2001.
2. JAMIE, S.WALTERS. *Marea putere a micii afaceri.* Bucureşti: Curtea veche, 2006.
3. TIM, HINDLE. *Cum să gestionăm timpul.* Bucureşti: Enciclopedia RAO, 2000.
4. ЧЕНДЛЕР, СТИВ, РИЧАРДСОН, СКОТТ. *100 способов мотивации персонала*. Москва: Торговый дом Гранд, 2006.

ETICA ÎN AFACERI: ASPECTE METODOLOGICE DE CERCETARE

Samoteeva Raisa, *dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova
Muza Bucaros, *dr., conf. univ.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

The study presents a welcome approach to ethical issues in the development of business relationships that have takey a particularly large scale in Moldova and the post – Soviet countries.

The authors highlight the need for methodological research of numerous ethical dilemmas in business, reason for understanding the need for solving or settlement of this dilemma but also to achieve new success in business.

Key words: *ethics, business ethics, ethical dilemmas, methodology.*

Odată cu schimbările radicale din sfera social-economică se schimbă şi comportamentele în relaţiile economice contemporane.

Procesul de globalizare, tehnologiile şi tehnicile performante, relaţiile de concurenţă, managementul proceselor de muncă cer cu insistenţă schimbări radicale şi în relaţiile de afaceri, nu în ultimul rînd al aspectului lor etic.

Una din frecventele probleme ce ţin de etica relaţiilor de afacere este însăşi dilema sau contradicţia dintre esenţa eticii şi esenţa relaţiilor de afaceri. În multe afaceri vom realiza o răsfrîngere a comportamentelor fundamentate de principii şi norme de etică şi etichetă, dar vom recunoaşte existenţa multor afaceri, care prin esenţa lor sunt non etice din start. Mulţi cercetători ai acestui fenomen îşi expun ferm poziţia, subliniind că prin esenţa sa afacerile nu pot purta un caracter etic (Murrax D. Ethics in Organizations. London, 1997).

Dat fiind acestea considerăm că în R. Moldova, ca şi pretutindeni în lume, ar fi de dorit ca societatea să asigure un comportament sau, după caz, să impună acest comportament, bazat pe etică. De altfel, relaţiile economice contemporane vor reprezenta un impediment de nedepăşit în dezvoltarea socio-economică a lumii.

Important ar fi ca în cazul afacerii etica să-şi expună poziţia şi cadrul legislativ-judiciar al ţării, iar unele norme şi principii morale, după caz, să poată avea acea acoperire legislativă, omiterea căreia ar putea duce la sancţionări juridice.

Despre etica în afaceri se spune că este o disciplină foarte tînără şi că îşi are originea în relaţiile economice de pe continentul american. S-ar putea să fim de acord cu aceasta, doar că dacă, cum de obicei se procedează în lumea ştiinţifică, am analiza istoricul apariţiei primelor relaţii de etică şi etichetă, apare o îndoială gnoseologică ce ne orientează spre cercetarea originilor eticii, în cadrul căreia vom găsi şi unele aspecte ale eticii profesionale.

Amintindu-ne de faptele istorice, ne apar imaginile apariţiei gîndirii filosofice. În această ordine de idei vom sublinia importanţa datelor despre apariţia filosofiei, oricît de paradoxal n-ar părea, concomitent, în cele trei centre ale civilizaţiei: chineze, indiene şi greceşti.

Apoi dacă ne aprofundăm în cercetări, vom sublinia esenţa şi specificul apariţiei primelor concepte filosofice după cum urmează:

- filosofia Indiei antice a purtat un caracter preponderent religios şi mitologic;
- filosofia Chinei antice a fost cu preponderenţă practică, etică;

- doar în Grecia antică filosofia a evoluat în forma sa clasică, adică s-a produs o armonizare între aspectul conceptual, raţional şi sistemic, s-a produs o coeziune dintre ştiinţe (începuturile lor) şi dezvoltarea aparatului lor logic.

Ţinînd cont de faptul ca etica este o ştiinţă despre morală, iar etica afacerilor o reflectare corectă sau incorectă a legilor şi normelor eticii generale asupra activităţilor economice, asupra relaţiilor interumane în procesul perpetuării afacerilor, asupra tuturor subiecţilor acestor afaceri precum angajaţii, clienţii, persoanele juridice şi fizice implicate în aceste afaceri, acţionarii, creditorii, toţi membrii comunităţii unde se realizează activitatea, ne-ar interesa mai cu seamă istoricul apariţiei eticii practice.

Este cunoscut faptul, că primele norme de comportament etic au apărut în China antică în sec. XVIII-XII Î.H., deoarece existau deja relaţii statale (istoria Chinei antice este datată cu această perioadă).

Logica ne subliniază existenţa relaţiilor economice, fundament al existenţei statelor.

Toate relaţiile chinezilor erau supuse ritualurilor extrem de sofisticate ale aşa-numitului „ceremonial chinez" care spune că „ritualul se bazează pe statornicia (mişcarea) cerului, ordinea (fenomenelor) de pe pămînt şi pe comportamentul poporului"; „ritualul formează temeiurile, principiile în relaţiile dintre cei de sus şi cei de jos, (numiţi în filosofia chineză mai tîrziu nobilime şi oamenii vulgari), este baza şi bătătura, băteala cerului şi pămîntului" (citat după „Древнекитайская философия. Сборник текстов в 2-х. М., 1972-1973. Т. I. с. 86-87").

Luăm în consideraţie faptul că în China antică mitologia era slab dezvoltată, iar chinezii erau pentru aşa ceva extrem de practici. Din aceste considerente vom îndrăzni să presupunem că practicismul lor a şi pus bazele apariţiei primelor cerinţe etice faţă de relaţiile economice şi sociale ale acelei perioade.

Pentru a fundamenta această presupunere îl vom cita pe Confucius care sublinia că principiul de bază al apariţiei conţinutului relaţiilor dintre oameni cu o semnificaţie morală aparte este reciprocitatea enunţată prin renumita regulă de aur a moralităţii care în română ar fi expusă în felul următor: „ce ţie nu-ţi place, altuia nu-i face".

Binele, frumosul şi adevărul sunt reperele ideale ale omului nobil. Nobilul este calm, senin la suflet, sociabil, demn, ferm, nu cade în panică la nenorociri. El se autocunoaşte, tinde spre culmi înalte, în dezvoltarea sa manifestă independenţă în activităţi şi gîndire, este curajos, dă ripostă necazurilor, îşi trăieşte cu demnitate fericirea, nu ţine mînie nici pe oameni nici pe cer, este calculat în vorbe şi aprig în fapte, este un ideal de urmat, doreşte să cunoască calea adevărată, este sincer, spune doar adevărul, este respectuos. Omul nobil pune preţul pe <u>dreptate</u>. Omul vulgar este antipodul nobilului şi pune preţul doar pe <u>profit</u>.

Este clară şi transparentă situaţia pentru a sublinia faptul că profitul este visul tuturor relaţiilor de afaceri şi ar fi incorect să nu ţinem cont de o istorie de peste două mii de ani ale principalelor începuturi ale eticii de afaceri.

În Grecia antică normele cotidiene morale existente devin subiect de cercetare şi fundamentare filosofică.

Dacă în gîndirea filosofică orientală normele morale erau norme ale practicii cotidiene, în Grecia etica devine o disciplină filosofică de sine stătătoare graţie filosofului Aristotel, care a întemeiat morala practică. Omul Moral conform concepţiei aristotelice este format de societate prin educaţie şi învăţătură şi este un exemplu pentru toţi, el este o „măsură morală" conformă tuturor.

Practicismul este o virtute morală necesară în societate, doar că înţelepciunea ca virtute a părţii teoretice a sufletului raţional este mai importantă, deoarece obiect al înţelepciunii este necesarul şi eternul. Înţelepciunea şi cunoştinţele sunt calităţi ale sufletului care pot genera beatitudinea supremă, culmea fericirii.

Întemeierea moralei practice este izvor binecuvîntat de antichitatea greacă a eticii practice, realizată şi prin etica afacerilor contemporaneităţii.

Vom încerca cu sîrguinţă să găsim acele începuturi ale eticii în afaceri acolo în antichitate şi la cei şapte înţelepţi. Conform unor cercetări au fost 17 nume, conform altora – 400, în diferite combinări, dar oriunde primul pe listă era Thales din Milet. S-a format un nucleu din Biant, Pittak, Solon din Athena, Cleobul, Periandru, Hilon. Doar o trecere rapidă în revistă a sentinţelor, aşa numite gnome ne va pune pe gînduri vis-a-vis de apariţia eticii afacerilor.

- Thales – „garantează şi nenorocirea este deja pe prag”; „învaţă pe alţii ce este binele”;
- Solon – „nimic peste măsură”;
- Biant – „marea majoritate a oamenilor sunt răi”;
- Pittak – „nu fă nimănui ceea ce nu ţi-ar plăcea să ţi-o facă ţie”;
- Periandru – „desfătarea, satisfacţia e muritoare, virtutea este eternă”; „nimic nu trebuie făcut pentru bani”;
- Hilon – „păzeşte-te pe tine însuţi”;
- Cleobul – „măsura e mai bună decît toate”.

Analizînd conţinutul lor, observăm că ele sunt reflectări ale moralei greceşti timpurii în sentinţe – gnome imperative departe de a fi fundamentale filosofic, dar şi deosebite ca esenţă de expresiile folclorice proverbiale.

Aceasta ne impune ideea, că doar pe parcurs, odată cu dezvoltarea proceselor sociale şi economice vom întîlni deseori reflectarea acestor sentinţe imperative în activitatea economică, nu în ultimul rînd în business, în afacerile contemporane, cerinţe etice, imperative, schimbate de mersul timpului şi ajustate contemporaneităţii.

Un rol aparte în evoluarea eticii în afaceri revine filosofului german Im. Kant (1724-1804). În lucrările sale dedicate eticii – „Critica raţiunii practice” şi „Întemeierea metafizicii moravurilor”, Kant relevă o etică bazată pe raţiunea practică şi elaborează renumitul imperativ categoric – o lege fundamentală a moralei Kantiene „Acţionează în aşa fel încît maxima voinţei tale să poată servi oricînd în acelaşi timp ca principiu al unei legiferări generale”. Din această lege morală prin imperativitatea ei, înţelegem că suntem liberi conform voinţei noastre s-o îndeplinim. Libertatea omului reiese din legea morală care înlătură principiul consolităţii lumii „lucrurilor în sine”.

În lumea „fenomenelor” totul este supus consolităţii şi aici se pare că nu suntem liberi.

Aşadar, omul, aparţinînd concomitent lumii „lucrurilor în sine” şi „fenomenelor”, pînă la urmă postulează, totuşi, existenţa perfecţiunii morale după moarte.

Mai postulăm ideea existenţei lui Dumnezeu din necesitatea morală ce ne este dată ca credinţă în existenţa cauzei întregii naturi.

Omul trebuie să acţioneze conform conştiinţei sale, dezinteresat, conform legii morale, imperativului categoric.

În etica afacerilor această cerinţă apare drept negare atît a motivelor şi intereselor individuale şi de firmă, organizaţie, cît şi a constrîngerilor existente.

Ar fi unilateral dacă am trece cu vederea încă una din importantele doctrine morale, care a fundamentat atît în mod teoretic, dar şi practic etica relaţiilor de afaceri. Poate nu atît de evident,

dar totuşi, este nu numai o fundamentare teoretică a eticii, bazată pe natura umană şi pe raţionalitatea activităţilor umane, dar şi un concept politic şi economic, răsfrîns pe relaţiile dintre clase. Este vorba despre conceptul utilitarismului de conotaţie filosofică şi morală.

Lucrarea lui J.-S. Mill „Utilitarismul" a avut un rol deosebit în istoria filosofiei moralei, alături de „Etica nicomahică" a lui Aristotel, „Întemeierea metafizicii moravurilor" şi „Critica raţiunii practice" ale lui Im. Kant.

Discipol al lui I. Bentham, ca de altfel şi al tatălui său, J.-S. Mill a fost unul din puţinii care a putut îmbina într-un tot întreg libertatea individului, numindu-l suveran asupra sa, a rolului comunităţii în viaţa socială, a distribuirii echitabile a veniturilor ş.a.

J.-S. Mill pune accentul pe două aspecte ale utilitarismului. El subliniază că consecinţele şi nu motivaţia exprimă valoarea morală a activităţii umane, iar efect al activităţii sunt virtuţile, ultimele provocînd acţiunile.

Oamenii ar activa, conform concepţiei lui Mill, întru interesele generale ale societăţii, lucru care provoacă îndoiala.

Orice acţiune este corectă, moral îndreptăţită, dacă duce la fericirea (şi plăcerea!) celor din jur. Moralitatea noastră se exprimă prin obligativitatea principiului moral al utilităţii – promovarea fericirii generale.

Dar principul maximizării fericirii generale poate duce la justificarea unor acţiuni de nedreptate, care ar fi în permanenţă într-un conflict de nerezolvat cu utilitarismul.

Dreptatea, conform concepţiei lui Mill, este strîns legată de respectarea unor drepturi, norme, angajamente a egalităţii ş.a.

Concomitent, dreptatea este o parte a utilitarismului.

Din această perspectivă, conceptul utilitarismului este o motivaţie importantă întru crearea eticii afacerilor.

Etica afacerilor, mult prea practică şi nedezvoltată, pentru a fi numită etică aplicativă sau aplicată este o aplicare, totuşi, a principiilor etice generale, aşa ca de exemplu, ale principiului utilitarismului, datoriei ş.a. Motivele, dacă e să ne abstractizăm de la cele expuse în utilitarism, deseori sunt numite din start mai mult vicioase decît nobile. Renumitele principii, aşa ca lăcomia, probabilitatea şi facerea cu orice preţ a banilor au evidenţiat activităţi departe de a fi considerate respectabile în lumea reală.

Aristotel vedea două sensuri ale noţiunii "economie": comerţul pentru gospodărire, pentru prosperarea oricărei societăţi şi comerţul pentru obţinerea profitului, o activitate departe de a putea fi virtuoasă. Cămătăria, privită de Aristotel ca o practică murdară a aşa numiţilor "paraziţi" – angajaţii în activităţi întru obţinerea profitului, s-a menţinut pînă în sec. XVII.

Lumea afacerilor, astăzi, evlaviată şi supusă cercetărilor filosofice şi activităţii practice, a avut de suferit schimbări radicale atît în esenţa sa, cît şi în aprecieri de la condamnare la onorare şi respectare.

Azi afacerile s-au transformat în parte şi structură de bază a societăţii, a economiei propriu-zise.

Caracteristica morală şi etică a lumii afacerilor a generat apariţia unui întreg sistem de valori şi idealuri, virtuţi aparte, neîntîlnite pînă acum sau, cel puţin, neonorate,

Capitalismul, cu cerinţa sa de căpătare a profitului cu orice preţ şi cu teza lui A. Smith "lăcomia este bună" a justificat într-o măsură oarecare necesitatea studierii eticii afacerilor. Caracteristica afacerilor ca activitate negativă, egoistă, lipsită de virtuţi, practică murdară şi demnă

doar pentru robi, oameni vulgari, marginalizaţi şi nerespectaţi s-a transformat treptat într-una demnă, pozitivă, morală, onorabilă etc.

Au apărut un şir întreg de valori, idealuri, norme, principii, practici-model, coduri morale şi etice de comportament care necesită o abordare nu numai practică, dar şi teoretică.

Însăşi profitul atît de des atacat de cele mai diverse concepte etice şi religioase astăzi este un obiectiv valoros care trebuie să fie realizat printr-o atitudine demnă a producătorului, furnizorului de bunuri, valori materiale şi spirituale de calitate, servicii de orice natură, dar neapărat de calitate, de competitivităţi.

Etica afacerilor devine un domeniu de cercetare academică şi de activitate practică tot mai frecventă. Ea are un rol deosebit de important în formarea specialiştilor din domeniul economiilor naţionale nu doar în ţările cele mai avansate, ci şi în cele ce abia de păşesc pe tărîmul economiilor de piaţă.

Şi occidentul, dar şi ţările post-sovietice, în care în ultimele decenii ale secolului XX şi în primul deceniu al secolului XXI a apărut un număr considerabil de firme şi organizaţii private, şi-au orientat politicile guvernamentale spre înţelegerea corectă a problemelor de etică în afaceri.

Ca să putem realiza succese în domeniul eticii afacerilor este necesară mai întîi de toate o înţelegere adecvată a esenţei fenomenului şi importanţei lui pentru prosperarea socială, dar şi necesitatea învăţării şi studierii acestui domeniu şi discipline academice. Important e ca în urma acestor activităţi să avem ferma convingere că profitul poate fi compatibil cu moralitatea şi că un business bun este cel fundamentat de o etică bună.

MECANISMUL MODELĂRII BUGETARE ÎN MODELUL DE PROGRAMARE FINANCIARĂ

***Stănică Cristian Nicolae**, dr., conf. univ.,*
Academia Română

Ensuring the sustainable development requires economic growth stimulation through fiscal relaxation policies, preserving, at the same time, the stability of budgetary resources necessary for social programmes financing. The efficiency of a taxation diminution measure is determined by the surplus of budgetary revenues entailed by the economic growth surplus and the budgetary revenues diminution due to legal rate decrease. The respective impact measuring is possible by using macroeconomic models, especially those related to financial programming. The article presents an algorithm for budgetary revenues assessment in correlation with the indicators of real economy, developed by the author based on a financial programming model.

***Key words:** macroeconomic modelling, taxes, collecting degrees, taxation bases.*

Introducere

Prognoza sectorului bugetar în formă detaliată a fost realizată în România prin câteva modele de programare financiară, dintre care modelul RMSM realizat de Tanguy de Biolley, modelul de programare financiară dezvoltat de autor. În cazul modelului RMSM realizat de Tanguy de Biolley, majoritatea veniturilor bugetare sunt estimate prin aplicarea unei rate implicite (cea mai recent observată) asupra bazei de impozitare.

Impozitele directe pe venit şi contribuţiile de asigurări sociale sunt prognozate în funcţie de suma dintre veniturile salariale din sectorul neguvernamental şi din sectorul guvernamental.

Impozitul pe profit este prognozat în funcţie de venitul nesalarial al factorilor din sectorul neguvernamental.

TVA este estimată din valoarea consumului de piaţă, iar taxele vamale sunt calculate în baza valorii importurilor.

Celelalte taxe directe şi indirecte sunt legate de inflaţie (sunt menţinute constant la valoarea reală).

Veniturile nefiscale şi veniturile de capital sunt exogene.

În ceea ce priveşte contul cheltuielilor guvernamentale, s-a adoptat soluţia descompunerii acestora în volum şi aplicarea unor preţuri corespunzătoare:

- cheltuielile de personal sunt estimate ca produsul dintre numărul de bugetari şi rata venitului salarial;
- cheltuielile materiale sunt calculate în raport cu stabilirea politică a creşterii volumului şi aplicarea indicelui general al preţurilor;
- subvenţiile şi împrumuturile către companii se consideră exogene;
- transferurile, care sunt în mare măsură transferuri de asigurări sociale, sunt determinate pe baza presupunerilor formulate în termeni reali, una dintre ipoteze fiind aceea că se încearcă menţinerea puterii reale de cumpărare a transferurilor sociale, şi sunt indexate apoi pe baza deflatorului PIB;
- plăţile de dobânzi la datoria publică externă provin din balanţa de plăţi, iar plăţile de dobânzi la datoria publică internă sunt considerate exogene;

- cheltuielile de capital sunt corelate cu programul guvernamental privind investiţiile publice.

Evaluarea veniturilor şi cheltuielilor bugetare este de tip static, în sensul că indicatorii macroeconomici, care calculează bazele de impozitare specifice sunt exogeni, astfel valoarea acestora în perioada de prognoză nu este influenţată de măsurile fiscal bugetare. Or, în realitate, ne aşteptăm la efecte secundare ale măsurilor guvernamentale asupra modificării indicatorilor macroeconomici. Aceştia, la rândul lor, modifică încasările bugetare astfel încât efectul primar al politicii fiscale, cum ar fi relaxarea fiscală, este parţial corectat de efectul secundar al modificării bazei de impozitare.

Logica modelării veniturilor bugetare în corelaţie cu indicatorii macroeconomici

Modelul de programare financiară, elaborat pe parcursul activităţii postdoctorale, se înscrie pe filiera teoretică tradiţională a conturilor naţionale fiind asemănător cu modelul FMI, dar cu o detaliere suplimentară, atât la nivelul agregatelor macroeconomice, cât şi cu o concepţie diferită a structurării blocurilor independente. El se bazează pe conturile naţionale anuale publicate şi pe datele MFP privind bugetul general consolidat şi cele ale BNR privind balanţa de plăţi.

Unul din scopurile principale ale modelului îl reprezintă proiectarea evoluţiei veniturilor bugetare şi, decurgând din acest obiectiv general, analiza şi evaluarea impactului măsurilor de politică financiară. Modelul permite analiza legăturii dintre indicatorii macroeconomici (componentele PIB) şi indicatorii bugetului general consolidat prin intermediul metodei de descompunere a PIB în veniturile factorilor. Se poate astfel fundamenta ştiinţific şi controla atât dinamica veniturilor bugetare cât şi dinamica bazelor de impozitare (remuneraţia salariaţilor şi profitul brut) în raport cu politicile fiscale de o manieră cauzală triunghiulară: între veniturile bugetare şi indicatorii specifici creşterii economice se instalează relaţii cauzale în dublu sens, în timp ce politicile fiscale sunt mediatorul în cadrul acestor relaţii cauzale.

Forma schematică a corelaţiilor dintre indicatorii specifici conturilor naţionale şi indicatorii bugetari este prezentată în continuare. Se observă o dublă condiţionare între indicatorii bugetari şi PIB care este fundamentat după **trei metode: a formării, a utilizării, a veniturilor**:

- Impozitele directe depind de PIB, nr. de salariaţi, câştigul salarial brut şi de impozitele indirecte;
- Impozitele indirecte depind la rândul lor de PIB, investiţii, export, cheltuieli bugetare.

În prognozele uzuale PIB se descompune prin cele două metode specifice conturilor naţionale, care reprezintă si calculul acestuia prin echilibrare:

PIB = VAB + IP – SP	VAB = Valoarea adăugată brută
	IP = Impozite pe produse
	SP = Subvenţii pe produse
PIB = C + I + X – M	C = Consumul final
	I = Formarea brută de capital
	X = Exportul de bunuri şi servicii
	M = Importul de bunuri şi servicii

O prognoză consistentă a veniturilor şi cheltuielilor bugetare porneşte de la descompunerea PIB prin metoda veniturilor şi cheltuielilor, pentru a se putea evalua bazele de impozitare.

---

1. Prima metodă (metoda veniturilor)

PIB = VAB + IP – SP

IP = TVAA + TVM + AIP

TVAA = TVA + Accize ⟷ venituri din Buget

TVM = Taxe vamale ⟷ venituri din Buget

AIP = Alte impozite pe produse

PIB depinde de impozitele indirecte prognozate în blocul bugetar.

În prima etapă a algoritmului de prognoză, considerăm valoarea adăugată brută ca funcţie de PIB şi de impozitele indirecte din bugetul general consolidat:

VAB = PIB – IP + SP

VAB = PIB – TVAA – TVM – AIP + SP

VAB = f_{VAB} (PIB, TVAA, TVM)

Se defineşte VAB ca o funcţie de PIB şi veniturile bugetare TVA, Accize, Taxe vamale, în care AIP şi SP sunt parametri fixaţi în funcţie de seriile istorice,
sau printr-o ecuaţie econometrică funcţie de PIB, TVAA, TVM.

Pe de altă parte, se descompune VAB prin metoda veniturilor:

VAB = 12 x N x W + CASF + EBE + VAB0

unde

N = Numărul mediu de salariaţi

W = Câştigul salarial mediu brut lunar

CASF = Contribuţiile de ASS ale angajatorilor (firmelor)

VAB0 = VAB neimpozitată incluzând economia ascunsa, autoconsumul

EBE = Excedentul brut de exploatare şi alte venituri mixte

Printr-o ipoteză stabilită econometric, se consideră VAB0 = a*VAB,

a = parametru considerat ţintă

astfel, se poate determina excedentul brut de exploatare:

EBE = (1 – a)*VAB – CASF – 12 x N x W

Ecuaţiile pentru prognoza impozitelor directe vor avea o formă generală, eventual neliniară, în care sunt încorporate anumite comportamente legate de gradul de colectare al veniturilor, administrarea fiscală etc.

IV = f_1 (N, W)

CASF = f_2 (N, W)

CASS = f_3 (N, W)

IPR = f_4 (EBE)

EBE =(1 – a)*VAB – CASF – 12 x N x W

VAB = f_{VAB} (PIB, TVAA, TVM)

unde am notat:

IV = Impozitul pe venit

CAS = CASF + CASS = Contribuţii sociale datorate de angajatori şi salariaţi

IPR = Impozitul pe profit

2. A doua metoda (metoda cheltuielilor)

PIB = C + I + X – M

Se consideră

X – M = b*PIB, cu b = parametru ţintă

C = (1 – b)*PIB – I

C = CG + CP

CG = CM + SALG + ACG

CG = Consumul guvernamental

CP = Consumul privat

CM = Cheltuielile bugetare pentru achiziţii de bunuri si servicii

SALG = Cheltuielile de personal din buget

ACG = Alte elemente de consum guvernamental neincluse în buget

Rezultatul descompunerii PIB prin metoda cheltuielilor este estimarea consumului privat (CP) în funcţie de anumite cheltuieli ale bugetului general consolidat, şi mai departe, în funcţie de PIB şi de Investiţii. Pe de altă parte, consumul privat constituie baza de impozitare pentru impozitele indirecte bugetare, ceea ce va determina crearea unei bucle, cu impact asupra acestui tip de impozite în funcţie de creşterea economică şi de investiţii.

$CP = C - CM - SALG - ACG$

$CP = f_{CP}(C, CM, SALG)$

Astfel, se defineşte CP ca o funcţie de consumul final total şi cheltuielile bugetare CM, SALG, în care ACG este un parametru fixat în funcţie de seriile istorice sau printr-o ecuaţie econometrică funcţie de C, CM, SALG.

Etapa finală a algoritmului de prognoză conţine **ecuaţiile pentru deducerea impozitelor indirecte**:

$TVAA = f_5(CP)$

$TVM = f_6(M)$

$CP = f_{CP}(C, CM, SALG)$

$C = (1 - b)*PIB - I$

$M = X - b*PIB$

Exportul (X) şi Investiţiile (I) sunt elemente care se proiectează în perioada de prognoză în corelaţie cu produsul intern brut (PIB).

Schema interdependenţelor dintre bugetul general consolidat şi produsul intern brut descompus prin metoda veniturilor şi a cheltuielilor permite construcţia unui sistem minimal de ecuaţii pentru prognoza veniturilor bugetare. Elementele din care este compus PIB constituie bazele de impozitare pentru veniturile bugetare. Totodată, impozitele intră indirect în legătură cu componentele PIB, prin modul de definire a acestora conform conturilor naţionale. Această buclă face posibilă construirea unor ecuaţii de prognoză în care veniturile bugetare sunt generate direct din indicatori macroeconomici exogeni, unii dintre aceştia provenind din prognoze ale modelelor econometrice, alţii provenind din cheltuielile bugetare evaluate în cadrul modelului de programare financiară.

Concluzii

O caracteristică a modelului de programare financiară o reprezintă schema interdependenţelor dintre bugetul general consolidat şi produsul intern brut (descompus prin metoda veniturilor şi a cheltuielilor), care permite construcţia unui sistem minimal de ecuaţii pentru prognoza veniturilor bugetare. Elementele din care este compus PIB constituie bazele de impozitare pentru impozitele directe şi indirecte ale bugetului general consolidat. Totodată, impozitele indirecte (TVA, Accize, Taxe vamale) intră indirect în legătură cu componentele PIB, prin modul de definire a acestora conform conturilor naţionale. Această buclă face posibilă construirea unui sistem de ecuaţii de prognoză, în care veniturile bugetare sunt generate dintr-un

set minimal de indicatori macroeconomici exogeni, proveniţi din alte blocuri ale modelelor econometrice, precum şi din componente ale cheltuielilor bugetare:

- Impozitele directe depind de PIB, nr. de salariaţi, câştigul salariul brut şi de impozitele indirecte;
- Impozitele indirecte depind la rândul lor de PIB, Investiţii, Export, cheltuieli bugetare.

Indicatorii macroeconomici sunt la rândul lor influenţaţi de măsurile fiscal-bugetare, astfel, din punct de vedere al proiecţiei bugetare, ne confruntăm cu efecte directe şi efecte indirecte ale măsurii respective.

Bibliografie:

1. Dobrescu, E. *Macromodels of the Romanian Market Economy*. Bucureşti: Ed. Economică, 2006, 326 p.
2. Dobrescu,, E. *Tranziţia în România. Abordări econometrice*. Bucureşti: Ed. Economică, 2003, 526 p.
3. Stănică, C., *Modelarea sectoarelor instituţionale în economia de tranziţie*. Bucureşti: Ed. BREN, 2007, 124 p.
4. Stănică, C. Macroeconomic forecasting with a SAM model for the Romanian economy. Part I – Main features of the model. *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 2004, nr. 5 (1), p. 92-96.
5. Stănică, C. Macroeconomic forecasting with a SAM model for the Romanian economy. Part II – Equations of the model", *Romanian Journal of Economic Forecasting*, 2004, nr. 5(3), p. 66-73.
6. Voineagu, V., Lilea, E., *Statistică Economică*, Ed. a 2-a rev. Bucureşti: Ed. Tribuna Economica, 2004.

CALITATEA - COMPONENTĂ A STRATEGIILOR DE MARKETING ÎN DOMENIUL EDUCAŢIEI

***Gherasim Daniel**, dr., conf. univ.,*
Universitatea „George Bacovia" din Bacău, România

Most international universities have very well structured and efficient marketing curricula. A simple public relations program is insufficient; it can be constituted only into a starting base in elaborating a marketing plan. Through public relations the university can create and maintain favourable opinions, but they lack support if the "products" offered do not respond to the true needs and desires of the public aimed. The educational marketing presupposes the elaboration, the development and the continuous adaptation of some specific study programs as a response to the requirements of different segments of clients, and also the use of some communication and motivation techniques specifically to the chosen segments. On the long run, the educational marketing develops links with the process of strategic planning of the university.

***Key words:** educational market, higher education programs, marketing guidelines, "educational" products providing, the adoption of long-term strategies, educational services, marketing, public relations program.*

Cunoaşterea înseamnă putere, această expresie devenind un laitmotiv şi orice fiinţă umană, orice organizaţie, orice sistem îşi doresc să fie puternice. Universităţile răspund acestei nevoi de cunoaştere print-o ofertă cu totul specială pe piaţa educaţională, programe de studii superioare diverse, pentru domenii particulare de activitate ale oricărei economii. Ar fi firească, în acest caz, adoptarea unei orientări de marketing din partea acestor instituţii: oferirea unor "produse" educaţionale (specializări) variate, care să răspundă nevoilor "clienţilor" (studenţi, iar în sens mai larg şi firme), în condiţii avantajoase pentru ambele părţi (forme de învăţământ, orar, examinare, recunoaştere, motivare etc.), comunicarea ofertant-universitate—client-student, adoptarea unor strategii pe termen lung pentru formarea imaginii dorite de către fiecare universitate, ca şi pentru obţinerea încrederii, a unui sprijin moral şi financiar din partea altor instituţii şi a opiniei publice. Există însă dificultăţi în adoptarea unei astfel de orientări, provenind din domeniul extern (legislaţie, reglementări, insuficienta implicare a clienţilor), dar mai ales din interiorul instituţiilor (necunoaştere, mentalităţi, inerţie, indiferenţă şi lipsă de motivare).

Concurenţa tot mai pronunţată din acest domeniu al serviciilor educaţionale (înfiinţarea unui mare număr de universităţi, facultăţi, colegii de stat şi private după 1989), ca şi creşterea gradului de conştientizare a relaţiilor practicate de după absolvire de către studenţi, constituie deja primele semnale ce ar trebui să ducă la o adevărată orientare de marketing a universităţilor.

Marea majoritate a universităţilor vestice, în special cele de renume au programe de marketing foarte bine structurate şi eficiente. Un simplu program de relaţii publice este insuficient, el putându-se constitui doar într-o bază de plecare în elaborarea unui plan de marketing. Prin relaţii publice universitatea poate crea şi menţine opinii favorabile, dar ele sunt lipsite de suport dacă "produsele" oferite nu răspund adevăratelor nevoi şi dorinţe ale publicului vizat. Marketingul educaţional presupune elaborarea, dezvoltarea şi continua adaptare a unor programe de studii specifice, ca răspuns la cerinţele diferitelor segmente de clienţi, precum şi folosirea unor tehnici de

comunicare şi motivare specifice pentru segmentele alese. Pe termen lung, marketingul educaţional dezvoltă legături cu procesul de planificare strategică al unei universităţi (facultăţi).

Pentru o instituţie de învăţământ superior procesul de elaborare a unui program de marketing presupune parcurgerea unor etape specifice planificării strategice (analiza pieţei, stabilirea obiectivelor organizaţiei, definirea ofertei, dezvoltarea programelor) şi marketingul strategic (definirea misiunii pe piaţa vizată, determinarea variabilelor de marketing mix, elaborarea tacticelor specifice, punerea în practică a acestora, evaluarea şi corectarea). Extrem de importantă este analiza pieţei, care are în acest caz un caracter şi mai complex decât pentru o firmă cu caracter productiv. Ea presupune o analiză a situaţiei economice generale din ţara respectivă, cu o prognozare a unor viitori posibili, analiza detailată a cererii de forţă de muncă de pe piaţă şi o estimare a evoluţiilor posibile ale acesteia, identificarea cerinţelor şi dorinţelor diferitelor segmente de clienţi prin cercetări de marketing (sondaje de opinie în rândul studenţilor actuali,în rândul absolvenţilor, în rândul viitorilor candidaţi potenţiali, reuniuni de grup).

Odată identificate, nevoile din economie pentru domeniul educaţional respectiv, profitul clientelei şi principalele nevoi şi dorinţe ale acesteia, pot fi elaborate şi puse în practică programe de studii corespunzătoare; acest lucru este posibil, bineînţeles prin luarea în considerare a resurselor de care dispune instituţia respectivă, o importanţă aparte revenind celor umane.

Definirea *produsului-serviciu* oferit pe piaţa educaţională presupune stabilirea profilelor şi specializărilor de studiu, a planurilor de învăţământ pe fiecare specializare, a programei analitice pentru fiecare disciplină, la modului de desfăşurare a cursurilor, seminariilor şi laboratoarelor, a manierei de evaluarea a studenţilor, a modului de desfăşurare a diferitelor examene, concursuri etc. Toate aceste componente ale politici de produs trebuie urmărite, evaluate şi adaptate în permanenţă, pentru a răspunde realităţilor economice-sociale.

Preţul (taxe de înscriere, de repetare a unor examene, tarife etc.) este un element de marketing mix important în strategiile de marketing ale universităţilor occidentale, dar extrem de puţin utilizat de către universităţile româneşti. El poate constitui atât un element constitutiv al imaginii unei instituţii, cât şi o bază în selecţia clientelei (la admitere şi pe parcursul desfăşurării procesului educaţional, cu o importanţă hotărâtoare asupra întregii activităţi a instituţiei respective).

Distribuţia serviciilor educaţionale priveşte în special localizarea instituţiilor de învăţământ (clientul fiind cel care vine spre firmă, atras de valoare şi imagine), dar şi oferirea unor cursuri de specializare la sediul unor firme sau propunerea de locuri de muncă pentru absolvenţi.

Comunicarea unei instituţii de învăţământ trebuie să se realizeze atât cu clienţii actuali, cât şi cu cei potenţiali (viitoarea "materie primă"), dar şi cu mediul extern (diferite comunităţi, sponsori, opinia publică) (element cu o importanţă sporită în cazul instituţiilor din sfera educaţiei). Comunicarea cu clienţii potenţiali presupune oferirea unor informaţii cât mai complete cu privire la serviciile oferite şi condiţiile de obţinere a acestora; clienţilor actuali trebuie să li se ofere informaţii privind activitatea curentă (număr de cursuri şi examene, condiţii de examinare şi promovare, serviciile opţionale şi auxiliare) disponibile; clienţilor indirecţi (cei ce vor folosi forţa de muncă pregătită de instituţiile de învăţământ) li se oferă informaţii privind categoriile de specialişti disponibili pentru angajare şi privind eventualele cursuri postuniversitare şi de specializare de scurtă durată organizate pentru cei ce lucrează deja; opiniei publice trebuie să-i fie comunicate informaţii generale, de prezentare a instituţiei,dar şi speciale, cu ocazia unor evenimente deosebite din viaţa instituţiei. Realizarea tuturor acestor obiective de comunicare presupune o corelare a acţiunilor în domeniul publicităţii şi relaţiilor publice.

Elementul uman are, pentru instituţiile de învăţământ, o importanţă aparte. Pentru acest domeniu particular, un interes deosebit prezintă manierea de evaluare a cadrelor didactice (ca o componentă a elementului implicare umană din mixul de marketing educaţional), atât prin prisma reglementărilor instituţionale, cât şi din perspectiva studenţilor. Pentru a evita apariţia dezinteresului şi neimplicării, această evaluare ar trebui să aibă un caracter permanent. La fel de importantă este şi existenţa unei strategii de recrutare şi promovare a cadrelor didactice.

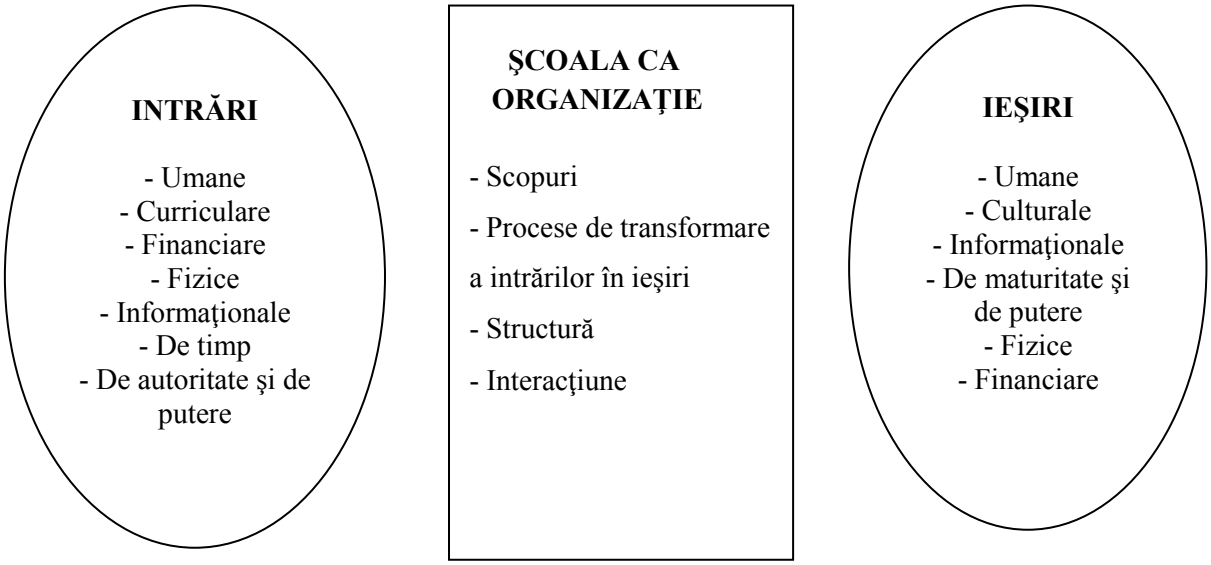
Pe măsura intensificării concurenţei şi creşterii exigenţelor publicului consumator, devine necesară urmărirea şi influenţarea imaginii instituţiei de învăţământ superior, ca un demers sistematic, continuu. Principalele avantaje ale unui astfel de sistem de management al imaginii unei instituţii ar fi (H. Barich şi Ph. Kotler – A Framework for marketing Image Management, Sloan Management Review, 1991):

- Identificarea adevăratei imagini a instituţiei pentru diferite segmente de clienţi şi pentru publicul larg;
- Detectarea în timp util a elementelor nefavorabile ce ar putea influenţa negativ imaginea instituţiei;
- Identificarea punctelor tari şi slabe ale instituţiei în raport cu principalii concurenţi;
- Remodelarea unor activităţi, îmbunătăţirea ofertei instituţiei;
- Detectarea acelor acţiuni care au puterea de a influenţa în sens pozitiv imaginea instituţiei;

  O activitate de marketing educaţional cu adevărat eficientă poate fi desfăşurată numai prin îmbinarea unor elemente de marketing la nivel micro (universităţi, facultăţi) cu politici de marketing la nivel macro (stat, minister).

Universitatea - furnizor de calitate în educaţie

Organizaţia reprezintă o colecţie structurată pe resurse umane şi non-umane dirijate spre atingerea unor finalităţi prestabilite. Astfel, ea constă, în esenţa din scopuri, structura (de comunicare, decizionale, de raportare, de roluri, de putere) şi interacţiuni (relaţii rezultate efectiv în cadrul sistemului).



Privind şcoala din perspectiva sistemică, principala ei funcţie este de a transforma ***input-urile – intrările*** (elevii, profesorii, cunoaşterea şi valorile culturale, resursele financiare etc.) în

ieşirile- output-urile dorite (rezultatele educaţiei şcolare, oameni educaţi cu noi informaţii şi cunoştinţe, noi valori, alte elemente culturale, chiar produse şi bani).

Întreaga structură este subordonată misiunii organizaţionale, care este educaţia. Pentru aceasta managerul îndeplineşte funcţiile manageriale în cadrul domeniilor funcţionale prin care sunt atinse finalităţile organizaţionale (proiectul, organizarea, conducerea operaţională, controlul).

Calitatea educaţiei este ansamblul de caracteristici ale unui program de studiu şi ale furnizorului acestuia, prin care sunt satisfăcute aşteptările beneficiarilor, precum şi standardele de calitate.

Asigurarea calităţii educaţiei exprimă capacitatea de a oferi programe de educaţie, în conformitate cu standardele enunţate. Asigurarea calităţii în educaţie este un demers dinamic ce presupune implicare şi responsabilizare, pe de o parte, precum şi gândire strategică şi control, pe de altă parte, transpus în practică prin descentralizare. În vederea asigurării calităţii în educaţie este necesară existenţa unor cadre didactice având experienţă şi pregătire temeinică, care doresc să se implice în procesul de predare-învăţare, să fie buni organizatori, conectaţi permanent la schimbările mediului în care îşi desfăşoară activitatea.

Problema necesităţi, conceperii, punerii în practică, dezvoltării şi urmăririi unui program de marketing educaţional este extrem de complexă. Ne vom limita la prezentarea unor aspecte ale unui caz concret, "Facultatea de Management Marketing " a Universităţii "George Bacovia".

Abordarea unui program de marketing nu este posibilă fără o evaluare a organizaţiei respective. Analiza succintă a situaţiei "Facultăţii de Management Marketing" relevă principalele sale puncte tari şi slabe care, corelate cu oportunităţile şi ameninţările din mediu, pot constitui baza de plecare în determinarea oportunităţilor strategice ale facultăţii. Din păcate, aproape toate aceste puncte tari sunt relative, multe dintre ele (notate cu *), putându-se constitui în slăbiciuni în anumite circumstanţe. Este necesar să menţionăm că o mare parte a rezultatelor acestei analize este valabilă pentru toate facultăţile cu profil economic din România.

a) Puncte tari (forţe):

- ✓ Recunoaşterea oficială a instituţiei;
- ✓ Baza materială existentă;
- ✓ Calificarea personalului*;
- ✓ Existenţa unui savoir-faire în domeniu*;
- ✓ Bună pregătire teoretică şi de cultură generală oferită studenţilor;
- ✓ Finanţarea asigurată a activităţilor de învăţământ*;
- ✓ Localizarea în Bacău pentru regiunea Moldovei;
- ✓ Tradiţia*;
- ✓ Infuzia de personal tânăr, adesea posesor al unei pregătiri aparte prin beneficierea de burse de studii la universităţi occidentale.

b) Puncte slabe (slăbiciuni):

- ✓ Insuficienţa personalului, încărcarea lui exagerată cu număr de ore de predare, deprecierea calităţii activităţii didactice şi de cercetare;
- ✓ Ruptura dintre generaţii, datorită politicii de recrutare dinainte de 1989, de unde dificultăţi de cooperare, agravate de atitudinea unei părţi a vechii generaţii faţă de noii angajaţi (preparatori şi asistenţi);
- ✓ Lipsa motivaţiei pentru îmbunătăţirea activităţii didactice;
- ✓ Lipsa motivaţiei pentru efectuarea unor activităţi de cercetare;
- ✓ Rigiditatea faţă de schimbările de mediu;

- ✓ Nesesizarea şi nefructificarea oportunităţilor perioadei de tranziţie parcurse de România;
- ✓ Reticenţa şi chiar ostilitatea faţă de schimbare;
- ✓ Poziţia negativă faţă de posibilitatea procurării unor fonduri prin activităţi proprii;
- ✓ Necorelarea pregătirii teoretice a studenţilor cu cerinţele practicii economice;
- ✓ Slaba diferenţiere şi orientare a specializărilor facultăţii, de unde dificultatea poziţionării acestora pe piaţa educaţională;
- ✓ Maniera pregnant mecanicistă a procesului de predare, care nu lasă libertate de gândire şi acţiune a studenţilor, pregătindu-i în special pentru a îndeplini sarcini şi nu pentru a-şi asuma responsabilităţi şi a decide;
- ✓ Ignorarea unor segmente de piaţă-inexistenţa unor programe de studii profesionalizate, specializate;
- ✓ Inexistenţa unei culturi organizaţionale, agravată de tensiunile interne (intra-departamentale) şi de lipsa oricăror preocupări pentru conturarea unei astfel de culturi;
- ✓ Lipsa unei orientări strategice (pe termen lung).

c) *Oportunităţi:*

- ✓ Noua orientare şi dezvoltare economică a României (necesitatea pregătirii specialiştilor pe domenii ale ştiinţelor de gestiune);
- ✓ Cererea mare de diplome sau cursuri specializate în ştiinţe de gestiune, determinată de reorientarea spre domeniul afacerilor a unor absolvenţi ai instituţiilor de învăţământ tehnic, de cooperările în cadrul unor societăţi mixte şi de nevoia de cunoştinţe a micilor întreprinzători;
- ✓ Nevoia de consultanţă în domeniul ştiinţelor de gestiune din partea firmelor privatizate sau de stat;
- ✓ Poziţia specială a învăţământului superior economic şi de gestiune (activitatea de formare şi cea de cercetare) într-un sistem economic aflat în tranziţie, care oferă posibilitatea influenţării şi chiar creării cererii;
- ✓ Programele de asistenţă derulate prin Uniunea Europeană şi alte organisme internaţionale, posibilitatea utilizării experienţei în domeniu a universităţilor occidentale.

d) Ameninţări:

- ✓ Dificultăţi financiare ale economiei româneşti;
- ✓ Poziţia faţă de învăţământ, reflectată în fondurile acordate şi politica salarială în instituţiile de învăţământ;
- ✓ Intensificarea concurenţei, prin apariţia unui număr de facultăţi de ştiinţe economice private şi altor modalităţi de oferire a unor studii specializate sub forma unor cursuri de scurtă durată;
- ✓ Concurenţa neloială realizată de o parte semnificativă a personalului didactic al facultăţii;
- ✓ Evoluţia extrem de lentă şi uneori în direcţii neprevăzute a mentalităţilor societăţii româneşti;
- ✓ Insuficienta conştientizare a problemelor de către diversele categorii de public;
- ✓ Insuficienta maturitate şi tendinţa spre comoditate a publicului consumator (studenţi);
- ✓ Pierderea unor posibilităţi de cooperare pe termen lung cu instituţii occidentale similare;
- ✓ Pierderea "startului" şi "ritmului" de evoluţie.

Plecând de la aceste constatări, marketingul educaţional trebuie să continue analiza şi să propună căi de acţiune pentru a determina o schimbare a atitudinii şi comportamentului cadrelor didactice, pentru a adapta structura instituţiei şi pentru a îmbunătăţii imaginea acesteia. Primul pas necesar este o anchetă pe bază de chestionar, care să vizeze câteva segmente distincte de public: studenţii (clienţii actuali), cadrele didactice (personalul de contact), liceenii (clienţii potenţiali), economiştii (foşti şi posibili viitori clienţi). Cercetarea de tip *reuniune de grup* (focus group) va

releva motivaţiile răspunsurilor studenţilor. Se va realiza astfel o concretizare, o justificare a răspunsurilor, o explicare a caracteristicilor calitative negative ale produselor oferite (conştientizarea problemei). Nu lipsită de interes ar fi organizarea unei astfel de reuniuni de grup cu participanţi din rândul cadrelor didactice, pentru a afla opiniile şi motivaţiile acestora privind problemele sesizate de studenţi. Prin corelarea rezultatelor celor două demersuri se pot defini concret problemele, cauzele acestora şi modalităţile de rezolvare.

Pentru a ajunge la următoarea etapă şi anume remedierea acestor defecte, şi oferirea unor produse corespunzătoare, este nevoie de o individualizare a aspectelor negative, prezentate până în prezent doar la un nivel general, abstract, de instituţie; ofertanţii de servicii-cadrele didactice-vor putea astfel afla care sunt punctele slabe ale propriei activităţi desfăşurate, pentru a le corecta. Este nevoie, în acest caz,de acceptarea (sau cel puţin un compromis între acceptare şi impunere) unei forme de evaluare personală a cadrelor didactice,atât la nivel de instituţie,cât şi din perspectiva studenţilor, pe baza unor criterii bine stabilite (şi care pot fi alese, din nou, în urma unei anchete). Profesorul se transformă în cercetător, realizând studiul pe baza unor eşantioane de convenienţă-grupele de studenţi la care îşi desfăşoară activitatea.

Corelarea acestor demersuri la nivel de instituţie, alături de cercetările de piaţă şi acţiunile anterioare menţionate (cererea de specialişti pe domenii, anchete de opinie şi de motivare privind alegerea unei anumite specializări şi programele de studii oferite, determinarea imaginii instituţiei, acţiuni de relaţii publice), desfăşurate sistematic vor constitui punctul de plecare în elaborarea şi punerea în practică a unui program de marketing educaţional eficient.

Bibliografie:

1. Florea, R. *Management Strategic*. Iaşi: Editura Tehnopress, 2008.
2. Gherasim, D., Gherasim, A., *Marketingul serviciilor.* Note de curs, Bacău, 2007. Biblioteca Universităţii „George Bacovia”.
3. Gherasim, D. *Convergenţe în teoriile privind esenţa preţurilor*. Bucureşti: Editura Economică, 2007.
4. Kotler, Ph., Dubois, B. *Marketing Management*. Paris: Publi-Union Editions, 1992.
5. Olteanu, V. *Marketingul serviciilor – teorie şi practică.* Bucureşti: Editura Uranus, 1999.

REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAŢIONALE FINANCIARE INSTITUŢIONALIZATE

***Flocea Ruslan**, drd.,*
Institutul de Istorie al AŞM

The article presents the particularities of regulation in financial international cooperation made by the RM through the normative institutional mechanisms adopted within the framework of international organizations of the general and specific jurisdiction.

The results of research accentuate the fact that the mechanisms and regulatory instruments within the financial organizations constitutes the source of legal base for togetherness of multilateral relations within the framework of partnership relations, of which Moldova is part.

***Key words:** financial international cooperation, institution, partnership.*

Cooperarea internaţională financiară instituţionalizată constituie o categorie distinctă a cooperării financiare, înglobînd ansamblul de trăsături şi elemente proprii acesteia. În fapt, cooperarea financiară instituţionalizată este desfăşurată de state la nivel de organizaţii internaţionale, incluzînd multitudinea de raporturi de particularitate care ţin de sfera finanţelor internaţionale.

Remarcăm că relaţiile întreţinute în cadrul cooperării financiare instituţionalizate se referă atît la legăturile existente cu organizaţiile internaţionale financiare, cît şi la raporturile dezvoltate cu organizaţii internaţionale de specific nefinanciar şi organizaţiile de o competenţă generală. Elementul crucial îl prezintă faptul că raporturile întreţinute şi dezvoltate sunt relative la domeniul finanţelor în totalitatea sa, precum şi la domeniile aferente acestora.

Relaţiile de mutualitate între RM şi organizaţiile internaţionale financiare sunt susceptibile unei analize multiaspectuale în compartimentele de bază ale lucrării, fiind scoase în evidenţă mecanismele şi instrumentele specifice de reglementare a cooperării financiare instituţionalizate cu această categorie de organizaţii internaţionale.

Astfel, privitor la reglementarea cooperării internaţionale financiare instituţionalizate ne vom axa de o manieră de specificitate pe relaţiile de parteneriat întreţinute de RM cu organizaţiile internaţionale de competenţă de generalitate.

În acest sens, *Acordul de constituire a Comunităţii Statelor Independente* (CSI) din 8 decembrie 1991 [4] în art. 4 prevede că părţile contractante urmează să dezvolte o cooperare pe poziţii de egalitate şi avantaj reciproc a popoarelor sale în domeniile politic, economic, cultural, educaţiei, ocrotirii sănătăţii, ştiinţific, comerţului, umanitar, precum şi în alte domenii; să contribuie unui schimb informaţional larg; să respecte angajamentele reciproce cu buna-credinţă şi stricteţe. Art. 7 stipulează sferele de particularitate ale activităţii desfăşurate în comun a ţărilor membre, unde este inclusă cooperarea pentru constituirea şi dezvoltarea spaţiului economic comun, pieţelor pan-europeană şi asiatică, politicilor vamale.

Deci, Acordul de constituire a CSI prezintă actul de fundamentalitate pentru reglementarea spectrului general de relaţii interstatale la nivel de organizaţie în spaţiul Europei de Est şi Asiei, referindu-se inclusiv la relaţiile de aspect financiar (domeniile economic, comerţului, precum şi alte domenii).

Subliniem, totuşi, că Acordul nu oferă detalii explicite şi clare privind relaţiile de parteneriat financiar, dar integrează această categorie de relaţii interguvernamentale în ansamblul complex de raporturi de cooperare încurajate. Reglementarea nemijlocită şi concretă a cooperării internaţionale financiare instituţionalizate desfăşurată de ţările – membre ale CSI îşi găseşte exteriorizare în convenţiile şi acordurile specifice, adoptate în cadrul Comunităţii.

Există un şir de acte internaţionale de domeniu financiar, adoptate pentru reglementarea relaţiilor între statele – membre ale CSI.

Astfel, *Acordul CSI cu privire la colaborarea în domeniul activităţii de investiţii* din 24 decembrie 1993 [5], în vigoare pentru RM din 3 septembrie 2002, în preambul stipulează importanţa cooperării economice de reciprocitate, precum şi în mod expres subliniază relevanţa intereselor şi beneficiilor statelor în urma implementării de abordări comune ale politicii investiţionale.

Acordul de o manieră minuţioasă reglementează relaţiile investiţionale, specificînd categoriile de investitori (art. 2), obiectul activităţii de investiţie (art. 3, 4), regimul recunoscut investiţiilor unei părţi pe teritoriile altora (art. 6), procedurile în situaţiile naţionalizării şi confiscării (art. 7), libertatea transferurilor investiţiilor şi a fondurilor aferente acestora (art. 8, 9), stabilirea cadrului normativ de regulare a activităţii investiţionale de către investitori nerezidenţi pe teritoriile statelor – membre ale Comunităţii (art. 10 – 12, 19, 20), posibilitatea stabilirii de filiale şi sucursale ale societăţilor de investiţii (art. 13), circumstanţele realizării producţiei de către societăţile comerciale beneficiare nemijlocite ale activităţii investiţionale (art. 14, 16), procedurile de impozitare ale fondurilor în cadrul activităţii investiţionale (art. 15, 18), asigurarea investiţiilor inclusiv contra riscurilor (art. 17), soluţionarea litigiilor relative la investiţii între investitori şi terţi (art. 21).

În general, Acordul stabileşte drepturile, privilegiile şi beneficiile în domeniul activităţii de investiţii pentru investitorii rezidenţi unui stat – membru al CSI pe teritoriile altor state membre.

Subliniem că în sensul Acordului, calitatea de investitor o pot deţine persoanele fizice, persoanele juridice, precum şi statele – părţi la Acord prin intermediul persoanelor fizice şi/sau juridice împuternicite în conformitate cu legislaţia internă pertinentă.

Alt act CSI regulator de relaţii din sfera financiară este *Convenţia cu privire la protecţia drepturilor investitorului* din 28 martie 1997 [2], în vigoare pentru RM din 2 octombrie 2002. Necesitatea adoptării unui tratat regional de particularitate relativ la sfera drepturilor subiective ale investitorului a fost condiţionată de imperativele dezvoltării economiilor naţionale ale statelor – membre, sporirii atractivităţii pieţelor interne pentru investiţii din exterior, constituirii unui spaţiu investiţional comun, definitivării de abordări comune privind atragerea investiţiilor străine.

Convenţia stabileşte cadrul juridic de realizare a diverselor categorii de investiţii de către investitorii străini, precum şi prescrie cuantumul drepturilor investitorilor asupra investiţiilor şi veniturilor provenite din acestea. Ea detalizează noţiunea de „investitori”, aceştia fiind statele, persoanele fizice şi entităţile juridice ale părţilor contractante, precum şi originare din statele terţe (art.3).

Convenţia de o manieră explicită stabileşte garanţiile de protecţie a investiţiilor recunoscute şi oferite de statele părţi. Astfel, se enumeră: stabilirea unui cadru legal clar şi precis de reglementare a activităţii investiţionale (art. 7, 8); promovarea garanţiilor contra naţionalizării, rechiziţiei, deciziilor şi acţiunilor (inacţiunilor) organelor de stat şi persoanelor cu funcţii de răspundere (art. 9); plata de compensaţii pentru prejudiciul cauzat – despăgubirea investitorului (art. 10); stabilirea procedurilor de soluţionare a diferendelor relative la investiţii (art. 11); definitivarea garanţiilor de utilizarea a veniturilor rezultate din activitatea investiţională (art. 12); asigurarea contra riscurilor (art. 13).

De asemenea, Convenţia delimitează un cadru specific privitor la achiziţionarea de către investitor a acţiunilor şi altor valori mobiliare, participarea la privatizare, dobîndirea drepturilor de proprietate funciară şi altor drepturi patrimoniale.

Convenţia este orientată spre creşterea atractivităţii economiilor statelor – membre pentru investiţiile intracomunitare, precum şi pentru investiţiile de capital din afara spaţiului CSI.

Acordul CSI privind sprijinul la crearea şi dezvoltarea asociaţiilor transnaţionale de producţie, comerciale, financiare şi de credit, de asigurare şi mixte din 15 aprilie 1994 [3], în vigoare pentru RM din 1 august 1995, se referă la susţinerea şi promovarea activităţii eficiente comune în sferele de producere, tehnico – ştiinţifică, investiţională, comercială, activitate desfăşurată prin intermediul asociaţiilor transnaţionale.

Asemenea asociaţii pot fi create sub diferite forme: grupuri comune financiare şi industriale, uniuni economice internaţionale, corporaţii, companii – holding, asociaţii, uniuni, întreprinderi mixte, organizaţii de intermediere şi comerţ, case de comerţ, burse internaţionale, bănci comerciale mixte, companii financiare şi de asigurare (art. 2).

Părţile sunt ţinute să asigure condiţii favorabile pentru dezvoltarea cooperării în cadrul asociaţiilor transnaţionale, inclusiv prin realizarea programelor interstatale; crearea organizaţiilor comerciale mixte; asigurarea deservirii financiare şi creditare eficiente a întreprinderilor din cadrul asociaţiilor transnaţionale; emisia şi plasarea acţiunilor şi valorilor mobiliare de către asociaţii; participarea la proiecte investiţionale comune; constituirea companiilor de asigurare comune (art.4).

În esenţă, Acordul are ca scop adîncirea legăturilor integraţioniste şi de cooperare între întreprinderile şi organizaţiile cu diverse forme de proprietate, intensificarea schimbului reciproc de mărfuri, ameliorarea sectorului antreprenorial interstatal.

Acordul CSI cu privire la crearea Uniunii de plăţi a statelor – membre din 21 octombrie 1994 [5], în vigoare pentru RM din 25 septembrie 1995, prevede constituirea unei uniuni de plăţi în scopul asigurării stabilităţii efectuării tranzacţiilor în regim de utilizare a convertirii reciproce de valute naţionale.

Crearea uniunii de plăţi se fundamentează pe un şir de principii: recunoaşterea suveranităţii naţionale valutare; recunoaşterea rolului băncilor centrale/naţionale ca centre de emisie şi organe de reglementare financiară şi valutară a statelor – membre; excluderea limitărilor privind recepţia şi utilizarea valutelor naţionale ca mijloace de plată; stabilirea regulilor de dezvoltare a pieţelor valutare lichide; asigurarea convertibilităţii valutei naţionale vizavi de alte valute; oferirea băncilor comerciale a dreptului executării tranzacţiilor inclusiv externe; excluderea limitărilor administrative privind determinarea valutelor pentru plăţile societăţilor comerciale; oferirea persoanelor nerezidente posibilităţii deţinerii şi utilizării valutei naţionale (art. 2).

Uniunea de plăţi vizează tranzacţiile privind circuitul de mărfuri în sectoarele public şi privat; operaţiunile necomerciale; serviciile de transport şi comunicaţii; creditele de stat, bancare şi comerciale; operaţiunile valutare de schimb (conversiune); cumpărarea şi vînzarea de valute prin intermediul sistemelor bancare.

Subiecţii uniunii de plăţi sunt guvernele statelor – părţi, băncile centrale/naţionale, băncile comerciale autorizate pentru operaţiuni cu valute străine, Banca interstatală (instituţia specializată a Uniunii de plăţi), persoanele fizice/juridice care desfăşoară activitatea de întreprinzător, persoanele fizice rezidente în cadrul procesării operaţiunilor necomerciale.

În fapt, crearea Uniunii de plăţi este orientată spre facilitarea relaţiilor financiare creditar-valutare între statele membre, precum şi spre intensificarea interacţiunilor comerciale şi economice interstatale.

Acordul CSI cu privire la crearea Comitetului valutar interstatal din 26 mai 1995 [3], în vigoare pentru RM din 26 septembrie 2002, se referă la crearea unui Comitet specializat pentru organizarea coerentă şi facilitarea relaţiilor de cooperare valutare şi creditare între statele – membre, apropierea şi perfecţionarea legislaţiei financiare şi valutare existente, dezvoltarea mecanismelor avansate de coordonare a politicilor interstatale în domeniul finanţelor.

Activitatea Comitetului valutar este orientată spre asigurarea stabilităţii tranzacţiilor în regimul utilizării convertirii reciproce a valutelor naţionale, dezvoltarea pieţei valutare şi a valorilor mobiliare pe teritoriile fiecărui stat – membru, apropierea normelor de reglementare a relaţiilor comerciale şi valutare internaţionale între state, coordonarea politicilor valutare şi creditare, organizarea cooperării privind controlul valutar (art. 2, p. 2).

Funcţiile de bază ale Comitetului interstatal sunt: analiza relaţiilor financiar – creditare şi valutare între statele părţi; pregătirea de planuri de perfecţionare a relaţiilor financiare existente; formularea de recomandări privind organizarea de pieţi valutare şi de valori mobiliare naţionale lichide; formularea de propuneri pentru asigurarea convertirii garantate a valutelor naţionale în alte valute ale statelor – membre; dezvoltarea de reguli de formare şi funcţionare a sistemelor de plată integre; asistarea în mecanismele de control valutar; organizarea de schimburi de experienţe privind chestiunile financiare, valutare, creditare şi bancare între statele CSI etc. (art. 2, p. 3).

Comitetul este constituit din reprezentanţii împuterniciţi ai statelor – membre (miniştrii de finanţe, preşedinţii băncilor centrale/naţionale, conducătorii altor organe specializate).

În genere, Acordul cu privire la crearea Comitetului valutar interstatal se fundamentează şi dezvoltă prevederile Acordului cu privire la crearea Uniunii de plăţi.

În această ordine de idei, vizualizăm un cadru normativ diversificat dezvoltat de statele – membre CSI în vederea reglementării cooperării internaţionale financiare la nivel de organizaţie. În special, prevederile relative la sfera finanţelor au scopul dezvoltării şi aprofundării interconexiunilor economice şi comerciale interstatale pentru promovarea prosperităţii regiunii în ansamblu.

Remarcăm că raporturi de cooperare internaţională financiară instituţionalizată RM întreţine şi cu alte organisme internaţionale de competenţă generală, precum este Consiliul Europei. Însă relaţiile de cooperare financiară cu acesta sunt dominate de legăturile existente între RM şi Banca de Dezvoltare a Consiliului Europei, prezentate în cadrul analizei aspectelor politico – juridice privind relaţiile de cooperare a RM cu organizaţiile financiare internaţionale regionale.

Bibliografie:

1. Acordul CSI privind sprijinul la crearea şi dezvoltarea asociaţiilor transnaţionale de producţie, comerciale, financiare şi de credit, de asigurare şi mixte din 15 aprilie 1994. În: *Tratate Internaţionale*. Ed. oficială. 1999, vol. 17, p. 151.
2. Конвенция Содружества Независимых Государств о защите прав инвестора от 28 марта 1997. Вступает в силу для РМ с 2 октября 2002 года. În: *Tratate Internaţionale*. Ed. oficială. 2006, vol. 37, p. 99.
3. Соглашение Содружества Независимых Государств о создании Межгосударственного валютного комитета от 26 мая 1995 года. Вступает в силу для РМ с 26 сентября 2002 года. În: *Tratate Internaţionale*. Ed. oficială. 2006, vol. 37, p. 34.
4. Соглашение о создании Содружества Независимых Государств от 8 декабря 1991 года. Вступает в силу для РМ с 8 апреля 1994 года.
5. Соглашение Содружества Независимых Государств о создании платежного союза государств – участников от 21 октября 1994. Вступает в силу для РМ с 25 сентября 1995 года.

INFLUENCE OF SELECTED VARIABLES ON THE PRICE OF PETROLEUM PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

***MILUN Toni**, lect.,*
***HORVATOVIĆ Marina**,*
***POSARIĆ Ivona**,*
University of Split, Croatia

In the last few years there have been great variations in prices of crude oil in the world caused by several reasons: wars in the Middle East, global economic crisis, the Iranian nuclear issue, workers' strikes on platforms, hurricanes that threaten oil rigs, etc. Consequently, the prices of petroleum products have significantly changed mainly increased. As people spend more on fuel, their purchasing power and standard are being reduced, resulting in weakening of their quality of life.

The formula for calculating the price of petroleum products of the oil company INA, majority-owned by the Republic of Croatia, does not include the price of crude oil - the basic raw material for its production, but it includes the cost of petroleum products in the Mediterranean market. This creates the possibility of manipulating the price of petroleum products in order to achieve extra profits of oil companies.

This paper examines a multiple linear regression model that will try to answer the question as to what extent the trend of crude oil prices on the world market, with USD to HRK exchange rate and VAT rate was statistically significant in the price of Eurosuper 95 in the Republic of Croatia in the period from January 2007 to February 2013.

***Key words:** petroleum products, crude oil, fuel, fuel prices, the price of petroleum products.*

Introduction

Crude oil (CO) is a major energy source, which covers one third of the world's energy needs and has daily consumption of approximately 75 million barrels [1, p. 652]. Since oil takes the first position in the world's energy consumption, ahead of all the other energy sources: natural gas, coal, nuclear energy, water power energy etc., changes of CO price have got a huge impact on the world economy [10, p. 8]. While high price of CO on the world market increases inflation and consequently weakens the economies of the importing countries, low CO price may cause a collapse of the exporting countries' economies. Government budget of Venezuela, Saudi Arabia, Mexico and some other countries are strongly linked to CO prices [1, p. 652].

Crude oil crisis is a term for disorders that occur in the period of a considerable growth of the crude oil price. There were two oil crisis recorded during the 1970s and both of them caused strong recessions in industrial countries. It is assumed that an oil crisis is going to occur when the demand for oil exceeds the supply.

The first crisis started in autumn of 1973 when the oil exporting countries, united in the Organization of Petroleum Exporting Countries (OPEC), decreased on purpose oil production by 5% in order to increase the oil price. In only a few days the price of CO increased by 70%, resulting in the price increase from 3 USD per barrel to more than 5 USD. During the following year the price of CO on the world market increased to more than 12 USD.

The second crisis was recorded during 1979 and 1980, and it was caused by the decrease in oil production at the time of the Iran – Iraq war [9]. In the 1980s the increased price of CO on the world market was a consequence of OPEC, but after 1980 International Energy Agency (IEA), representing the importing countries, took over a more dominant role in defining the price of CO.

In the period between 2004 and 2008, a huge growth and price variability of CO prices have been recorded. The petroleum product prices were also changing in accordance with that. After reaching its peak of 147 USD per barrel in July 2008, the price of CO fell to less than 35 USD per barrel in December of the same year, and afterwards it varied mostly between 70 and 130 USD. This same period recorded also fluctuations of the US dollar value up to 30%. Considering that the oil price was very changeable in that period, there might even be a talk of a new, third oil crisis.

As CO is a basic raw material in the production of petroleum products, it is to be expected that, apart from the USD/HRK exchange rate, it will be the main parameter in determination of their price in the Republic of Croatia. However, according to the Oil and Petroleum Products Market Act [8] and Law on Amendments to the Oil and Petroleum Products Market Act [7] the petroleum product price does not include the crude oil price, but the following market elements:

- petroleum product price on the Mediterranean market
- USD/HRK exchange rate
- premium of the energy undertakings
- financial resources for The Croatian Compulsory Oil Stocks Agency (HANDA), the amount of which is determined by the Governnment of Republic of Croatia, upon proposal of The Croatian Compulsory Oil Stocks Agency (HANDA)
- fees and taxes calculated according to specific regulations [7,8].

The price of petroleum products is defined in accordance with By-law on petroleum product price forming proscribed by the Ministry of Economy.

Formula to calculate the petroleum product price:

$$C_{\max} = \left(\frac{\sum_{i=1}^{n} CIF\ Med_i \cdot T_i}{n} + H \right) \cdot \frac{\rho}{1000} + B + P$$

whereby:

Cmax – the highest permitted price expressed in kunas per litre (HRK/l)

CIF Med – midpoint daily stock market price of petroleum products in USD per tonn (USD/t) published in “Platt's European Marketscan“

T – midpoint daily USD/HRK exchange rate posted by the Croatian National Bank on the day for which the midpont daily stock market price of petroleum products is posted

i – daily data for the period since the previous price change

n – number of posted midpoint daily stock market prices of petroleum products

ρ – density of the petroleum product (for Otto motor petrol ρ = 0,755 kg/l)

H – the compensation fee regarding the financing of HANDA (The Croatian Compulsory Oil Stocks Agency) in kn/t

B – fee for biofuel production incentives in HRK/t

P – premium of the energy undertakings in HRK/l

The premium amount is defined at 0,76 HRK/l for petrol and diesel fuels, except for gasoline stations on highways and on the coast which are permitted to form the premium amount themselves.

Retail prices change every 14 days after midnight on Monday to Tuesday, and the highest permitted price change is 3% [4].

Since great fluctuations in petroleum product price were recorded in 2008, numerous media in the Republic of Croatia were very doubtful about the proper calculation and they assumed that oil companies manipulate the price in order to achieve higher profits.

In 2007 Brown and Virmani published the results of an econometric model, which explains that the 98% price variation in USD is a consequence of the price change of CO. This increase in the price of barrel of CO also caused an increase in spot gasoline price by 2,8 cents [3, p. 2]. This paper is going to estimate the influence of the CO price change on EUROSUPER 95 petroleum product price in the Republic of Croatia. Simple linear regression model is going to reply to the question: How big is the change of EUROSUPER 95 price when the price of a litre of CO is increased by 1 kn. Multiple linear regression model is going to establish to which extent CO price, USD/HRK exchange rate and VAT rate influence the forming of price of EUROSUPER 95 petroleum product.

Data and methodology

The research includes data about the price of EUROSUPER 95 petroleum product, the price of CO and the VAT rate in the period between January 2007 and February 2013. The data on EUROSUPER 95 price ranges have been collected at the Croatian autoclub website [6]. In the analysis we have used the data on price ranges of CO type Brent, which are relevant for the European market [11]. The VAT rate in the Republic of Croatia changed twice within the monitored period: on August 1, 2009 it increased from 22% to 23%, and on March 1, 2012 it increased by 2 more points, to 25%.

In this paper the relation between variables has been explained based on the two regression models.

The first model is the simple linear regression model given by:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

where Y is the response variable, the variable we wish to explain or predict, X is the independent variable and ε is the error term.

Multiple regression model was also conducted to examine the relationship in this analysis. This model is applied in case that several independent variables affect one response variable. General multiple regression model of a response variable Y on a set ok k independent variables $X_1, X_1, ..., X_k$ is given by:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + ... + \beta_k X_k + \varepsilon$$

Where β_0 is intercept of the regression surface and β_i , $i = 1,2,...,k$ is the slope of the regression surface with respect to variable X_i . The multiple coefficient of determination R^2 measures the proportion of the variation in the response variable that is explained by the combination of the independent variables in the multiple regression model.

A statistical F-test will be applied to tell us if there is a relationship between the response varible and at least one of the independent variables. Hypothesis test is:

$H0: \ \beta_0 = \beta_1 = ... = \beta_k = 0$

$H1:$ Not all the β_i $(i = 1,2,...,k)$ are zero.

T-test is applied for each independent variable to tell us whether there is evidence that variable X_i has a linear relationship with Y. Hypothesis test is:

$H0: \ \beta_i = 0$

$H1: \ \beta_i \neq 0$ [AZCEL et. al, p. 470-474]

Results

Dependancy of response variable of the price of petroleum product EUROSUPER 95 per litre on the price of barrel of CO in kuna is shown in figure 1. For the purpose of simple comparison, both variables are transformed into the standard normal random variable $Z \sim N(0,1^2)$.

Z-values for both variables are calculated based on expression $z_i = \frac{x_i - \bar{x}}{\sigma}$, where $\bar{x}$ is the average variable value in the monitored period and σ is its standard deviation value. Average and standard deviation values are given in Table 1.

Table no. 1

Average and Standard Deviation values of EUROSUPER 95 and CO price

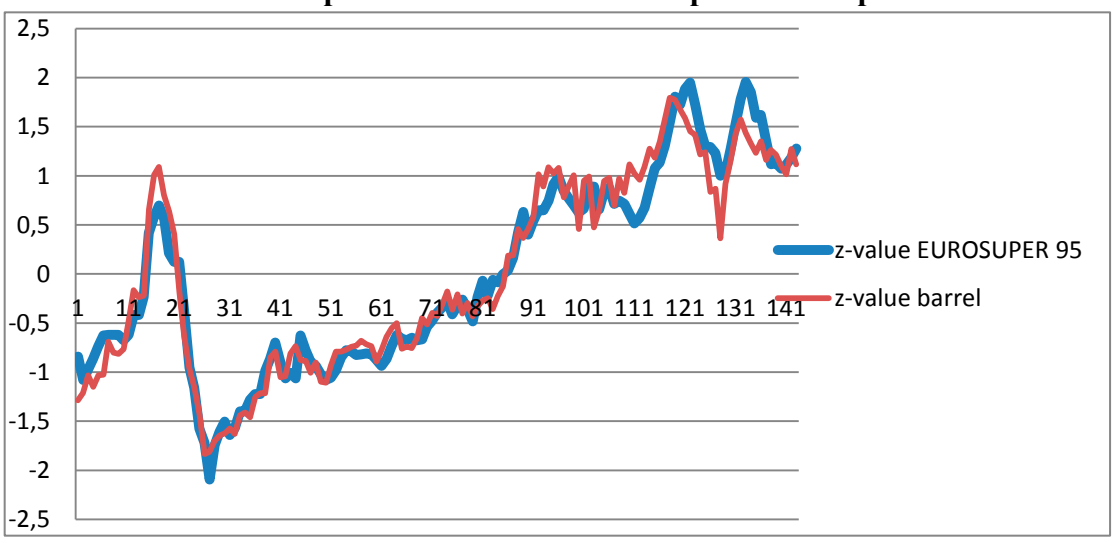
Variable	Average	Standard Deviation
EUROSUPER 95 price	8,78	1,25
CO price	477,34	138,55

Source: authors' calculations

The assumption that the price of petroleum product EUROSUPER 95 follows up the price change of crude oil has been graphically presented.

Figure no. 1

Response of EUROSUPER 95 price to CO price



Source: authors' calculations

A linear regression model has been made in order to obtain quantitative data. For the purpose of the model, the CO price per litre in kuna has been calculated, for the period between

January 2007 and February 2013 and has been taken as an independant variable in the model. The prices have been calculated on the grounds of fact that the volume of 1 barrel equals the volume of 158,99 litres. The dependant variable is the price of EUROSUPER 95 petroleum product in HRK.

Results of analysis conducted in programme package SPSS20 are as follows:

Table no. 2

ANOVA Table for Simple Linear Regression

Source of Variation	Degreees of Feedom DF	Sum of Squares SS	Mean Square MS	F-ratio	p-value
Regression	1	214,106	214,106	2800,445	0,0000
Error	124	10,780	0,076		
Total	125	166,342			

Source: authors' calculations

Based on Table 2 it can be concluded that the independant variable of CO price per litre is statistically significant because of empirical significance value $p = 0{,}0000$, which is lower than $\alpha = 0{,}05$.

Table no. 3

Regression Results for Individual Parameters

Variable	Label	Coefficient Estimate	Standard Error	p-value
Constant		4,562	0,083	0,000
CO price (HRK)	X	1,403	0,027	0,000

Source: authors' calculations

Based on the data from Table 3 it can be concluded that the independant variable and constant are statistically significant and the equation of simple linear regression model can be drawn up:

$$Y = 4{,}562 + 1{,}403\ X$$
$$(0{,}083)\quad (0{,}027)$$

Parameter interpretation:

$\beta_1 = 1{,}403$

In the monitored period between January 2007 and February 2013, the price increase of CO per litre of 1 HRK caused an average price increase of EUROSUPER 95 per litre of 1,403 HRK.

Determination coefficient is $R^2 = 0{,}952$, which means that 95,2% of price variation of EUROSUPER 95 is explained through CO price change. That amounts to somewhat less than 98%, as it was published in 2007 in the USA [3, p. 2].

Since the VAT rate changed twice in the monitored period, a multiple regression model has been made.

This model includes three independant variables monitored in the period between January 2007 and February 2012:

1. CO on the European market Brent [11];
2. USD/HRK midpoint exchange rate posted by the Croatian National Bank [5];
3. VAT rate.

The dependant variable is the price of EUROSUPER 95 per litre at INA gasoline stations [6]. Data CO prices and exchange rate were collected on the day prior to the price change of EUROSUPER 95.

Results of the analysis have been obtained through programme package SPSS20 and stepwise method has been used:

Table no. 4

ANOVA Table for Multiple Linear Regression

Source of Variation	Degreees of FeedomDF	Sum of Squares SS	Mean Square MS	F-ratio	p-value
Regression	3	217,426	72,475	1350,356	0,000
Error	139	7,460	0,054		
Total	142	224,886			

Source: authors' calculations

Since the p-value is less then 0,05, we reject the null hypothesis that all three slope parameters are not all zero, in favor of the alternative hypothesis that at least one slope parameter is different from zero.

Table no. 5

Regression Results for Individual Parameters

Variable	Label	Coefficient Estimate	Standard Error	p-value
Constant		-4,653	0,493	0,000
CO price USD	X_1	0,042	0,001	0,000
Exchange rate USD/HRK	X_2	0,851	0,066	0,000
VAT rate	X_3	0,224	0,029	0,000

Source: authors' calculations

From the information in Table 5 the null hypothesis can be rejected for all four variables in regression model. Based on t-test with the significant level $\alpha = 0{,}05$ the p-values for constant, CO

price, exchange rate and VAT rate are all lower than 0,05 indicating sufficient evidence for predicting the gasoline price.

All three independant variables and the constant are statistically significant, and therefore the equation of multiple regression model can be drawn up:

$$Y = -\ 4{,}653\ +\ 0{,}042\ X_1 +\ 0{,}851\ X_1 +\ 0{,}224\ X_1$$
$$(0{,}493)\quad (0{,}001)\qquad (0{,}066)\qquad (0{,}029)$$

Parameter interpretation:

$\hat{\beta}_1 = 0{,}042$

If the price of barrel of oil increased by 1 USD, and USD/HRK exchange rate and VAT rate stayed unchanged, an average increase of the price of EUROSUPER 95 could be expected, in the amount of 0,042 kn, i.e. 4,2 lipas.

$\hat{\beta}_2 = 0{,}851$

If the USD/HRK exchanged rate increased by 1 kn, and oil price per barrel and VAT rate stayed unchanged, an average increase of the price of EUROSUPER 95 could be expected, in the amount of 0,851 kn, i.e. 85,1 lipas.

$\hat{\beta}_3 = 0{,}224$

The increase of VAT rate by 1%, whereas oil price per barrel and the USD/HRK exchanged rate remain unchanged, causes an average increase of the price of EUROSUPER 95 by 0,224 kn, i.e. 22,4 lipas.

The multiple regression model with all three predictors produced $R^2 = 0{,}967$, meaning that 96,7% of the variation of gasoline price is explained by the independent variables. This means that 3,3% of the variation of EUROSUPER 95 price remain, and they are not explained by the regression model. This includes the price of storing, season variations, but also potential manipulation of prices done by the oil companies.

Conclusion

Crude oil is one of major energy sources. There are different factors which have an influence on the forming of oil price on the world market, such as: supply and demand correlation, wars in the Middle East, stock confinement, OPEC monopoly pricing, increased demand caused by the huge growth of Chinese and Indian economies, hurricanes and strikes of oil rigs employees, etc. The oil crisis, which has been a cause of large increase and fluctuation of oil price on the world market in recent years, has led to many questions such as the questionability of the formula used for price forming of petroleum products in the Republic of Croatia. In the Republic of Croatia, due to the Oil and Petroleum Products Market Act, it is not the CO price that is used for the formation of petroleum product price, but the petroleum product price on the Mediterranean market. Therefore, certain doubts in the possible manipulating of prices may rise, in order for oil companies to reach higher profits.

This paper has offered the regression model which is used to analyze the influence of fluctuations in CO price on the world market, USD/HRK exchange rate and VAT rate on the price of petroleum products in the Republic of Croatia in the period between January 2007 and February 2013, and the following results have been obtained:

- CO price, exchange rate and VAT rate have statistically significantly influenced fluctuations of EUROSUPER 95 price;

- CO price, exchange rate and VAT rate explain 96,7% of variations in price of EUROSUPER 95;
- increase in price of one litre of CO by one kuna has caused the increase in price of one litre of EUROSUPER 95 by 1,40 HRK.

This paper has offered answers to some relevant questions and has shown that there is a statistically significant influence of CO price on the price of petroleum product EUROSUPER 95. Some future researches ought to be able to explain those 3,3% variations which were not explained by the proposed model. One of phenomena to be explored is a potential asymmetry which occurs while forming petroleum products price. Is it possible that gasoline prices respond more quickly when oil prices are rising than when oil prices are falling?

References:

1. ALVAREZ-RAMIREZ, J., CISNEROS, M., IBRRA-VALDEZ, C., SORINAO, A., *Multifractal Hurst analyis of crude oil prices*, Physica A 313, 2002, p. 651-670
2. AZCEL, A. D., SOUNDERPANDIAN, *Complete Business Statistics*, seventh edition, McGraw-Hill Irvin Series, 2009, USA
3. BROWN, S. P. A., VIRMANI, R., *What's Driving Gasoline Prices*?, Economic Letter, Federal Reserve Bank of Dallas, issue Oct. 2007, Vol. 2, No. 10, p. 1-8
4. *By-law on petroleum product price forming*, Official Gazette 37/11
5. *Exchange rate list*, Croatian National Banks's archive, http://www.hnb.hr/tecajn/htecajn.htm, (April 20, 2013)
6. *HAK, Fuel prices,* http://www.hak.hr/info/cijene-goriva/, (April 20, 2013)
7. *Law on Amendments to the Oil and Petroleum Products Market Act*, Official Gazette 18/11
8. *Oil and Petroleum Products Market Act*, Official Gazette 57/06
9. *Oil crisis,* Wikipedia http://hr.wikipedia.org/wiki/Naftna_kriza (June 20, 2012)
10. SEKULIĆ, G.: *Crude oil in World Energy 2007/2008 – how to continue*, EGE, 4/2008, p. 8-12, Energy marketing d.o.o., Zagreb
11. Ycharts: *Brent Crude Oil Spot Price*, http://ycharts.com/indicators/brent_crude_oil_spot_price, (April 22, 2013)

ASPECTE AFERENTE CONŢINUTULUI ŞI MODULUI DE CONTABILIZARE A VALORII ADĂUGATE

***Guţan Viorica**, lect. sup.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

The accounting practice of the Republic of Moldova "added value" to the entity as a separate indicator is not calculated. This article reveals the content of the concept of "added value", how to calculate it depending on the type of activity, and the possibility of its accounting.

***Key words:** concept, added value, accounting, method calculated.*

La nivelul entităţii, în practica contabilă autohtonă a R.M. „valoare adăugată" ca indicator separat nu se calculează. Acest fapt este confirmat în cercetările savantului V. Bucur [2, p.250]. În consecinţă, apare problema determinării conţinutului noţiunii de „valoare adăugată". Totodată, trebuie să subliniem faptul că semnificaţia definiţiei „valoarea adăugată" rezidă din tipul de activitate al entităţii:

- ✓ comerţ cu amănuntul;
- ✓ comerţ cu ridicata fără evidenţierea adaosului comercial;
- ✓ producţie;
- ✓ prestarea serviciilor.

Interpretări ai conţinutului şi modului de determinare a „**valorii adăugate**" sunt examinate în lucrările savanţilor autohtoni **V. Bucur** [2 p. 249-250], **V. Balanuţă** [1, p. 19-26] şi străini: **G. Vintilă** [5, p.321], **L. Chirică** [3, p.276], **A. Gisberto-Chiţu** [4, p.168], **D. Cernica** [6, p.78] etc.

Valoarea adăugată este determinată la nivelul ţării în scopuri statistice. Valoarea adăugată se calculează pentru toate sectoarele economiei naţionale, precum şi pentru economia naţională în ansamblu. La nivelul economiei naţionale, suma valorii adăugate ale sectoarelor economiei formează PIB - produsul intern brut [4, p.168].

De aici apare întrebarea: cât de corect şi în ce bază este determinată valoarea adăugată?

Este cunoscut faptul că entităţile economice prezintă un şir de rapoarte statistice Biroului Naţional de Statistică (B.N.S.). La nivel naţional, valoarea adăugată se determină, de regulă, în curs de un an, în bună parte, în baza informaţiei indicatorilor raportului statistic *5 CI „Consumurile, cheltuielile şi investiţiile întreprinderii"*, care bineînţeles este întocmit în baza datelor contabilităţii. Se cere de remarcat faptul că acest raport se prezintă BNS trimestrial cu indicarea informaţiei aferente trimestrului de raportare şi cumulativ de la începutul anului de raportare.

Valoarea adăugată permite măsurarea puterii economice a întreprinderii şi arată suplimentul de valoare economică creată de producţie. Acest concept îşi găseşte originea în analiza macroeconomică şi aparţine domeniului contabilităţii naţionale.

În cercetările savantului **V. Bucur** se constată faptul că „***valoarea adăugată la entităţile din sfera productivă*** reprezintă diferenţa dintre valoarea produselor finite şi a serviciilor comercializate la preţ de vânzare şi valoarea materiilor prime, materialelor, semifabricatelor, combustibilului, serviciilor primite la preţ de achiziţie şi utilizate pentru fabricarea acestor produse, prestarea serviciilor prestate. Valoarea adăugată reprezintă valoarea produselor şi serviciilor creată de efortul colectivului în cadrul unităţii economice. Pentru o unitate de produs (serviciu) ea exprimă

diferenţa dintre preţul de vânzare şi suma cheltuielilor materiale. Din punct de vedere a componenţei acest indicator constituie suma salariilor personalului întreprinderii, contribuţiilor pentru asigurările sociale şi asistenta medicală la aceste salarii, profitului brut obţinut din comercializarea produselor (serviciilor), inclusiv suma amortizării mijloacelor fixe şi activelor nemateriale" [2, p. 249-250].

Cercetătorii români **G. Vintilă** [5, p. 321], **L. Chirică** [3, p. 276] şi cercetătorul rus **D. Cernica** [6, p.78] stabilesc că „***valoarea adăugată*** reprezintă diferenţa dintre încasările obţinute din vânzarea bunurilor sau prestarea serviciilor şi plăţile efectuate pentru bunurile şi serviciile aferente aceluiaşi stadiu al circuitului economic, numite şi costuri intermediare".

Cercetătoarea **G. Vintilă** stabileşte că *din punct de vedere economic,* **valoarea adăugată** este un indicator care permite măsurarea valorii nou create de întreprindere în urma activităţii sale. *Din punct de vedere contabil* **valoarea adăugată** (**VA**) este definită ca diferenţa între producţie cu marja comercială şi costurile provenite de la terţi [5, p. 321]:

$$\mathbf{VA = (Pe + Mc) - Ct,} \qquad \mathbf{(1)}$$

unde Pe – producţia exerciţiului;

Mc – marja comercială (adaos comercial);

Ct – costurile provenite de la terţi

Marja comercială (Mc) reprezintă diferenţa între vânzările de mărfuri şi costul de cumpărare al mărfurilor vândute. De aici, conchidem că ***în comerţ valoarea adăugată*** **nu va fi altceva decât adaosul comercial**. *Producţia exerciţiului* (Pe) este suma dintre valoarea producţiei vândute şi producţiei stocate. *Costurile provenite de la terţi* (Ct) reprezintă ansamblul cheltuielilor cu materii prime şi materiale consumabile, cu serviciile efectiv prestate de terţi, inclusiv personalul angajat din afara întreprinderii. Este de menţionat că în componenţa costurilor (cheltuielilor) de materiale se includ şi serviciile primite de la prestatori, plata pentru arendă etc. considerate drept materializate. Suma amortizării mijloacelor fixe şi activelor nemateriale la fel se consideră componente ale valorii adăugate [5, p. 321].

Cercetătorul **V. Balanuţă** constată că din punct de vedere al conţinutului economic „**valoarea adăugată** reprezintă contribuţia productivă proprie a întreprinderii pe parcursul unei perioade de activitate" [1, p. 19]. Analiza-diagnostic a acestui indicator recunoaşte valoarea adăugată aferentă atât a producţiei fabricate, cât şi celei vândute. În primul caz este vorba de ***valoarea adăugată produsă***, iar în al doilea caz – de ***valoarea adăugată vândută***. Valoarea adăugată se calculează în practica analitică prin două metode:

1) metoda substractivă (sintetică);
2) metoda aditivă (analitică).

Potrivit *metodei substractive*, valoarea adăugată (VA) se determină prin deducerea valorii producţiei fabricate (VPF) sau vândute (VPV) cu costurile şi cheltuielile intermediare provenite de la terţi (Ci):

$$\mathbf{VAp = VPF - Ci}\text{, unde} \qquad \mathbf{(2)}$$

VAp - valoarea adăugată produsă

$$\mathbf{sau \quad VAv = VPV - Ci,}\text{ unde} \qquad \mathbf{(3)}$$

VAv - valoarea adăugată vândută.

Costurile şi cheltuielile intermediare provenite de la terţi (Ci) cuprind materiile prime şi materialele (la costul de achiziţie), energia, combustibilul, apa, serviciile externe etc. – cu alte cuvinte, totalul contravalorii de bunuri şi servicii furnizate de terţi.

Pentru a pătrunde în esenţa conţinutului **valorii adăugate produsă**, determinată prin ***metoda substractive*** vom recurge la un exemplu.

Exemplul 1. Pe parcursul lunii martie 2013 la unitatea economică „Panifcoop Sîngerei", în baza datelor registrelor la conturile 216 „Produse", 811 „Activităţi de bază", 813 „Consumuri indirecte de producţie" s-a constat următoarele: volumul producţiei fabricate a constituit 313 669 lei; costuri şi cheltuieli intermediare provenite de la terţi: materie primă - 154 101 lei; combustibil – 14 105 lei; servicii prestate de terţi (energie electrică, apă, transport) - 21 321 lei; alte costuri şi cheltuieli – 4 866 lei.

În continuare, în baza informaţiei prezentate, vom determina, prin calcule matematice, ***valoarea adăugată produsă*** de entitatea economică „Panifcoop Sîngerei" în decursul lunii martie 2013 (Tabelul 1).

Tabelul 1. ***Determinarea valorii adăugate produsă prin metoda substractivă la entitatea Panifcoop Sîngerei***

№	Indicatorii	Perioada de gestiune, lei
1.	Volumul producţiei fabricate	313 669
2.	Costuri şi cheltuieli intermediare provenite de la terţi	194 393
	inclusiv: - materie primă	154 101
	- combustibil	14 105
	- aferente serviciilor prestate de terţi (energie electrică, apă, transport)	21 321
	- alte costuri şi cheltuieli	4 866
3.	**Valoarea adăugată produsă (rd.1 – rd.2)**	**119 276**

Este important să menţionăm, că volumul producţiei fabricate a fost determinat în baza sumei reflectate la debitul contului 216 „Produse" cu creditul contului 811 "Activităţi de bază". Costurile şi cheltuielile intermediare *provenite de la terţi* au inclus sumele acumulate la debitul conturilor aferente costurilor (811 „Activităţi de bază", 813 „Consumuri indirecte de producţie") şi cheltuielilor (712 „Cheltuieli comerciale", 713 „Cheltuieli generale şi administrative", 714 „Alte cheltuieli operaţionale", 721 „Cheltuieli ale activităţii de investiţii", 722 „Cheltuieli ale activităţii financiare", 723 „Pierderi excepţionale") provenite de la terţi cu creditul conturilor 211 „Materiale", 213 „Obiecte de mică valoare şi scurtă durată", 251 „Cheltuieli anticipate curente", 521"Datorii pe termen scurt privind facturile comerciale", 539 „Alte datorii pe termen scurt".

După cum s-a menţionat anterior, deosebim valoarea adăugată produsă şi vândută. De aceea, în continuare, vom examina modul de determinare a **valorii adăugate vândute** a activităţii de panificaţie a entităţii „Panifcoop Sîngerei" în baza următoarei informaţii.

Exemplul 2. Pe parcursul lunii martie 2013 la unitatea economică „Panifcoop Sîngerei", în baza datelor sintetice şi analitice a registrelor la conturile 611 „Venituri din vânzări, subcontul 6111 „Venitul din vânzarea produselor", 711 „Costul vânzărilor", subcontul „Costul produselor finite vândute", 216 „Produse", calculaţiile la produsele de panificaţie vândute (acumulate în baza informaţiei conturilor 811 „Activităţi de bază", 813 „Consumuri indirecte de producţie") şi conturilor de cheltuieli aferent operaţiilor provenite de la terţi, s-a constat următoarele:

- Volumul producţiei vândute 275 431 lei;

- Costuri şi cheltuieli intermediare provenite de la terţi: materie primă - 135 315 lei; combustibil – 12 385lei; servicii prestate de terţi (energie electrică, apă, transport) - 18 721 lei; alte costuri şi cheltuieli – 4 274 lei.

Tabelul 2. Determinarea valorii adăugate vândute prin metoda substractivă la „Panifcoop Sîngerei"

№	Indicatorii	Perioada de gestiune, lei
1.	Volumul producţiei vândute	275 431
2.	Costuri şi cheltuieli intermediare provenite de la terţi	170 695
	inclusiv: - materie primă	135 315
	- combustibil	12 385
	- aferente serviciilor prestate de terţi	18 721
	- alte consumuri şi cheltuieli	4 274
3.	**Valoarea adăugată vândută (rd.1 – rd.2)**	**104 736**

Merită o atenţie deosebită studierea modului de determinare a sumei cheltuielilor intermediare provenite de la terţi aferente fiecărei activităţi. De regulă, entităţile cooperaţiei de consum au câteva activităţi. *După părerea noastră,* pentru determinarea cheltuielilor intermediare provenite de la terţi aferente fiecărei activităţi sunt necesare două calcule. *La prima etapă* se determină cheltuielile totale provenite de la terţi. *La a doua etapă* se determină cheltuielile activităţii întreprinderii provenite de la terţi aferente fiecărei activităţi în baza datelor ponderii veniturilor din vânzări pe fiecare tip de activitate. Cheltuielile activităţii de producţie provenite de la terţi, spre exemplu, vor fi determinate prin produsul dintre raportul dintre veniturile din vânzări ale produselor vândute şi veniturile din vânzări totale cu cheltuielile activităţii entităţii provenite de la terţi (în afară de costul vânzărilor):

$$\sum \mathbf{Ch\ p = VVp\ /VV\ x \sum Cht}, \qquad \mathbf{(4)}$$

unde:

VVp - veniturile din vânzarea produselor (contul 6111);

VV - veniturile din vânzări (contul 611);

∑Ch p - cheltuielile activităţii de producţie;

∑Ch t – cheltuielile activităţii entităţii provenite de la terţi.

Un studiu mai aprofundat al **valorii adăugate** se realizează prin ***metoda aditivă***. Potrivit acestei metode valoarea adăugată se calculează prin însumarea elementelor componente ai acesteia şi anume: costurile privind retribuirea muncii (inclusiv contribuţiile pentru asigurări sociale şi medicale) (Crm), suma amortizării mijloacelor fixe cu destinaţie de producţie (Amf), alte costuri şi cheltuieli (Ac), suma rezultatului net: profit (pierdere) (Rnet):

$$\mathbf{VA = Crm+Amf+Ac+Rnet} \qquad \mathbf{(5)}$$

Pentru a examina modul de calculare a valorii adăugate a produselor vândute prin **metoda aditivă**, adică prin adiţionarea elementelor care alcătuiesc valoarea adăugată vom recurge din nou la datele „Panifcoop Sângerei".

Exemplul 3. Pe parcursul lunii martie 2013 la unitatea economică „Panifcoop Sîngerei", în baza datelor sintetice şi analitice a registrelor la contul 216 „Produse", conturile de costuri şi

cheltuieli, calculaţiile pe fiecare produs realizat, se va determina valoarea adăugată vândută prin metoda aditivă în următorul tabel.

Tabelul 3. Determinarea valorii adăugate vândute prin metoda aditivă la „Panifcoop Sângerei”

№	Indicatorii	Perioada de gestiune, mii lei
1.	Costurile privind retribuirea muncii, inclusiv contribuţiile privind asigurările sociale de stat şi prime de asigurare medicale obligatorii	80 840
2.	Costurile activităţii auxiliare	5 720
3.	Costurile privind amortizarea mijloacelor fixe cu destinaţie de producţie	12 260
4.	Alte costuri şi cheltuieli	3 486
5.	Total costuri şi cheltuieli (rd.1+ rd.2+rd.3+rd.4)	102 306
6.	Profit (pierdere) net	2 430
7.	**Valoarea adăugată (rd. 5 + rd.6)**	**104 736**

Întrucât metoda adiţionării se confruntă cu unele dificultăţi de dimensionare a formelor valorii adăugate, ea nu se aplică nici într-un stat membru al OCDE.

Savantului român **A. Gisperto-Chiţu** stabileşte că „valoarea adăugată este un indicator al contului „Producţie”, mai precis soldul final al contului [4, p.168]. Măsurarea valorii adăugate create de producţie se poate face înainte sau după deducerea costului de capital fix aferent mijloacelor fixe amortizate. Valoarea adăugată poate fi brută şi netă.

Valoarea adăugată brută este definită ca fiind „valoarea ieşirilor, după deducerea valorii costului intermediar”.

Valoarea adăugată netă este definită ca fiind „valoarea ieşirilor din care se scade valoarea costului intermediar şi a costului de capital fix” [4, p.168].

Aceeaşi clasificare a valorii adăugate este stabilită şi de BNS al Republicii Moldova.

Generalizând definiţiile prezentate mai sus, concluzionăm că ***valoarea adăugată*** cuprinde:

1) ***marja comercială*** din revânzarea mărfurilor în comerţ;
2) ***aportul industrial propriu*** din activitatea de producţie şi prestare a serviciilor.

Valoarea adăugată este un indicator care reflectă aportul valoric adus de o întreprindere prin activităţile sale asupra bunurilor cumpărate. Valoarea adăugată reprezintă valoarea a tot ceea ce a creat si adăugat fazelor anterioare activitatea întreprinderii, concretizată în creşterea de valoare rezultate din utilizarea factorilor de producţie peste valoarea consumurilor provenite de la terţi sau valoarea remunerării tuturor participanţilor direcţi sau indirecţi la activitatea acesteia.

În reglementările contabile valoarea adăugată nu se urmăreşte şi respectiv nu se evidenţiază. Acest indicator este evidenţiat doar la unităţile de comerţ cu amănuntul (unele entităţi a comerţului angro), fiind reprezentat de contul contabilităţii manageriale 821 „Adaos comercial”. Însă, pentru ţinerea evidenţei valorii adăugate la entităţile de comerţ angro care nu evidenţiază adaosul comercial, entităţile de producţie şi prestare a serviciilor planul de conturi contabile nu prevede un cont pentru determinarea valorii adăugate. După părerea noastră, în acest scop, poate fi utilizat contul extrabilanţier **952 „Valoarea adăugată”**. În debitul contului dat se va reflecta valoarea adăugată produsă, iar în creditul acestui cont - suma valorii adăugate aferent bunurilor şi serviciilor

vândute. Soldul acestui cont este debitor şi reprezintă suma valorii adăugate produse aferent produselor, mărfurilor şi serviciilor, dar nevândute.

La contul 952 „Valoarea adăugată” pot fi deschise următoarele subconturi: 9521 „Valoarea adăugată a activităţii de producţie”, 9522 „Valoarea adăugată a activităţii de comercializare”, 9523 „Valoarea adăugată a activităţii de prestare a serviciilor”.

Utilizarea acestui cont va permite acumularea informaţiei la nivelul întreprinderii despre valoarea adăugată.

Exemplul 4. Presupunem, entitatea economică „Panifcoop Sîngerei” a înregistrat la 1 martie 2013 sold iniţial la contul 952 „Valoarea adăugată” în sumă de 750 lei. În baza exemplelor prezentate stabilim că în decursul lunii de gestiune valoarea adăugată produsă de entitate constituie 119 276 lei, iar valoarea adăugată vândută - 104 736 lei.

În baza datelor vom prezenta în tabelul ce urmează modul de contabilizare a valorii adăugate:

Tabelul 4. Formule contabile privind contabilitatea valorii adăugate

№	Conţinutul operaţiei economice	Înregistrări la contul **952 „Valoarea adăugată”**			
		Sold iniţial	Debit	Credit	Sold final
1.	Reflectarea soldului valorii adăugate la 1 martie 2013	750			
2.	Înregistrarea valorii adăugate produse	750	119 276		120 026
3.	Înregistrarea valorii adăugate vândute	120 026		104 736	15 290

În baza informaţiei prezentate concluzionăm că valoarea adăugată este unul dintre cei mai importanţi indicatori de reflectare a performanţelor economico-financiare ale unei firme. Pe baza valorii adăugate considerăm că poate fi apreciată adevărata dimensiune a activităţii unei firme, ea fiind expresia rolului acesteia. Spre deosebire de cifra de afaceri, care include şi valoarea cumpărărilor de materii prime, materiale şi servicii care se regăsesc în cifra de afaceri a firmelor furnizoare, valoarea adăugată cuprinde numai echivalentul activităţii întreprinderii în cauză. Reieşind din cele expuse, recomandăm calcularea şi contabilizarea valorii adăugate la nivelul entităţii în contul extrabilanţier 952 „Valoarea adăugată”.

Bibliografie:

1. Balanuţă, V. *Analiza gestionară*. Chişinău: Editura ASEM, 2003, 120 p.
2. Bucur, V., Ţurcanu V, Graur A. *Contabilitatea impozitelor*: Chişinău: ASEM, Ed. Tipografia Centrală, 2005, 562 p.
3. Chirică, Lefter. *Curs complet de contabilitate şi fiscalitate*. Bucureşti: Ed. Economică, 2000, vol. I - 420 p., vol. II - 512 p.
4. Gisberto-Chiţu, A. *Contabilitatea micro şi macroeconomică*. Ed. a 2-a. Bucureşti: Ed. CECCAR, 2003, 464 p.
5. Vintilă, G. *Fiscalitate. Metode şi tehnici fiscale*. Bucureşti: Ed. Economică, 2004, 604 p.
6. Черника, Д.Г. *Налоги*: Учеб. пособие. Москва: Финансы и статистика, 1995, 400 p.

ASPECTE ALE GESTIUNII RESURSELOR UMANE ÎN ASOCIAŢIILE OBŞTEŞTI

***Prodan Djulieta**, lect. sup.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

It has been already demonstrated the fact that the performances of an organization are determined by the people that are creating it. This statement is gaining more and more truthfulness in the case of non-profit agencies. Salaried staff, volunteers and all those who work in the organization determines its "image" in society and the effectiveness of the programs and activities carried out by it.

***Key words:** non-profit agencies, salaried staff, effectiveness, volunteers, activities carried.*

Pe plan intern, principalele responsabilităţi ale procesului de gestiune vizează organizarea şi coordonarea resurselor umane şi financiare ale organizaţiei în vederea realizării obiectivelor propuse. Sarcinile managerilor din această perspectivă vizează: planificarea activităţii şi alocarea resurselor în funcţie de programele şi activităţile organizaţiei; evaluarea performanţelor departamentelor; determinarea parametrilor de bază pentru activitatea personalului; stabilirea politicilor şi procedurilor cu privire la angajarea şi evaluarea personalului, transferuri, promovări şi recompense, conflicte şi interese etc.

Este bine cunoscut faptul că domeniile de bază, care diferenţiază gestiunea în organizaţiile nonprofit, inclusiv în asociaţiile obşteşti, de gestiunea celor guvernamentale sau de afaceri, este organizarea şi conducerea personalului. Anume aceste activităţi sunt dictate de nevoile de motivaţie, de autorealizare de şi satisfacţie, care determină angajarea şi activitatea oamenilor în agenţiile nonprofit, ceea ce nu se întîlneşte în alte sectoare. Astfel, managerii sunt obligaţi să rezolvate următoarele probleme:

- să selecteze şi să angajeze personal de calitate;
- să stabilească parametrii organizaţionali;
- să determine politicile şi strategiile de personal.

Una din problemele ardente în procesul de selecţie a personalului se referă la necesitatea recrutării şi angajării unor persoane “potrivite” activităţilor şi programelor organizaţiei în condiţiile concurenţei pe piaţa forţei de muncă. Pornind de la adevărul că în asociaţiile obşteşti angajaţii nu se bucură de avantaje pecuniare, managerii în selectarea, promovarea şi menţinerea forţei de muncă sunt supuşi următoarelor constrîngeri: preocuparea pentru calitatea serviciilor furnizate, care determină stimularea financiară a personalului de calificare înaltă; natura caritabilă a activităţilor care nu permite acordarea de recompense financiare esenţiale persoanelor angajate să le îndeplinească; cerinţe cu privire la modul de folosire a resurselor în sensul reducerii cheltuielilor de retribuire a muncii şi direcţionării fondurilor pentru furnizarea serviciilor; posibilitatea furnizării avantajelor nepecuniare (mediu de muncă mai relaxat, control mai puţin riguros, mai multă flexibilitate, posibilităţi de învăţare şi experimentare pentru angajare ulterioară în funcţii mai plătite), dar nu financiare.

În procesul de selecţie a personalului, managerii trebuie să se călăuzească de următoarele caracteristici ale potenţialilor angajaţi: calificarea profesională; abilităţile administrative; dedicaţia

şi angajamentul candidaţilor pentru activităţile caritabile ale asociaţiei; capacitatea de a stabili contacte şi a lucra cu alţi actori; experienţa, creativitatea şi flexibilitatea în rezolvarea problemelor.

Procesul de selecţie a personalului trebuie adecvat şi raportat la activităţile organizaţiei. Stabilirea parametrilor organizaţionali se referă la următoarele:

1. determinarea sarcinilor specifice, care ţin de prognozarea sistematică a activităţilor necesare realizării obiectivelor propuse;

2. distribuirea sarcinilor membrilor asociaţiei, adică personalului salariat, voluntarilor, experţilor şi consultanţilor, furnizorilor organizaţionali de servicii.

Deseori, asociaţia pentru îndeplinirea unor sarcini distincte poate angaja temporar persoane ce dispun de expertiză specifică într-un domeniu specific de activitate. Aceste persoane au statutul de *experţi independenţi* sau *consultanţi*, angajaţi conform contractelor de muncă temporare, în care se specifică perioada de timp şi forma de plată fără a li se aloca alte avantaje de care se bucură angajaţii permanenţi.

În afară de folosirea experţilor independenţi, asociaţia obştească poate decide contractarea anumitor servicii de la organizaţii specializate într-un anumit domeniu.

Personalul salariat reprezintă categoria profesioniştilor angajaţi cu scopul de a îndeplini sarcinile şi funcţiile importante ale organizaţiei pe o bază permanentă. Deoarece ei sunt retribuiţi mult mai bine, asociaţia obştească poate avansa cerinţe riguroase faţă de activitatea lor, adică îi poate verifica şi evalua în permanenţă activitatea prestată, ceea ce nu poate face şi cu celelalte categorii de angajaţi. În acest context, atracţia oamenilor pentru o organizaţie sau alta derivă din promovarea oferită de cerinţele înalte, ce creează respect de sine, mîndrie personală şi asumarea unui puternic sens al responsabilităţii. În asociaţiile obşteşti aceasta e deosebit de important, ţinînd cont de imposibilitatea încurajării personalului prin folosirea sistemelor de premiere datorită naturii caritabile a activităţilor.

O altă componentă a forţei de muncă în asociaţiile obşteşti sunt *voluntarii*. Implicarea lor în activităţile organizaţiei fireşte că nu depinde de recompensele financiare. Din acest considerent e mult mai dificil pentru manageri antrenarea şi reţinerea lor în activităţile asociaţiei obşteşti. Antrenarea lor depinde, în primul rînd, de găsirea şi propunerea unor alternative non-pecuniare de recompense. Avînd statutul de personal neplătit, voluntarii dispun de o anumită libertate în alegerea sarcinilor şi modului de îndeplinire a acestora. Importanţa voluntarilor în agenţiile nonprofit creşte datorită faptului că există tot mai puţine diferenţe între munca lor şi cea a personalului salariat. Unii autori propun chiar înlocuirea termenului de "voluntari" cu cel de "personal nesalariat". Astfel, datorită importanţei acestora, managerii trebuie să elaboreze strategii de recrutare şi menţinere în asociaţie, bazate pe motivaţiile voluntarilor, la care se referă: satisfacţia personală, altruism, nevoia de comunicare, crearea unor posibilităţi de a învăţa, spiritul antreprenorial, crearea şi dezvoltarea relaţiilor profesionale, promovarea în carieră, obţinerea experienţei de muncă, prestigiu social.

Pentru rezolvarea cu succes a problemelor menţionate, managerii trebuie să realizeze următoarele: elaborarea statutului organizaţiei, descrierea posturilor şi stabilirea sistemelor de retribuire.

Statutul organizaţiei este documentul în care, în afară de formulările privind misiunea organizaţiei, se specifică ierarhia autorităţii, canalele şi mijloacele de comunicare şi principiile de delegare a autorităţii.

Descrierea posturilor se referă la prezentarea în formă scrisă a principalelor componente ale unui post: denumirea postului; superiorul lui nemijlocit; relaţiile cu alte posturi; obiectivul

general al postului; principalele obligaţii şi responsabilităţi; autoritatea acordată; resursele disponibile deţinătorului postului; principalele calificări necesare pentru ocuparea postului dat.

Stabilirea sistemelor de retribuire este cea mai dificilă componentă a politicii de personal, ceea ce se datorează constrîngerilor privind folosirea sistemelor progresive de retribuire a muncii. Dar la stabilirea acestor sisteme influenţează următorii factori: accentuarea voluntarismului; aşteptările cu privire la altruismul asociaţiilor obşteşti; centrarea pe profesionalism; absenţa unor tradiţii manageriale; caracterul statutar specific asociaţiilor obşteşti. Există, totuşi, cîteva repere în stabilirea sistemelor de retribuire de care trebuie să ţină cont: cunoaşterea salariilor ce sunt plătite în alte asociaţii obşteşti pentru posturi similare; studierea nivelurilor (mici, medii, mari) salariilor în alte organizaţii similare pentru fiecare poziţie din structura organizaţională; raportarea la buget şi analiza cheltuielilor privind retribuirea muncii.

În ceea ce priveşte politicile şi strategiile de personal, ele trebuie să se refere la următoarele domenii:

1. angajarea şi strategiile de remunerare;
2. sistemele de evaluare a personalului;
3. politici ale conflictelor de interese;
4. proceduri cu privire la încetarea contractului şi formularea de revindecări;
5. proceduri şi practici vizînd funcţionarea generală a organizaţiei.

De reţinut că performanţele unei organizaţii sunt determinate de oamenii ce o alcătuiesc. Această afirmaţie capătă o veridicitate şi mai mare în cazul agenţiilor nonprofit. Personalul salariat, voluntarii şi toţi cei ce activează în organizaţie determină "imaginea" ei în societate şi eficienţa programelor şi activităţilor desfăşurate de ea. Este regretabil faptul că resursele financiare limitate nu permite organizaţiei, în caz de necesitate, antrenarea suficientă a noilor angajaţi pentru îndeplinirea misiunii. Singura soluţie ar fi sporirea productivităţii muncii resurselor umane disponibile.

Bibliografie:

1. Legea cu privire la asociaţiile obşteşti" N 837-XIII din 17 mai1996. *Monitorul Oficial*. 1997, nr. 6.
2. Legea RM „ Cu privire la filantropie şi sponsorizare" N 521-XIII din 7 iunie 1995. *Monitorul Oficial*. 1995, nr. 47.
3. Standardul Internaţional de Contabilitate 19 „Beneficiile angajaţilor". *Monitorul Oficial.* Ediţie specială XV. Chişinău, 2008.
4. Пашигорева, Г.И., Пилипенко, В.И., *Учет в некоммерческих организациях*. СПб: Питер, 2002, 176 p.
5. Юрьева, Т.В. *Экономика некоммерческих организаций*. Москва: Юристъ, 2002, 320 p.
6. http://www.avocat net.ro.

АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МОЛДОВЕ

***Метелкина Жанна**, преп.,*
Кооперативно-Торговый Университет Молдовы

Problems of increasing the profitability of the enterprise, the performance of staff, the creation of an optimal governance structure excite any manager. He has to take decisions under conditions of uncertainty and risk that forces him to be kept under the control of various aspects of financial - economic activity. This work is reflected in the large number of documents that contain diverse information. Properly treated and systematized it is to some extent a guarantee of effective management.

***Key words:** information, financial - economic activity, effective management, economic efficiency.*

Согласно закону Республики Молдова «О бухгалтерском учёте» № 113-XVI от 27.04.2007 все юридические и физические лица, занимающиеся предпринимательской деятельностью, обязаны вести бухгалтерский учет и составлять финансовые отчеты в порядке, предусмотренном законом, стандартами бухгалтерского учета, планом счетов бухгалтерского учета и другими нормативными актами, утвержденными соответствующими инстанциями. Соответственно, небрежность и неточность при ведении бухгалтерского учёта могут принести немалый ущерб предприятию.

Проблемы повышения прибыльности предприятия, эффективности работы персонала, создание оптимальной структуры управления волнуют любого руководителя. Ему приходится принимать решения в условиях неопределенности и риска, что вынуждает его постоянно держать под контролем различные аспекты финансово - хозяйственной деятельности. Эта деятельность отражена в большом количестве документов, содержащих разнородную информацию. Грамотно обработанная и систематизированная, она является в определенной степени гарантией эффективного управления производством. Напротив, отсутствие достоверных данных может привести к неверному управленческому решению и, как следствие, к серьезным убыткам.

Внедрение бухгалтерских пакетов и программ позволяет автоматизировать не только бухгалтерский учет, но и навести порядок в складском учете, в снабжении и реализации продукции, товаров, отслеживать договоры, быстрее рассчитывать заработную плату, своевременно сдавать отчетность.

Из-за небрежности в бухгалтерском учете предприятие может сильно пострадать или даже потерпеть крах. Примеров тому очень много, причем часто страдают предприятия, стремящиеся работать честно. Страдают из-за небрежного ведения внутренней бухгалтерии предприятия. Страдают также из-за незнания и соответственно невыполнения последних законов и распоряжений. При ведении бухгалтерского учета вручную возможны и простейшие арифметические ошибки.

Конечно, компьютер не может заменить опытного и грамотного бухгалтера, но позволит упорядочить бухучет, увеличить количество получаемой информации, повысить оперативность бухучета, уменьшить число арифметических ошибок, оценить текущее финансовое положение предприятия и его перспективы.

Распространенным заблуждением является то, что автоматизация бухучета начинается с покупки программы и затем происходит «введение данных в программу». Для того, чтобы перевод бухгалтерии на компьютер был эффективен и дал результат, начинать необходимо с подготовки, которую условно можно разбить на пять этапов.

1 этап. Оптимизация бухучета.Современные программы по автоматизации бухучета - очень гибкие системы, они позволяют настраивать на нужды конкретного предприятия буквально все, начиная от плана счетов и кончая формами отчетности в налоговую инспекцию. Проводится анализ имеющейся на предприятии системы бухучета, а именно: применяемый план счетов и использование конкретных счетов; применяемая аналитика по различным счетам; использующиеся типовые проводки для отражения хозяйственных операций; формы и содержание первичной документации; формы учетных регистров.

2 этап. Выбор масштабов автоматизации.Под выбором масштабов автоматизации понимается то, в каком объеме будет автоматизироваться бухгалтерия и в каком порядке будут переведены на компьютер разделы бухучета. Эта проблема тем более актуальна, чем крупнее автоматизируемая организация. Когда речь идет о небольшой фирме, где бухучет ведет один-два бухгалтера, то проблема не стоит вообще, бухучет надо автоматизировать полностью и сразу весь, потому, что объем работ по автоматизации в малых организациях невелик. Но когда мы имеем дело с крупным предприятием, где бухучет ведется четырьмя и более бухгалтерами, имеется большой документооборот, много специфики и нюансов, становится понятно, что, если начинать автоматизировать все сразу, то процесс «завязнет» и результатов не будет.

3 этап. Постановка задачи. Когда определено, что будет изменяться в бухучете, какие разделы и в каком порядке будут автоматизироваться, следует четко определить, что автоматизированный бухучет будет давать на выходе. На выходе бухучет дает: первичные документы; учетные регистры для бухгалтерии; регистры и информацию для внутренних нужд предприятия (см. предыдущий этап); бухгалтерскую отчетность и расчеты по налогам и другим платежам.

Постановка задачи состоит в том, что фиксируется конкретный перечень всех документов и регистров, необходимых на предприятии, которые должен выдавать автоматизированный бухучет, требования к ним.

Если не сделать заранее четкую постановку задачи, то может получиться, что программа будет настроена таким образом, что требуемые регистры и первичные документы вообще получаться не будут (например, по причине отсутствия необходимой аналитики по счетам, которая устанавливается в самом начале автоматизации).

4 этап. Выбор программного средства. Только тогда, когда спланирована оптимизация бухучета, определен масштаб и порядок автоматизации и завершена постановка задачи, можно переходить к выбору программы. В противном же случае выяснится, что купленная заранее или по принципу «подешевле» программа просто не имеет достаточных возможностей для эффективной автоматизации предприятия и придется покупать другую программу.

Для того, чтобы среди множества программных продуктов, их версий и производителей найти оптимальный для предприятия вариант, следует понимать самое главное: просто плохих и просто хороших программ нет, значит нет и лучшей программы на все случаи жизни. Те программные продукты, которые продаются и рекламируются сейчас в Молдове - хорошие продукты, они доказали это тем, что их знают, покупают и используют на протяжение нескольких лет множество предприятий. Отличаются они друг

от друга тем, что лучше подходят для различных предприятий с учетом их величины, видов деятельности и других факторов. Таким образом, задача состоит в том, чтобы выбрать оптимально подходящий для конкретного предприятия программный продукт.

Как же это сделать? Пройдя вышеизложенные этапы подготовки к автоматизации мы уже ясно представляем себе, что нам нужно от программы, поэтому выбрать ее будет легче. Начинать нужно с принятия трех решений:

1. Малую или большую программу покупать? Все множество программ четко делится на программы для автоматизации малой бухгалтерии, где работают 1-3 человека и крупной, где задействованы 4 и более человека.

Программы для автоматизации малой бухгалтерии сравнительно проще во внедрении, однако они, как правило, не содержат автоматических функций, позволяющих вести бухгалтерию с учетом всех нюансов. На небольших предприятиях, где операций мало, такие нюансы можно вводить и вручную, а вот на больших предприятиях так не получится, поскольку операций много и ручной ввод займет так много времени, что часть бухучета придется вести вручную и автоматизация будет неэффективной. К таким малым программам относятся, например, "Инфо-бухгалтер", "1С", программа "Skat" производства СКБ "Контур".

Программы для автоматизации крупной бухгалтерии прямо противоположны по характеристикам. Они позволяют автоматически вести все возможные бухгалтерские операции, начиная от переоценки основных средств и кончая учетом себестоимости объектов капитального строительства. Однако такие программы значительно сложнее и внедрение их более трудоемко. Такие программные средства представляют собой не одну отдельную программу, а набор совместимых модулей, каждый из которых соответствует тому или иному разделу бухучета. Примерами таких программ являются "Бэст", "Парус", "RS-balance", программы СКБ "Контур" и "Бонус", систем "Галактика".

2. Под какой операционной системой будет работать программа? Подавляющее большинство широко продающихся программ имеют версии для DOS и для Windows. Однозначно можно сказать, что если оптимально подходящая программа имеет обе версии, следует выбирать Windows, поскольку это более современная операционная система. Версии программ, предназначенные для Windows всегда несколько дороже, чем для DOS, но их преимущество сторицей покрывают наценку.

3. Программа будет сетевой или нет? Это тоже простое решение. Если работать в автоматизированной бухгалтерии будут несколько работников на нескольких компьютерах, то компьютеры обязательно должны быть объединены в сеть, чтобы проводки, вводимые всеми бухгалтерами, попадали в один общий журнал. Все распространенные сейчас программы имеют сетевые версии, которые стоят немного дороже несетевых. Работа программы по автоматизации крупной бухгалтерии вообще немыслима в несетевом режиме.

5 этап. *Вопросы техники.* Технические вопросы, связанные с компьютерами не входят в бухгалтерские функции, но, тем не менее, очень важны. Само по себе слово «компьютер» ничего о компьютере не говорит. Важна мощность (производительность) компьютера, которая зависит от нескольких его переменных параметров, называемых вместе «конфигурация компьютера». Необходимая компьютера мощность, зависит от двух факторов:

1. Установленные программы. Одни программы требуют от компьютера меньше ресурсов, другие больше, Если работать под Windows, компьютер должен быть мощнее, если программа сетевая, то она потребует больше ресурсов, чем несетевая.

2. Количества операций, введенных в программу. Чем больше проводок введено, тем больше ресурсов требуется для их обработки. На крупном предприятии для работы какой-либо программы нужен более мощный компьютер, чем для работы той же программы на маленьком предприятии.

Важен еще один технический вопрос - это вопрос установки компьютерных сетей при внедрении сетевой программы. Существует большое количество различных типов сетей, отличающихся по стоимости дополнительных аппаратных и программных средств для функционирования сети. Если в сеть объединены 4-5 компьютеров, то сеть, требуемая для них, будет стоить недорого и устанавливается достаточно легко. Крупные сети требуют серьезных дополнительных затрат.

Для того, чтобы перевод бухгалтерии на компьютер был эффективен и дал результат, следует учесть следующие аспекты:

Во-первых, важно правильно выбрать время для внедрения автоматизации и оценить ее сроки. Не следует вводить в эксплуатацию программы в «горячий сезон» и в период массовых отпусков сотрудников. Если требуется доработка типовой конфигурации, то обязательно нужно выделить время на подготовку технического задания и работу программистов внедренческой фирмы. Важно проверить, все ли аспекты деятельности фирмы учтены;

Во-вторых, уделить особое внимание подготовке персонала.

Зачислить в штат или по совместительству технического специалиста, который будет отвечать и поддерживать бесперебойную работу техники, компьютерной сети, системного программного обеспечения.

Целесообразно предварительно провести обучение сотрудников работе на компьютере, новой программе и новым возможностям, которые она дает.

В-третьих, реально оценить возможности сотрудников и готовность автоматизируемых участков.

В-четвертых, необходимо организовать четкое взаимодействие всех автоматизируемых участков (складов, секций, бухгалтерии) и распределение функций по сотрудникам.

При автоматизации бухучета важно не просто перевести всю бумажную работу на компьютер. Важно, чтобы это увеличило эффективность работы бухгалтерии и улучшило контроль над финансово-хозяйственной деятельностью предприятия, что, в свою очередь, увеличит эффективность управления предприятием, и, как следствие, эффективность его работы.

Для того, чтобы эффективно провести автоматизацию, следует, в первую очередь, хорошо представлять, что же такое автоматизированный бухучет. На первый взгляд все просто и даже такая постановка вопроса кажется несколько надуманной, потому что автоматизированный бухучет - это просто ведение бухучета ведется на компьютере. Вот такое заблуждение и служит причиной большого количества неудачных попыток автоматизации.

Специализируемая литература по теории бухгалтерского учёта, финансовому, налоговому, управленческому учёту должна быть ориентирована на новые информационные технологии, использование персональных компьютеров, средств связи, регистрации и передачи информации.

Литература:

1. Арсентьева, А. Е. *1С: Предприятие в вопросах и ответах*. Омега-Л, 2008.
2. Закон о бухгалтерском учете № 113-XVI от 27.04.2007. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova.* 29.06.2007, № 90-93.
3. Крецул, А. В. *Информационные системы в бухгалтерском учете*. Кишинёв, Еврика, 2004.

CĂI DE PREFECŢIONARE A BAZEI INFORMAŢIONALE PENTRU DETERMINAREA INDICATORILOR DE EFICIENŢĂ A ENTITĂŢILOR COMERCIALE

***Popa Alina**, asist. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Under market economy, where there is a need to study the development of indigenous business commercial entities, a significant role in our opinion, it is economic efficiency analysis of entities its valuation methods currently are fairly well defined and differentiated by their general meaning and content.

Alike, as demonstrated in the literature, until now, has been given a clear definition of the business efficiency of the business entity. In a broader spectrum, the economic literature, this is the trailer that the ratio of effect or result from expenses and invested resources that characterize its performance.

***Key words:** business commercial entities, economic efficiency, business efficiency, invested resources.*

În condiţiile economie de piaţă, atunci când apare necesitatea de studiere a surselor interne de dezvoltare a activităţii economice a entităţilor comerciale, un rol semnificativ îl are analiza eficienţei activităţii economice a entităţilor, a cărei metode de evaluare, în prezent, nu sunt destul de bine determinate şi se diferenţiază după semnificaţia şi conţinutul acestora în general. Deopotrivă, după cum s-a demonstrat şi în literatura de specialitate, până în momentul de faţă, nu a fost formulată o definiţie clară a conceptului de eficienţă a activităţii economice a entităţii comerciale. Într-un spectru mai larg, în literatura economică, aceasta este tractată ca raportul dintre efect sau rezultatul obţinut faţă de cheltuielile suportate şi resursele investite, care caracterizează realizarea acestuia.

Din definiţie rezultă că din elementele de bază a oricărei metode de calcul a eficienţei, inclusiv eficienţa activităţii economice a întreprinderii, fac parte, în primul rând, indicii care caracterizează rezultatul sau efectul activităţii evaluate sau a procesului (ca indici comparativi – indice al calculului eficienţei), precum şi indicii care se referă la rezultatul sau efectul scontat (ca bază de comparaţie – indice al calculului eficienţei).

Dar, în ceea ce priveşte conţinutul atât al indicilor comparativi, cât şi a indicilor bazei de comparaţie, oamenii de ştiinţă care se ocupă cu problemele de analiză a eficienţei nu au ajuns la un consens. Studierea diferitor puncte de vedere referitor la calculul acesteia a permis stabilirea a două abordări fundamentale de evaluare a eficienţei activităţii economice a întreprinderii. Le vom considera ca abordare potenţială (de resurse) şi abordare de cost (Figura 1).

Abordările principale de evaluare a eficienţei activităţii economice a întreprinderii	
Abordarea potenţială (de resurse)	**Abordarea de cost**
Componentele de calcul:	
Indicatorul comparativ (numărător):	
Venitul din vînzări	Venitul din vînzări
Baza de comparaţie (numitor):	
Resursele neutilizabile	Resursele utilizabile (cheltuieli)

Figura 1. Componentele calculului eficienţei activităţii economice a entităţii conform abordărilor de bază

Studierea abordărilor de evaluare a eficienţei activităţii entităţii comerciale, menţionate în Figura 1, a demonstrat că atât abordarea potenţială, cât şi cea de cost sunt identice în ceea ce priveşte indicii comparaţi. În ambele cazuri, drept indici comparativi este considerat venitul din vînzări. Aceştia se deosebesc unul de celălalt doar prin bazele de comparaţie. În ceea ce priveşte abordarea potenţială, în calcul se iau resursele neutilizate, iar în cazul abordării de cost – resursele utilizabile. Pentru evaluarea curentă a eficienţei activităţii economice a entităţii este necesar a se lua în calcul anume abordarea de cost, care, luată ca bază comparativă, ia în calcul acele cheltuieli care reprezintă doar resursele utilizabile. Deoarece, anume acestea demonstrează caracteristica factologică a cantităţii de resurse folosite, atribuite cheltuielilor, ceea ce permite, în cazul dat, să vorbim de o eficienţă reală a activităţii entităţii comerciale. Cât priveşte indicii, care includ în baza comparativă resursele neutilizabile, atunci aceştia, în contextul caracteristicii eficienţei factologice (reală) activităţii economice a entităţii comerciale nu au practic nici o conexiune şi pot fi luaţi în consideraţie doar la calcularea eficienţei prognozate (viitoare), de exemplu: caracterizează eficienţa potenţială, care este stabilită doar pentru evaluarea atracţiei investiţionale.

Privitor la caracteristicile calitative ale indicatorilor, aplicaţi în analiza eficienţei activităţii economice a întreprinderii şi descrişi în literatura de specialitate, abordarea pe cost, cât şi cea potenţială pot fi stabilite, la modul figurat, drept elemente de bază ale abordării economice. Ca indicatori ai eficienţei economice bazată pe cost pot fi incluşi: cheltuielile materiale, amortizarea, cheltuielile privind energia electrică şi termică şi alţi indicatori similari; iar în ceea ce priveşte indicatorii abordării potenţiale – rentabilitatea capitalului propriu, productivitatea muncii, randamentul resurselor materiale şi a mijloacelor fixe etc.

Cu toate că abordarea pe cost ai analizei eficienţei activităţii entităţii comerciale de asemenea permite determinarea cantităţii, evaluează tendinţa de utilizare a resurselor, aceasta nu evidenţiază cea mai importantă componentă ai eficienţei activităţii entităţii comerciale, cum ar fi profitul net al acesteia. Din aceste considerente, la formarea sistemului de indicatori ce caracterizează abordarea economică a eficienţei activităţii economice a întreprinderii, important este ca cel mai mult să ne orientăm spre indicele profitului net, care, conform calculului acesteia, constituie un indice comparativ, ce este raportat la active sau la capitalul propriu, sau la profitul obţinut din activitatea de bază a entităţii (ca bază comparativă), şi caracterizează rentabilitatea entităţii comerciale, care presupune calculul următorilor indicatori, cum ar fi: rentabilitatea activelor, rentabilitatea activelor investite, rentabilitatea capitalului propriu, rentabilitatea vânzărilor etc.

Respectiv, putem concluziona că abordarea economică a analizei eficienţei activităţii entităţii comerciale oferă posibilitatea de a determina tendinţele eficienţei resurselor utilizate şi de a crea o caracteristică calitativă a acesteia, prin intermediul determinării evaluării cantitative a factorilor care influenţează asupra ei. Din această cauză, abordarea economică a evaluării eficienţei entităţii comerciale în mare parte este orientată spre caracteristica cantitativă a acesteia. În acelaşi timp, în economia de piaţă, pentru analiza eficienţei, important este necesar de a lua în calcul şi sursele de finanţare a activelor. De aceea, în sistemul indicatorilor care caracterizează eficienţa activităţii entităţilor comerciale, de rând cu indicii ce determină aşa-numită abordare economică, trebuie să fie incluşi şi indicii financiari care caracterizează starea financiară a întreprinderii şi includ: coeficientul stabilităţii financiare, coeficientul lichidităţilor curente, efectul pârghiei financiare etc. Aplicarea unor astfel de indici vorbeşte despre faptul că, la studierea eficienţei activităţii economice a întreprinderii apare necesitatea de implementare nu doar a abordării economice, dar şi a celei financiare, care permite determinarea calităţii resurselor utilizate.

Indicatorii economici şi financiari tradiţionali sus-menţionaţi a evaluării eficienţei activităţii entităţilor comerciale, grupaţi în secţiunea abordărilor propuse de autor, sunt prezentaţi în Figura 2.

Indicatorii economici şi financiari ai evaluării eficienţei activităţii entităţilor comerciale				
Abordarea economică		**Abordarea financiară**		
Abordarea bazată pe cost	Abordarea conform profitabilităţii nete			
Indicatorul comparativ (numărător)				
Venitul din vînzări	Profitul net	Capitalul propriu şi datoriile pe termen lung	Activele curente	Capitalul împrumutat
Baza de comparaţie (numitor)				
Resursele utilizabile (cheltuieli)	Activele sau capitalul propriu, sau profitul din activitatea operaţională	Valuta bilanţului	Datoriile termen scurt	Capitalul propriu
Indicii evaluării eficienţei activităţii economice a întreprinderii				
Cheltuieli materiale Cheltuieli salariale Cheltuieli privind amortizarea Alte cheltuieli operaţionale	**Rentabilitatea activelor** **Rentabilitatea activelor curente** **Rentabilitatea capitalului propriu** **Rentabilitatea vânzărilor**	**Coeficientul stabilităţii financiare**	**Coeficientul lichidităţilor existente**	**Punctul de sprijin al pârghiei financiare la calcularea efectului pârghiei financiare**

Figura 2. Indicatorii economici şi financiari ai analizei eficienţei activităţii entităţilor comerciale

Analizînd datele prezentate în Figura 2, observăm că fiecare din abordările recomandate pentru evaluarea eficienţei entităţilor comerciale se realizează sub aspectul unor indicatori analitici concreţi, care, în agregat, reprezintă o metodologie complexă a analizei eficienţei activităţii economice a întreprinderii. O astfel de metodologie este acceptabilă, practic, de toate întreprinderile din orice ramură, inclusiv de entităţile comerciale.

Dar, credibilitatea şi realitatea acesteia depind în mare parte de calitatea bazei informativ-analitică, care în prezent este reprezentată prin datelele reflectate în bilanţul financiar de bază al entităţii şi anume în bilanţul contabil, raportul de profit şi pierderi şi anexele acestora.

Este evident că niciuna din formele actuale de raportare financiară nu include vreun compartiment special, formular de raportare separat, dedicat evaluării eficienţei activităţii economice a întreprinderii. Cu toate acestea, un astfel de compartiment este important nu doar pentru utilizatorii externi: investitori, creditori, companii de creditare şi financiare, ci, în primul rând, pentru utilizatorii interni cu scopul de a recepţiona deciziile administraţiei. Lipsa informaţiei

analitice necesare pentru evaluarea eficienţei activităţii economice a entităţii comerciale atât pentru raportarea internă, cât şi pentru cea externă, reflectă insuficienţa de transparenţă a formelor actuale de raportare financiară care, la rândul lor, diminuează calităţile acesteia, cum ar fi utilitatea şi operativitatea.

Ba mai mult, deşi raportarea financiară modernă este reglementată prin actele legislative naţionale, aceasta se apropie, după formă şi conţinut, de standardele internaţionale de raportare, dar aceasta mai include şi un şir de lacune care îngreunează evaluarea eficienţei activităţii economice a întreprinderii, care asigură evaluarea complexă a eficienţei activităţii economice a entităţii comerciale. Astfel, formele existente al rapoartelor financiare conţin articole complexe însă pentru analiza eficienţei entităţilor comerciale sunt necesare datele analitice pentru calcularea indicatorilor economici. Anume acest fapt diminuează calitatea informaţiei incluse în rapoartele financiare.

În scopul efectuării analizei informative a bazei de evaluare a eficienţei activităţii economice a întreprinderii, vom analiza mai detaliat componentele principale ale calculului acesteia. Reamintim că am stabilit indicii economici şi financiari necesari pentru evaluarea eficienţei activităţii entităţilor comerciale. După cum s-a demonstrat la examinarea abordării pe cost, pentru evaluarea eficienţei activităţii economice a întreprinderii, tradiţional, în calculul acesteia este inclus venitul din vânzări, reflectat în raportul de profit şi pierderi. Dar, în vederea analizării eficienţei activităţii economice a întreprinderii indicele venitului, indicat în raportul de profit şi pierderi, nu este exact, deoarece acesta indică atât venitul plătit de cumpărător, cât şi venitul „pentru marfa descărcată (producţie etc.)”, venitul viitor încă neachitat de cumpărător şi clienţi. Această practică de formare a venitului din vânzări rezultă din cerinţele de întocmire a rapoartelor financiare conform actelor normative şi legislative, care presupun stabilirea venitului conform principiului contabilităţii de angajamente. Aceasta diminuează calitatea acestui indicator şi anume nu permite examinarea valorii reale ale acestuia, deoarece există probabilitatea de netransferare a mijloacelor băneşti. Dar, din cauza că plăţile pentru venitul din vânzări sunt stipulate în contract, venitul din vânzări primit la conturile curente, menţionat în raportul de profit şi pierderi, poate fi determinat ca venit nominal din vânzări. Iar pentru evaluarea reală a eficienţei activităţii economice a entităţilor comerciale sub aspectul indicilor economici, este mult mai corect de a calcula venitul din vânzări în momentul recepţionării de facto a mijloacelor băneşti de la cumpărători (clienţi) pentru produsele (producţia) vândute, lucrările efectuate sau serviciile prestate pentru perioada facturată, de exemplu: calcularea venitului real din vânzări.

În afară de aceasta, pentru determinarea venitului real din vânzări este logic de inclus şi avansurile primite la sfârşitul perioadei de raportare de la cumpărători pentru livrările de produse, mărfuri, lucrări, servicii, deoarece acestea sunt mijloace financiare „vii”, reale în contul livrărilor de produse (lucrări, servicii) ulterioare.

Introducerea în raportul de profit şi pierderi a venitului din vânzări cu plată directă şi a avansurile primite, nu doar va permite sporirea analitică a evaluării eficienţei activităţii economice, dar şi crearea condiţiilor pentru creşterea nivelului decizional al administraţiei. Varianta presupusă de formare a venitului real din vânzări este prezentată în Figura 3, sub forma unei formule după cum urmează:

Venitul real din vânzări	=	Venitul din vânzări - obţinut în perioada de facturare	+ Avansuri primite de la cumpărători şi clienţi la sfârşitul perioadei de facturare

Figura 3. Algoritmul de formare a venitului real al activităţii operaţionale, recomandate pentru calculul indicilor economici pentru analiza eficienţei activităţii economice a entităţii comerciale

Să analizăm baza de date a fiecărui element utilizat pentru calculul menţionat în Figura 3. Venitul din vânzări obţinut în perioada de facturare, dar şi avansurile primite pot fi determinate doar cu ajutorul datelor indicate în contabilitatea financiară în „Raportul privind fluxul mijloacelor băneşti" (forma nr. 4), unde sunt evidenţiate mijloacele primite de la cumpărători (clienţi). Această informaţie nu se întâlneşte în nici o altă formă de evidenţă financiară (contabilă). Dar, după cum demonstrează practica, nu toate întreprinderile întocmesc, conform legislaţiei în vigoare, raportul privind fluxul mijloacelor băneşti. Aceasta se referă, în primul rând, la întreprinderile micului bussines, care întocmesc doar bilanţul contabil şi raportul de profit şi pierderi. De aceea, informaţia referitor la venitul real obţinut din vânzări, inclusiv avansurile primite, logic ar trebui să fie prevăzută pentru toţi utilizatorii şi, în primul rând, în raportul de profit şi pierderi, unde este necesar de a indica cu linie „de trimitere" separată.

Tabelul 1

Calculul venitului din vânzări al indicatorului eficienţei activităţii economice a întreprinderii, prezentat în baza metodologiei tradiţionale şi propuse conform studiului entităţilor comerciale pentru anul 2012

Denumirea întreprinderii	2012				2012			
	Venitul din tipurile obişnuite de activitate, mii lei		Modificarea		Indicatorul eficienţei activităţii economice a întreprinderii		Modificare	
	calculul tradiţional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %	calculul tradiţional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %
SRL „X"	438,97	533,84	+94,87	+21,6	0,40	0,82	+0,42	+105,0
SRL„Y"	775,11	854,74	+79,63	+10,7	4,45	5,22	+0,77	+17,3
SRL „Z"	450,33	501,02	+50,69	+11,3	1,14	1,31	+0,17	+14,9
SA „D"	501,75	626,73	+124,98	+24,9	0,71	0,89	+0,18	+25,4
SA „E"	558,84	1702,55	+1143,71	+204,7	4,35	8,53	+4,18	+96,1

Analiza modificării venitului din activitatea operaţională a entităţilor comerciale pentru anul 2012, calculat conform metodologiilor tradiţională şi propusă, a permis stabilirea următoarelor concluzii. Venitul din activitatea operaţională, calculat conform metodologiei propuse, a crescut în comparaţie cu datele raportate. O modificare semnificativă a venitului din activitatea operaţională de 1143,71 mii lei, ceea ce a constituit 204,7%, s-a observat în 2012 la SA „E", fapt care, în primul rând, este legat de specificul vânzării bunurilor economice şi condiţiile de plată stabilite în contracte.

O situaţie similară se observă şi la celelalte întreprinderi ce practică activitatea comercială. Prin urmare, s-a modificat şi indicele calculat al eficienţei activităţii economice a întreprinderii în conformitate cu metodologia stabilită în comparaţie cu cea tradiţională. Calculul conform metodologiei stabilite a indicelui eficienţei activităţii economice a entităţilor comerciale a dus la creşterea acestuia şi anume o schimbare importantă observându-se la SRL „X" (de 105,0%) şi la SA „E" (de 96,1%). Aceasta depinde, în primul rând, de volumul corectat al venitului din activitatea operaţională, care este mult mai mare decât venitul din activitatea operaţională calculat conform metodologiei tradiţionale.

După cum a fost anterior demonstrat, pentru analiza eficienţei activităţii economice a întreprinderii, un loc aparte îl ocupă profitul net ca indice comparativ, la analiza abordării economice a profitabilităţii nete, exactităţii şi credibilităţii, care la fel, în mare parte, depind de calitatea bazei informative.

Să analizăm modul de formare a indicelui de profit net. În mod tradiţional, acesta este calculat după corectarea indicelui „profitul până la impozitare" pentru sumele stabilite pentru active şi a obligaţiunilor de impozitare şi a excluderii din acesta a impozitului pe profit şi alte plăţi de taxe analogice (Figura 4).

<table>
<tr><td>Venituri din vînzări
-</td><td>Costul vînzărilor+</td><td>Alte venituri operaţionale+</td><td>Veniturile din activitatea neoperaţională
-</td><td>Cheltuielile activităţii neoperaţionale
+</td><td>Active amînate privind impozitul pe venit
-</td><td>Datorii amînate privind impozitul pe venit
-</td><td>Impozitul pe profit</td></tr>
<tr><td colspan="3">Profit brut</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td colspan="5">Profitul supus impozitării</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td colspan="4">Profit net</td></tr>
</table>

Figura 4. Modul curent de formare a profitului net al perioadei de gestiune

Indicele de profit net, prezentat în Figura 4, poate fi determinat fie ca profit condiţionat (nedistribuit) pentru perioada de gestiune, deoarece acesta urmează a fi repartizat conform normelor obligatorii (crearea fondului de rezervă, etc.) sau conform normelor logicii economice (plata dividendelor şi altele). În afară de aceasta, la data întocmirii raportului de profit şi pierderi, întreprinderea poate deţine profituri din anii precedenţi. Prin urmare nu ar fi fost destul de corect ca acest indice să fie luat în calcul pentru analiza eficienţei activităţii economice a întreprinderii.

Am dori să atragem atenţia asupra faptului că mulţi autori numesc profitul nerepartizat de bilanţ drept profit net, de exemplu: la fel ca şi profitul indicat în raportul de profit şi pierderi, dar, la momentul de faţă, acesta nu are o definiţie comună. De remarcat că profitul nedistribuit de bilanţ, ca element fundamental al capitalului propriu, mult mai exact exprimă opinia de profit net decât profitul net care este prezentat în raportul de profit şi pierderi. Şi, chiar dacă lipseşte profitul nerepartizat din anii precedenţi, indicele profitului nerepartizat de bilanţ este mult mai real decât profitul net al perioadei de gestiune, prezentat în raportul de profit şi pierderi, deoarece din acesta este exclusă nu doar suma impozitului pe venit, dar şi sumele dividendelor transferate în capitalul de rezervă, sumele direcţionate spre acoperirea pierderilor şi în alte scopuri conform deciziei adunării reprezentanţilor întreprinderii.

Astfel, în scopul analizei eficienţei activităţii economice a întreprinderii, după părerea noastră, mult mai corect ar fi ca la calcularea acesteia să se ia profitul nerepartizat (net) de bilanţ ca indice comparativ, coraportat la o bază concretă de calcul.

Calculul profitului net şi a indicelui eficienţei activităţii entităţii comerciale, efectuate în conformitate cu raportul de profit şi pierderi (conform metodologiei tradiţionale) şi cel de bilanţ (conform metodologiei propuse) în baza exemplului entităţilor comerciale pentru anul 2012, este prezentat în tabelul 2.

Tabelul 2. **Calculul profitului net şi a indicelui eficienţei activităţii economice a entităţii, efectuate în baza metodologiei tradiţionale şi propuse în baza studiului entităţilor comerciale pentru anul 2012**

Denumirea întreprinderii	2012				2012			
	Profitul net, mii lei		Modificare		Indicatorul eficienţei activităţii economice a întreprinderii		Modificare	
	calculul tradiţional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %	calculul tradiţional	calculul corectat	absolută, mii lei	relativă, %
SRL „X”	3,85	35,5	+31,65	+822,1	0,004	0,03	+0,026	+650,0
SRL„Y”	37,53	137,38	+99,85	+266,1	0,22	0,79	+0,57	+259,1
SRL „Z”	16,37	80,84	+64,47	+393,8	0,04	0,20	+0,16	+400,0
SA „D”	27,21	135,85	+108,64	+399,3	0,04	0,19	+0,31	+375,0
SA „E”	57,81	203,79	+145,98	+252,5	0,45	0,97	+0,52	+115,6

Analiza efectuată a modificării profitului net şi a indicelui eficienţei activităţii economice a entităţilor comerciale pentru anul 2012, calculate conform metodologiei tradiţionale şi stabilite, au dus la următorul rezultat: profitul net şi indicele de eficienţă a activităţii economice, calculate în conformitate cu metodologia stabilită, au crescut în comparaţie cu informaţia prezentată pentru toate întreprinderile.

Studierea ordinii de formare a profitului nerepartizat de bilanţ a arătat că şi aceasta are unele lacune, deoarece profitul nerepartizat este folosit ca asigurare financiară pentru dezvoltarea industrială a organizaţiilor şi a altor întreprinderi analogice la acumularea (crearea) unei noi proprietăţi.

De aici putem concluziona că pentru a obţine o informaţie reală a indicelui de profit net nedistribuit este important de a organiza calculul operativ al controlului său curent la compartimentul utilizare internă anuală sau distribuire a profitului net în vederea achiziţionării şi creării unei noi proprietăţi. Însă, posibilităţile de corectare a profitului net conform datelor acestui tip de calcul sunt destinate doar utilizatorilor interni, pe care aceştia le utilizează pentru a lua decizii administrative de rigoare, dar, pentru utilizatorii externi, această informaţie va fi practic inaccesibilă, deoarece aceasta nu este inclusă în sistemul rapoartelor financiare.

Influenţa negativă asupra bazei informaţionale a analizei eficienţei activităţii economice a întreprinderii, o are introducerea în formele financiare naţionale de bază a indicatorilor folosiţi în scopul impozitării. Aceasta se referă la indicatorii care reflectă obligaţiile de impozitare amânate şi activele de impozitare amânate. Introducerea acestora au o influenţă negativă, în primul rând, asupra realităţii indicelor folosiţi în cadrul abordării economice (referitor la profitabilitate netă), dar şi în abordarea financiară. La aceştia pot fi atribuiţi indicii care fac o caracterizare economică a capitalului împrumutat pe termen lung şi activelor pe termen lung. Astfel, introducerea în capitolul IV a pasivului bilanţului indicelui „datorii amînate privind impozitul pe venit” datorită caracterului lor economic este un articol de corectare. Ba mai mult, conform standardelor internaţionale de raportare financiară o astfel de datorie nu este inclusă în componenţa obligaţiilor financiare, deci influenţă directă asupra evaluării situaţiei financiare a entităţii comerciale şi a eficienţei acesteia nu are. Din această cauză pentru evaluarea eficienţei activităţii economice a entităţii comerciale ca datoriile pe termen lung să fie corectate în favoarea obligaţiilor fiscale amânate, care trebuie împărţite în cele pe termen lung şi pe termen scurt şi, respectiv, să fie efectuate în scopuri de corectare a datoriilor pe termen scurt.

Acelaşi lucru se referă şi la activele pe termen lung (compartimentul I al bilanţului contabil), în componenţa cărora este inclus indicele activelor fiscale amânate, care duce la micşorarea impozitului pe venit, supus plăţii la buget în continuarea perioadei de raportare sau în perioadele următoare de raportare. Din punct de vedere economic, indicele raportat la activele (proprietatea) întreprinderii, practic, nu are nici o conexiune. Dar, suma acestuia măreşte suma activelor pe termen lung şi, astfel, influenţează negativ asupra realităţii bazei informaţionale pentru evaluarea tuturor indicilor, inclusiv a eficienţei activităţii economice a întreprinderii.

Pentru înlăturarea lacunei menţionate în ceea ce priveşte eficienţa activităţii economice a întreprinderii din componenţa activelor pe termen lung luate în calcul ar trebui exclusă suma activelor fiscale amânate. O astfel de corectare va permite mult mai real de calculat mărimea indicilor de evaluare a eficienţei activităţii economice a întreprinderii, de exemplu a acelor indici care se formează din contul activelor pe termen lung (rentabilitatea activelor) şi a capitalului împrumutat (coeficientul de lichiditate curentă, punctul de sprijin financiar al pârghiei la calcularea efectului pârghiei financiare).

Astfel, recomandările de perfecţionare a bazei informaţionale a analizei eficienţei activităţii economice a întreprinderii permit:

- îmbunătăţirea calităţii bazei informaţionale necesare pentru evaluarea eficienţei activităţii economice a întreprinderii;
- satisfacerea cererii diferitor utilizatori de informaţie cu anumite detalieri;
- luarea în calcul a standardelor naţionale şi internaţionale de raportare financiară;
- experienţa acumulată la reflectarea indicatorilor necesari pentru evaluarea eficienţei activităţii economice a întreprinderii.

Bibliografie:

1. Işfănescu, A., Stănescu, C., Băcuşi, A. *Analiza economico-financiară*. Bucureşti: Editura Economică, 2004.
2. Nederiţa, A, Recomandări practice privind întocmirea notei explicative la raportul financiar anual. *Contabilitate şi audit*. 2012, nr.2, p. 56-57.
3. Needles, B., Anderson, H., Caldwell, I. *Principiile de bază ale contabilităţii*. Chişinău: ARC, 2000.
4. Tabără, N., Horomnea, E., Toma, C. *Analiza contabil-financiară*. Iaşi: TIPO Moldova, 2008.
5. Бернстайн, Л.А. *Анализ финансовой отчетности*. М.: Финансы и статистика, 2009.
6. Савицкая, Г.В. *Анализ хозяйственной деятельности предприятия*. Минск: Новое знание, 2010

ASPECTE APLICATIVE ALE ANALIZEI REDUCERII CAPITALULUI SOCIAL AL SOCIETĂŢII PE ACŢIUNI

***Chirilov Nelea**, lect. sup.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

This paper is dedicated to the applicative aspects of analysis of a joint stock company's social capital reduction. There are studied problems related to analysis of the degree of withdrawal of placed shares and the reduction of social capital composed of shares without nominal or fixed value, in case when social capital's reduction occurs through the cancellation of treasury shares. Mentioned aspects are investigated based on real examples of domestic stock companies.

***Key words:** joint stock, social capital, economic efficiency, reduction.*

Particularităţile analizei diminuării capitalului social al societăţii pe acţiuni rezultă preponderent din legislaţia autohtonă, care reglementează formarea şi modificarea acestuia. În practica economică apare necesitatea investigării mai minuţioase a aspectelor aplicative ale analizei reducerii capitalului propriu al emitentului acţiunilor în scopul fundamentării unor decizii economice adecvate.

Deosebit de importantă pentru societăţile pe acţiuni este analiza capitalului social în cazul diminuării acestuia prin anularea acţiunilor de tezaur. În acest context, la analiza formării şi modificării capitalului societăţii pe acţiuni trebuie de stabilit gradul de retragere a acţiunilor plasate, concomitent ţinându-se cont de structura capitalului social sub aspectul claselor de acţiuni.

În continuare vom examina şi descrie metodica analizei respective în baza datelor emitentului „Nufărul" S.A.

Exemplul 1. Emitentul „Nufărul" S.A. la 1 ianuarie 2011 în Registrul de stat al valorilor mobiliare avea înregistrate 279939 acţiuni ordinare şi 56800 acţiuni preferenţiale. La data de 29 septembrie 2011 în Registrul de stat al valorilor mobiliare a fost înregistrată reducerea capitalului social prin anularea a 200923 acţiuni ordinare de tezaur şi 56800 acţiuni preferenţiale de tezaur.

În scopul aprecierii evoluţiei valorilor mobiliare şi structurii capitalului social sub aspectul claselor de acţiuni propunem următorul tabel analitic.

Tabelul 1. Aprecierea evoluţiei valorilor mobiliare şi structurii capitalului social al emitentului „Nufărul" S.A. sub aspectul claselor de acţiuni în anul 2011

Clase de acţiuni	Numărul valorilor mobiliare, unităţi			Valoarea nominală a valorilor mobiliare, lei	Capitalul social			
	în circulaţie la 01.01.2011	acţiuni de tezaur anulate la 29.09.2011	în circulaţie la 31.12.2011		la 01 ianuarie 2011		la 31 decembrie 2011	
					Suma, lei	Cota, %	Suma, lei	Cota, %
1	**2**	**3**	**4=2-3**	**5**	**6=2×5**	**7**	**8=4×5**	**9**
Acţiuni ordinare	279939	200923	79016	10	2799390	83,13	790160	100
Acţiuni preferenţiale	56800	56800	-	10	568000	16,87	-	-
Total	**x**	**x**	**x**	**x**	**3367390**	**100**	**790160**	**100**

***Sursa:** elaborat de autor în baza generalizării datelor din **hotărârea Comisiei Naţionale a Pieţei Financiare** Nr. 47/5 din 29.09.2011 **cu privire la înregistrări în** Registrul de stat al valorilor mobiliare şi raportul anual al emitentului „Nufărul"S.A. pentru anul 2011*

Din datele prezentate în tabelul 1 se observă că pe parcursul anului 2011 au survenit modificări în structura capitalului social al emitentului „Nufărul" S.A. sub aspectul claselor de acţiuni. La începutul anului 2011 valoarea acţiunilor preferenţiale a constituit cota de 16,87% din valoarea totală a capitalului social. Aceasta ne permite să observăm că, în fond, se respectă prevederile art. 14 alin. (8) al Legii privind societăţile pe acţiuni, conform căruia „cota-parte de acţiuni preferenţiale nu poate depăşi 25% din capitalul social al societăţii" [1].

În luna septembrie 2011 a avut loc reducerea capitalului social cu 2577230 lei prin anularea a 200923 acţiuni ordinare de tezaur şi 56800 acţiuni preferenţiale de tezaur. De menţionat că la data înregistrării reducerii capitalului social în Registrul de stat al valorilor mobiliare, la emitentul „Nufărul" S.A. cota acţiunilor de tezaur în capitalul social alcătuia 76,53% ((200923 acţiuni $\times$ 10 lei + 56800 acţiuni $\times$ 10 lei) $\div$ 3367390 $\times$ 100). În acest context, devine importantă aprecierea gradului de retragere a acţiunilor plasate, pentru că potrivit art. 13 alin. (6) al Legii privind societăţile pe acţiuni, „valoarea nominală (fixată) a acţiunilor de tezaur de o singură clasă sau de mai multe clase nu poate depăşi 10% din capitalul social al societăţii" [1]. Datele emitentului „Nufărul" S.A. reclamă faptul că au fost încălcate cerinţele legislative menţionate.

În această situaţie urmează de respectat prevederile art. 13 alin. (8) al legii nominalizate, şi anume „în caz de încălcare a cerinţei alin. (6), societatea va înstrăina acţiunile de tezaur în cel mult un an de la data încălcării cerinţei menţionate. Acţiunile care nu au fost înstrăinate în acest termen vor fi anulate, societatea fiind obligată să reducă corespunzător capitalul său social" [1].

Analiza dată trebuie aplicată în calitate de procedură analitică pentru a lua în considerare legile şi reglementările într-un audit al situaţiilor financiare. Auditorul trebuie să verifice la timp două aspecte importante: *aspectul cantitativ,* ce ţine de respectarea prevederilor art. 13 alin. (6) al Legii privind societăţile pe acţiuni şi *aspectul temporal* ce vădeşte de respectarea cerinţelor art. 13 alin. (8) al legii nominalizate [1].

În cazul când capitalul social al emitentului este format din acţiuni a căror valoare nominală sau fixată nu a fost stabilită, deosebit de importantă devine analiza modificării capitalului emitentului când are loc reducerea capitalului social prin anularea acţiunilor de tezaur şi/sau mărirea capitalului social prin plasarea de acţiuni ale emisiunii suplimentare. Problema constă în faptul că pot apărea unele divergenţe la aplicarea cerinţelor legislaţiei, care stabileşte unele restricţii privind cota acţiunilor de tezaur şi costul minim al acţiunilor plasate suplimentar.

În continuare, în baza altui exemplu, vom analiza modificarea capitalului social format din acţiuni fără valoare nominală sau fixată în cazul când are loc reducerea capitalului social prin anularea acţiunilor de tezaur şi mărirea capitalului social prin plasarea de acţiuni ale emisiunii suplimentare. În acest scop vom apela la datele emitentului „JLC- Invest" S.A. pentru anii 2008 – 2012.

Exemplul 2. Emitentul „JLC-Invest" S.A. a plasat acţiuni a căror valoare nominală sau fixată nu a fost stabilită. Capitalul social al societăţii la data de 01.01.2009 este egal cu valoarea sumară a aporturilor depuse în contul plăţii acţiunilor – 45000000 lei, format din 62021773 acţiuni ordinare fără valoare nominala. La data de 14.08.2009, Consiliul de administraţie a Comisiei Naţionale a Pieţei Financiare aproba decizia cu privire la reducerea capitalului social al societăţii „JLC-Invest" S.A. prin anularea a 3783106 acţiuni de tezaur. Capitalul social al societăţii pe acţiuni, după reducere, va constitui 42255160 lei divizat in 58238667 acţiuni ordinare nominative de clasa I fără valoare nominala. La 18.05.2012 în Registrul de stat al valorilor mobiliare a înregistrat rezultatele emisiunii suplimentare de acţiuni în sumă de 3600000 lei în număr de 4961753 acţiuni ordinare nominative fără valoare nominală din contul mijloacelor băneşti.

Pentru analiza evoluţiei valorilor mobiliare şi mărimii capitalului social al emitentului „JLC-Invest" S.A. în anii 2008 – 2012 propunem următorul tabel analitic.

Tabelul 2. Analiza mărimii şi evoluţiei capitalului social al emitentului „JLC-INVEST" S.A. în anii 2008 – 2012

Perioada	Numărul acţiuni ordinare fără valoare nominala, unităţi				Capital social, lei	Valoarea medie a unei acţiuni ordinare, lei
	la începutul anului	acţiuni de tezaur anulate	plasate în emisiuni suplimentare	la sfârşitul anului		
1	**2**	**3**	**4**	**5=2-3+4**	**6**	**7=6÷5**
Anul 2008	62021773	-	-	62021773	45000000	0,726
Anul 2009	62021773	3783106	-	58238667	42255160	0,726
Anul 2010	58238667	-	-	58238667	42255160	0,726
Anul 2011	58238667	-	-	58238667	42255160	0,726
Anul 2012	58238667	-	4961753	63200420	45855160	0,726

Sursa: elaborat de autor în baza generalizării datelor din comunicatul informativ al Şedinţei Consiliului de Administraţie al Comisiei Naţionale a Pieţei Financiare din 14 august 2009, hotărârea Nr. 21/5 din 18.05.2012 cu privire la înregistrări în Registrul de stat al valorilor mobiliare şi rapoartele anuale al emitentului „JLC-Invest" S.A. pentru anii 2008-2012

Conform informaţiei prezentate în tabelul 2, capitalul social al emitentului „JLC- Invest" S.A. în anii 2008 – 2012 a fost format exclusiv din acţiuni ordinare fără valoare nominală sau fixată. Informaţia din tabel demonstrează că mărimea capitalului social, înregistrată în bilanţ în anii 2008 – 2012, depăşea cu mult mărimea minimă stabilită de legislaţie (20000 lei), ceea ce indică suficienţa capitalului social al emitentului „JLC- Invest" S.A. în comparaţie cu prevederile art. 40 alin. (2) al Legii privind societăţile pe acţiuni [1].

De menţionat că o problemă importantă, care apare în cazul plasării acţiunilor fără valoare nominală sau fixată, constă în aprecierea respectării cerinţelor legale privind gradul de retragere a acţiunilor plasate fără valoare stabilită. În acest context, art. 13 alin. (6) al Legii privind societăţile pe acţiuni [1] nu stabileşte restricţia privind cota acţiunilor de tezaur pentru emitenţii care au plasat acţiuni fără valoare nominală sau fixată. În cazul când societatea pe acţiuni plasează acţiuni fără valoare stabilită, pentru evaluarea gradului de retragere a acţiunilor plasate, trebuie să se utilizeze *valoarea medie a unei acţiuni ordinare*. De menţionat că valoarea medie a unei acţiuni ordinare se va determina ca raportul dintre valoarea capitalului social şi numărul acţiunilor ordinare în circulaţie la data concretă.

Întrucât acţiunile ordinare ale emitentului „JLC- Invest" S.A. sunt fără valoare nominala, în tabelul 2 a fost calculată valoarea medie a unei acţiuni ordinare în circulaţie la sfârşitul fiecărei perioade analizate.

În baza datelor din acest exemplu, cota-parte a acţiunilor de tezaur din capitalul social alcătuieşte 6,10% (3783106 acţiuni × 0,726 lei ÷ 45000000 lei × 100), ceea ce indică respectarea cerinţelor legale privind gradul de retragere a acţiunilor plasate la data de 01.01.09.

În aceeaşi ordine de idei, conţinutul art. 13 alin. (6) al Legii privind societăţile pe acţiuni [1], trebuie modificat astfel încât să fie stabilite restricţii privind gradul de retragere a acţiunilor plasate şi pentru capitalul social format din acţiuni plasate fără valoare nominală sau fixată.

Este important de remarcat că actualmente legea nominalizată nu conţine cerinţe cu privire la costul minim al acţiunilor plasate suplimentar fără valoare nominală sau fixată. Prin urmare, o problemă importantă, care apare în cazul plasării acţiunilor din emisiunea suplimentară, constă în aprecierea respectării cerinţelor legale privind preţul minim al acţiunilor. În conformitate cu prevederile art. 44 alin. (3) al Legii privind societăţile pe acţiuni: „costul plasării acţiunilor de aceeaşi clasă va fi nu mai mic decît valoarea nominală sau valoarea fixată a acestora" [1]. În cazul când societatea pe acţiuni plasează acţiuni suplimentare fără valoare nominală sau fixată, costul plasării acţiunilor trebuie să fie nu mai mic decât valoarea medie a unei acţiuni plasate până la emisiunea suplimentară de acţiuni.

În cazul emitentului „JLC-Invest" S.A. la 18.05.2012 s-a efectuat emisiunea suplimentară de 4961753 acţiuni ordinare nominative fără valoare nominală din contul mijloacelor băneşti. Valoarea medie a unei acţiuni în circulaţie până la emisiunea suplimentară de acţiuni constituia 0,726 lei. Emitentul „JLC-Invest" S.A. a plasat acţiuni suplimentare la acest preţ, prin urmare capitalul social s-a majorat cu 3 600 000 lei (4961753 acţiuni × 0,726 lei).

Din cele menţionate mai sus considerăm, că trebuie modificat conţinutul art. 44 alin. (3) al Legii privind societăţile pe acţiuni [1] în felul următor: „Condiţiile emiterii suplimentare de acţiuni, inclusiv preţul plasării lor, vor fi aceleaşi pentru toţi achiziţionării de acţiuni. Costul plasării acţiunilor de aceeaşi clasă va fi nu mai mic decât valoarea nominală, valoarea fixată sau valoarea medie a unei acţiuni (pentru acţiunile fără valoare nominală sau fixată)".

În concluzie vom menţiona că aspectele aplicative prezentate scot în evidenţă realităţi clare privind analiza modificării capitalului social al emitentului acţiunilor şi oferă informaţii valoroase pentru elaborarea, fundamentarea şi adoptarea unor decizii economice adecvate.

Bibliografie:

1. Legea Republicii Moldova privind societăţile pe acţiuni. Nr.1134-XIII din 02.04.97. *Monitorul Oficial al Republicii Moldova.* 1997, nr. 38-39 / 332. Disponibil: http://cnpf.md/md/leginorm/
2. Ţiriulnicova, N. Specificul analizei capitalului emitentului la plasarea acţiunilor cu sau fără valoare nominală. În: *Contabilitatea şi auditul în contextul integrării economice europene*: progrese şi aşteptări: Conferinţa Ştiinţifică Internaţională din 5 aprilie 2013. Chişinău: CRIO, 2013, pp. 277-280.

УЧЁТ ДОХОДОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА УКРАИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ

Карпенко Д. В.*, асп.,*
Киевский национальный торгово-экономический университет, Украина

The state of modern accounting of income at the enterprises of the restaurant business in Ukraine is considered. Methodological basis of the formation of information on income in financial accounting was highlighted. The traditional methods of accounting regarding the modern users needs of information about income of enterprises of restaurant business were expanded. The obligations of the responsible persons which are necessary for the organization of income accounting were stated.

Key words: *income accounting, financial accounting, restaurant business.*

Современные изменения в системе экономических отношений, связанные с нестабильностью экономики Украины, бурным развитием конкуренции, постоянными изменениями в законодательной базе и регулировании предпринимательской деятельности, приводят к тому, что субъекты хозяйственной деятельности объективно вынуждены функционировать в условиях неопределенности и риска. При этом роль учета возрастает , так как эффективность хозяйственной деятельности предприятий (независимо от их форм собственности, отраслевых особенностей, организационно-правовых форм, масштабов деятельности и т. п.) в значительной мере зависит от эффективности организации системы учета и отлаженности информационных потоков, ориентированных на потребности внутренних и внешних пользователей.

В менеджменте предприятий ресторанного бизнеса особое внимание отводится управлению доходами, поскольку именно они являются основным источником финансовых ресурсов и влияют на конкурентоспособность субъектов деятельности, а также ,являясь объектом налогообложения, позволяют пополнять государственный бюджет. Формирование оптимальной величины доходов позволяет покрывать все понесенные расходы, налоги и обеспечивать получение целевой прибыли, необходимой для постоянного функционирования субъектов хозяйственной деятельности.

Как показали проведенные исследования, за последние 10 лет общее количество предприятий ресторанного бизнеса Украины уменьшилось на 31,9% при соответствующем увеличении товарооборота в 4,5 раза. За 2009-2011 г.г. темп увеличения товарооборота в сельской местности превзошел этот показатель в городах на 4%. Также характерными для развития отрасли являются изменения в структуре предприятий по типам и классам, а именно: удельный вес количества предприятий высшего класса увеличился на 11,9%, при соответствующем уменьшении количества кафе (2,3%), баров (5,2%), столовых (4,7%).

Если рассматривать общие тенденции развития отрасли , то можно выделить как позитивные, так и негативные изменения, с которыми в определенной мере связано построение учётно-аналитической системы предприятий. Сокращение количества предприятий ресторанного бизнеса, снижение уровня обеспеченности населения такими предприятиями и местами в них относится к негативным характеристикам в развитии

отрасли. Позитивными изменениями можно считать увеличение объема товарооборота продукции собственного производства, количества предприятий с демократической ценовой политикой, повышение требовательности к компетентности кадров, появление новых форматов деятельности, ориентированных на современные запросы клиентов (*внимание потребителей* к качеству продукции, рациональному питанию и его безопасности) и необходимость обеспечения гибкости в предоставлении услуг. Оба вектора влияют на размер и уровень дохода предприятия.

В Украине большинство предприятий ресторанного бизнеса изменило формат предоставляемых услуг питания и организации досуга в их классическом понимании (реализация продукции собственного производства и покупных товаров). Актуализируется использование в деятельности в значительной мере развлекательных услуг, например: танцполов, караоке, кальянных, спортбаров и т.п., что приводит к изменению понимания основной концепции деятельности таких предприятий – расширяя ее от предоставления услуг питания к появлению индустрии гостеприимства и развлечения, и, как следствие, к изменению содержания информации учетного характера, необходимой для управления доходом.

Сущность учета в современном его понимании ведущими теоретиками национальной украинской школы учёта состоит в постоянном наблюдении за фактами хозяйственной деятельности отдельных объектов и способности отражать реальность в сознании людей и фиксировать ее на материальных носителях. В условиях конкуренции предприятий ресторанного бизнеса доходы становятся одним из наиболее важных объектов учета.

Методические основы финансового учета доходов в Украине раскрываются в национальном стандарте бухгалтерского учета 15 «Доход». В соответствии с этим регламентом под доходами понимают увеличение экономических выгод в виде поступления активов или уменьшения обязательств, которые приводят к увеличению собственного капитала (кроме увеличения капитала за счет взносов участников). Доходы предприятия рассматриваются в соответствии со следующими группами: доход от реализации продукции (товаров, работ, услуг), другие операционные доходы, финансовые доходы, другие доходы и чрезвычайные доходы. Основным принципом, которым руководствуются бухгалтеры при учете доходов, является принцип начисления и соответствия, а для отображении хозяйственных операций на счетах используется специальный класс счетов 7 «Доходы и результаты деятельности» с соответствующими субсчетами.

Таким образом, практикующие бухгалтеры при ведении учета доходов руководствуются национальными стандартами бухгалтерского учета, осуществляя наблюдение за формированием дохода, используя 8 традиционных способов (для наблюдения – документацию и инвентаризацию; для измерения - оценку и калькулирование; для группировки – систему счетов и двойную запись; для обобщения – баланс и отчетность). Однако на современном уровне развития ресторанного бизнеса этого недостаточно. Следует учесть то, что менеджерам нужна информация, которую не способен обеспечить финансовый учет, к примеру: о доходности точек продаж, о выручке от реализации на 1-го клиента, о сезонности реализации конкретных блюд и т.д. Кроме этого необходимо учитывать, что на предприятиях ресторанного бизнеса в ходе хозяйственной деятельности могут возникнуть упущенные выгоды (доходы) в результате принятия того или иного альтернативного решения, которые также требуют учёта с целью анализа возможных ситуаций формирования доходов и использования полученной информации для

принятия последующих управленческих решений. Так же не стоит забывать о наличии непрямых доходов, которые предприятие получает за счет деловой репутации, имиджа, корпоративной культуры и т.п. В следствии чего возникает необходимость использования приемов и методов других наук, то есть применения обоснованного учеными экономистами принципа методологического плюрализма [1, 2].

Представители научного сообщества в Украине активно исследуют информационные возможности учетных систем и разрабатывают предложения, направленные не просто на детализацию информации в подсистеме аналитического учёта, а и на создание ее в новом качестве. Учёные дискутируют об использовании традиционных методов учета и приходят к выводу, что управление формированием прибыли, стоимостью предприятия и другими важными объектами не приносит результатов без соответствующей информации. Это касается в полной мере и информации о формировании дохода. Индивидуальные запросы менеджеров требуют подготовки информации в нетрадиционных форматах. Например, руководителям ресторанов, как показывает проведенное анкетирование предприятий в Полтавской области, необходима информация для изучения эластичности спроса на продукцию собственного производства в зависимости от динамики дохода населения, сезонности, а также информации о потребностях разных групп клиентов, их ориентации на дополнительные виды услуг. Такая информация должна быть представлена в количественных и качественных оценках и базироваться как на документированных данных, так и на оценке упущенной выгоды.

Для организации учета доходов, полезного для лиц, ответственных за их величину, необходимо в практической деятельности реализовать следующие задачи:

- менеджерам – подготовить информационное поле запросов;
- бухгалтерам-аналитикам - изучить информационные запросы внутренних и внешних пользователей, чтобы определить содержание и объем, форму необходимой для генерирования информации; проанализировать имеющейся доступные информационные ресурсы, в том числе и внешние; освоить и применять современные методы исследования экономических объектов;
- руководству - обеспечить возможности для современного технического обеспечения сбора и обработки информации, передачи внутренней отчетности.

Не менее актуальными остаются задачи:

- своевременное и качественное документирование фактов хозяйственной деятельности, связанных с поступлением выручки от реализации продукции собственного производства и покупных товаров; предоставления дополнительных услуг, от других активов, приобретенных с целью перепродажи (кроме инвестиций в ценные бумаги), а также формированием дохода от использования активов третьими лицами, дохода в виде дивидендов, процентов и роялти;
- подготовка базы данных (ведение регистров учёта, построение накопительных форм для учётно-аналитического обеспечения процесса принятия решений на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях управления доходом;
- подготовка внешней и внутренней отчетности о доходах на основе соответствующих регламентов;
- мониторинг процесса формирования доходов по центрам ответственности на основе выявленных несоответствий раннее запланированным параметрам с целью своевременного вмешательства;

- моделирование величины доходов для управления с учетом силы влияния основных факторов и их взаимовоздействия.

Таким образом, система учёта должна генерировать полезную информацию о фактических и возможных источниках формирования дохода во всех его проявлениях, обеспечивая подготовку необходимой менеджерам внутренней отчетности, что требует изменения философии мышления.

Литература:

1. Карпенко О.В. Управлінський облік: організація, методологія, методика викладання: монографія / О.В. Карпенко – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2005. – 341 с.
2. Пушкар М.С. Управлінський облік: нові підходи, ідеї, концепції. Сучасні проблеми системи обліку в Україні : монографія / М.С. Пушкар [та інші]. – Тернопіль: 2010. – 550 с.

PROBLEME CONCEPTUALE PRIVIND DETERMINAREA EFICACITĂŢII ŞI EFICIENŢEI ÎN PROCESUL DE ADOPTARE A DECIZIILOR

***Zetia Vasile**, drd.,*
Academia de Studii Economice a Moldovei

„Unul din domeniile delicate ale teoriei economice şi manageriale îl reprezintă eficienţa şi eficacitatea, pe de o parte, datorită complexităţii celor două categorii economice şi, pe de altă parte, datorită greutăţilor reale înregistrate în comensurarea lor" [1, p. 87].

Determination of criteria for defining effectiveness and economic efficiency and their proper use in analyzing decisional subsystem of the organizations is considered a priority for modern organizations, that is why the company's management is obliged to understand the conceptual distance between terms of effectiveness and efficiency, taking as reference the theoretical approaches contemporary economic and management.

***Key words**: techniques and means of decision-making, decision-making approach, decision-making capacity, useful area of comfort making, decision-making tools, decision-making methodology.*

Orice companie trebuie să aibă un sistem de management echilibrat din punct de vedere al eficacităţii, eficienţei şi a viabilităţii. Încă la începutul sec. al XX-lea, Fayol H. remarcă un fapt destul de important, şi anume, că cel mai important fel de cunoştinţe despre principiile conducerii sunt cele privind modul în care trebuie să le aplicăm [6]. Un atribut esenţial al managerilor companiilor dintotdeauna a fost considerat crearea unui mediu decizional propice adoptării deciziilor, în vederea asigurării, integrale şi la timp, a obiectivelor preconizate. Un element definitoriu constituie monitorizarea influenţei factorilor asupra eficacităţii şi eficienţei deciziilor, cât şi stabilirea parametrilor de bază, antrenaţi în procesul de gestiune.

Astfel, problema de investigaţie ştiinţifică înaintată este de a stabili şi percepe distanţa conceptuală dintre termenii de eficacitate şi eficienţă, având ca reper abordările economice şi manageriale contemporane. Ca scop major, în articol se pune accentul pe determinarea criteriilor de definire a eficacităţii şi eficienţei economice, cât şi utilizarea adecvată a acestora în analiza subsistemului decizional al organizaţiei. Scopul formulat a permis autorului a stabili mai multe obiective de cercetare, după cum urmează: 1) descrierea conceptelor de eficacitate şi eficienţă în funcţie de asemănările şi diferenţele existente în interpretarea acestora; 2) caracterizarea generală a subsistemului decizional al organizaţiei, a etapelor decisive în dirijarea procesului de decizie şi a punctelor critice de incidenţă existente între eficacitate şi eficienţă; 3) descrierea elementelor care vizează asigurarea parametrilor de eficacitate şi eficienţă în procesul de adoptare a deciziilor şi formularea concluziilor.

Descrierea conceptelor de eficacitate şi eficienţă, cât şi stabilirea asemănărilor şi a diferenţelor de interpretare a acestor doi termeni în diverse contexte, constituie o problemă importantă în procesul de analiză şi adoptare a deciziilor în management. Termenii de **eficienţă** şi

eficacitate nu sunt noi, aceştia fiind atestaţi încă din antichitate. Cei doi termeni provin din latină: eficienţa derivă din *efficere*, adică a efectua, iar eficacitatea din *efficas-efficacis* sau care are efecte dorite. În domeniul economic referiri la eficienţă pot fi întâlnite la mari gânditori economişti precum sunt Adam Smith sau Karl Marx. Conceptul de eficienţă a cunoscut o largă răspândire şi în secolul nostru. În prezent eficienţa, de altfel, ca şi eficacitatea, are semnificaţii foarte variate în diferite discipline. Totuşi, termenul „eficienţă" este foarte des confundat şi „abuzat" din punct de vedere uzual prin folosirea termenului de „eficacitate". Spre exemplu, cea mai simplă definiţie a termenului de eficacitate, dată de Dicţionarul on-line Explicativ al Limbii Române, vizează complementarizarea acestuia cu noţiunile de eficienţă, folos, operativitate, productivitate, randament, valoare, putere ş.a. [12]. În acelaşi timp, o altă identitate a sa, atribuită din punct de vedere al managementului, desemnează prin eficacitate „forţa unei cauze în a produce efectul său" [12]. În Enciclopedia Virtuală Wikipedia, la general, prin eficienţă se are în vedere un concept măsurabil, calculat, din punct de vedere cantitativ, ca raport dintre ieşiri şi intrări. În ceea ce priveşte conceptul de „eficacitate", acesta este relativ vag şi indeterminabil prin prisma cauzelor de atingere a obiectivelor. În multe dintre situaţii, eficienţa poate fi exprimată ca un rezultat procentual din ce ar putea fi aşteptată, identificându-se cu 100%, în cazul ideal. Eficienţa, în general, descrie măsura în care timpul, efortul sau costul este bine utilizat pentru sarcina sau scopul stabilit [13]. Conform ISO 9000, eficacitatea reprezintă măsura în care sunt realizate activităţile planificate şi sunt obţinute rezultatele planificate, iar eficienţa – relaţia între rezultatul obţinut şi resursele utilizate [8].

Punând, însă, accentul pe originile acestor doi termeni, în limba engleză, **eficienţa** („doing things right") are sensul de *a face lucrurile corect*, iar **eficacitatea („**doing the right things") determină *capacitatea de a face lucrurile corecte*. Şi mai mult, în procesul de elaborare a unei strategii, managerii uită adeseori de analiza detaliată a noţiunii de eficacitate, trecând direct la eforturile de obţinere a eficienţei. Din punctul nostru de vedere, însă, indiferent dacă **faci lucrurile cum trebuie**, este relativ dificil să obţii excelenţă şi avantaje competitive dacă nu **faci lucrurile care trebuie**. De aceea, o modalitate simplă de a distinge între eficienţă şi eficacitate este de a spune că „eficienţa este de a face lucrurile bine", în timp ce „eficacitatea este de a face lucrurile corecte", bazându-ne pe premisa că alegerea obiectivelor de proces sunt la fel de importante ca şi calitatea acestui proces. Cu toate acestea, eficacitatea nu întotdeauna înseamnă a face lucrurile corecte, uneori atingerea scopului final, realizarea obiectivelor poate fi efectuată trecând prin diverse etape controversate, lipsite de logică, accidental. Or, eficacitatea poate fi atinsă, uneori, întâmplător, neavând un sistem de management eficace, ceea ce nu garantează capabilitatea companiilor de a livra consecvent produse/servicii de calitate.

O regulă generală de diferenţiere, **dezvoltată în secolul al XIX-lea**, este regula 20/80, care aparţine savantului **Vilfredo Pareto şi care vizează faptul că 20% din populaţie deţine 80 la sută din avuţia naţională [2]. Aplicabilitatea sa în diferite domenii face referire la faptul că** 20% dintre eforturi (timpul consumat) generează 80% dintre efecte (rezultate). Este, deci, foarte productiv să ne concentrăm asupra acelor activităţi (20%) care generează cea mai mare parte a rezultatelor aşteptate (80%). Completând interpretările atribuite termenilor de eficacitate şi eficienţă cu viziunile savanţilor în domeniu, considerăm a fi reprezentative următoarele delimitări, Tabelul 1:

Tabelul 1

Definiţii date eficacităţii şi eficienţei în literatura de specialitate

	Autorul	Eficacitatea	Eficienţa
1	Drucker P.	Cu referire la management, eficacitatea în afaceri este determinată de lucruri esenţiale care pot fi şi trebuie să fie deprinse de către un bun manager, cum ar fi: organizarea timpului, concentrarea asupra contribuţiei la activitatea organizaţiei, identificarea momentului şi modului de valorificare a punctelor forte pentru obţinerea unui efect maxim, stabilirea priorităţilor adecvate, combinarea tuturor acestor elemente cu un proces decizional eficace [3].	În mare parte s-a impus prin tratarea ştiinţifică a eficienţei factorului decizional şi a efectelor sale asupra performanţelor organizaţiilor [4].
2	Nicolescu I.	Dimensionarea, structurarea şi combinarea tuturor proceselor şi relaţiilor manageriale [6].	Maximizarea efectelor social-economice cuantificabile şi necuantificabile ale organizaţiei în vederea asigurării unei competitivităţi ridicate [6].
3	Verboncu I.	1) Eficacitatea constă în realizarea obiectivelor şi exercitarea sarcinilor manageriale în condiţii temporale şi calitative prestabilite [10, p. 62]. 2) „Eficacitatea constă în realizarea obiectivelor şi sarcinilor ce revin managementului în condiţiile temporale şi calitative prestabilite” [10, p. 87].	1) Eficienţa presupune existenţa unor efecte, în raport cauzal cu eforturile depuse pentru obţinerea lor [10, p. 62]. 2) „Eficienţa economico-socială este definită prin ansamblul efectelor economico-sociale utile înregistrate la toate nivelurile societăţii, în raport cauzal cu eforturile depuse pentru obţinerea lor” [10, p. 87].
4	Vasilescu I. ş.a.	Eficacitatea este un efect (rezultat) în baza căruia se poate determina eficienţa.	Eficienţa se calculează ca raport între mărimea efectelor şi a eforturilor sau între mărimea eforturilor şi a efectelor [9, p. 50].
5	Mungiu-Pupazan C.	Eficacitatea este parte a eficienţei. Nivelul eficienţei este cu atât mai ridicat cu cât este mai mare efectul util pe unitate de efort cheltuit sau cu cât este mai mic efortul consumat raportat la o unitate de efect util.	Eficienţa economică înseamnă obţinerea unor efecte economice utile, în condiţiile cheltuirii într-un mod raţional şi economicos a unor resurse materiale, umane, financiare, folosindu-se pentru aceasta metode ştiinţifice de organizare a activităţii [5, p. 144].
6	Certan S.	Eficacitatea presupune a stabili cele mai adecvate obiective şi a face lucrurile care trebuie pentru realizarea acestora. Eficacitatea sistemului de management se va manifesta prin corectitudinea obiectivelor stabilite pentru acest sistem şi realizarea lor [1, p. 13].	„Eficienţa – presupune a face lucrurile bine (cum trebuie) şi se referă la relaţia dintre inputuri şi outputuri. Eficienţa reprezintă astfel o măsură a cât bine sau cât de productiv au fost folosite resursele organizaţiei pentru atingerea obiectivelor” [1, p. 13].
7	Serduni S	1) Eficacitatea (rezultativitatea) este parametrul prin care se arată măsura în care organizaţia se apropie de rezultatele preconizate, satisface aşteptările principalelor grupe de interese şi îşi îndeplineşte obiectivele şi sarcinile trasate [7, p. 24]. 2) Eficacitatea se referă la capacitatea organizaţiei de a genera efecte pozitive fără a impune o abordare pronunţat economică a modului de atingere a acestora [7, p. 25].	Eficienţa (productivitatea) este eficacitatea relativă şi reflectă nivelul de productivitate al efortului. Prin indicatorul eficienţa se măsoară nivelul de optimizare a proceselor interne legate de realizarea obiectivelor. Eficienţa se măsoară cu ajutorul diverşilor indicatori de rentabilitate [7, p. 25].

Sursa: *sistematizat de către autor în baza surselor indicate*

Astfel, chiar dacă DEX-ul şi alte surse definesc termenii de eficacitate şi eficienţă ca sinonime, în literatura anglo-saxonă şi mai exact în literatura americană diferenţa atribuită lor este una netă. Aşadar, eficienţa se raportează la costuri şi reprezintă rezultatul optim care poate fi obţinut din această investiţie, iar eficacitatea se raportează la rezultat şi ar fi obţinerea maximului de rezultat indiferent de costuri. Ideal ar fi ca ceva eficient să fie şi eficace, adică o investiţie să fie valorificabilă prin maximum de rezultate posibile, prezente şi viitoare. În realitate, însă, se încearcă atingerea eficacităţii prin diversificarea şi dezvoltarea de tehnici şi metode mai eficiente. Totodată, vorbind despre utilizarea termenului de eficienţă, acesta trebuie abordat într-o manieră multidimensională. Un reper pentru reprezentarea sa sistemică, a fost propus de savantul român, Verboncu I., din care se poate deduce că, indiferent de natura eficienţei, latura sa economică interferează cu celelalte forme (militară, ştiinţifică, tehnologică etc.) - Figura 1, în literatură predominând chiar şi o teză potrivit căreia „mai devreme sau mai târziu orice efect, indiferent de natura lui, se va transforma în efect economic”.

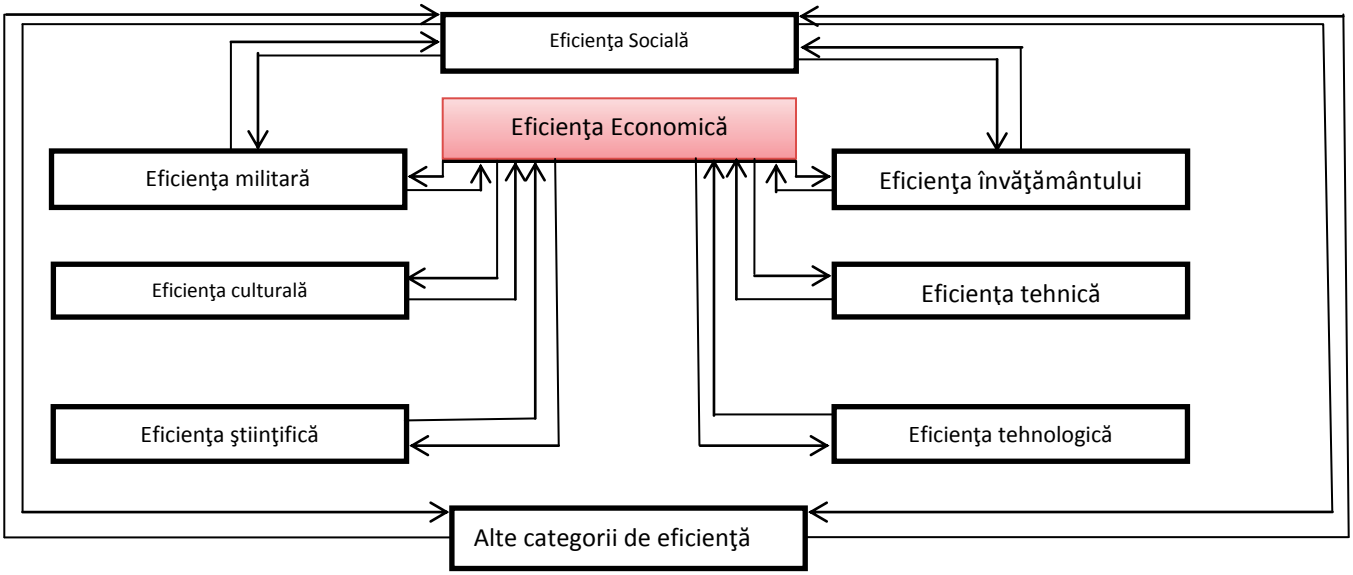


Figura 1. Abordarea sistemică a eficienţei
Sursa: [10, p. 88]

Ca forme ale eficienţei economice, în linii generale, avem în vedere următoarele:

1) Rentabilitatea – exprimă capacitatea agentului economic de a produce profit, şi se calculează ca o rată prin raportarea profitului la costurile totale sau la alt indicator de consum. Orice rată constituie un indicator cu o mare putere de exprimare, deoarece se referă la finalitatea acţiunii întreprinzătorului.

2) Productivitatea muncii – este un alt indicator important al eficienţei economice şi arată cum este cheltuită munca umană. Se poate raporta volumul producţiei la numărul de ore lucrate aferente, dar şi invers. Ea apare sub următoarele forme: a) productivitatea parţială – din folosirea fiecărui factor; b) productivitatea globală – din folosirea tuturor factorilor de producţie; c) productivitatea medie – din folosirea timpului total de muncă; d) productivitatea marginală – sporul obţinut la creşterea cu o unitate dintr-un factor, ceilalţi rămânând constanţi. Asupra nivelului şi dinamicii productivităţii muncii influenţează factori sociali, economici, psihologici, tehnici si educaţionali şi (nu în toate cazurile) factorii naturali. De aceea, drept căi de sporire a productivităţii muncii sunt următoarele: promovarea tehnologiilor moderne; buna organizare şi conducere; climatul social adecvat muncii; competenta profesională a factorului uman; realizarea motivaţiei economice a participanţilor la producţie ş.a., astfel, sensul eficienţei activităţii

productive a utilizării resurselor diferă după nivelurile organizatorice ale economiei, interesele care se urmăresc, locul unde se desfăşoară acţiunea. O eficienţă ridicată se obţine în condiţiile unei tehnologii moderne, care valorifică la maximum materiile prime şi energia, asigură produse de calitate superioară la un cost redus.

La fel, pentru o determinare completă şi complexă, este important de a demonstra gradul de condiţionare a eficienţei şi eficacităţii pe categorii de subsisteme metodologico-manageriale. Ca subsisteme metodologico-manageriale considerăm următoarele: 1) subsistemul metodologic; 2) subsistemul decizional; 3) subsistemul informaţional şi 4) subsistemul organizatoric (Figura 2).

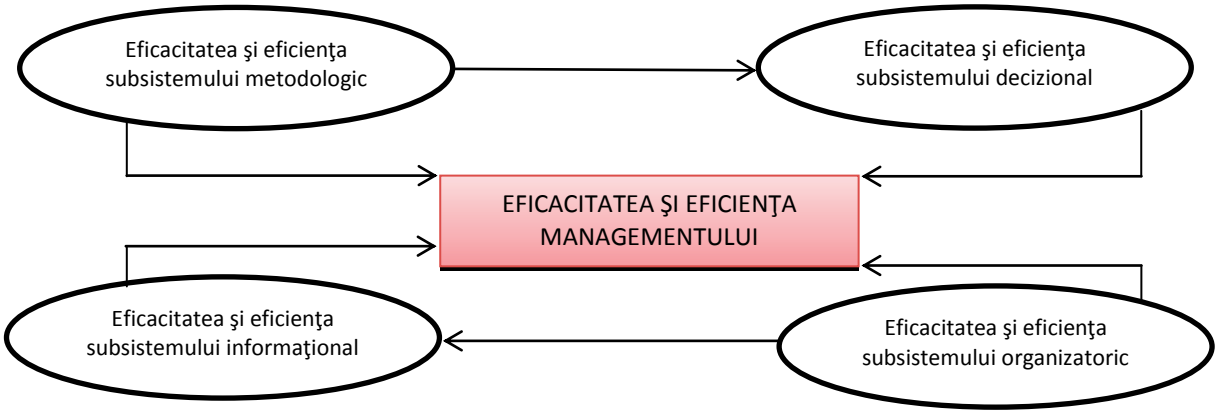


Figura 2. Condiţionarea eficacităţii şi eficienţei managementului
Sursa:[10, p. 89]

Astfel, din analiza Fig. 1, se face deductibilă afirmaţia că gradul de incidenţă a eficacităţii şi a eficienţei, pe categorii de subsisteme de management, contribuie la condiţionarea nivelului de performanţă a managementului organizaţiei, în ansamblu. În acest sens, performanţa sistemului metodologico-managerial va depinde şi de nivelul de eficacitate şi eficienţă al instrumentarului şi, respectiv, a metodologiilor de gestiune (Figura 3).

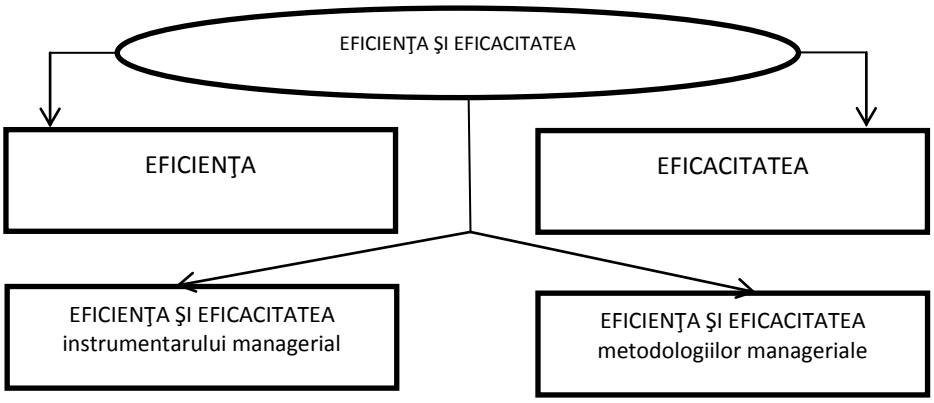


Figura 3. Eficacitatea şi eficienţa sistemului metodologico-managerial
Sursa: [10, p. 90]

Odată ce diferenţa dintre eficacitate şi eficienţă a fost stabilită, menţionăm importanţa studierii implicaţiilor acestora asupra subsistemelor de gestiune ale organizaţiei. În acest sens, unul dintre sistemele managementului, în care eficacitatea şi a eficienţa are o aplicabilitate deosebită, este subsistemul decizional. Abordarea componentei decizionale a managementului prin prisma eficacităţii şi a eficienţei vizează compararea obiectivelor, efectelor (rezultatelor) şi a eforturilor depuse în procesul de adoptare şi evaluare a deciziilor.

În *zona instrumentarului decizional* eficacitatea decizională vizează categoriile de instrumente, adică mijloacele utilizate în procesul decizional în vederea atingerii obiectivelor de decizie, în condiţii de timp şi calitate prestabilite. În *zona metodologiei decizionale* eficacitatea decizională vizează acţiunile pe care managerii le întreprind în procesul decizional pentru a atinge obiectivele organizaţionale prestabilite. Într-un concept generic al autorului, eficacitatea metodologiei decizionale s-ar referi la **sistemul de tehnici şi mijloace decizionale (STMD), şi anume: tehnicile, mijloacele, procedurile etc.**

Tabelul 2. **Principii generale de determinare a eficacităţii procesului decizional**

	Principiile de organizare respectate în procesul de gestiune			
Demersul decizional (DD)	**STMD**	**Tehnicile decizionale**	**Metode decizionale**	Ansamblul de procedee şi acţiuni întreprinse în procesul decizional.
			Procedee decizionale	Ansamblul regulilor şi formalităţilor ce trebuie respectate în procesul de decizie.
			Reguli (norme) decizionale	Totalitatea normelor, legilor, legităţilor şi preceptelor pe baza cărora are loc un proces decizional.
		Mijloace şi instrumente decizionale	**Instrumente de decizie**	Documente, regulamente, programe sau orice altă informaţie etc. de care se serveşte cineva pentru adoptarea deciziilor în procesul de gestiune.
			Mijloace decizionale	O persoană, forţă, lucru, fapt etc. prin care cineva poate atinge un scop decizional.

Sursa: elaborat, adaptat şi sistematizat de autor

Tehnicile includ ansamblul metodelor, procedeelor şi regulilor aplicate [adaptat de autor după 12], iar ***mijloacele sau instrumentele*** – care se pot regăsi în persoana, forţa, lucrul, faptele etc. de care se serveşte cineva pentru atingerea unui scop [adaptat de autor după 12]. Aşadar, ***metoda decizională*** cuprinde ansamblu de procedee şi modul de a acţiona folosite în vederea atingerii scopurilor în procesul decizional [adaptat de autor după 12]. Prin procedură se poate înţelege orice regulă de organizare folosită în vederea atingerii unui anumit rezultat şi, respectiv, seria de formalităţi care trebuie executate într-un proces [adaptat de autor după 12]. Astfel, ca reguli stabilite în procesul de decizie considerăm totalitatea normelor, legilor, legităţilor şi preceptelor pe baza cărora are loc un proces, se desfăşoară o activitate sau se produce un fenomen în rezultatul acţiunilor întreprinse sau a celor neîntreprinse de decidenţi şi care se deduce din obiceiurile sau liniile de conduită adoptate de aceştia [adaptat de autor după 12].

Eficienţa decizională, poate fi definită pornind de la următoarele estimări:

1) efectul util se va aprecia material, valoric si social;

2) consumul celor trei factori de producţie (munca, resursele naturale şi capitalul) se va reflecta ca un consum de resurse sub forma alocării lor într-un sector de activitate.

În rezultat, eficienţa decizională se va regăsi în două aspecte determinate de **capacitatea decizională (CaD)** a managerului:

1) performanţe ale unei activităţii organizaţiei;
2) efecte maxime ale unei activităţi în raport cu resursele alocate.

În acest sens, managerii trebuie să ţină cont de 4 grupe posibile de indicatori:

a) indicatorii de tip efort/efort, cum ar fi : costul unui loc de munca şi gradul de înzestrare tehnică a muncii;
b) indicatorii de tip efect/efort, cum ar fi cantitatea de producţie la un milion mijloace fixe;
c) indicatori de tip efort/efect, spre exemplu, investiţia dată de cheltuielile la 1000 lei venituri;
d) indicatori de efect/efect, prin care se va cuantifica profitul la 1000 lei încasări din curs de revenire.

În concluzie, făcând o totalizare asupra opiniilor cu privire la tratarea conceptuală a eficacităţii şi a eficienţei economice, la nivel de subsistem decizional al organizaţiei, putem conchide următoarele:

1. Atât eficacitatea, cât şi eficienţa, au o abordare diversă şi complexă în literatura de specialitate, definirea simultană a cărora creează confuzie şi neclaritate atât în context economic general, cât şi la nivelul subsistemului decizional al organizaţiei.

2. Tratarea eficienţei şi a eficacităţii trebuie realizată în paralel, iar la nivel de management, aceste concepte cuprind instrumentele şi metodologia, adoptate în procesul de gestiune.

3. În vederea definirii eficacităţii trebuie să punem accentul pe urmărirea unei traiectorii corecte de decizie, iar în ceea ce priveşte eficienţa decizională, pe rezultatele ce se obţin într-o activitate.

4. Astfel, procesul decizional managerii trebuie să ţină cont de o **„zonă utilă de confort decizional" (ZUCD)** în care, atât **instrumentarul decizional (ID)**, cât şi **metodologiei decizionale (MD),** vor atinge o limită maximală de eficacitate şi eficienţă simultană.

Bibliografie:

1. Certan, S. *Management: modalităţi de eficientizare*. Chişinău: CEP USM, 2007, 239 p.
2. Cornescu, V. *Management: de la teorie la practică*. Capitolul IV. Decizii manageriale [on line] [accesat: 12.11.2013]. Disponibil: http://ebooks.unibuc.ro/StiinteADM/cornescu/cap4.htm
3. Drucker, Peter. *Despre decizie şi eficacitate*. Bucureşti: Meteor Press, 2007, 176 p.
4. Drucker, Peter. *Management. Eficienţa factorului decizional*. Deva: Ed. DESTIN, 1994, 234 p.
5. Mungiu-Pupazan, C. Eficienţa economică – element hotărâtor în decizia de investiţie. *Analele Universităţii „C. Brâncuşi" din Târgu Jiu*. [on line]. Seria Economie. 2010, nr. 1, p. 143-154 [accesat 10.11.2013]. Disponibil: http://www.google.md/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=18&ved=0CF4QFjAHOAo&url=http%3A%2F%2Fcore.kmi.open.ac.uk%2Fdownload%2Fpdf%2F6320347&ei=xbR_UoeQPIqE4ATK2YF4&usg=AFQjCNGIboXEwLAe81GKtgT9SSU1j3RUpw&sig2=YmEBV_dWitf8YaM31jJd7g&bvm=bv.56146854,d.bGE
6. Nicolescu, O. *Fundamentele managementului organizaţiei*. Bucureşti: Ed. Universitară, 2008, 416 p.

7. Serduni, S. *Management*: note de curs. Chişinău: ASEM, 2010, 151 p.
8. SR EN ISO 9000:2006 - Sisteme de management al calităţii. Principii fundamentale şi vocabular.
9. Vasilescu, I. et al. *Managementul investiţiilor*. Bucureşti: EfiConPress, 2009, 320 p.
10. Verboncu, I. Eficacitatea şi eficienţa sistemului metodologico-managerial: capitolul IV. În: *Nicolescu, Ovidiu. Sisteme, metode şi tehnici manageriale ale organizaţiei* [on line]. Bucureşti: ASE, pp. 87-97 [accesat 12.11.2013]. Disponibil în PDF: http://isop.mai.gov.ro/avizier/Manuale%20management/BibliografieNicolescu.pdf
11. Verboncu, I. Management, eficienţă, eficacitate. *Management şi Marketing* [on line]. 2006, Nr. 1, p. 59-68 [accesat 10.11.2013]. Disponibil: http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/5.pdf
12. http://dexonline.ro/
13. http://wikipedia.org/

IMPACTUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ŞI MIJLOCII ASUPRA CREŞTERII ECONOMICE: EXPERIENŢĂ INTERNAŢIONALĂ

***Oglindă Lilia**, drd.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

This article reports on the experience of SME development in different countries and the importance of SME as an important source of innovation as producing goods in the markets with a higher degree of flexibility than large companies. SMEs strengthen economic cohesion through the connections they establish with large and contribute to systemic production capacity. It is important to note that the benefits of SME activity are felt in society, at both economic and social level.

***Key words**: small and medium enterprises, economic cohesion, production capacity.*

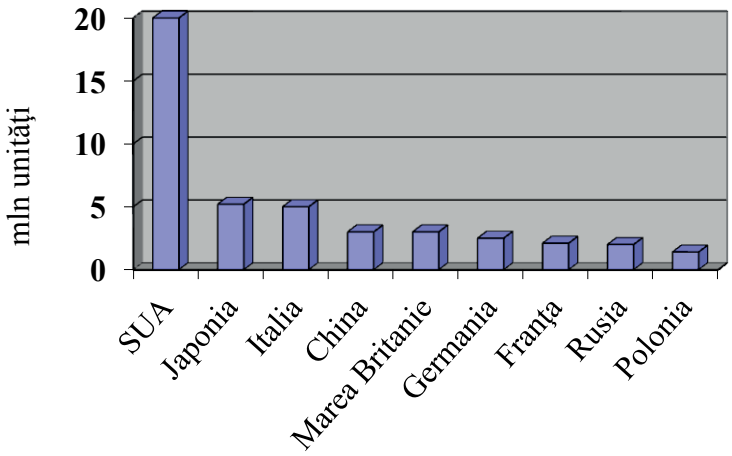
Actualmente se consideră de către economişti că întreprinderile mici şi mijlocii (IMM) sunt principalul motor al unei dezvoltări economice ascendente şi echilibrate. Majoritatea ţărilor, mai mult sau mai puţin dezvoltate, se bazează pe dinamismul şi rezistenţa la risc a întreprinderilor private. La nivel mondial, IMM reprezintă 90% din firmele private şi angajează 50-60% din forţa de muncă [1]. În multe de ţări ale lumii IMM-urile joacă un rol important pentru economie, din motivul ca în această sferă a businessului este antrenată după diferite criterii de măsurare de la 46% până la 78% din populaţie.

Literatura de specialitate califică IMM drept o sursă importantă de inovare, deoarece produc bunuri în nişe de piaţă, având un grad de flexibilitate mai crescut decât companiile mari. IMM întăresc coeziunea economică prin conexiunile pe care le stabilesc cu întreprinderile mari şi contribuie la formarea de capacităţi de producţie sistemice. In cazul IMM este mult mai posibil să inoveze prin crearea şi regândirea de produse şi servicii care să vină în întâmpinarea nevoilor pieţei, prin introducerea de noi modalităţi de abordare organizaţională pentru creşterea productivităţii sau prin dezvoltarea de tehnici noi pentru creşterea nivelului de vânzări. Este important de specificat că beneficiile activităţii IMM sunt resimţite în societate, atât la nivel economic, cât şi la nivel social. Mai mult, este adoptată tot mai mult ideea că un sector IMM puternic şi dinamic într-o ţară în curs de dezvoltare ar putea fi o precondiţie pentru a realiza trecerea la un nivel de creştere susţinut.

Actualmente, numărul întreprinderilor mici şi mijlocii în Franţa constituie circa 2,0 mln, în Germania - 2,3 mln, în Marea Britanie - 3,0 mln, în Italia - 5,0 mln, în Japonia - 5,7 mln (99% din cifra totală a întreprinderilor), iar în SUA – peste 20 mln. Tot la acest capitol, remarcăm- în China sunt înregistrate aproximativ 3,0 mln întreprinderi mici şi 30 mln de întreprinderi individuale. În Federaţia Rusă, conform datelor statistice de stat, în anul 2010 existau 1,602 mln de întreprinderi mici şi 1,374 mln de microîntreprinderi. Conform aceleiași surse, în anul 2011 în câmpul muncii doar în ÎMM (fără întreprinderile micro), erau încadraţi peste 5562,9 mii persoane, ceea ce constituie 7,37 % din populaţia Federaţiei Ruse. Această cifră este foarte mică în comparaţie cu SUA-60%, Germania, Franţa şi Italia indică un punctaj de 65-80%, iar Japonia circa 86%.

În contextul celor expuse mai sus,putem afirma că susţinerea IMM-urilor este mai dezvoltată în SUA, Franţa, Germania, Japonia, China (Tabelul 1).

Figura 1. Numărul întreprinderilor



Pentru a face o analiză a întreprinderilor mici în ţările sus-numite, urmează să caracterizăm spectrului de întreprinderi care determină micul business. În Germania, de exemplu, există o clasificaţie unică pentru micul business (după normele Uniunii Europene): numărul personalului de până la 50 persoane şi circuitul maximal anual de 10 mln euro. La fel există noţiunea de „micro" care presupune activitate a 10 persoane şi mai puţin de 2 mln euro. La aceste norme se orientează toate ministerele şi băncile ţării. În Italia sunt considerate întreprinderi mici întreprinderile care au 100 lucrători, iar întreprinderile micro- până la 20 lucrători. În ţara dată se evidenţiază microîntreprinderile, deoarece ele constituie mai mult de 60% din totalul de întreprinderi care îndestulează 40% din volumul vânzărilor.

În Polonia întreprinderi mici se consideră cele care au un număr nu mai mare decât 50 oameni. În Marea Britanie în sfera producerii se consideră întreprinderile cu mai puţin de 200 oameni, iar în alte domenii ca factor determinant este raportul financiar cu nu mai mult de 1,4 mln lire sterline. În SUA nu există o abordare categorică a determinării întreprinderilor mici. Cifra lucrătorilor diferă de la 100 oameni în businessul angro cu mobilă la 1000 lucrători în industria metalurgică. Biroul Federal de Statistică din SUA califică ca întreprinderi mici, pe cele care enumeră în jur de 500 oameni.

În Japonia sunt considerate întreprinderi mici, întreprinderile ce au angajaţi în jur de 300 lucrători în domeniul construcţiei, transportului, bancar, industrial şi până la 100 lucrători în domeniul comerţului angro.

În Federaţia Rusă se consideră întreprinderi mici persoanele juridice antreprenorii a căror număr mediu de lucrători nu trebuie să depăşească de 100 oameni şi inclusiv 15 oameni pentru întreprinderile micro. Este necesar de menţionat că: în domeniul industrial, construcţii şi transport - 100 oameni; în domeniul agrar - 60 oameni; în domeniul tehnico –ştiinţific - 60 oameni; în comerţul cu amănuntul şi cel a deservirii populaţiei – 30 oameni; în alte domenii de activitate - 50 oameni.

În ţările dezvoltate activitatea cu succes în domeniul micului business se datorează faptului că sectorul dat are o susţinere enormă din partea statului. În SUA organul ce suportă micul business este „Administraţia micului Business" (Small Business Administration, SBA) care este reglementat de Guvernul Federal. Numărul angajaţilor din organizaţia aceasta este de 1100 oameni. Această instituţie are următoarele sarcini: suportul financiar al IMM–urilor; conlucrarea

în scopul primirii comenzilor de stat; acordarea serviciilor de consulting în vederea primirii hotărârilor corecte; informarea IMM-urilor despre situaţia pieţei şi prezentarea de către experţii în domeniul a diferitor analize pentru antreprenorii începători.

Experienţa SUA adevereşte faptul că în condiţiile actuale de un factor decisiv în funcţionarea IMM-urilor este organizarea suportului infrastructurii ce include suportul financiar (multitudinea de capitaluri accesibile), suportul tehnico-material (acordarea în arendă şi posibilitatea de cumpărare, la nişte condiţii avantajoase), suportul informaţional (asigurarea posibilităţilor utilizării reţelelor informaţionale şi bibliotecilor tehnice, accesul la bazele de date etc.), suportul financiar al micului business se realizează prin programe nerambursabile în deosebi de către două instituţii: Administraţia businessului mic (Small Business Administration, SBA) şi Fondului Naţional de Ştiinţe (National Scince Foundation, NSF).

Totodată, în SUA, este şi programa de împrumuturi cu facilităţi (de a SBA). Putem evidenţia următoarele tipuri:

- Împrumuturi directe - se pot acorda de la SBA din sursele proprii de creditare. Mărimea împrumutului nu poate depăşi 150 mii de dolari americani cu 7%. Acestea pot fi acordate pentru o perioadă de până la şase ani - pentru necesităţi curente; până la 20 ani – pentru achiziţionarea utilajului, achiziţionarea terenurilor şi pentru construcţii; până la 30 ani pentru reconstrucţia întreprinderilor, ce au suferit în urma calamităţilor naturale.
- Participarea la creditare împreună cu băncile comerciale.
- Garantarea creditelor pentru băncile comerciale-este cea mai răspândită formă de finanţare pentru suportul micului business. Creditele sunt oferite de către băncile particulare şi de către alte instituţii financiare, care primesc de la Guvernul SUA în persoana SBA garanţia ca vor fi rambursate. Administraţia micului business garantează până la 90% din suma împrumutului. Termenul rambursării creditului se stabileşte în dependenţă de scopul solicitării precum şi de posibilităţile de rambursare a întreprinderii.

Paralel cu politica de finanţare a guvernării SUA un accent major este de a atrage investiţiile private în micul business. Aici accentul este pus pe formarea unui climat investiţional, suportul economic, juridic, psihologic şi a altor probleme care par în firmele mici noi create. Impozitarea la fel nu este răspândită pentru micul business deoarece aici se impozitează doar businessul mare. De asemenea, în SUA există facilităţi mari pentru casarea de către firmele mici a capitalului de bază înainte de perioada de amortizare.

O altă experienţă foarte interesantă în acest domeniu o are Japonia, ţara unde domină antreprenoriatul privat. Firmele mici în Japonia constituie partea principală a economiei fără de care businessul mare poate pierde prioritatea concurenţială în faţa corporaţiilor altor ţări. Pentru IMM-urile din Japonia este caracteristică sistema unde micul business execută comenzile businessului mare – constructoare de maşini, constructoare de avioane, constructoare de utilaje etc. IMM-urile din Japonia sunt lideri în ramuri cum ar fi: industria de construcţie a materialelor de construcţii, industria uşoară etc. De problemele IMM-urilor din Japonia se ocupă Direcţia micilor întreprinderi din Ministerul industriei şi comerţului extern. Mecanismul de stimulare a micului business de aici este similar cu cel din SUA.

În China suportul cel mai important al IMM-urilor este acordat de Fondul de Stat a dezvoltării IMM-urilor care este finanţat 100% de către stat. Funcţiile de bază a fondului – apărarea veniturilor legale a IMM-urilor de la diferite organizaţii mari şi totodată suportul IMM

pentru apariţia lor în toate sferele. Este foarte atractivă experienţa Chinei în domeniul impozitării preferenţiale. Au fost create multe zone economice libere care au atras investiţii străine şi resurse tehnico – ştiinţifice. Au fost create fonduri de dezvoltare a IMM-urilor ce acordă credite cu mari facilităţi antreprenorilor cu succes. A fost deschis un Serviciu de informare necomercial de stat China SME online – CSMEO care oferă posibilitatea de oferire a informaţiei a populaţiei Chinei referitor la toate întrebările ce ţin de IMM-uri [2].

Deosebit de facilitate sunt activităţile IMM-urilor în Spania. Aici este cea mai simplificată procedură de înregistrare şi posibilitatea de activitate liberă, antreprenorul poate activa în orice domeniu, fără a fi necesară licenţa. În Germania, pentru susţinerea micului business au fost deschise corporaţii de creditare regionale care oferă IMM-urilor sume enorme, care sunt acordate în condiţii foarte avantajoase. În scopul dezvoltării IMM-urilor, au fost deschise Palate industrial – comerciale care conlucrează activ cu statul, oferă suport financiar micului business care are o influenţă mare asupra economiei. Cel mai forte punct în suportul IMM-urilor din Germania este scutirea de impozite pentru primii doi ani de activitate.

În Marea Britanie de suportul IMM-urilor este responsabil Serviciu micului business şi Federaţia micului business. Serviciul micului business oferă garanţia rambursării surselor financiare oferite de bancă (până la 75%). Federaţia micului business este organizaţia care protejează membrii care plătesc cotizaţiile şi se ocupă consultarea telefonică accesibilă 24 /24 şi acordă suportul juridic în caz de necesitate. IMM sunt scutite de plăţile impozitelor pe venit. Din cele expuse putem conchide că suportul statului presupune: consultarea noilor IMM-uri şi a celor existente, suportul financiar, facilitarea firmelor ce se ocupă de export.

În Franţa, pentru apărarea intereselor antreprenorilor a fost fondată Mişcarea antreprenorilor francezi, organizaţie analogică cu a Federaţiei Ruse (Союз промышлеников и предпринимателей). Deţinătorii firmelor apără interesele în negocieri cu guvernul,în deosebi când este vorba de impozitare. În Franţa la fel ca şi în Germania, în primii doi ani de activitate IMM-urile sunt scutite de impozite. În perioada celui de a treilea an sunt achitate doar 25 %, al patrulea an – 50%, al cincilea -75%.

În România, evoluţia economiei în anul 2009 şi ulterior, în decursul anului 2010, a fost puternic afectată de criza economică şi cea financiară. Mediul de afaceri, în mod deosebit sectorul întreprinderilor mici şi mijlocii (IMM), a înregistrat schimbări semnificative ca urmare a impactului crizei economice mondiale. Pe lângă schimbările în planul demografiei sectorului IMM şi performanţele economice negative înregistrate a fost afectat spiritul antreprenorial şi a crescut considerabil aversiunea faţa de asumarea riscurilor de către investitori. Având o economie de piaţă tânără, România trebuie să demonstreze flexibilitate pentru a se adapta contextului actual de pe pieţele internaţionale. Întreprinderile sunt nevoite să acţioneze în condiţii noi, caracterizate de deteriorarea relaţiilor privind disciplina contractuala care au fost consolidate în perioada de creştere economica şi de diminuarea numărului clienţilor şi a consumului pentru toţi operatorii economici atât din domeniul productiv, cât şi al serviciilor.

Numărul întreprinderilor mici şi mijlocii radiate în anul 2012 s-a situat la nivel similar anului 2011, în medie, circa 200 de IMM-uri fiind radiate zilnic. IMM-urile au fost lovite de reducerea consumului la nivelul populaţiei şi evoluţiile negative ale principalilor indicatori macroeconomici. Comparativ cu anul 2011 când s-a înregistrat un număr de 73.244 de radieri la nivelul întregii ţări, în anul 2012 a fost înregistrat un număr de 71.746 de radieri, reprezentând o

ușoară scădere, respectiv de 2,05 %, potrivit Raportului Fundației Post-Privatizare privind sectorul IMM din România, ediția 2013.

Pe ansamblu, IMM-urile realizează 58% din volumul total al cifrei de afaceri din economia non-financiară, fiind preponderente în fața întreprinderilor mari, în majoritatea sectoarelor economice. În acest context, evoluția negativă a sectorului IMM are un impact major în economie, în condițiile în care acestea dețin o pondere majoră, de 99,7%, în numărul total de firme active din România și au un aport tot mai semnificativ la crearea locurilor de muncă. La finele anului 2012, numărul mediu de salariați în IMM era de 2.524.290, în creștere cu 4,1% față de anul precedent. Cei mai mulți salariați din IMM-uri lucrează în servicii (30%) și comerț (27,2%), corespunzător numărului cel mai mare de firme. IMM-urile din industria prelucrătoare angajează aproape 27% din numărul total de salariați, deși deține numai 10% din numărul total de firme.

Sectorul IMM-urilor din România cuprinde mai multe întreprinderi mici și mijlocii, comparativ cu Uniunea Europeană în ansamblul său, care are o cotă relativ mai mare de microîntreprinderi. Distribuția sectorială a IMM-urilor în România relevă că IMM-urile sunt preponderente în sectoare precum comerțul cu ridicata și cu amănuntul (44%), urmate de sectoarele de servicii, precum serviciile hoteliere și de catering, transportul, serviciile imobiliare și comerciale (29%), de sectorul construcțiilor (18%) și de cel al industriei prelucrătoare (11%).

România este una dintre țările europene care au fost mai grav afectate de recesiune, întrucât expansiunea sa economică s-a bazat mai mult pe investițiile directe străine, care nu au mai fost disponibile atunci când efectele crizei la nivel global au fost resimțite de către investitori. PIB-ul României a scăzut cu 7,1% în 2009 și s-a redus în continuare cu 1,3%, în 2010. Rata șomajului a crescut de la 5,8% în 2008, la 8,4% în 2009, dar a scăzut ulterior la 7,7%, în 2010.

În ceea ce privește forța de muncă, este interesant de constatat că IMM-urile au fost mult mai reticente să disponibilizeze angajați în timpul crizei decât întreprinderile mari. De fapt, în perioada 2008–2010, se estimează că IMM-urile din România și-au menținut forța de muncă la nivelurile anterioare crizei.

Lansarea, în iunie 2011, a Ghișeului unic pentru IMM-uri a avut un anumit impact asupra dezvoltării sectorului IMM-urilor [3]. Ghișeul unic este un portal online care răspunde unei game largi de nevoi specifice ale sectorului, inclusiv privind disponibilitatea unor formulare de înregistrare și declarații online, informațiile utile pentru funcționarea IMM-urilor existente, informațiile utile cu privire la actele legislative relevante care influențează activitatea IMM-urilor, informațiile referitoare la sursele de finanțare existente, precum și privind reducerea sarcinii administrative datorită depunerii online a declarației fiscale pentru IMM-uri, bazate pe achiziționarea semnăturii electronice (pe acest portal este publicată, de asemenea, o listă de furnizori de semnătură electronică). Portalul acționează ca punct de acces, cu informații bine structurate și actualizate în permanență, ceea ce reduce în mod considerabil timpul și efortul necesar pentru înregistrarea și funcționarea IMM-urilor în România.

Pentru Republica Moldova, ținând cont de experiența relevantă a țărilor analizate, trebuie să luăm în calcul și faptul că în cazul IMM abilitatea de inovare este una din caracteristicile primare ale acestora. Nu doar inovarea de produs, ci și cea de proces este importantă. Inovarea în servicii este considerată azi ca având un rol crucial într-o societate tot mai terțializată. În acest context, rolul de levier al firmelor din așa-numitul sector cultural și creativ, pentru creșterea productivității în alte ramuri tradiționale, este vital. O politică publică înțeleaptă ar trebui să

promoveze reţelele şi toate tipurile de structuri de sprijin al afacerilor care pot contribui la dezvoltarea inovativă şi sustenabilă, mai ales, a gazelelor. Iniţiativa recentă a guvernului de încurajare a clusterelor poate contribui la o astfel de politică. Nu în ultimul rând, facilitarea accesului la finanţare este o măsură-cheie de sprijin. Crearea, atragerea şi dezvoltarea de fonduri de risc ar trebui să fie două repere clare a unei politici publice performante.

În concluzie, Republica Moldova ar trebui să adopte neîntârziat o politică de sprijin privind promovarea şi protejarea IMM cu creştere rapidă, bazată pe experienţa mondială şi mai ales pe inovaţie şi care să invite la acţiuni comune între diversele ministere ce pot avea un rol în dezvoltarea ţării.

Bibliografie:

1. *Private Sector Development: The support programmes of the small and medium enterprises branch,* United Nations Industrial Development Organization (UNIDO), Working Paper nr. 15, 2005
2. www.sme.gov.cn
3. www.immoss.ro

SECŢIUNEA III

SECURITATEA ŞI DIVERSITATEA CONSUMULUI – FACTORI IMPORTANŢI AI CALITĂŢII VIEŢII

РОССИЙСКИЙ КОНТЕКСТ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ

Кривошей В.А.*, д.э.н., проф.,*
Российский университет кооперации

The article analyzes the nature and location of quality categories and living standard of the general system of social and economic ideas and concepts. The author examines the concept «life quality" as a socio-economic category, analyzes existing definition of "life quality" and its correlation with the concept "life quality ", identifies the components and structure of the concept "life quality". Definition of the relationship between the components of the life quality improves the efficiency of socio-economic researches in assessment the living standard. Life quality may be determined by analyzing the set of objective indicators and subjective assessments of the human needs implementation.

Key words*: standard of living, quality of life, objective and subjective assessment of the level and quality of life, material needs the development of human potential.*

Введение

Повышение качества жизни населения является главной целью любого прогрессивного общества. Государство обязано создавать благоприятные условия для долгой, безопасной, здоровой и благополучной жизни людей, обеспечивая экономический рост и социальную стабильность в обществе. Анализ тенденций в изменениях качества жизни населения позволяет судить, насколько эффективна социально-экономическая политика государства, в какой степени общество справляется с поставленными задачами.

1. Понятие «качество жизни» в научной литературе

В.Н. Бобков, **П.С. Масловский-Мстиславский** качество жизни трактуют как уровень развития и степень удовлетворения комплекса высокоразвитых потребностей и интересов людей. Характеризуя сущность качества жизни, они отмечают, что это многоаспектное, многогранное понятие, более широкое, чем уровень жизни [3, с. 52–66].

В последние десятилетия советского периода в нашей стране появился ряд работ, в которых с достаточной теоретической глубиной были проанализированы сущность, а также входимость категорий уровня и качества жизни в общую систему социальных и экономических представлений и понятий.

В отечественной литературе встречаются различные мнения по поводу использования понятия «качество жизни». Например, **Н.М. Римашевская** считает целесообразным введение следующего понятия «качество жизни»: *«В определенном смысле результирующим показателем по отношению к смыслу, вкладываемому в термины «уровень» и «образ жизни», оказывается понятие «качество жизни», которое, по нашему мнению, имеет объективный характер»* [9, с. 237].

К.В. Толстых отмечает, что при определении качества жизни имеются в виду такие неулавливаемые статистические ценности человеческого существования, как чувство уверенности людей в завтрашнем дне, сознание своей необходимости обществу и возможность самим определять его развитие, способность и готовность общества откликаться на нужды и запросы личности. **Б.В. Бойцов** предлагает анализировать качество жизни через совокупность оценок, которые должны использоваться для выявления глубины удовлетворения материальных и духовных потребностей, не поддающихся прямому количественному измерению в структуре уровня жизни.

А.Б. Барышева предлагает систему оценок общественно-экономического развития через индикаторы «качества жизни». Она включает в эту систему *«широкий спектр социальных характеристик – демократизацию управления, состояние среды обитания человека, здоровье населения, возможность получения образования, условия труда и быта и прочее»*. Далее **А.Б. Барышева** отмечает, что экономическая деятельность все больше определяется направленностью ценностных ориентаций человека. Такие показатели должны включать характеристики личной безопасности, гарантий свободы, гармонии человека с самим собой и окружающим миром и прочее. Следовательно, на передний план комплексного экономического анализа выдвигается задача оценки явлений и процессов не стоимостного характера [1, с. 25].

В таком понимании «качество жизни» – это комплексная интегральная характеристика направлений взаимодействия личности с ее социальным окружением и государственной властью, отражающая степень социальной свободы человека, возможности его всестороннего развития, совокупность материальных, культурных и духовных ценностей, предоставленных в его распоряжение. Главным показателем в этой характеристике выступает степень субъективной удовлетворенности личности образом своей жизнедеятельности в конкретном социальном окружении.

Встречается и такая трактовка содержания и структуры категории «качество жизни»: *«Очевидно, речь должна идти о качестве и условиях приема пищи, о качестве и модности одежды, о качестве и комфорте жилья, о качестве здравоохранения и окружающей среды, о качестве общения, о качестве функционирования социальных институтов, о качестве образования, о качестве условий труда и быта, культуры и общественной жизни. Во всех этих случаях оперировать приходится показателями не собственно деятельности, а удовлетворенности деятельностью, ее условиями и результатами»* [2, с. 66]. Если первая часть этого определения, касающаяся перечня показателей, не вызывает сомнений (хотя, по-видимому, ранжировать их можно было бы несколько иначе), то против сведения понятия качества жизни к выявлению удовлетворенности ею можно высказать некоторые возражения.

Субъективная оценка удовлетворенности, о каких бы потребностях (по степени настоятельности) ни шла речь, не может быть признана достаточной уже в силу того, что качество жизни является объектом регулирования. Именно регулирование требует как можно более четкого и объективного, не зависящего от колебания мнений отдельных людей, моды и престижных соображений, измерения качества жизни с точки зрения общих задач социального развития.

Это обусловило возникновение позиции, согласно которой качество жизни, рассматриваемое с точки зрения общества, выражается через объективные характеристики состояния самого человека: *«Показателями в данном случае могут служить*

продолжительность жизни и смертность в разных возрастных группах; уровень заболеваемости и инвалидности; продолжительность возраста активной трудоспособности; уровень образования населения; профессиональная и миграционная мобильность» [8, с. 420].

Понятие «качество жизни» имеет довольно сложную структуру. Ряд авторов отмечает, что в него, с их точки зрения, включаются качество здоровья популяции, качество образования, качество природной среды, духовность. Духовность индивида, как особый способ личностного существования, появляется в свободе от насилия и давления жизненных ситуаций и раскрывается через систему ценностей: благо, добро, смысл жизни, идеал, правда (истина), справедливость, красота, вера, надежда, любовь, счастье.

В своей работе **Р.Ф. Старков** отмечает: *«… к качеству жизни относятся оценки содержательности труда и досуга, качество питания, одежды, комфорт жилища, качество здравоохранения, образования, сферы обслуживания, окружающей среды, досуга, степени удовлетворения потребностей в содержательном общении, знаниях, творческом труде, уровень стрессовых ситуаций, структура расселения и др.»* [10, с. 29].

Под «качеством жизни» в «широком смысле толкования понимается удовлетворенность населения своей жизнью с точки зрения различных потребностей и интересов. Это понятие охватывает: характеристики и индикаторы уровня жизни, условия труда и отдыха, жилищные условия, социальную обеспеченность и гарантии, охрану правопорядка и соблюдение прав личности, природно-климатические условия, показатели сохранения окружающей среды, наличие свободного времени и возможности хорошо его использовать, наконец, субъективные ощущения покоя, комфортности и стабильности» [6, с. 13].

П.Я. Октябрьский считает, что термин «качество жизни» употребляется для отражения понятия «уровень жизни» в широком смысле слова.

2. Понятия «качество жизни» и «уровень жизни»

Говоря о соотношении понятий качества жизни и уровня жизни, подчеркну, что последнее, по мнению большинства ученых, относится к числу достаточно установившихся понятий, которому соответствует значительно узкий и определенный круг количественных показателей. Тем не менее имеются существенные различия в трактовке этого понятия. Иногда в состав уровня жизни предлагается включать также показатели как: условия труда, состояние окружающей социальной и природной среды, величину и структуру свободного времени, условия для ведения личного подсобного хозяйства, естественное и механическое движение населения, структуру занятости, уровень материально-технической базы социальной инфраструктуры и т.п.

Во многих работах можно наблюдать прямое сведение понятия «качество жизни» к понятию «уровень жизни», а также варианты соотнесения или объединения с данным понятием. Для этого подхода характерен акцент на использование явных количественных измерителей – объективных показателей уровня жизни населения, среди которых особенно широкое применение нашли показатели дифференциации населения по уровню доходов, изменения в структуре доходов и потребления и т.п. Исторические корни такого подхода связаны как с недостаточным насыщением рынка товарами широкого потребления, имевшим место в прошлом, так и с неразвитостью самих потребностей, особенно социальных.

Между категориями уровня и качества жизни имеет место генетический характер зависимости, который выражается в том, что качество жизни имеет в своей основе определенный уровень материального благосостояния, развития экономики, науки, культуры и пр., находящий отражение в понятии уровня жизни. Качество жизни можно представить как показатель, снимающий ограниченность понятия уровень жизни измерением тех качественных условий удовлетворения потребностей, которые не поддаются прямому количественному измерению. Если уровень жизни характеризует реализацию нужд членов общества во благах, то качество жизни – степень удовлетворения потребностей с достижением того определенного личностно-психологического состояния, без адекватной оценки которого невозможно судить о реальном уровне благосостояния в стране, иметь представление о реальном состоянии удовлетворения потребностей людей.

В 1994 году опубликовано исследование **А. Когута** и **В. Рохчина** «Региональный мониторинг: качество жизни населения» [7]. Авторами предпринята попытка разработки регионального социально-экономического мониторинга с ориентацией на наблюдение за качеством жизни населения. В этой работе рассмотрены направления мониторинга качества жизни в разрезе основных его структурных составляющих (уровня и образа жизни населения, состояния общественного здоровья), предложена система показателей качества жизни населения региона.

В конце двадцатого века активизировались попытки квантификации качества жизни как самостоятельного научного понятия. Характер этой стадии определялся выраженной тенденцией построения системы показателей для оценки качества жизни населения России в период перехода к рыночной экономике.

Качество жизни – чрезвычайно широкое, многогранное понятие. Качество жизни – это категория, далеко выходящая за пределы экономики, это, скорее, социально-экономическая категория. В то же время качество жизни не является четко отделенной от других социально-экономических категорий, нередко объединяет их, включая в себя в качественном аспекте. Понятие качество жизни призвано характеризовать качественную сторону жизни людей. При этом качество жизни характеризует не только объективные жизненные условия, но и ценностное отношение людей к условиям их жизни, их субъективное восприятие.

К числу наиболее интересных и современных работ в области концептуального развития понятий «уровень жизни» и «качество жизни», а также с точки зрения предпринятых обзора и разработки систем, интегральных и обобщающих показателей уровня и качества жизни населения относятся, на мой взгляд, работы **В. Бобкова**, **П. Мстиславского**, в которых достаточно основательно проанализированы методологические проблемы оценки качества жизни населения [4, 5].

Проблема качества жизни вызвана сменой механизма всего социального развития, изменением целей развития. Вместо абстрактных целей (стирание граней между городом и деревней, преодоление существенных различий социальных групп в условиях труда и капитала) формируются конкретные: рост доходов, заработной платы, улучшение условий жизни: жилищных, здравоохранения, образования, и др. На смену сугубо экономическим критериям развития пришли критерии качества жизни, а развитие человеческого потенциала стало целью и фактором экономического роста. Традиционная ориентация социальной политики – на благо общества, новая ориентация – на благо человека. Для новой модели социальной политики критерии и показатели уровня жизни оказались

недостаточными; она включает более значительный круг потребностей, интересов и ценностей людей, в том числе, настроения, ожидания, социального самочувствия.

Таким образом, понятие «качество жизни» шире понятия «уровень жизни». Оно является разносторонней и ценностной характеристикой жизнедеятельности, в отличие от «уровня жизни», характеризующего только материальное положение людей.

Качество жизни рассматривается на базе концепций «качества жизни» и «развития человеческого потенциала» с учетом накопленного теоретического багажа отечественной экономической и социальной науки и с определенной адаптацией к российским условиям. Качество жизни понимается как социально-экономическая категория, характеризующая совокупность всех существенных для личности условий существования, расширение возможностей и степень удовлетворения комплекса человеческих потребностей, соотнесенных с социальными стандартами и ресурсными возможностями общества. При этом условия следует рассматривать не только как заданные и неизменные, но и подлежащие оценке, поэтому их можно изменить, если оценка окажется неудовлетворительной.

3. Структура понятия «качество жизни»

Качество жизни, трактуемое в работе как степень удовлетворения потребностей человека и расширение возможностей и основанное на концепциях качества жизни и развития человеческого потенциала, включает в себя цель – улучшение качества жизни через расширение возможностей; структуру – в виде интегральных компонентов качества жизни (качество населения, уровень жизни, качество социальной инфраструктуры и компонентов экосистемы) и базовых показателей (доходов, занятости, образования, здоровья, продолжительности жизни, доступности основных благ и услуг), что позволяет разрабатывать методы количественного измерения качества жизни. Таким образом, понятие качество жизни наполняется более структурированными и имеющим функцию целеполагания содержанием, включает основные элементы сложившейся в отечественной экономической и социальной науке концептуальной триады «условия – уровень – образ жизни», сохраняя преемственность подходов (рис.1).

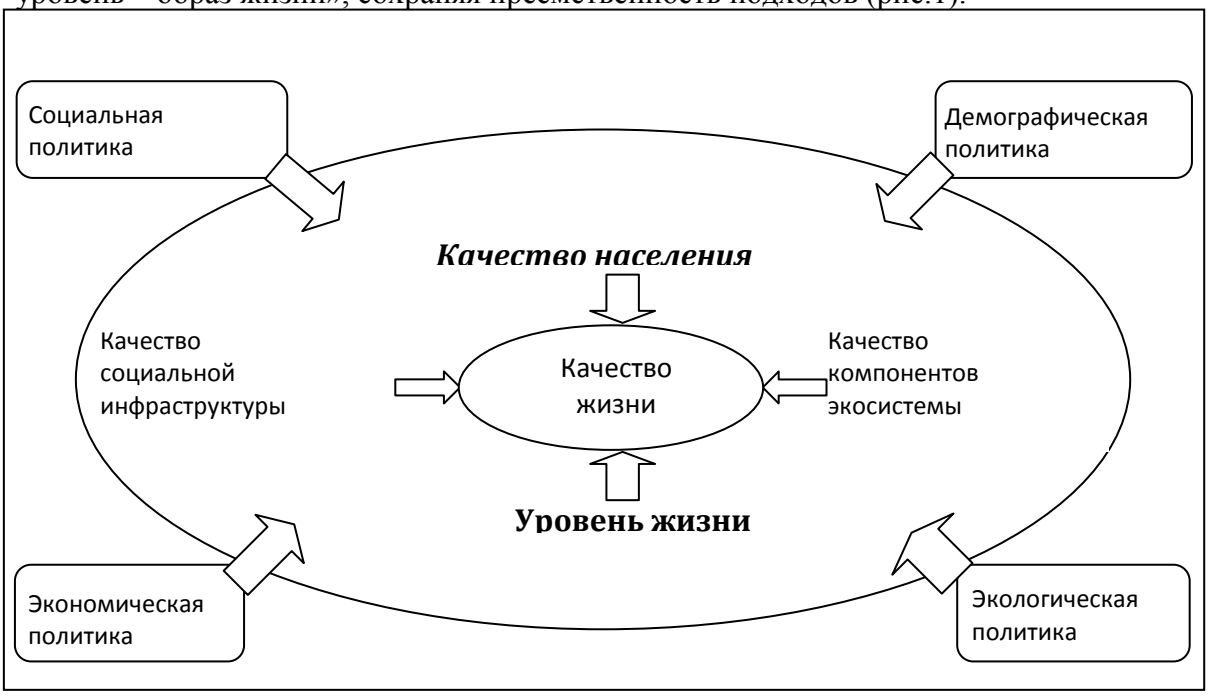


Рис.1. Качество жизни, его структура и взаимосвязи

Компоненты качества жизни невзаимозаменяемы и равнозначимы, но возможен выбор разных приоритетов при отборе компонентов для конкретных исследовательских задач. В исследованиях качества населения более важны характеристики долголетия, образования, здоровья; при оценке уровня жизни – показатели доходов, заработной платы, их дифференциация, обеспеченность финансовыми и нефинансовыми активами.

Между отдельными компонентами качества жизни существует взаимозависимость, которая проявляется в сопоставимости тенденций динамики качества населения, уровня жизни, качества социальной инфраструктуры и окружающей среды. Но нередко эти процессы имеют разную скорость, а порой и разную направленность динамики. Это особенно характерно для стран и регионов с переходной экономикой, поэтому для них важно исследование факторов дифференциации отдельных компонентов качества жизни населения.

Заключение

Качество жизни объединяет многие аспекты уровня жизни, важнейшими из них выступают стандартные меры экономического благосостояния: доходы населения, социальное обеспечение, потребление материальных благ и услуг.

Уровень жизни отдельного лица и населения в целом зависит от степени удовлетворения его потребностей и определяется его ресурсами и возможностями. Системообразующей основой понятия уровня жизни являются разнообразные человеческие потребности, возникающие и реализующиеся в форме потребления. Ограничение категории уровня жизни сферой потребления представляет собой важное конструктивное различие с определением качества жизни, которое охватывает не только достигнутый уровень потребления населения, но и обстоятельства, которые могут оказать на него влияние.

Исходя из определения качества жизни, видно, что оно может быть выражено через совокупность объективных показателей и субъективных оценок реализации человеческих потребностей.

Литература:

1. Барышева А.В. Перестройка: социально-экономические проблемы. – М.: Наука, 1990. – 54 с.

2. Бестужев-Лада И.В. Содержание и структура категории «образ жизни» // Общественные науки. – 1981. – №2. – С. 60-71.

3. Бобков В.Н., Масловский-Мстиславский П.С. Динамика уровня жизни населения // Экономист. – 1994 – №6. – С. 52-66.

4. Бобков В.Н., Масловский-Мстиславский П.С. Качество жизни: концепция и измерение. – М.: ВЦУЖ, 1998. – 20 с.

5. Бобков В.Н., Мстиславский П.С. Качество жизни: сущность и показатели // Человек и труд. – 1996. – №6. – С. 76-79.

6. Жеребин В.М., Романов А.Н. Уровень жизни населения. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 592 с.

7. Когут А., Рохчин В. Региональный мониторинг: качество жизни населения. – СПб., 1994. – 167 с.

8. Можина М.А., Рабкина Н.Е., Римашевская Н.М. Благосостояние, распределительные отношения и проблемы оптимального развития экономики социалистического общества // Экономика и математические методы. – 1980. – Т.16. – Вып.3. – С. 417-425.

Дополнительная литература:

9. *Римашевская Н.М. и др.* Потребности, доходы, потребление: Методология анализа и прогнозирование народного благосостояния. – М.: Наука, 1979. – 240 с.

10. *Старков Р.Ф.* Уровень жизни: методология измерения и анализ. – Иркутск: изд-во Иркутского университета, 1994. – 169 с.

LEGITĂŢILE ŞI FORMELE DEZVOLTĂRII SORTIMENTULUI DE MĂRFURI

***Maleca Tudor**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

There are removed, formulated and interpreted the regularities of marketing assortment development of consumer goods: 1) widening continually; 2) modification of depth and 3) permanent renewal, as well as the change in depth of assortment of goods: a) through proliferation and b) through simplification (collapse). There are highlighted, as defined and interpreted types of marketing assortment renewal of consumer goods: 1) with increasing number of the nomenclature of goods and 2) without increasing and even reducing the number of nomenclature of goods, as well as commercial assortment renewal without increasing numerical nomenclature service: a) through evolution; b)through revolution. There are removed, formulated and interpreted the regularities of marketing assortment development of consumer goods: 1) widening continually; 2) modification of depth and 3) permanent renewal, as well as the change in depth of assortment of goods: a) through proliferation and b) through simplification (collapse). There are highlighted, as defined and interpreted types of marketing assortment renewal of consumer goods: 1) with increasing number of the nomenclature of goods and 2) without increasing and even reducing the number of nomenclature of goods, as well as commercial assortment renewal without increasing numerical nomenclature service: a) through evolution; b)through revolution.

***Key word**: assortment of goods, commercial goods assortment, consumer goods, widening of goods, commercial goods assortment depth, the renewal of assortment, proliferation and simplify trade, increase the range and reducing the number of goods nomenclature, evolution and revolution of assortment of goods.*

Sortimentul de mărfuri reprezintă, de fapt, sortimentul comercial, fiindcă bunul devine marfă doar în sfera circulaţiei. Sortimentul comercial global este în deplină măsură dependent de sortimentul global de producţie a bunurilor, deci aceste două sortimente evoluează concomitent. La nivel local sau regional sortimentul comercial depinde de sortimentul local, regional de producere a bunurilor şi de importul lor, deci şi de sortimentul global de producere.

Evoluţia sortimentului de mărfuri poate fi caracterizată ca o permanentă dezvoltare de la varietăţi [1] la un ansamblu impunător de mărfuri, care conform estimărilor savanţilor deja în anii ‘80 ai secolului trecut, depăşea un mln de varietăţi. Şi în genere, la fiecare 15 ani, numărul varietăţilor de mărfuri se dubla [3]. În cadrul acestui ansamblu de mărfuri au loc diverse procese care predetermină modificările şi evoluţia sortimentului de mărfuri, asigurând dezvoltarea permanentă a sortimentului de mărfuri.

Această dezvoltare este cauzată, pe de o parte, de realizările progresului ştiinţifico-tehnic, materializate prin valorificarea noilor materii prime şi obţinerea materialelor noi, inclusiv cu noi proprietăţi consumiste, prin elaborarea tehnologiilor noi de fabricare a mărfurilor, urmată de apariţia noilor mărfuri cu proprietăţi noi de consum, prin perfectarea şi modernizarea celor anterioare etc. Pe de altă parte - de dezvoltarea necesităţilor populaţiei provocată de: dinamica sporirii nivelului de civilizare a omului şi creşterea nivelului cultural al populaţiei, perfecţionarea permanentă a condiţiilor sociale şi de trai ale populaţiei, influenţa progresului ştiinţifico-tehnic şi a

producerii, sporirea posibilităţilor economice ale populaţiei. Prin urmare, dezvoltarea sortimentului de mărfuri este un proces obiectiv ce va însoţi mereu omenirea.

Savanţii din domeniu au constatat că în ultimele decenii dezvoltarea sortimentului de mărfuri se accelerează, se reduce perioada uzurii morale a multor mărfuri, fiecare 10-15 sau 15-20 ani sortimentul global de mărfuri se modifică circa la 50%. Aceste fenomene reclamă regândirea stringentă a procesului de dirijare a sortimentului de mărfuri, iar dirijarea eficientă poate fi efectuată doar cunoscând mecanismul, legităţile şi formele dezvoltării sortimentului de mărfuri.

Din multitudinea de fenomene, ce au loc în evoluţia sortimentului de mărfuri, putem evidenţia unele legităţi şi forme de dezvoltare.

În baza analizei datelor din literatura de specialitate [2,3] şi a observaţiilor proprii, vom scoate în evidenţă următoarele legităţi şi forme de dezvoltare a sortimentului de mărfuri:

1. Lărgirea, lungirea şi lăţirea în continuu a sortimentului. Remarcăm că **lărgirea** sortimentului este sporirea numărului de grupe şi subgrupe de mărfuri, **lungirea** - sporirea numărului de tipuri şi subtipuri din sortimentul subgrupei de mărfuri sau al grupei marfare dacă aceasta nu se divizează în subgrupe, iar **lăţirea** este sporirea numărului total de tipuri şi subtipuri de mărfuri din toate subgrupele grupei marfare [1]. Deci în sortimentul marfar permanent are loc sporirea numărului de grupe, subgrupe, tipuri şi subtipuri de mărfuri.

Constatăm că lungirea şi lăţirea sortimentului de mărfuri decurg destul de lent, aceste caracteristici ale sortimentului marfar sunt destul de conservatoare, însă, şi mai conservator, şi mai lent decurge lărgirea sortimentului de mărfuri – pot trece decenii, secole şi mai mult până la apariţia unei noi grupe sau subgrupe şi dispariţia unei grupe sau subgrupe învechite de mărfuri.

2. Modificarea permanentă a profunzimii (adâncirii) sortimentului de mărfuri. Remarcăm că **profunzimea** este numărul de varietăţi în cadrul tipului sau subtipului de mărfuri. Profunzimea este una din caracteristicile cele mai dinamice ale sortimentului comercial de mărfuri, care se modifică permanent şi accelerat preponderent în direcţia adâncirii (aprofundării). Aprofundarea (adâncirea) sau reducerea adâncimii sortimentului de mărfuri decurge foarte intens. Dezvoltarea sortimentului de mărfuri prin modificarea permanentă a profunzimii se realizează prin două forme:

a) prin *proliferare* – când se inventează (se elaborează) şi se introduc în sortimentul comercial noi şi noi varietăţi de mărfuri de acelaşi tip (subtip);

b) prin *simplificare (restrângere)* – când se reduce (se restrânge) nomenclatorul (numărul) de varietăţi de marfă în cadrul tipului sau subtipului de marfă.

Formele dezvoltării sortimentului marfar prin aprofundare sunt strâns legate şi în concordanţă evidentă cu etapele ciclului vital pe piaţă a mărfii. Dacă la primele două etape de viaţă pe piaţă (lansarea, creşterea) tipul (subtipul) de marfă este diversificat (proliferat) în multiple varietăţi, apoi la etapa maturării numărul varietăţilor stagnează, iar la etapa declinului are loc reducerea (simplificarea) numărului de varietăţi până la dispariţia tipului (subtipului).

3. Înnoirea permanentă a sortimentului de mărfuri. Stabilim că **noutatea** sortimentului este numărul de grupe/subgrupe sau de tipuri/subtipuri, varietăţi noi respectiv în cadrul grupei/subgrupei sau tipului/subtipului de mărfuri, iar **înnoirea** este includerea în sortimentul marfar a unui număr de grupe/subgrupe noi de mărfuri sau includerea unui număr de tipuri (subtipuri) noi sau înnoite (modernizate, perfectate, înnobilate) în cadrul grupei (subgrupei) ori a unui număr de varietăţi noi sau modernizate (perfectate, înnobilate) în cadrul tipului (subtipului) de mărfuri ale sortimentului marfar. Ca **marfă nouă** considerăm marfa cu proprietăţi consumiste noi care este elaborată pentru a satisface noi necesităţi umane sau obţinută, fabricată din materia primă nouă ori în compoziţie absolut inovativă sau care funcţionează şi satisface necesităţile

consumatorului în baza unor principii sau legităţi principial noi, iar **marfa înnoită (modernizată, perfectată, înnobilată)** este marfa cunoscută, dar modificată, perfectată, înnobilată etc. pentru a satisface cât mai profund cerinţele consumatorilor aflate în permanentă dezvoltare. La înnoirea sortimentului marfar contribuie atât marfa nouă, cât şi marfa înnoită. Cel mai activ în sortimentul comercial se înnoieşte nomenclatorul varietăţilor de mărfuri, pe când introducerea în sortimentul de mărfuri a noilor tipuri/subtipuri, grupe/subgrupe de mărfuri are loc destul de rar.

Înnoirea sortimentului comercial de mărfuri poate fi de două tipuri:

1. *cu sporirea numerică* a nomenclatorului sortimentului comercial – când introducerea în sortimentul comercial de mărfuri a mărfurilor noi sau înnoite (modernizate, perfectate, înnobilate) nu presupune (nu provoacă) excluderea din nomenclatorul marfar al întreprinderii de comerţ a mărfurilor existente;

2. *fără sporirea şi chiar cu reducerea numerică* a nomenclatorului sortimentului comercial – când înnoirea (includerea în sortimentul comercial de mărfuri a mărfurilor noi sau înnoite (modernizate, perfectate, înnobilate) presupune (provoacă) excluderea concomitentă din nomenclatorul marfar al întreprinderii comerciale a mărfurilor vechi sau învechite moral. Tipul de înnoire a sortimentului comercial de mărfuri fără sporirea lui numerică este realizat prin două forme:

a) prin *evoluţie* – când varietatea de marfă veche (învechită) moral este treptat înlocuită cu o varietate de acelaşi tip (subtip) de marfă, dar înnoită (modernizată, înnobilată, perfectată);

b) prin *revoluţie* – când marfa veche (învechită) moral este exclusă din sortimentul de mărfuri fiind înlocuită cu una nouă: o varietate sau un alt tip (subtip) de marfă complet noi (de exemplu: gramofon → patefon → magnetofon→etc.). Mărfurile (varietăţile, subtipurile/tipurile şi chiar subgrupele/grupele de mărfuri) înlocuite prin revoluţie dispar din sortimentul comercial de mărfuri, păstrându-se uneori doar în sortimentul bunurilor consumatorilor.

Bibliografie:

1. Maleca, Tudor. Caracteristici ale sortimentului comercial: nominalizări, definiţii, indici şi modul determinării lor. *Analele ştiinţifice ale Universităţii Cooperatist-Comerciale din Moldova*. Vol. X. Chişinău: UCCM, Moldcoop, 2012, p. 122-129.
2. Дарбинян, М.М. *Формирование ассортимента и товарные запасы в торговле*. М.: Экономика, 1974, 248 p.
3. Полонская, Л.А. Турянская, М.М. *Формирование ассортимента товаров в розничной торговле*. Киев: Техніка, 1982, 96 p.

CONTROLUL BILOLOGIC AL FUNGILOR FITOPATOGENI ÎN CONTEXTUL ASIGURĂRII INOCUITĂŢII PRODUSELOR HORTICOLE

***Artiomov Laurenţia**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Fungal plant diseases need to be controlled to ensure the quality and abundance of food, feed, and fiber produced by growers around the world. The postharvest application of fungicides against fruits decay has been increasingly limited by the development of pathogen resistance to many fungicides and negative public perception regarding the safety of pesticides. Biological control of postharvest diseases has emerged as an effective alternative.

This article will describe the current status of research and application of biological controls, and future directions that might lead to the development of more diverse and effective biological controls for plant diseases.

***Key words**: biological control, innoquity, fruits and vegetables, antagonistic microorganisms, biopesticides.*

Putrezirea fructelor şi legumelor în urma activităţii agenţilor fitopatogeni duce la pierderea a 20-25% din recoltă chiar şi în ţările dezvoltate. Situaţia este mult mai exasperată în ţările în curs de dezvoltare, unde se pierd 35% din producţia recoltată din cauza dificultăţilor de transport şi a depozitării şi procesării necorespunzătoare [1, p. 15].

Pesticidele utilizate în agricultura tradiţională sunt substanţe de sinteză chimică, străine agroecosistemului, reprezentând pentru biocenozele acestora un factor de stres. Multe pesticide sunt greu degradabile, determinând contaminarea alimentelor, solurilor şi apelor cu reziduuri toxice. De dorit ar fi ca pesticidele folosite să se epuizeze odată cu realizarea scopului urmărit, în realitate ele însă intră într-un circuit ce afectează ecosistemele terestre. Cel mai mare dezavantaj al utilizării pesticidelor în agroecosisteme este toxicitatea acută a acestora pentru animalele şi plantele supuse acţiunii lor.

Utilizarea fungicidelor sintetice ca benomil şi iprodion, pentru a controla bolile în perioada post-recoltă, este pe larg dezbătută în literatura ştiinţifică. Cu toate acestea, în prezent autorităţile şi consumatorii multor ţări sunt preocupaţi de problemele de mediu şi sănătate în legătură cu folosirea îndelungată a fungicidelor sintetice şi solicitată comunităţii ştiinţifice şi industriei alimentare să dezvolte tehnologii ecologice şi să asigure produse de calitate. Controlul biologic al bolilor micotice ale plantelor poate fi o alternativă

Lupta biologică a fost definită de Organizaţia Internaţională de Luptă Biologică (O.I.L.B.) ca o metodă de luptă cu organismele dăunătoare culturilor agricole şi silvice cu ajutorul altor organisme vii sau cu produse ale activităţii lor metabolice. În felul acesta, în lupta cu bolile plantelor sunt incluse şi antibioticele, ca produse ale activităţii unor microorganisme şi a altor organisme vii.

Sunt puţine produse destinate luptei biologice cu patogenii, care se folosesc în prezent, deoarece majoritatea metodelor de combatere biologică a patogenilor sunt încă în fază de cercetare, în comparaţie cu metodele biologice folosite în combaterea dăunătorilor animali. Aceste metode, datorită avantajelor mari pe care le prezintă, și anume: lipsa de toxicitate faţă de animale

şi oameni, a fitotoxicităţii reduse şi a caracterului nepoluant, urmează să ocupe un loc mai important în viitor la combaterea bolilor plantelor.

Folosirea microorganismelor antagoniste în lupta cu agenţii fitopatogeni devine tot mai răspândită în lume. Mecanismele prin care antagoniştii inhibă agenţii patogeni nu sunt încă complet elucidate. Se presupune că are loc competiţia pentru substanţe nutritive şi spaţiu. Alte cauze ar putea fi producerea de antibiotice, parazitismul direct şi inducerea rezistenţei la speciile colonizate [10, p. 208]. Microorganismele antagoniste pot fi aplicate atât înainte, cât şi după recoltare, cele mai bune rezultate fiind obţinute în cazul aplicării post-recoltă.

Culturile mixte ale diferitor microorganisme antagoniste agenţilor fitopatogeni asigură un control mai eficient al bolilor în perioada post-recoltă decât culturile unei singure specii. Utilizarea microorganismelor antagoniste este mai eficientă în complex cu doze mici de fungicide, săruri sau cu tratamentele fizice: iradiere, raze ultraviolete ş.a.

Folosirea culturii de ***Candida sake în asociere cu molibdenatul de amoniu elimină totalmente putregaiul albastru al perelor şi reduce cu 80% incidenţa lui la mere în timpul păstrării în stare refrigerată. Bioeficienţa culturii de Pseudomomas syringae*** în controlul antracnozei a fost majorată prin adăugarea dozelor mici de tiobendazol sau imazalil (250 $\mu g\ ml^{-1}$), efectul fiind similar cu cel al dozelor mari de fungicide [13, p. 283]. Cercetătorii Conway. W.S. ş.a. [4, p. 330] au inoculat merele Golden Delicious cu Penicillium expansum şi le-au tratat cu diferite combinaţii de bicarbonat de sodiu şi 2 antagonişti ai Penicillium expansum (Metschnikowia pulcherrima, Cryptococcus laurentii), apoi le-au păstrat în atmosferă obişnuită sau controlată (CA = 1,4 kPa O_2 and 3 kPa CO_2) la 1°C pentru 2 sau 4 luni. Doar tratarea cu bicarbonat de sodiu în asociere cu ambii antagonişti şi păstrarea lor în stare refrigerată şi în atmosferă controlată au eliminat putregaiul cauzat de Penicillium expansum. Nizina, un antibiotic natural de origine polipeptidică, intensifică acţiunea antimicotică a drojdiei Candida oleophila în cazul fructelor de mere afectate de *Botrytis cinerea* şi *Penicillium expansium* [7, p. 12].

În cazul speciei Candida saitoana s-a constatat că activitatea sa de biocontrol al dezvoltării pe mere a fungilor fitopatogeni Botrytis cinerea şi Penicillium expansum se bazează pe mecanismul de inducere a formării structurilor anatomice de protecţie. Astfel, se previne creşterea necrotrofă a hifelor ciupercilor [El-Ghaouth, 1998, p. 289].

La nivel internaţional se folosesc antagonişti ca ***Debaryomyces hansenii*** Lodder & Krejer-van Rij, ***Cryptococcus laurentii*** Kufferath & Skinner, ***Bacillus subtilis*** (Ehrenberg) Cohn, ***Trichoderma harzianum*** Rifai. Au fost elaborate şi înregistrate produse de biocontrol ca Aspire, BioSave, Shemer etc. [5, p. 131]. Deşi rezultatele acestor tehnologii sunt încurajatoare, sunt necesare cercetări suplimentare.

Studiile din literatura de specialitate sugerează că fitopreparatele sunt unele dintre mijloacele de perspectivă ale protecţiei biologice ale plantelor. Impactul acestor preparate este suficient de eficient, extragerea nu este complicată şi lungă, sunt inofensive pentru mediu şi oameni, se descompun rapid în agrocenoză şi folosirea lor, de obicei, este eficientă [15, p. 11].

La ora actuală nu există niciun dubiu că pesticidele ecologice reprezintă o cale de succes în combaterea integrată a bolilor şi dăunătorilor. Din cele aproximativ 250 000 de specii ale regnului vegetal în prezent doar câteva dintre acestea sunt inventariate ca şi ingrediente de bază pentru obţinerea pesticidelor ecologice.

Avantajele pesticidelor ecologice sunt evidente. Majoritatea plantelor folosite ca pesticide ecologice pot fi identificate uşor de fermier, deoarece sunt destul de cunoscute. Multe dintre plantele folosite la prepararea pesticidelor ecologice sunt şi plante medicinale importante.

Un avantaj important al utilizării pesticidelor ecologice este lipsa reziduurilor în fructele recoltate. Reieşind din aceasta, fructele tratate cu pesticide ecologice pot fi recoltate şi consumate la scurt timp după tratarea acestora. Majoritatea pesticidelor ecologice nu sunt fitotoxice. Rezistenţa bolilor şi dăunătorilor la pesticidele ecologice nu se dezvoltă aşa de repede ca şi în cazul pesticidelor sintetice [11, p. 15].

Experimental s-au obţinut rezultate bune în combaterea unor fitopatogeni cu extracte din ceapă, usturoi, hrean, mac, nuc, pin, dar, datorită dificultăţilor de extragere, până în prezent nu sunt introduse în practică. Uleiurile esenţiale sunt metaboliţi secundari ai plantelor, care pot fi utilizaţi pentru a controla fungii fitopatogeni [3, p. 2290]. Deşi multe uleiuri esenţiale au efect fungitoxic, este important să se ia în considerare faptul că mirosul intens poate limita utilizarea lor în produsele alimentare. Pentru a rezolva această problemă sunt necesare cercetări tehnologice.

Pentru testarea eficacităţii extractelor din plante asupra fructelor depozitate (struguri, tomate Cherry, fructe de căpşun) infectate cu specia *Botrytis cinerea* Pers. Miclea R. V a folosit extracte de *Aloe* sp., *Tagetes* sp. *Satureja hortensis*, *Aristolochia clematitis*, *Helleborus purpurascens, Sambucus nigra* şi *Allium sativum.* Cele mai eficiente extracte care au efect fungistatic asupra *Botrytis cinerea* au fost cele din cimbru de grădină (*Satureja hortensis*), crăiţe (*Tagetes* sp.) şi propolis [9, p. 312].

O strategie de perspectivă în dezvoltarea metodelor de păstrare a produselor alimentare reprezintă elaborarea foliilor alimentare antimicrobiene pentru ambalaje alimentare, capabile să elibereze substanţele active, printr-un proces de difuzie antimicrobiană faţă de patogenii care contaminează alimentele şi aditivi biodegradabili (amidon) ca parte din matricea polimerică constituindu-se într-un biopolimer. Foliile alimentare antimicrobiene vor aduce beneficii sănătăţii consumatorilor prin reducerea riscului de îmbolnăviri cauzate de contaminarea microbiană a alimentelor şi a cantităţii de substanţe chimice, care pot migra în alimente din ambalajele convenţionale [9, p. 19].

Chitina şi derivatul său chitozanul sunt alternative promiţătoare pentru controlul bolilor micotice post-recoltare ale fructelor şi legumelor. Chitina este un biopolimer natural regenerabil, aflat în cantităţi mari în natură, cu un potenţial de utilizare polivalentă în industria agricolă, alimentară , care a fost aprobat de către SUA ca biopesticid.

Chitosanul, de asemenea, a devenit o perspectivă alternativă de tratare a fructelor şi legumelor, datorită caracterului său natural, activitate antimicrobiană şi inducerea reacţiei de apărare în ţesuturile plantelor afectate de boli [8, p. 342]. Chitina sau chitosanul s-au folosit pentru a controla bolile post-recoltare la multe fructe, cum ar fi perele, căpşunele, strugurii de masă, roşiile, citricele etc. Chitina şi chitosanul pot diminua în mod eficient bolile post-recoltare ale fructelor prin inhibarea directă a germinării sporilor şi a creşterii miceliului fungilor fitopatogeni sau prin stimularea indirectă a enzimelor de protecţie a plantelor colonizate de patogeni [14, p. 929].

E necesar de menţionat şi dezavantajele folosirii pesticidelor ecologice. Pesticidele ecologice au un caracter sezonier, fiind disponibile doar când plantele constituente sunt în faza de vegetaţie.

Nu toate pesticidele ecologice sunt netoxice pentru organism, există câteva care pot fi la fel de toxice ca şi cele sintetice. Pesticidele ecologice nu sunt încă protejate de lege.

Pentru dezvoltarea agriculturii ecologice în Republica Moldova sunt indispensabile metodele ecologice, biologice de protecţie a plantelor. În acest domeniu este importantă contribuţia Institutului de Protecţie a Plantelor şi Agricultură Ecologică al AŞM, unde se

elaborează mijloace ecologic - inofensive, care permit combaterea eficientă a organismelor dăunătoare.

Cercetătorii acestui Institut identifică componentele şi perfecţionează schemele de sinteză şi aplicare a feromonilor sexuali, a substanţelor biologic active, a extractelor de origine vegetală, implementează metode de prognoză a dezvoltării bolilor şi dăunătorilor pentru sistemele de protecţie integrată a plantelor, elaborează tehnologii ecologice de protecţie a culturilor agricole [12, p. 33]. Au fost elaborate preparate ecologice pentru protecţia plantelor, combaterea bolilor şi dăunătorilor care corespund cerinţelor ecologice c*a Funecol, Pelecol si* Recol.

Concluzii

Combaterea biologică se poate realiza prin: hiperparazitism, prin antagonismul dintre microorganisme, prin dezvoltarea mai bună a plantelor, folosirea antibioticelor, preimunizarea, utilizarea substanţelor de natură vegetală. Strategiile de control biologic al fungilor fitopatogeni patogeni în perioada post-recoltă sunt o componentă obligatorie a agriculturii ecologice, dar aplicarea în practică la scară a acestor strategii este limitată de mai mulţi factori: cost, eficacitate, fiabilitate. Sunt necesare încă serioase cercetări pentru a fi siguri că utilizarea microorganismelor antagoniste nu influenţează negativ proprietăţile naturale ale fructelor şi legumelor.

E necesară continuarea cercetărilor modului de acţiune a chitinei şi chitosanului în controlul bolilor post-recoltare de fructe, deoarece sunt încă multe neclarităţi. Prin urmare, pentru a înţelege pe deplin mecanismul de acţiune a chitinei şi chitosanului împotriva fungilor patogeni şi rolul lor în inducerea răspunsului de apărare a fructelor la infecţie sunt necesare noi investigaţii la nivel molecular şi proteomic.

Întru a deveni accesibile pentru fermierii din agricultura ecologică, biopesticidele trebuie să fie înregistrate şi disponibile în comerţ. Utilizarea metodelor biologice în scopuri comerciale este limitată de specificul aplicării lor în comparaţie cu cel al fungicidelor. Biocontrolul este o nouă abordare în controlul bolilor fructelor în perioada post-recoltă şi are încă diverse limitări. Eficacitatea unor agenţi de biocontrol este limitată la anumiţi patogeni, specii sau chiar soiuri. Utilizarea metodelor de biocontrol în complex cu alte metode non-fungicide (chitină, chitosan, bicarbonat de calciu, acid salicilic, propolis etc.) sporeşte eficacitatea lor, extinde spectrul bolilor ce pot fi controlate.

Combaterea integrată a bolilor şi dăunătorilor, ce are ca scop reducerea numărului de tratamente chimice, utilizarea pesticidelor cu toxicitate scăzută şi selective, folosirea metodelor biologice ar putea diminua cantitatea de pesticide de sinteză utilizate în protecţia plantelor.

Bibliografie:

1. ABANO, E., SAM-AMOAH, L. Application of antagonistic microorganisms for the control of postharvest decays in fruits and vegetables. *International journal of advanced biological research*. 2012, vol.2, p. 1-39.
2. ANTON, L. et al. *Extracte botanice cu acţiune antimicrobiana pentru ambalaje alimentare active*: Materialele Simpozionului naţional cu participare internaţională - Prioritătile chimiei pentru o dezvoltare durabilă – PRIOCHEM. Ed. a VI-a. Bucureşti, 2010.
3. CAMELE, I., ALTIERI, L., DE MARTINO, L. In Vitro Control of post-harvest fruit rot fungi by some plant essential oil components. *International Journal of Molecular Sciences*. 2012. vol. 13 (2), p. 2290–2300.

4. CONWAY, W.J. et al. Control of blue mold of apple by combining controlled atmosphere, an antagonist mixture, and sodium bicarbonate. *Postharvest Biology and Technology*. 2007, vol. 45 (3), p. 326–332.
5. DROBY, S., WISNIEWSKI, M., EL-GHAOUTH, A., WILSON, C. Influence of food additives on the control of postharvest rots of apple and peach and efficacy of the yeast-based biocontrol product Aspire. *Postharvest Biology and Technology*, 2003, vol. 27 (2), p. 127–135.
6. EL-GHAOUTH, A., WILSON, C.L., WISNIEWSKI, M.E. Untrastructural and cytochemical aspects of biocontrol activity of Candida saitona in apple fruit. *Phytopathology*. 1998, vol. 88, p. 282–291.
7. EL-NESHAWY, S.M., WILSON, C. Nisin enhancement of biocontrol of postharvest diseases of apple with Candida oleophila. *Postharvest Biology and Technology*. 1997, vol.10 (1), p. 9–14.
8. FISK, CL, SILVER, AM, STRIK, BC, ZHAO, Y. Postharvest quality of hardy kiwifruit (*Actinidia arguta* „Ananasnaya") associated with packaging and storage conditions. *Postharvest Biol. Technol*. 2008, vol. 47, p. 338–345.
9. MICLEA, R. V., CARMEN, E. P. Characterization of Botrytis Cinerea Pers. Isolates and their Biological Control with Hydroalcoholic Plant Extracts. *Bulletin USAMV Agriculture*. Iasi, 2012, vol. 69, nr. 1, p. 312.
10. SHARMA, R., SINGH, D., SINGH, R. Biological control of postharvest diseases of fruits and vegetables by microbial antagonists. *Biological control*. 2009, vol. 50, issue 3, p. 205-221.
11. SINGUREANU, V., MOLDOVAN, G. Pesticidele ecologice în protecţia plantelor. *Bioterra*, 2011, nr. 2, p.15.
12. VOLOŞCIUC, L. Protecţia plantelor: probleme şi perspective. *Ştiinţa Agricolă.* Chişinău, 2009, nr. 1, p. 33.
13. WILLIAMSON, S.M., GUZMAN, M., MARIN, D., ANAS, O. Evaluation of Pseudomonas syringae strain ESS-11 for biocontrol of crown rot and anthracnose of bananas. *Biological Control*. 2008, vol. 46 (3), p. 279–286.
14. ZANG, H., RENPING, L., WEIMIN, L. Effects of chitin and its derivative chitosan on postharvest decay of fruits. *Int. J. Mol. Sci*. 2011, vol. 12 (2), p. 917–93.
15. ZARINS, I., DAUGAVIETIES, M., HALIMONA J. Biological activity of plant extracts and their application as ecologically harmless biopesticide. *Scientific works of the Lithuanian Institute of Horticulture and Lithuanian University of Agriculture*, 2009, vol. 28 (3), p. 11.

SIGURANŢA ALIMENTARĂ – NECESITATE ÎN COMERCIALIZAREA PRODUSELOR ALIMENTARE

***Purici Ion**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

This paper seeks to highlight the role of food safety in food trade. International law and the food industry in R. Moldova provides for all units involved in the whole food chain from primary producers to the sale of food (production, transport, storage and serving of food trade), the principles of a system of food safety management based on risk assessment and prevention. The quality of the food industry does not only refer to the finished product, but is also hygienic processes. In this context, the quality is and always will be an important competitive factor.

***Key words:** aliment, quality, safety, reglementation, European Union.*

Alimentele, fie ele de origine vegetală sau animală, sunt indispensabile pentru om, întrucât asigură energia şi substanţele nutritive de bază. Alimentele sunt necesare pentru buna desfăşurare a proceselor metabolice, creşterea şi dezvoltarea individului. Hrana reprezintă, de fapt, substanţa care asigură reglarea proceselor de schimb dintre organism şi mediul înconjurător.

În ultimul timp, explozia de alimente care-s tot mai divers şi colorat ambalate pentru a atrage consumatorul, compoziţia lor complexă şi alimentaţia incorectă, săracă uneori în nutrienţi necesari organismului, precum şi combinarea „periculoasă" a alimentelor, au condus la creşterea riscurilor de îmbolnăvire prin intermediul alimentelor ingerate, pe fondul factorilor stresanţi, la care este supus omul zi de zi. Toate acestea au determinat o revizuire a concepţiei despre nutriţia umană şi accentuarea caracterului ei de factor preventiv pentru sănătate.

Actualmente, se pune tot mai mult accent pe valoarea nutritivă a produselor comercializate. Creşte răspunderea celor care produc şi comercializează alimente în ceea ce priveşte starea lor de inocuitate.

Apa, aerul, reţetele produselor, tehnicile de prelucrare, microorganismele şi alţi biodăunători sunt cei mai importanţi factori purtători de agenţi poluanţi, care influenţează alimentele pe întregul lor lanţ, de la materie primă până la produs finit.

Calitatea produselor alimentare poate fi afectată şi influenţată de factori interni, cum ar fi compoziţia chimică a produsului, însuşirile biologice, proprietăţile fizice – şi de factori externi – dintre care fac parte solicitările mecanice în timpul manipulării produselor, compoziţia aerului atmosferic, temperatura aerului, umiditatea aerului, lumina şi diverse radiaţii.

O alimentaţie săracă în substanţe nutritive de bază (proteine, glucide, lipide, vitamine, săruri minerale, apă) atrage după sine efecte negative asupra sănătăţii omului, reducându-i astfel capacitatea de muncă, rezistenţa în faţa factorilor stresanţi şi la acţiunea agenţilor patogeni de tot felul şi, totodată, amplifică gravitatea unor afecţiuni metabolice etc.

Studiul alimentaţiei umane a intrat mai târziu în sfera cercetărilor ştiinţifice, deşi au fost stabilite legături între alimentaţie şi sănătate încă din cele mai vechi timpuri. Hipocrate a fost cel care a semnalat pentru prima dată această relaţie între sănătate şi alimentaţie raţională, precizând că „dacă reuşim să găsim pentru fiecare om echilibrul dintre alimentaţie şi exerciţiile fizice, am reuşit să descoperim mijlocul de întreţinere a sănătăţii".

Problema unei alimentaţii corecte şi raţionale, pe plan mondial, constituie preocuparea fundamentală a Organizaţiei pentru Alimentaţie şi Agricultură (F.A.O.). Constituit încă în octombrie 1946, acest organism specializat al O.N.U. îşi are activitatea structurată după două principii:

- ameliorarea nutriţiei să devină un obiectiv esenţial al dezvoltării rurale;
- dezvoltarea economică şi socială a fiecărei ţări trebuie măsurată în termeni de ameliorare nutriţională.

Concentrarea eforturilor tuturor celor implicaţi în lanţul complex de fabricare a produselor alimentare, care include producţia agricolă, procesarea şi transportul, precum şi asigurarea trasabilităţii produsului până la consumator ar conduce la obţinerea de produse calitative şi sigure.

Siguranţa alimentelor este o responsabilitate a tuturor, conform Uniunii Europene şi Organizaţiei Mondiale a Sănătăţii, începând de la originea lor până în momentul în care ajung pe masă. O prioritate esenţială pentru fermieri este aceea de a se asigura că produsele lor sunt produse de calitate, fie de origine vegetală sau animală. Astăzi, fermierii pot beneficia de consultanţă agricolă, care le poate oferi sfaturi despre utilizarea corectă a produselor fertilizante, a pesticidelor şi a altor produse de acest gen.

Pesticidele sunt supuse unor teste riguroase înainte de a fi permise de către autorităţile naţionale sau europene. În urma testului, pentru a putea fi utilizat conform instrucţiunilor sale, pesticidul trebuie să îndeplinească o serie de condiţii, printre care am menţiona următoarele:

- să acţioneze conform scopului;
- să nu aibă efecte secundare negative asupra oamenilor, în timpul utilizării la fermă sau în urma reziduurilor care se află în alimente;
- să nu inducă efecte negative asupra mediului înconjurător.

Alimentele prezintă, însă, riscul de a fi contaminate pe tot parcursul lanţului tehnologic cu substanţe chimice sau cu diverşi agenţi patogeni. Contaminarea produselor alimentare de origine vegetală poate fi de două tipuri, în funcţie de factorii care o determină:

- *contaminare biologică* care e produsă de bacterii, fungii, viruşi sau paraziţi. La acest tip de contaminare, produsele prezintă în cele mai multe cazuri semne vizibile, organoleptice.
- *contaminare chimică* care e produsă de substanţe chimice provenite din mediu, reziduuri de metale grele etc., care pot să ajungă în produse întâmplător ori accidental, în timpul manipulării substanţelor în procesul de prelucrare a produselor etc.

Toate studiile efectuate cu privire la toxicitatea contaminaţilor chimici s-au realizat pe animale şi din această cauză nu se ştie întotdeauna, cu siguranţă, dacă substanţele au aceleaşi efecte şi asupra oamenilor. Până acum se cunosc o multitudine de compuşi, care reduc inocuitatea produselor alimentare, cu influenţe negative asupra sănătăţii consumatorului. Iată de ce este foarte important să se cunoască modalitatea de pătrundere a acestora în produsele alimentare, precum şi posibilităţile de evitare a contaminării sau poluării.

Printre contaminanţii vizaţi se remarcă:

• folosirea permanentă sau ocazională a unor substanţe chimice în agricultură, care pot acţiona, în primul rând, asupra ficatului, producând perturbări în metabolism şi au acţiune cancerigenă. *Comisia Codex Alimentarius* a elaborat *Standardul CAC/RS 71 – 1976 (seria a cincea)* privind limitele maxime internaţionale recomandate pentru reziduuri de pesticide:

• produşi toxici, care pot contamina direct sau indirect produsele ori se pot forma în timpul proceselor de prelucrare şi conservare (contaminarea produselor de origine vegetală cu

nitrozamine, în situaţia în care au fost cultivate pe terenuri tratate cu îngrăşăminte azotoase etc.). Aceşti produşi toxici au acţiune iritantă asupra tubului digestiv, provocând congestii şi hemoragii, provoacă creşterea tensiunii arteriale şi afectează ficatul;

• poluare chimică din utilaje sau ambalaje, atunci când acestea conţin metale toxice: cupru, plumb, aluminiu ş.a. (plumbul poate provoca saturnism, boală cu efecte somatice şi genetice; aluminiul se depune în ţesuturile cerebrale etc.).

Unele substanţe grele pătrund în organism şi se depozitează în diferite ţesuturi, declanşând acţiunea toxică după ce s-au acumulat într-o anumită cantitate.

Prezenţa metalelor grele în produsele alimentare este reglementată prin norme de igienă elaborate de Ministerul Sănătăţii:

• exploziile nucleare, folosirea pe scară largă a radiaţiilor ionizante, a elementelor radioactive şi a energiei nucleare;

• poluarea chimică cu aditivi alimentari, atunci când aceştia depăşesc limitele admisibile prevăzute de legislaţia igienico-sanitară.

Conform manualului procedural al Comisiei Codex Alimentarius (FAO/ OMS), aditivii alimentari sunt reprezentaţi de orice substanţă, chiar de natură microbiologică, care nu este consumată în mod natural ca aliment şi care nu este folosită în mod natural ca ingredient, chiar dacă are sau nu valoare nutritivă, a cărei adăugare în produsele alimentare este legată de un scop tehnologic şi organoleptic.

Apariţia pe piaţa din R. Moldova a unor produse din Uniunea Europeană, produse cerealiere, oleaginoase şi zaharoase pentru consumul uman va condiţiona tot mai mult calitatea, în toate etapele filierei, începând cu producţia agricolă, continuând apoi cu recepţionarea şi depozitarea pe categorii de calitate a seminţelor de consum, astfel încât comercializarea produselor cerealiere şi oleaginoase şi zaharoase va fi îmbunătăţită. Promovarea unui management performant şi sporirea calităţii produselor agricole vegetale va contribui vădit la sporirea competitivităţii pe piaţa naţională şi internaţională.

În încheiere vom remarca că responsabilitatea privind siguranţa alimentelor le revine tuturor actorilor implicaţi în domeniul alimentar, începând cu profesioniştii şi terminând cu consumatorii. Este necesar de implementat în fiecare unitate de procesare a produselor alimentare diverse proceduri şi mecanisme de control, care să asigure implicit faptul că ar garanta calitatea produselor ce ajung pe masa consumatorului, având un risc de contaminare redus până la zero, iar populaţia ar fi mult mai sănătoasă în urma beneficiilor aduse de alimente sigure şi sănătoase.

Bibliografie:

1. CIUMAC, J. *Science et tehnologies des aliments*. Chişinău: Ed. Tehnica- Info, 2006.
2. COSTIN, G. *Ştiinţa şi ingineria brânzeturilor*. Bucureşti: Editura Academică, 2004.
3. GAVRIL, N. *Alimentaţie, nutrienţi, alimente*. Ed. EMIA, 2004.
4. MICU, L.- M., PETANEC, D.- I. Calitatea şi siguranţa produselor alimentare în contextul reglementarilor impuse de Uniunea Europeana. *Buletinul AGIR*. 2008, nr. 1-2, p. 33-35.
5. www.fao.org

GRADUL DE MODIFICARE A UNOR INDICI BIOCHIMICI ÎN FUNCŢIE DE TEMPERATURA DE PĂSTRARE APLICATĂ

***Maleca Tudor**, dr., conf. univ.,*
***Chihai Marcela**, lect. sup.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

The present work is dedicated to the problem of apples preservation and to determine the degradation of plastic substances during storage. For this, has been selected four late varieties of apple, which were stored in different temperature regimes (1, 2 and 3°C) and were determined in dynamic: the titratable acid content, the content of sugars, ascorbic acid content.

Key words: *apple fruit, the temperature of storage, the plastic substances, the titratable acid content, the content of sugars, ascorbic acid content.*

Introducere

Din toate culturile horticole, merelor le revine cea mai mare suprafaţă de cultivare, fiind una din perspectivele de dezvoltare ale economiei naţionale. Cultura mărului în cea mai mare parte asigură populaţia cu fructe proaspete practic pe parcursul întregului an [2]. Particularităţile nutritive ale fructelor de măr sunt asigurate de zona de cultivare, condiţiile peidoclimaterice, complexul de acţiuni agrotehnice întreprinse în livezi şi în cea mai mare parte de particularităţile soiului [1, 3, 4].

Perioada de păstrare a fructelor şi calitatea fructelor depind în mare măsură de o serie de factori şi de procesele care au loc în timpul păstrării merelor. Cei mai semnificativi factori sunt: temperatura de păstrare, umiditatea relativă a aerului, viteza de circulaţie a aerului etc. [1, 2, 6].

Luând în consideraţie cele menţionate, cercetările din această lucrare au fost orientate spre studierea ritmului de biodegradare a substanţelor plastice şi a intensităţii respiraţiei fructelor de 4 soiuri tardive de măr, păstrate în condiţii de temperatură de 1, 2 şi 3°C.

Materiale şi metode

Cercetările au fost efectuate în laboratorul de cercetări ştiinţifice merceologice al UCCM şi în cadrul Institutului de Genetică şi Fiziologie a Plantelor.

Ca obiect de studiu au servit fructele de măr a unor soiuri tardive Florina, Pinova, King Jonagold şi Čampion, cultivate în livada de meri a S.A. Alfa Nistru din r. Soroca, din apropierea s. Ruslanovca. Fructele recoltate au fost depozitate în aceeaşi zi în camere frigorifice experimentale, în trei regimuri de temperatură (1, 2 şi 3ºC), la umiditatea relativă a aerului de 85%. Pentru soiurile de mere cercetate au fost determinaţi următorii indici: aciditatea titrabilă, conţinutul de monozaharide, dizaharide şi zahăr total, conţinutul de acid ascorbic conform metodelor biochimice [5].

Rezultate şi discuţii

Din loturile de fructe de soiurile de măr cercetate, până la depozitarea lor în camerele frigorifice experimentale, au fost selectate probe pentru următoarele determinări: *aciditatea titrabilă, acidul ascorbic, monoglucide, zaharoza, zahăr total* (Tabelul 1).

Tabelul 1

Valorile indicilor biochimici la fructele soiurilor de măr cercetate la etapa iniţierii păstrării

Denumirea soiului cercetat	Conţinutul glucidelor, %			Conţinutul acizilor titrabili, %	Conţinutul acidului ascorbic, mg %
	Mono-glucide	Zaharoza	Zahăr total		
Florina	6,84	0,98	7,92	0,70	11,16
Čampion	6,82	1,28	8,10	0,65	8,81
King Jonagold	6,98	2,2	9,18	0,75	9,16
Pinova	6,62	0,96	7,58	0,74	8,28
DL 5%	0,08	0,26	0,33	0,01	0,59

Din cele prezentate, observăm că soiul King Jonagold se remarcă printr-un conţinut mai sporit de glucide – 9,18%. Printr-un conţinut mai sporit al acizilor titrabili s-au evidenţiat soiurile King Jonagold (0,75%) şi Pinova (0,74%). Soiul Florina, comparativ cu celelalte soiuri cercetate, se deosebeşte printr-un conţinut mai înalt de acid ascorbic (11,16 mg%).

Ca substrat pentru procesele de respiraţie sunt folosite substanţele plastice, dintre care, şi acizii. Biodegradarea acestora depinde de asemenea de temperatura de păstrare (Tabelul 2).

Tabelul 2

Modificarea conţinutului de acizi titrabili în fructele de măr, în funcţie de temperatura de păstrare

Denumirea soiului	Conţinutul iniţial de acizi titrabili, %	Temperatura de păstrare, °C	Conţinutul de acizi titrabili, în dinamică, %			
			25.11.	25.12.	21.01.	25.02.
Florina	0,7	1	0,69	0,67	0,63	0,56
		2	0,68	0,66	0,61	0,55
		3	0,66	0,65	0,58	0,54
DL 5%			0,006	0,005	0,008	0,005
Čampion	0,65	1	0,63	0,62	0,59	0,53
		2	0,61	0,59	0,57	0,52
		3	0,69	0,53	0,51	0,49
DL 5%			0,01	0,01	0,01	0,004
Kingionagold	0,75	1	0,71	0,63	0,58	056
		2	0,69	0,61	0,57	0,55
		3	0,65	0,61	0,56	0,51
DL 5%			0,008	0,003	0,004	0,007
Pinova	0,74	1	0,71	0,69	0,63	0,57
		2	0,70	0,65	0,61	0,56
		3	0,69	0,64	0,60	0,52
DL 5%			0,006	0,007	0,007	0,007

La începutul perioadei de păstrare, conţinutul acizilor titrabili a fost: pentru fructele soiului Florina – 0,70%, soiul Čampion – 0,65%, soiul King Jonagold – 0,75% şi soiul Pinova – 0,74%. La o temperatură mai înaltă, procesul de respiraţie este mai intens, ceea ce cauzează consumul unei cantităţi mai mari de substanţe plastice, inclusiv şi acizi titrabili. Astfel, la finele perioadei de păstrare, pentru toate soiurile cercetate păstrate la temperatura de 1ºC, conţinutul acizilor titrabili a constituit: 0,56% (Florina), 0,53% (Čampion), 0,56% (King Jonagold), 0,57% (Pinova); pentru cele păstrate la temperatura de 2ºC - 0,55% (Florina), 0,52% (Čampion), 0,55% (King Jonagold), 0,56% (Pinova); iar la temperatura de 3ºC - 0,54% (Florina), 0,49% (Čampion), 0,51% (King Jonagold), 0,52% (Pinova).

Din aceasta observăm că acizii titrabili degradează mai lent la păstrarea soiurilor cercetate la temperatura de 1ºC.

Aceeaşi legitate s-a observat şi în cazul acidului ascorbic (Tabelul 3).

Conţinutul acidului ascorbic la începutul perioadei de păstrare a constituit: în fructele soiului Florina – 11,16 mg%, în fructele soiului Čampion – 8,81 mg%, în fructele soiului King Jonagold – 9,16 mg% şi în fructele soiului Pinova – 8,28 mg%.

Conform literaturii de specialitate, se cunoaşte că acidul ascorbic, participă la procesele metabolice din ţesuturile fructelor de măr. Gradul de degradare a acidului ascorbic, depinde de temperatura de păstrare, deoarece la o temperatură mai înaltă şi intensitatea proceselor metabolice este mai mare.

Tabelul 3

Modificarea conţinutului de acid ascorbic în fructele de măr, în funcţie de temperatura de păstrare

№	Denumirea soiului	Conţinutul iniţial de acid ascorbic, mg%	Temperatura păstrării, ºC	Conţinutul de acid ascorbic, în dinamică,mg %			
				25.11	25.12	21.011	25.02.
1.	Florina	11,16	1	10,35	9,65	7,63	6,46
			2	9,82	8,22	7,46	6,16
			3	9,32	8,22	6,69	5,81
	DL 5%			0,19	0,18	0,08	0,12
2.	Čampion	8,81	1	8,65	8,22	6,93	5,40
			2	8,42	8,04	6,57	5,05
			3	8,05	7,17	5,99	4,46
	DL 5%			0,09	0,13	0,15	0,15
3.	King Jonagold	9,16	1	8,96	7,17	6,51	5,87
			2	8,75	7,17	6,16	5,52
			3	7,82	6,81	5,64	5,29
	DL 5%			0,15	0,05	0,14	0,1
4.	Pinova	8,28	1	8,28	7,28	6,93	5,99
			2	8,15	7,75	6,52	5,64
			3	7,65	7,05	5,99	5,16
	DL 5%			0,09	0,11	0,16	0,14

După perioada de păstrare de 150 zile, conţinutul de acid ascorbic s-a redus diferit, în dependenţă de regimul termic de păstrare. Astfel, la finele perioadei de păstrare, conţinutul de acid ascorbic în fructele soiului Florina, păstrate la temperatura de 1 ºC a fost – 6,46 mg%, la temperatura de 2 ºC – 6,16 mg%, iar la temperatura de 3 ºC – 5,81 mg%. Pentru soiul Čampion au fost obţinute următoarele rezultate: 5,40 mg% (1 ºC), 5,05 mg% (2 ºC) şi 4,46 mg% (3 ºC). Aceeaşi legitate s-a înregistrat şi în cazul celorlalte soiuri: King Jonagold – 5,87 mg% (1 ºC), 5,52 mg% (2 ºC) şi 5,29 mg% (3 ºC), Pinova – 5,99 mg% (1 ºC), 5,64 mg% (2 ºC) şi 5,16 mg% (3 ºC).

Cercetând gradul de modificare a conţinutului glucidelor la fructelor de măr, în funcţie de regimul aplicat, s-au observat de asemenea deosebiri atât între soiuri, cât şi în dependenţă de regimul de temperatură aplicat (Tabelul 4).

Conform literaturii de specialitate, se ştie că sporirea conţinutului de glucide în timpul păstrării are loc ca urmare a hidrolizei amidonului din ţesuturi, precum şi a polizaharidelor din membrana celulară. Intensitatea acestor procese este determinată în mare măsură de temperatura de păstrare aplicată [3,7].

Tabelul 4

Modificarea conţinutului de glucide în fructele de măr, în funcţie de temperatura de păstrare

Denumirea soiului	Conţinutul iniţial de zaharuri, % 25.10.			Temperatura de păstrare, ^{0}C	Conţinutul de zaharuri în dinamică, %											
					25.11.			25.12.			21.01.			25.02.		
	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total		Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total	Monozaharide	Dizaharide	Zahăr total
Florina	6,84	0,98	7,92	1	6,05	3,21	9,26	6,35	3,52	9,87	7,04	2,91	9,95	7,23	2,98	10,21
				2	6,55	3,1	9,65	6,91	2,75	9,66	7,02	2,78	9,80	7,52	2,66	10,18
				3	6,61	2,62	9,23	6,74	3,22	9,96	6,81	3,32	10,13	6,88	3,86	10,74
DL 5%					0,07	0,08	0,05	0,08	0,12	0,21	0,03	0,08	0,06	0,11	0,17	0,07
Čampion	6,82	1,28	8,10	1	5,87	2,56	8,43	5,92	2,5	8,42	5,97	2,8	8,77	6,01	2,93	8,94
				2	5,65	2,71	8,36	6,0	2,6	8,6	6,11	3,01	9,12	6,24	2,91	9,15
				3	6,32	2,31	8,63	6,1	2,2	8,30	6,24	3,71	9,95	6,31	3,5	9,81
DL 5%					0,1	0,07	0,1	0,03	0,05	0,01	0,07	0,12	0,17	0,04	0,08	0,02
King Jonagold	6,98	2,2	9,18	1	5,28	3,90	9,18	5,43	3,18	9,24	5,61	3,75	9,36	6,21	3,76	9,97
				2	5,36	3,54	8,90	5,12	3,42	8,54	6,42	2,8	9,22	6,48	3,6	10,08
				3	6,65	2,21	8,86	6,42	2,63	9,05	6,54	3,25	9,99	6,58	3,56	10,14
DL 5%					0,03	0,04	0,04	0,17	0,12	0,02	0,12	0,17	0,1	0,05	0,03	0,03
Pinova	6,62	0,96	7,58	1	4,84	3,41	8,25	4,92	3,31	8,23	5,12	3,36	8,48	5,34	3,03	8,37
				2	5,01	2,72	7,73	5,24	2,91	8,13	5,31	3,21	8,52	5,59	3,60	9,19
				3	5,21	3,7	8,91	5,37	3,91	9,28	5,38	3,97	9,35	5,61	3,31	8,92
DL 5%					0,06	0,14	0,2	0,07	0,16	0,14	0,04	0,1	0,19	0,03	0,4	0,12

Rezultatele prezentate în tabelul 4 confirmă că fructele soiurilor Čampion, King Jonagold şi Pinova au înregistrat cele mai mici valori ale conţinutului de zahăr total fiind păstrate la temperatura de 1 ºC, iar cele ale soiului Florina – la 2 ºC. Conţinutul mai înalt de zaharuri în fructele soiurilor cercetate confirmă o intensitate mai sporită a hidrolizei glucidelor. Din aceste

considerente, cel mai mare conţinut de zahăr total s-a înregistrat pentru soiurile Florina, Čampion şi King Jonagold păstrate la 3ºC, iar pentru soiul Pinova, procesele de hidroliză au fost mai intense la temperatura de 3ºC, înregistrându-se un conţinut mai sporit de zahăr total, spre deosebire de celelalte regimuri termice de păstrare.

Concluzii:

1. În rezultatul cercetărilor efectuate s-a stabilit că temperatura este factorul principal în perioada de păstrare, care reglează procesele metabolice în fructe;
2. În limita temperaturilor aplicate de 1, 2 şi 3 °C fructele soiurilor cercetate au reacţionat diferit, în funcţie de particularităţile biologice ale genotipului, consumând cantităţi diferite de substanţe plastice. Temperatura optimă de păstrare pentru soiul Florina este 2 °C, iar pentru Čampion, King Jonagold şi Pinova – 1 °C.

Bibliografie:

1. BUJOREANU, N. *Formarea direcţionată a fructelor pentru păstrare îndelungată*. Chişinău: Editura"Princeps Magna" SRL, 2010.
2. JAMBA, A., CARABULEA, B. *Tehnologia păstrării şi industrializării produselor horticole.* Chişinău: Editura Cartea Moldovei, 2002.
3. АРАСИМОВИЧ, В.В., ПОНОМАРЕВА, Н. П. *Обмен углеводов при созревании и хранении плодов яблони*. Кишинев: Штиинца, 1976, 117 p.
4. БУЖОРЯНУ, Н. et al. *Лежкоспособность плодов и факторы, снижающие их потери при длительном хранении*. Кишинев: Штиинца, 1993, 92 p.
5. ЕРМАКОВ, А. И., АРАСИМОВИЧ, В. В. *Методы биохимического исследования растений.* Ленинград: Агропромиздат, 1987, 430 p.
6. МЕЛНИК, А.В. *Современные способы послеуборочной обработки длительного хранения плодов. Обзорная информация ВАСХНИЛ*. М.: Экономика, 1988, 271 p.
7. МЕТЛИЦКИЙ, Л. В. *Биохимия плодов и овощей*. М.: Экономика, 1970, 271 p.

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛОМАССООБМЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ ДВУСТОРОННЕМ ЖАРЕНЬИ В ФУНКЦИОНАЛЬНО ЗАМКНУТЫХ ЁМКОСТЯХ

***Скрипник В.А.**, к.т.н., доц.,*
***Герман Н. В.**, доц.,*
***Молчанова Н.Ю.**, к.т.н.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

An analytical dependence of the duration of the process of bilateral roasting of beef with high connective tissue of the force of compression are proposed and experimentally verified in the article. A theoretical model of the process of roasting of meat with high connective tissue by placing the meat products in a functionally closed containers and compressing them with a certain force between two surfaces of the heating apparatus is developed.

***Key words:** the process of roasting, experimentally verified in the article, analytical dependence.*

Безопасность пищевых продуктов является основным приоритетом любой развитой страны. Кроме того, высокие требования, предъявляемые к качеству пищевых продуктов, и их выполнение обеспечивает доминирование продукции этих стран на мировом рынке. Для повышения безопасности пищевых продуктов, кроме использования качественного сырья для их производства, необходимо применять ресурсо- и энергосберегающие технологии и оборудование. Решение поставленных задач в Украине позволит увеличить конкурентоспособность украинских продовольственных товаров на мировом рынке.

В пищевой отрасли и ресторанном хозяйстве данные разработки решаются в основном за счет интенсификации процесса тепловой обработки и увеличения выхода готового продукта. При этом важным условием является максимальное сохранение пищевой ценности готовых продуктов и недопущение образования в них вредных веществ. Особенно это относится к процессам жаренья мяса.

Значительное место среди блюд из жареного мяса занимают порционные натуральные изделия (лангет, бифштекс, антрекот). Однако для их производства используют наиболее нежные и мягкие части туши (вырезка, толстый и тонкий края), которые составляют у крупного рогатого скота около 10 % от массы, поскольку содержание коллагена в них незначительно, в то время как другие части туши, содержащие значительное количество соединительной ткани (например, лопаточная и тазобедренная), для этого не пригодны и используются для приготовления мелкокусковых полуфабрикатов.

Производство жареных мясных натуральных порционных изделий, изготовленных из мяса с высоким содержанием соединительной ткани (ВССТ), возможно при условии его предварительной обработки (механической, обработки кислотами, ферментами и т.д.). Это позволит увеличить объемы мяса, пригодного для производства мясных натуральных порционных до 25 % [1-3]. Однако предварительная обработка существенно влияет на выход готового продукта и его конечное качество.

Основными условиями для доведения до состояния кулинарной готовности мяса с ВССТ является количество разваренного коллагена, на которую в значительной мере влияет интенсивность подведения теплоты и присутствие влаги во время тепловой обработки,

причем влага может подводиться как из внешней среды, так и путем сохранения нативной влаги мяса.

На основе проведенного анализа существующих научных разработок была выдвинута гипотеза о возможности разработки нового способа жаренья и соответствующего оборудования для производства натуральных порционных жареных изделий, изготовленных из мяса говядины с ВССТ.

Наиболее приемлемым решением задачи по увеличению поверхности теплообмена между продуктом и нагревающей поверхностью является проведение процесса жаренья при двустороннем подведении теплоты в условиях сжатия. Прижатие во время жаренья продукта к нагревающим поверхностям обеспечивает увеличение поверхности их контакта. Это приводит до почти полного исключения воздушной прослойки между продуктом и нагревающей поверхностью, а, следовательно, к увеличению коэффициента теплопередачи.

Однако подведение теплоты происходит лишь к той поверхности продукта, которая непосредственно контактирует с нагревающей поверхностью. К боковой поверхности продукта подведение теплоты в данном случае не обеспечивается и ее нагревание осуществляется лишь за счет распространения теплоты внутри продукта. Кроме того, через эту поверхность продукт теряет полученную теплоту.

Фактором, ограничивающим пути интенсификации процесса тепловой обработки за счет увеличения поверхности контакта, является то, что при рассмотренных процессах тепловой обработки влага, удаляющаяся из продукта, попадает на нагревающую поверхность, испаряется и вместе с теплотой парообразования теряется в окружающей среде. Это приводит к недоиспользованию подведенной теплоты к продукту нагревающими поверхностями, которое, в свою очередь, снижает эффективность процесса жаренья. При условии организации процесса жаренья с обеспечением более полноценного использования подведенной тепловой энергии от нагревающих поверхностей к продукту происходит интенсификация процесса тепловой обработки мясных изделий и увеличение его эффективности в целом.

Решить вопрос более полного использования подведенной нагревающими поверхностями тепловой энергии и обеспечения подведения теплоты к поверхностям продукта возможно при условии организации процесса жаренья, при котором пар, который ранее терялся вместе с теплотой парообразования в окружающей среде, в максимальном количестве оставался бы в зоне контакта с боковыми поверхностями продукта. В данном случае при контакте пара с боковой поверхностью продукта, имеющей в течение всего процесса жаренья меньшую температуру, чем температура пара, будет происходить его конденсация. Это возможно путем создания функционально замкнутого объема и осуществления процесса жаренья при размещении в нем мясных изделий. Кроме того, вытеснение воздуха паром из рабочей зоны функционально замкнутого объема будет способствовать значительному увеличению коэффициента теплоотдачи от пара к боковой поверхности продукта.

Рассмотренные направления оптимизации параметров процесса жаренья определили условия относительно организации его проведения:

- обеспечение подведения необходимого количества теплоты к горизонтальным поверхностям продукта путем отдельного регулирования температур поверхностей нагревания аппарата при двустороннем жаренье в условиях сжатия;

- проведение процесса жаренья путем размещения мясных изделий в функционально замкнутой емкости и установкой их между двумя поверхностями нагревания аппарата в условиях сжатия.

Таким образом, решение поставленной задачи по разработке процесса жаренья мяса с ВССТ возможно путем проведения его в условиях сжатия между двумя поверхностями нагревания с использованием функционально замкнутых емкостей (ФЗЕ).

Осуществление процесса жаренья (рис. 1) будет проводиться путем размещения мясных полуфабрикатов, изготовленных из мяса с ВССТ, в ФЗЕ и сжатием с определенным усилием Р между двумя поверхностями нагревания. Нагревание верхней и нижней поверхностей продукта, контактирующих с поверхностями нагревания, обеспечивается тепловыми потоками q_1 и q_2. Кроме того, к боковым поверхностям также будет обеспечиваться подведение теплоты за счет конденсации на них влажного насыщенного пара. Таким образом, подведение теплоты по предложенному способу будет осуществляться ко всей поверхности продукта. Кроме того, за счет удаления паром воздуха из рабочего объема ФЗЕ существенно увеличится коэффициент теплоотдачи пара к боковым поверхностям продукта.

Поскольку в зоне контакта поверхности продукта с нагревающей поверхностью, имеющей температуру 150 ^{o}С, будут происходить фазовые превращения "жидкость-пар", это обеспечит интенсивное подведение теплоты к поверхности продукта. Учитывая то, что продукт сжат между двумя нагревающими поверхностями, в зоне контакта фазовые превращения будут происходить при давлении выше атмосферного, а значит при температуре выше 100 ^{o}С. Причем на боковой поверхности продукта конденсация пара будет осуществляться при атмосферном давлении, а на поверхности продукта, который контактирует с нагревающими поверхностями, при избыточном давлении, которое будет прямо пропорционально зависеть от усилия сжатия и количества удаленной влаги. При этом часть образованного пара во время жаренья будет теряться из-за негерметичности ФЗЕ в окружающею среду.

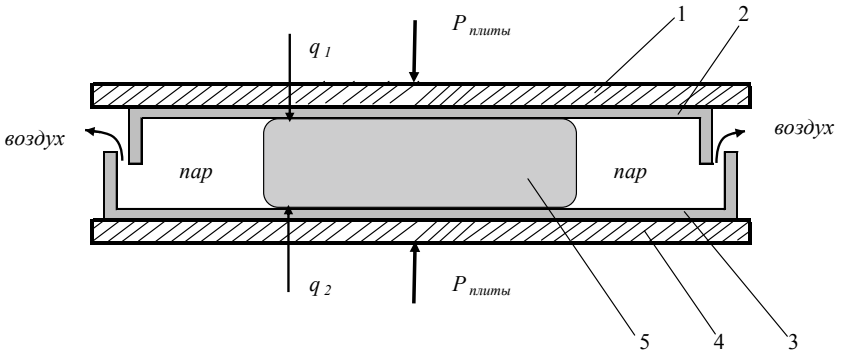


Рис.1. Теоретическая модель процесса двустороннего жаренья под давлением в ФЗЕ мяса с ВССТ:1, 4 - верхняя и нижняя поверхность нагревания аппарата;

2, 3 - верхняя и нижняя часть ФЗЕ;

5 – продукт.

Передача теплоты от нагревающих поверхностей к продукту происходит за счет непрерывного испарения влаги и ее конденсации на его поверхностях. На горизонтальных поверхностях продукта - за счет пара, образующегося непосредственно в месте контакта с поверхностью нагревания жидкости, удаленной из продукта, а на вертикальной - пара, остающегося в рабочем объеме ФЗЕ.

При такой организации весь процесс двустороннего жаренья под давлением можно разделить на три стадии (рис. 2):

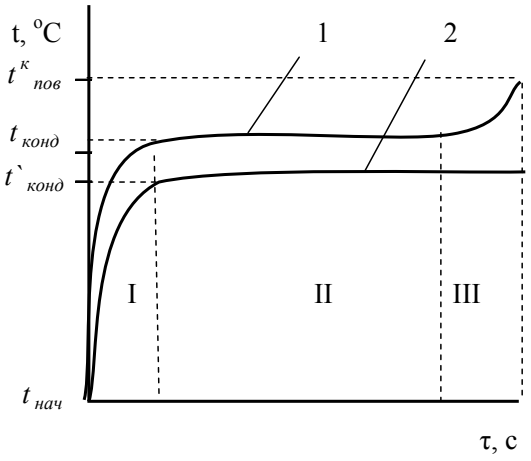


Рис. 2. Динамика температур боковых и горизонтальных поверхностей продукта в процессе двустороннего жаренья в условиях сжатия в ФЗЕ:

1 – на горизонтальных поверхностях продукта;
2 – на боковых поверхностях продукта;
$t^{к}_{пов}$ – температура горизонтальной поверхности продукта в конце процесса жаренья, °С;
$t_{конд}$ – температура конденсации пара на горизонтальных поверхностях продукта, °С;
$t`_{конд}$ – температура конденсации пара на боковых поверхностях продукта, °С;
$t_{нач}$ – начальная температура поверхности продукта, °С.

1 стадия - доведение поверхности продукта до температуры испарения влаги и конденсации пара;

2 стадия - процесс испарения влаги и конденсации пара на всей поверхности продукта;

3 стадия - образование корочки на поверхности продукта в результате увеличения температуры.

Первая стадия в результате контакта с разогретыми до 150 °С поверхностями нагревания температура горизонтальных поверхностей продукта практически мгновенно достигает заданного значения и является чрезвычайно непродолжительной во времени. Наиболее длительной и наиболее значимой с энергетической точки зрения является вторая стадия, в ходе которой продукт получает наибольшую часть тепла в результате конденсации пара на горизонтальных и боковых поверхностях. Для процесса двустороннего жаренья под давлением в ФЗЕ решающее значение имеет 2-я стадия.

Важным моментом является длительность третьей стадии, поскольку увеличение ее длительности может привести к образованию обезвоженной корочки. Таким образом, в результате уменьшения длительности третьей стадии можем получить готовый продукт высокого качества, возможно диетический.

На основе проведенных теоретических исследований была выдвинута гипотеза о влиянии давления на длительность процесса двустороннего жаренья под давлением, заключающаяся в следующем: увеличение усилия сжатия на продукт приводит к нелинейному уменьшению длительности процесса жаренья. Характер изменений возможно описать зависимостью

$$\tau = \tau_0 \cdot e^{-b\left(\frac{P-P_0}{P_0}\right)},$$

где τ_0 - длительность процесса жаренья без усилия сжатия, с;
b - коэффициент, который зависит от усилия сжатия;
P - усилие сжатия, Па;
P_0 - атмосферное давление, Па.

Полученная зависимость длительности процесса двустороннего жаренья мяса с ВССТ в условиях сжатия при разных значениях усилия сжатия приведена на рис. 3.

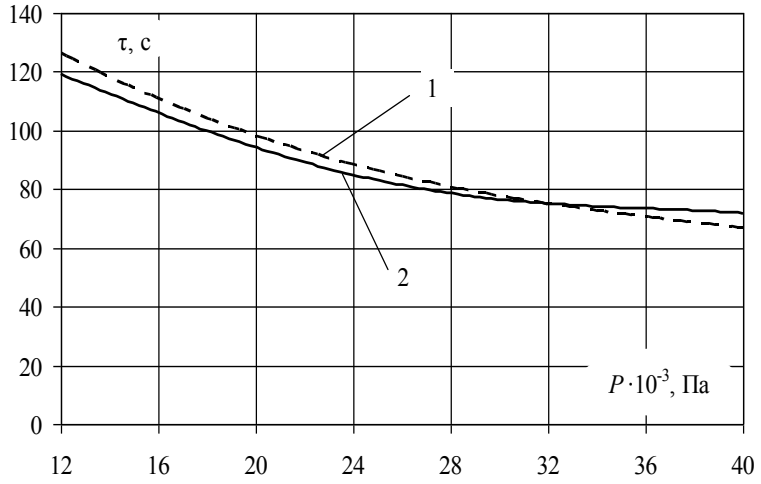


Рис. 3. Зависимость длительности процесса от усилия сжатия при двустороннем жареньи мяса из ВВСТ в ФЗЄ:

1 – зависимость по расчетным данным;
2 – зависимость по экспериментальным данным.

Вывод. Разработана теоретическая модель процесса жаренья мяса с высоким содержанием соединительной ткани путем размещения мясных полуфабрикатов в функционально замкнутых емкостях и сжатием их с определенным усилием между двумя поверхностями нагревания аппарата. Предложена и экспериментально подтверждена аналитическая зависимость длительности процесса двухстороннего жаренья мяса говядины с высоким содержанием соединительной ткани от усилия сжатия.

Литература:

1. Мглинец А.И. Изучение жесткости различных частей туш молодняка крупного рогатого скота в целях наиболее рационального использования при изготовлении полуфабрикатов: автореф. дисс… на соискание науч. степени канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технология продуктов питания» / А.И. Мглинец. – М., 1965. – 17 с.
2. Павленкова П.П. Влияние разных способов и режимов тепловой обработки на качество обычного и ферментированного говяжьего мяса: автореф. дисс… на соискание науч. степени канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технология продуктов питания» / П.П. Павленкова. – К., 1974. – 25 с.
3. Шукуров И.Х. Технология натуральных полуфабрикатов для жарки из мяса повышенной жесткости: автореф. дисс… на соискание науч. степени канд. техн. наук: спец. 05.18.16 «Технология продуктов питания» / И.Х. Шукуров. – Х., 1992. – 17 с.

CONSIDERAŢII TEORETICE ŞI PRACTICE PRIVIND SPORIREA CALITĂŢII SERVICIILOR DE ALIMENTAŢIE PUBLICĂ

***Tăzlăvan Doina**, asist. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

The paper proposed activities and important elements for enhancing the quality of catering services.

Key words: *catering services, quality.*

Un serviciu bine prestat reprezintă o strategie profitabilă pentru o întreprindere de alimentaţie publică şi oferă totodată o satisfacţie cât mai mare clientului. Un serviciu de calitate, are ca scop atragerea de noi clienţi. Calitatea, într-adevăr, este principalul element, care-i atrage pe clienţi. În serviciile de alimentaţie publică, calitatea prestării este cel mai important element concurenţial, care asigură o stabilitate financiară.

Calitatea serviciului prestat de către o întreprindere de alimentaţie publică se poate defini ca fiind rezultatul comparaţiei dintre ceea ce consumatorul a dorit să obţină de la întreprinderea dată şi ceea ce i s-a oferit în realitate sau măsura în care serviciul prestat corespunde aşteptărilor clienţilor.

Conducătorii întreprinderilor de alimentaţie publică trebuie să cunoască acei factori care pot remarca calitatea serviciului de către clienţi în timpul procurării.

În primul rând, comunicarea verbală are un rol decisiv în formarea primei impresii privind serviciile prestate de către întreprindere. Clienţii sunt, de regulă, mai receptivi la opiniile rudelor, prietenilor decât la publicitatea făcută în mass-media. Un client nemulţumit transmite părerea sa şi altor consumatori, deteriorând şi minimalizând imaginea întreprinderii.

În al doilea rând, caracteristicile personale ale clienţilor pot influenţa direct aşteptările acestora. Un serviciu prestat poate fi considerat acceptabil de către un client sau inacceptabil de către altul, în dependenţă de pregătirea profesională, educaţie, stil de viaţă, obiceiuri etc.

În al treilea rând, difuzarea calitativă a informaţiei despre întreprindere joacă un rol important în modelarea dorinţelor clienţilor. Informaţiile lansate în exterior includ o serie de mesaje directe şi indirecte, transmise de întreprindere – clienţilor. În acelaşi timp, o componentă a informaţiilor poate fi considerat şi preţul, dar nu trebuie de uitat că de la un serviciu la un preţ ridicat se aşteaptă mai mult decât de la unul cu un preţ mai scăzut.

Studiile efectuate în domeniu ne permit să propunem câteva criterii, care determină calitatea serviciilor:

- profesionalismul şi calificarea înaltă a angajaţilor întreprinderii;
- atitudinea şi comportamentul personalului, interesul sporit, pe care îl manifestă angajaţii întreprinderii în rezolvarea problemelor clienţilor;
- accesibilitatea sediului întreprinderii şi flexibilitatea programului de lucru;
- siguranţa şi încrederea că serviciul va fi prestat conform promisiunii făcute de către conducerea întreprinderii;
- reputaţia şi credibilitatea întreprinderii, convingerea clientului că întreprinderea de alimentaţie publică prestează servicii de calitate.

Pornind de la aceste criterii, putem considera că prin calitate se înţelege o imagine a serviciului prestat, succedat doar de caracteristici calitative. În prestarea serviciilor de alimentaţie publică, un lucru este cert - clientul evaluează calitatea.

Caracteristicile serviciilor de alimentaţie publică sunt generate de particularităţile lor: intangibilitatea, perisabilitatea, variabilitatea, simultaneitatea prestării. Apar şi astfel de caracteristici cum ar fi: competenţa, credibilitatea, calitatea comunicării, responsabilitatea.

Caracteristicile necesită a fi analizate din punct de vedere cantitativ şi atributiv, cum ar fi: caracteristicile deservirii într-o unitate de alimentaţie publică:

- *o unitate de alimentaţie publică* neapărat va include: accesul, orientarea, aspectul estetic, temperatura, iluminaţia, ventilaţia, curăţenia, vesela, mobilierul, diversitatea meniului, durata comenzii făcute etc.;
- *un prestator* va ţine cont de: aspectul exterior, vestimentaţia, amabilitatea, onestitatea, promptitudinea, atenţia etc.

Mediul în care activează întreprinderile de alimentaţie publică impune efectuarea cercetărilor de marketing. Chiar dacă o întreprindere este de proporţii mici şi nu dispune de resurse pentru a realiza o cercetare de marketing, există totuşi posibilităţi de chestionare a opiniilor consumatorilor, în baza cărora se pot efectua măsuri de îmbunătăţire a calităţii, în funcţie de informaţiile recepţionate şi examinarea acestora. Dintre metodele de cercetare a nevoilor consumatorilor se poate utiliza panelul de consumatori, care poate fi o sursă continuă de informaţii, referitoare la schimbările ce apar în dorinţele consumatorilor.

Elementele definitorii pentru calitatea serviciilor care au fost luate ca bază în cercetarea efectuată sunt:

1. Responsabilitatea manifestată de către prestatori, care reacţionează prompt în vederea satisfacerii dorinţelor consumatorilor.

2. Încrederea prevede onorarea promisiunilor şi prestarea serviciilor în cele mai bune condiţii şi, totodată, asigurarea încrederii că în urma consumului de alimente în cadrul întreprinderii nu vor apărea intoxicaţii.

3. Cunoaşterea nevoilor specifice ale clienţilor prevede individualizarea comenzii şi înţelegerea nevoilor consumatorilor (de ex. prepararea salatei fără maioneză, carne ş.a.).

4. Amabilitatea în comportamentul zi de zi survenită din partea prestatorilor, competenţă, respect, atenţie faţă de clienţi.

5. Tangibilitatea se referă la dotarea tehnico-materială a întreprinderii, care trebuie să fie cât mai atractivă (săli de servit masa - confortabile, personal - îngrijit etc.).

O măsură necesară pentru sporirea calităţii preparării bucatelor poate servi amplasarea raţională a utilajului în bucătărie, perfectarea sistemului de ventilare, asigurarea cu apă de calitate, toaletă comodă, posibilitate de parcare, izolarea zgomotului, evacuarea la timp a gunoiului, amenajarea unei curţi cu iluminare şi alte atribute tehnice, care vor exclude cheltuielile inutile.

În realizarea strategiei de diferenţiere a produsului un loc important îl ocupă serviciile suplimentare, care pot fi prezentate într-un spectru destul de larg. În procesul chestionării consumatorilor au fost obţinute date necesare pentru întreprindere. Un loc aparte îl ocupă comercializarea producţiei proprii, inclusiv produsele de panificaţie şi băcănie, afumăturile, dejunurile, meniurile complexe pentru diferite grupe de clienţi.

La întreprinderile alimentaţiei publice e raţional de folosit merchandiser-ul prin ornarea bucatelor oferite şi a băuturilor, completarea vitrinelor cu deserturi şi fructe; organizarea

expoziţiilor prin prezentarea bucatelor unui grup de vizitatori, propunerea bucatelor în diverse grupe de preţuri. Se poate utiliza metoda de deservire populară la moment, când procesul de preparare a bucatelor se efectuează în prezenţa clienţilor. O largă răspândire pentru Moldova capătă catering-ul care este legat de deservirea mobilă. Întreprinderea care prestează servicii de catering poate propune prepararea bucatelor după un meniu care din timp a fost discutat şi să asigure clientul cu toate necesare pentru servire. În realizarea deciziei de poziţionare şi repoziţionare a produsului este important ca măsurile să fie rezonabile deoarece ele formează deprinderea consumatorului la întreprinderile alimentaţiei publice. De obicei, rezultatele în formă de majorare a segmentului dat se aşteaptă pe parcursul anului de la demararea strategiei. Toate activităţile propuse vizează urgentarea unei decizii corecte privind schimbarea atitudinii faţă de produs şi atributele lui. Aceste măsuri permit formarea în conştiinţa consumatorului a unei părţi unice a produsului cercetat, care şi va fi poziţia lui. Cel mai important în poziţionare este propunerea unică în vânzare şi ea trebuie să fie mai atrăgătoare decât propunerile concurenţilor. Prin urmare, poziţionarea producţiei alimentaţiei publice trebuie să fie calitativă şi accesibilă după preţ cu orientare spre cele mai largi păturii ale populaţiei. Dar pentru ca poziţia să se creeze clar în conştiinţa consumatorului este necesar de un şir de măsuri eficiente de comunicare, cum ar fi brandul cu atributele sale, numele, semnul comercial, logotipul întreprinderii etc. Aceste atribute trebuie să se găsească într-o anumită succesiune. E raţional de utilizat politica de comunicare orientată spre promovarea producţiei întreprinderilor alimentaţiei publice.

Decizia cu privire la schimbarea atitudinii faţă de atributele produsului trebuie să fie luată sub influenţa tuturor activităţilor descrise mai sus. Totodată acest proces poate fi intensificat prin luarea unor măsuri speciale. De exemplu, desfăşurarea concursurilor profesionale în formă de sărbători pe teritoriul întreprinderii de alimentaţie publică permite nu numai stimularea angajaţilor, dar şi atragerea consumatorilor noi. Puterea emoţională de influenţare a acestei promoţii va fi foarte înaltă şi clienţii o vor memora pentru o durată lungă. Diverse promoţii lucrează pentru lărgirea sferei de influenţă a întreprinderii şi sporirea imaginii.

În plus, efectuarea degustaţiei măreşte volumul vânzărilor pe parcurs de o săptămână după desfăşurarea ei. Pentru implicarea consumatorului în procesul cumpărării repetate se pot folosi diferite scheme de deservire pe parcursul săptămânii. Raţional este de a propune consumatorului o gamă largă de servicii, decât el aşteaptă. În acest caz el primeşte un impuls emoţional, care îl leagă de produs şi întreprinderea concretă. Perfecţionarea nivelului de atragere a consumatorilor prin respectarea condiţiilor obligatorii de menţinere a calităţii producţiei şi caracteristicilor nemateriale se asigură prin mijloace de comunicare de marketing şi în primul rând prin publicitate.

Activitatea de succes a întreprinderii de alimentaţie publică din Republica Moldova în mare măsură este determinată de prezenţa activităţilor eficiente de publicitate. Propunem un set de activităţi publicitare pentru Complexul de alimentaţie publică „Şarm” situat în sectorul Botanica din or. Chişinău (Tabelul 1).

Deciziile tactice luate pentru realizarea strategiilor de diferenţiere a produsului şi a strategiei competitive trebuie să fie realizată pe parcursul unui an fără a lua în considerare activităţile de pregătire pentru implementarea lor. Caracterul acestor strategii poate fi determinat ca atacator, deoarece ele sunt direcţionate pentru menţinerea cotei existente pe piaţă şi lărgirea ei din contul atragerii noilor consumatori.

Tabelul 1

Activităţile publicitare pentru Complexul de alimentaţie publică „Şarm”

Evenimente importante	Tipul publicităţii	Termenul de apariţie a publicităţii	Purtătorii adresării publicităţii	Periodicitatea publicităţii
1	2	3	4	5
Revelionul şi Crăciunul	Publicitate informaţională exortativă, cu vânzări	Decembrie, ianuarie	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	Noiembrie – 4 ori Decembrie – 6 ori Ianuarie – 6 ori
Sfântul Vasile (anul nou pe stil vechi)	Publicitate exortativă, cu vânzări	Ianuarie	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	Ianuarie – 6 ori
Dragobetele (ziua îndrăgostiţilor)	Publicitate exortativă, cu vânzări	Ianuarie – februarie	Publicitate radio, expediere prin poştă a materialelor publicitare	Februarie – 4 ori
Ziua internaţională a femeii, 8 martie	Publicitate informaţională exortativă, cu vânzări	De la 1 - 8 martie	Publicitate radio, expediere prin poştă a materialelor publicitare	Martie – 6 ori
Ziua biruinţei, 9 mai	Publicitate informaţională, stimulatoare, cu vânzări	De la 1 – 9 mai	Publicitate radio, televiziune, expediere prin poştă a materialelor publicitare, panou publicitar	În fiecare zi
Paştele (Învierea Domnului)	Publicitate informaţională, stimulatoare, cu vânzări	În perioada lunii înainte de Paşti	Publicitate radio, televiziune, expediere prin poştă a materialelor publicitare, panou publicitar	În fiecare zi
Ziua ocrotirii copiilor, 1 iunie	Publicitate informaţională, de imagine, cu vânzări	De la 20 – 30 mai	Ediţii specializate pentru copii, expedierea prin poştă a broşurilor în şcoli, case de copii	4 ori
Ziua Independenţei Republicii Moldova, 27 august	Publicitate informaţională, stimulatoare, cu vânzări	August	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	8 ori
Sărbătoarea Naţională Limba Noastră, 31 august	Publicitate informaţională exortativă, stimulativă, de susţinere, de imagine, cu vânzări	August	Panouri publicitare, ziare, reviste, radio, televiziune, publicitate mobilă	8 ori

Tipul de marketing este unul de dezvoltare orientat spre dezvoltarea de produse şi servicii, în stare să satisfacă cererea consumatorilor, care s-a schimbat radical în ultimii ani. Cerinţele sporite apărute faţă de calitatea producţiei solicită cea mai mare atenţie faţă de deciziile luate atât

faţă de produs, cât şi de concurenţi. Pentru unificarea acestui proces vom prezenta măsurile concrete pe elemente separate din strategia diferenţierii produsului (Tabelul 2).

Tabelul 2

Măsuri concrete pentru sporirea calităţii serviciilor în cadrul complexului de alimentaţie publică „Şarm" pe elementele marketingului-mix

Elementele strategice	Măsurile
1	2
Produsul	Formarea la produs a caracteristicilor unice din contul: • Stabilizării sortimentului de preparate şi serviciilor suplimentare; • Lărgirii sortimentului de alimente preparate rapid; • Elaborării noilor idei despre produs şi servicii suplimentare împreună cu inginerul tehnolog şi alţi specialişti.
Preţul	Micşorarea erorilor de producere din contul: • Creşterii producerii şi semifabricatelor; • Stabilizării preţului maximal care va asigura un profit; • Vânzării active a volumelor mari de produse cu preţuri accesibile; • Reducerii preţurilor pentru produs în corespundere cu solvabilitatea populaţiei; • Perfecţionarea sistemului de formare a preţurilor.
Plasament (distribuţia)	• Crearea magazinului-culinărie pentru producţie de preparare proprie; • Înzestrarea întreprinderii cu utilaj modern şi reînnoirea interiorului ; • Organizarea sălii mici de banchet cu deservire înaltă; • Specializare cu deservire rapidă; • Optimizarea rutei de livrare a producţiei pentru clienţi; • Amenajarea terasei de vară şi înzestrarea cu mobilier modern.
Promovarea	Utilizarea semnelor comerciale şi brandurilor în politici de promovare: • Lucrul activ cu clienţii; • Accentul asupra produsului natural; • Promovarea stilului unic al Complexului; • Merchandiser; • Realizarea măsurilor de promovare a produselor.

Toate elementele propuse sunt necesare şi obligatorii. Schimbările constructive în activitatea de marketing începute mai devreme decât concurenţii vor servi ca un factor important de sporire a competitivităţii întreprinderii de alimentaţie publică „Şarm" pe piaţă.

Determinarea deciziilor tactice în activitatea complexului de alimentaţie publică „Şarm" a fost realizată în baza alegerii poziţiilor cheie ale strategiilor de diferenţiere a produselor şi concurenţei.

În conformitate direcţiile strategice de bază, au fost propusă diverse măsuri concrete, care permit cuplarea lor într-un set în dependenţă de posibilităţile financiare ale întreprinderii.

Obţinerea unei calităţi înalte ar trebui să fie obiectivul oricărei întreprinderi de alimentaţie publică, care doreşte să activeze cu succes. Aceasta ar convinge clienţii să construiască relaţii

bilaterale pe termen lung cu întreprinderea şi să-i creeze acesteia o imagine favorabilă prin impresiile pe care acestea le transmit şi altor actori.

Deoarece întreprinderile prestatoare de servicii din domeniul alimentaţiei publice influenţează nivelul aşteptărilor prin promisiunile pe care le fac, un punct important în atingerea echilibrului dintre oferta întreprinderii şi aşteptările clienţilor este respectarea promisiunilor.

Bibliografie:

1. CĂTOIU, IA. *Cercetări de marketing*. Bucureşti: Ed. Uranus, 2002.
2. CETINĂ, I. *Marketingul serviciilor: teorie şi aplicaţii*. Bucureşti: Ed. Uranus, 2006. p.
3. *Marketing*. Coord. V. BALAURE. Bucureşti: Ed. Uranus, 2003.
4. *Marketing.* Coord. C. FLORESCU. Bucureşti: Ed. Uranus, 1992.
5. *Маркетинг*. Под. общ. ред. Н.М. КОНДРАТЕНКО. Москва: Издательство ЮрайТ, 2011.
6. ПОРТЕР, М.Э. *Конкуренция*. Пер. с англ. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2000.
7. САЛИЙ, В.В. *Услуги общественного питания*. Новосибирск, Сиб. УПК, 1999.

PERSPECTIVELE ASIGURĂRII SECURITĂŢII ALIMENTARE A REPUBLICII MOLDOVA

***Condrea Elena**, drd.,*
Universitatea Agrară de Stat din Moldova

The food security is measured by the number of days during which security can be provided from existing reserves of state [3, p. 69].

The forecasted quantity of wheat for the years 2014 and 2015 is higher than in 2011 year respectively by 149,29 and 198,76 thousand tons in absolute size or by 18,78 and 25,00 p.p. in relative size and the quantity of forecasted sugar beet is lower than in 2011 year respectively by 265,66 and 365,21 thousand tons in absolute size or by 45,1 and 62,01 p.p. in relative size. A decreasing trend is observed at the potato production, the projected amount for the years 2014 and 2015 is by 23,7 and 9,81 thousand tons less in absolute value or by 9,55 and 6,75 p.p. in relative size.

The forecasted cow milk production for the years 2014 and 2015 is lower than the amount produced in 2011 respectively by 59,81 and 79,11 thousand tons in absolute size or by 10,68 and 14,13 p.p. relative size, and the forecasted quantity of pork exceeds the level from 2011 year respectively by 14,75 and 7,9 tones in absolute size or by 23,05 and 35,39 p.p. in relative size.

***Key words:** food security, forecasted quantity, physical access to food, economic access to food, trend, food security strategy.*

INTRODUCERE

Securitatea alimentară naţională reprezintă starea economiei în care, indiferent de conjunctura pieţelor mondiale, i se garantează populaţiei o asigurare stabilă cu alimente în cantitatea care corespunde parametrilor ştiinţific argumentaţi, precum şi se creează condiţii de susţinere a consumului la nivelul normelor medicale [5, p. 77].

În opinia altor autori securitatea alimentară reprezintă accesul permanent la o cantitate suficientă de alimente în vederea menţinerii unei vieţi active şi sănătoase a populaţiei.

Scopul actualei lucrări constă în analiza perspectivelor de asigurare a securităţii alimentare a Republicii Moldova.

Securitatea alimentară se determină la diferite niveluri: mondial, regional, naţional, local şi gospodării auxiliare. Securitatea alimentară se măsoară prin numărul de zile în decursul cărora securitatea poate fi asigurată din contul rezervelor existente ale statului [3, p. 69].

Securitatea alimentară este influenţată de 4 grupe de factori:

- mediul social-economic şi politic;
- performanţele sectorului agroalimentar;
- protecţia socială;
- sănătatea şi igiena.

Primul obiectiv al actualei reforme a Politicii Agricole Comune este asigurarea unei producţii alimentare stabile, prin garantarea veniturilor fermelor şi limitarea variaţiilor sezoniere şi anuale ale acestora, pornind de la recunoaşterea faptului că volatilitatea preţurilor şi riscurile naturale sunt mult mai accentuate în agricultură, comparativ cu alte sectoare economice, iar profitabilitatea sectorului agricol este mai scăzută decât în celelalte sectoare economice [2, p. 183].

Principalele organisme mondiale implicate în monitorizarea securităţii sunt: FAO, CE, USDA.

În ultimii ani se precizează că există probleme de insecuritate alimentară în 86 de ţări, 43 din Africa, 24 din Asia, 9 din America Latină şi Caraibe, 7 din Oceania, 3 din Europa.

În anul 2004 35 de ţări au primit ajutoare de urgenţă din cauza crizelor alimentare.

Aprovizionarea cu alimente reprezintă una din condiţiile de păstrare a stabilităţii economice, sociale şi a suveranităţii statului [4, p. 13].

Statul dispune de mai multe posibilităţi de formare a sistemului de securitate alimentară. El se formează din subsisteme interconexionate după principii unice şi este capabil să asigure satisfacerea suficientă şi calitativă a necesităţilor în urma formării resurselor pe baza producţiei proprii sau importului.

Principalele direcţii de asigurare a securităţii alimentare mondiale prin intermediul sistemelor naţionale de reglementare a producţiei agricole pot fi elucidate prin două situaţii:

- utilizarea maximă a resurselor şi potenţialului agro-economic naţional ceea ce va contribui la sporirea resurselor alimentare mondiale;
- perfecţionarea politicii alimentare şi comerciale cu scopul atingerii securităţii alimentare.

Sistemul alimentar de securitate alimentară îndeplineşte următoarele funcţii:

a) descoperirea şi prognozarea pericolelor interne şi externe ale securităţii, prevenirea şi neutralizarea lor;

b) crearea şi susţinerea mijloacelor de asigurare a securităţii, precum şi gestiunea acestora în cazul apariţiei pericolelor;

c) participarea la diverse evenimente pentru asigurarea securităţii alimentare în corespundere cu contractele şi acordurile internaţionale.

MATERIAL ŞI METODĂ

Analiza cantitativă se realizează conform datelelor selectate şi prelucrate de autor în baza anuarelor statistice ale Republicii Moldova. Studiul informaţiei empirice, analiza legăturilor ne-a furnizat semnificaţii şi explicaţii pertinente în raport cu perspectivele de asigurare a securităţii alimentare a ţării.

REZULTATE ŞI DISCUŢII

Principala cale de asigurare a securităţii alimentare a ţării este asigurarea de sine stătător a produselor agrare şi alimentare, aplicând strategia de protecţie a complexului agroindustrial, adică susţinerea de către stat a ramurilor acestui complex. Elementele de bază ale acestei strategii şi concepţii de securitate alimentară sunt:

- asigurarea nivelului cuvenit de dezvoltare a ramurilor ce conduc la funcţionarea ţării atât în condiţii ordinare, cât şi în condiţii extremale;
- ţinerea sub controlul statului a resurselor strategice;
- excluderea dependenţei economiei ţării de importul principalelor tipuri de producţie;
- menţinerea nivelului de trai al populaţiei mai sus de "pragul sărăciei";
- stabilitatea sistemului financiar şi bancar, a valutei naţionale, o dezvoltare suficientă a pieţei financiare şi a pieţei hârtiilor de valoare, reducerea datoriilor interne şi externe şi dirijarea efectivă a acestora, crearea condiţiilor pentru activitatea investiţională;
- menţinerea spaţiului economic unic şi a relaţiilor internaţionale şi interregionale, care asigură satisfacerea intereselor naţionale;
- determinarea şi asigurarea reglementării necesare din partea statului a proceselor economice ce garantează funcţionarea normală a economiei de piaţă.

Direcţiile de acţiune pentru reglementarea raportului populaţie – necesităţi de consum – disponibilităţi alimentare sunt următoarele:

Îmbunătăţirea cunoştinţelor în domeniul nutriţional:
- educaţia în domeniul nutriţional în şcoli, centre de pregătire a personalului;
- distribuirea de materiale informative referitoare la alimentaţie şi mediatizarea informaţiilor cu caracter nutriţional;
- demonstraţii privind modul de preparare al alimentelor;
- folosirea metodelor de marketing pentru încurajarea alimentaţiei organice;

Creşterea producţiei de alimente:
- promovarea unei creşteri economice globale care să asigure surse suficiente de energie;
- creşterea producţiei de leguminoase ca sursă importantă de proteine;
- dezvoltarea producţiei de alimente de origine animală;
- sporirea producţiei de legume şi fructe.

Îmbunătăţirea sistemelor de distribuţie a alimentelor:
- îmbunătăţirea sistemului de comunicaţii şi a infrastructurii pentru facilitarea redistribuirii stocurilor;
- instituirea meselor de prînz în şcoli, întreprinderi, instituţii de învăţămînt;
- plata săptămînală a salariilor şi încurajarea administrării judicioase a acestora.

Îmbunătăţirea sistemului de depozitare a alimentelor:
- crearea de noi spaţii de depozitare;
- asigurarea şi menţinerea condiţiilor optime de depozitare.

Îmbunătăţirea siguranţei alimentelor:
- metode mai bune de conservare a alimentelor;
- iodizarea sării de bucătărie;
- îmbogăţirea cerealelor cu vitamine şi săruri minerale;
- fluorizarea apei pentru reducerea apariţiei cariilor dentare;
- îmbunătăţirea siguranţei alimentelor care se consumă pe stradă, prin educarea şi informarea vînzătorilor şi consumatorilor şi respectarea cerinţelor minimale de igienă impuse.

În figura următoare se prezintă Concepţia „10 A” care sintetizează caracteristicile specifice ale securităţii alimentare.

Strategia securităţii alimentare naţionale a Republicii Moldova este orientată la creşterea volumului de producere a producţiei agricole, optimizarea parametrilor cantitativi şi calitativi ai resurselor, perfecţionarea structurii consumului de alimente şi echilibrarea raţionului alimentar. O atenţie deosebită se acordă dezvoltării producţiei orientată spre export, ţinîndu-se cont de utilizarea avantajelor diviziunii internaţionale a muncii şi conjuncturii favorabile a pieţii. Asigurarea securităţii alimentare presupune soluţionarea anumitor sarcini, cele mai importante fiind:

a) crearea condiţiilor economice stabile şi executarea unei politici agrare eficiente care să creeze posibilităţi egale pentru toţi subiecţii economici;

b) desfăşurarea unei politici sociale orientate spre lichidarea sărăciei şi inegalităţii privind accesul la alimente, dar şi spre o politică raţională în domeniul ocupării populaţiei;

c) asigurarea unor furnizări adecvate de alimente pentru satisfacerea necesităţilor populaţiei; atingerea unui nivel de dezvoltare durabilă şi intensivă a producerii de mărfuri alimentare, sporirea productivităţii, eficienţei şi siguranţei alimentelor;

d) elaborarea şi introducerea unor strategii complexe de dezvoltare a ramurilor complexului agroindustrial cu scopul de a spori posibilităţile de producere a alimentelor; susţinerea utilizării tehnologiilor avansate în producere, prelucrare şi păstrare a materiei prime şi alimentelor;

e) desfăşurarea unei politici economice externe active; utilizarea avantajelor diviziunii internaţionale a muncii; optimizarea activităţii de import-export;

f) perfecţionarea mecanismului de reacţionare în situaţiile excepţionale pe piaţa alimentară.

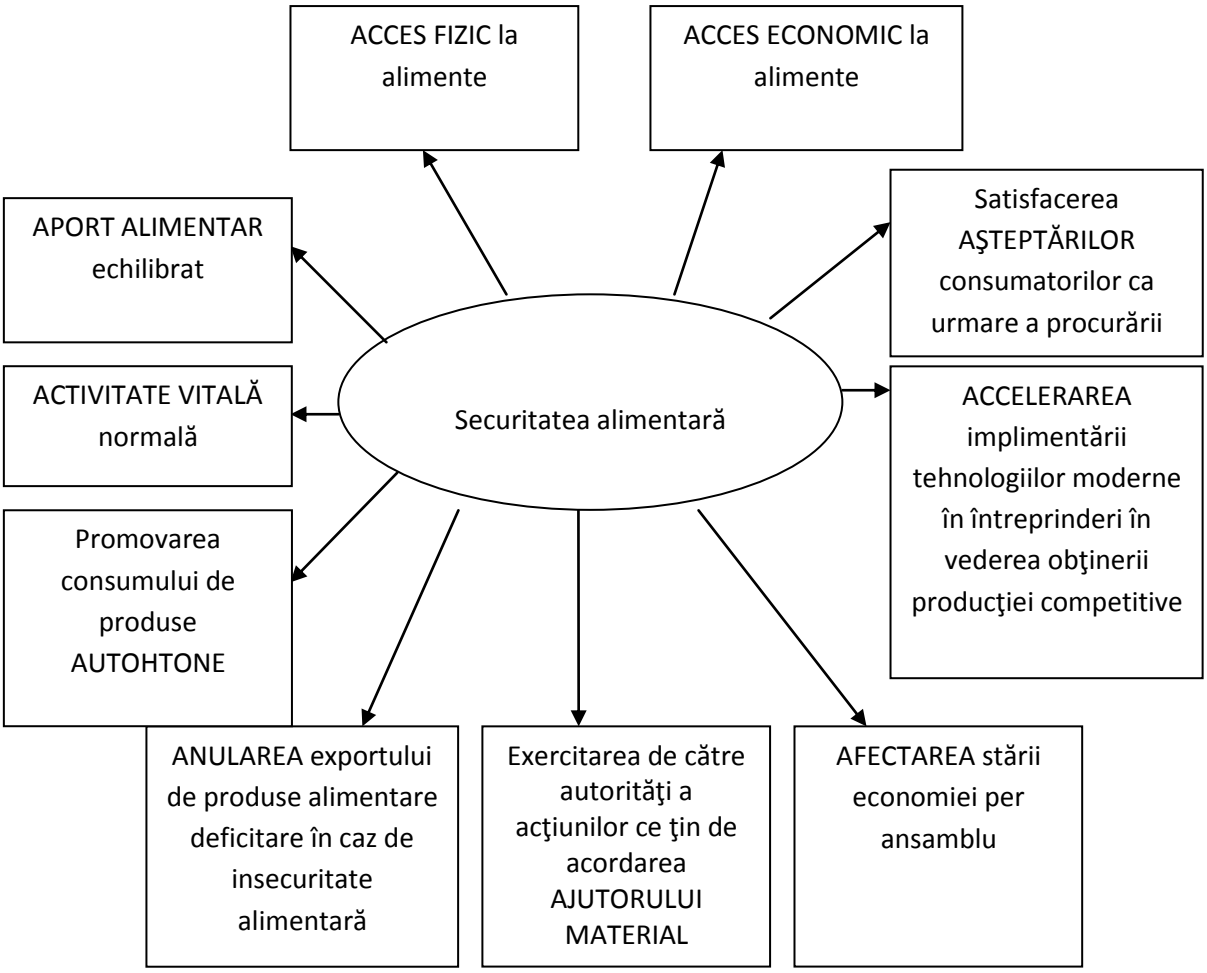


Figura 1. Concepţia „10 A”

Sursa: elaborat de autor

Multifuncţionalitatea sferei agrare determină dezvoltarea bazată pe principii şi legităţi, cele mai importante fiind următoarele:

- bunăstarea populaţiei implicate în agricultură este influenţată direct de rezultatele obţinute în această sferă;
- producerea producţiei agricole este strîns legată de mediul înconjurător, interacţionează cu acesta, depinde de starea acestuia, determină gradul de ocupaţie al populaţiei, nivelul de dezvoltare a teritoriului, păstrarea tradiţiilor socio-culturale şi a mediului rural de viaţă;
- fiind o ramură specifică, caracterizată printr-o dispersare a obiectelor de gospodărire, sezonalitate a producerii, utilizare a factorilor estetici şi biologici, aceasta este supusă unui grad ridicat de riscuri, asigură stabilitatea funcţionării diferitor sfere materiale şi nemateriale;
- stabilitatea dezvoltării agriculturii şi eficienţa acesteia reprezintă o condiţie indispensabilă de funcţionare a pieţei alimentare interne, care garantează formarea resurselor alimentare necesare pentru independenţa alimentară a statului;
- importanţa socială a producţiei condiţionează interdependenţa agriculturii cu comerţul internaţional, provocînd activizarea fluxurilor de mărfuri pe piaţa alimentară mondială, înăsprirea luptei concurenţiale, sporind dezechilibrul dintre regulile şi normele adoptate în ţările exportatoare şi importatoare de producţie;
- agricultura joacă un rol important în menţinerea activităţii vitale a regiunii, o parte însemnată a populaţiei fiind direct sau indirect ocupată în această ramură. Asigurarea activităţii vitale a

regiunilor rurale, a unui nivel destoinic de viaţă reprezintă o sarcină naţională, ceea ce presupune necesitatea de susţinere a agriculturii.

Conform prevederilor FAO necesarul zilnic de alimente din punct de vedere cantitativ, calitativ şi sortimental constituie circa 2700 kcal / locuitor / zi şi minimum 55 g proteine, din care jumătate de origine animală.

Într-o lume în care bolile generate de alimentaţie au atins cote alarmante, determinînd maladii cardiovasculare şi proliferative, toxiinfecţii şi alergii alimentare, obezitate şi diabet, comunitatea internaţională prin intermediul organismelor sale de specialitate FAO şi OMS şi-a stabilit o serie de obiective în scopul asigurării securităţii alimentare şi nutriţionale. Între acestea mai importante sunt:

- aprofundarea studiilor privind valoarea nutritivă şi biologică a alimentelor;
- îmbunătăţirea criteriilor şi metodelor de evaluare a calităţii alimentelor;
- prevenirea bolilor legate de o alimentaţie necorespunzătoare şi evaluarea riscurilor pentru prevenirea îmbolnăvirilor generate de alimentaţie.

Este necesar ca în R. Moldova să se elaboreze un program de educaţie alimentară atît pentru elevi aflaţi la vîrsta adolescenţei, cît şi pentru maturi, deoarece fără un control conştient al alimentaţiei există pericolul apariţiei unui dezechilibru nutriţional ce se găseşte la originea multora din maladiile civilizaţiei industriale, cu efecte economice negative semnificative datorită incidenţei crescute în grupele de vîrstă aflate în perioada activă, excluderea alimentelor de tip fast-food.

Asigurarea securităţii alimentare a statelor dezvoltate a generat diferite modalităţi de susţinere financiară a agriculturii, de protecţie a producătorilor, dar şi a consumatorilor de produse alimentare.

Prognozele învăţaţilor străini, elaborate pe baza cercetării dependenţelor caracteristice condiţiilor de piaţă dau o idee despre direcţiile strategice de formare a pieţelor mondiale. Preţurile la mărfuri tot mai mult depind de furnizările de resurse energetice şi preţurile acestora. Situaţiile de forţă majoră din agricultură (calamităţi naturale, anomalii naturale, epidemii şi epizootii), repetabilitatea sporită a acestora provoacă creşterea preţurilor la principalele tipuri de producţie agricolă şi determină gradul şi stabilitatea creşterii lor. Potenţialul exportului mondial de grîu în volum de 200 mln tone pe an este format de cîteva ţări (SUA-50 %, Canada-12-15 %, Australia-5-6 %, Argentina, Franţa, Marea Britanie şi Italia-restul). Se aşteaptă un import esenţial de grîu şi zahăr şi puţin mai redus de carne. O dependenţă maximă faţă de importul de grîu (pînă la 70 % din necesar) în ultimii ani a înregistrat Japonia, Coreea de Sud, Taivan şi Cuba.

Pentru determinarea prognozarea producţiei agricole pentru anii 2014 şi 2015 vom utiliza programul EXCEL.

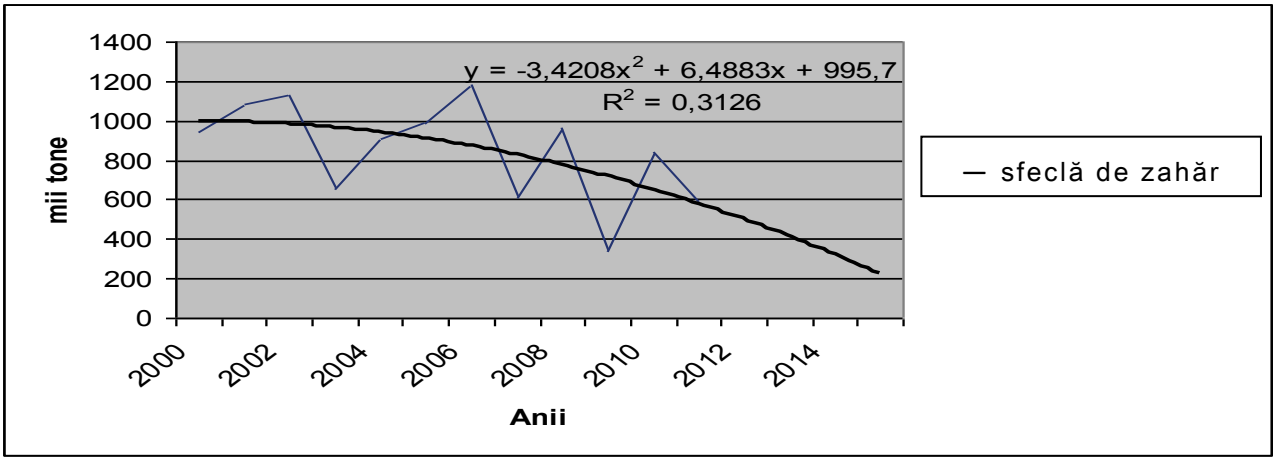


Figura 2. Trendul producţiei de sfeclă de zahăr

Sursa: elaborat de autor

Pe baza datelor producţiei de grîu de toamnă şi primăvară obţinute în perioada 2000-2011 [1] s-a obţinut următoarea funcţie polinomială:

$$Y=3,0779*x^2 – 45,943*x +940,91$$

În figura 2 se prezintă trendul producţiei de sfeclă de zahăr.

Funcţia trendului producţiei de floarea-soarelui determinată pentru perioada 2000-2011 este următoarea:

$$Y=0,6816*x^2 – 1,6401*x + 298,66$$

Trendul producţiei de cartof este prezentat în figura 3.

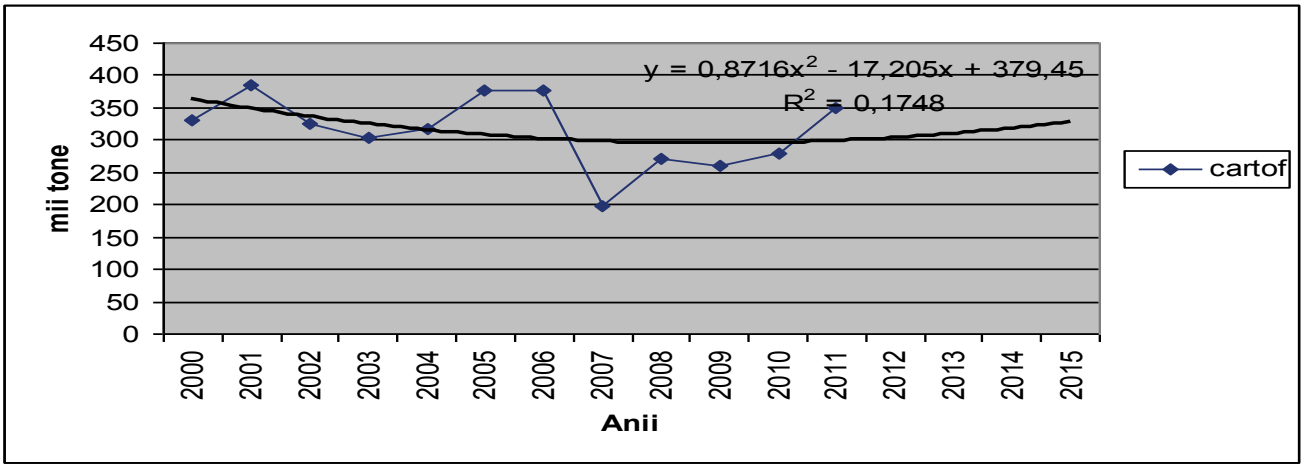


Figura 3. Trendul producţiei de cartof

Sursa:elaborat de autor

Pentru producţia de legume s-a obţinut următoarea funcţie polinomială:

$$Y=0,504*x^2 – 12,587*x + 417,68$$

Pe baza datelor producţiei de fructe, pomuşoare şi nuci obţinute în perioada 2000-2011 [1] s-a obţinut următoarea funcţie polinomială: $Y= - 3,1299*x^2 + 40,143*x + 265,77$

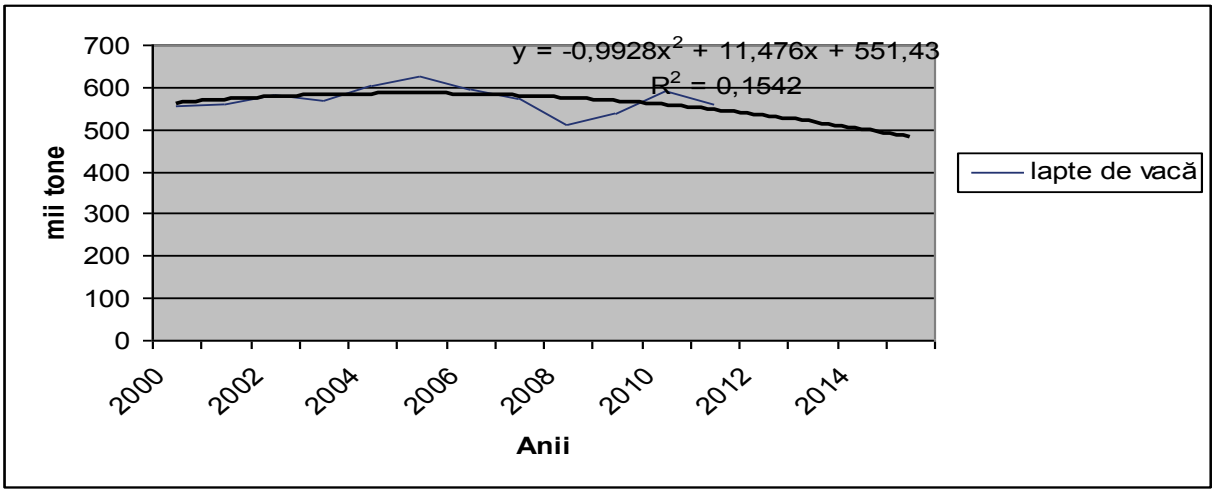


Figura 4. Trendul producţiei de lapte de vacă

Sursa: elaborat de autor

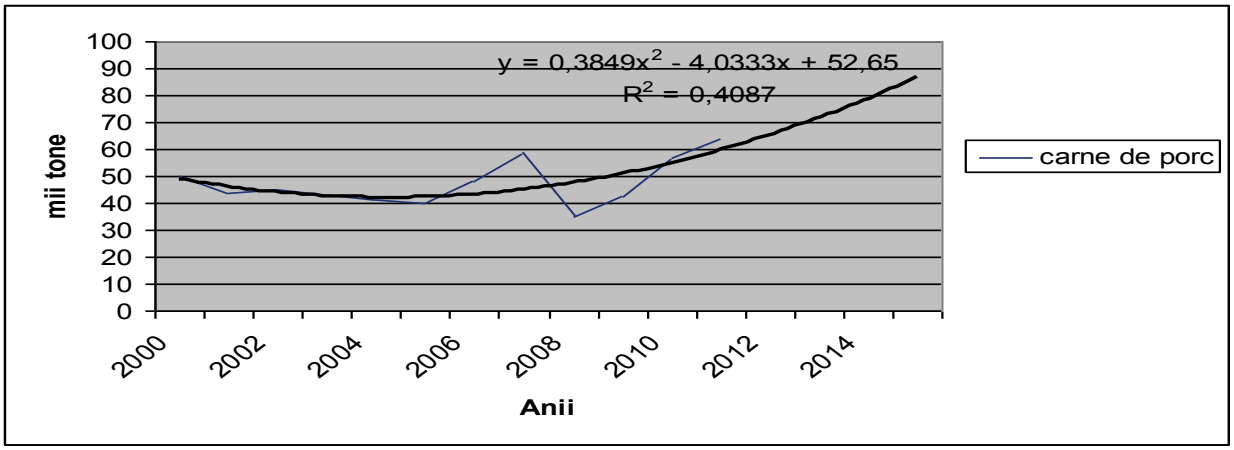


Figura 5. Trendul producţiei de carne de porc (polinom)

Sursa: elaborat de autor

Prognoza producţiei agricole este prezentată în tabelul următor.

Tabelul 1. Prognoza producţiei agricole, mii tone

Specificaţie	Anii										
										Prognoza	
	2000	2003	2004	2005	2007	2008	2009	2010	2011	2014	2015
Grîu de toamnă	728	102	861	1057	406	1286	737	744	795	944,29	993,76
Sfeclă de zahăr	944	657	911	991	612	961	337	838	589	323,34	223,79
Floarea-soarelui	269	390	335	331	156	372	284	382	427	427,42	446,91
Cartof	330	303	318	378	199	271	261	280	351	317,49	327,30
Legume	364	361	315	389	222	376	308	341	362	342,28	345,31
Fructe, pomuşoare şi nuci	225	617	430	386	277	370	308	322	378	163,69	106,80
Lapte de vacă	555	570	604	627	571	511	539	591	560	500,19	480,89
Carne de porc	50	43	41	40	59	35	42	57	64	78,75	86,65

Sursa: elaborat de autor

Analizînd datele tabelului de mai sus, putem afirma faptul că cantitatea de grîu prognozată pentru anii 2014 şi 2015 este mai mare faţă de cea din anul 2011, respectiv, cu 149,29 şi 198,76 mii tone în mărime absolută sau cu 18,78 şi 25,00 p.p. în mărime relativă.

Cantitatea prognozată de sfeclă de zahăr este mai mică faţă de cea din anul 2011, respectiv, cu 265,66 şi 365,21 mii tone în mărime absolută sau cu 45,1 şi 62,01 p.p. în mărime relativă.

O tendinţă de diminuare se observă şi la producţia de cartof, cantitatea prognozată pentru anii 2014 şi 2015 fiind cu 23,7 şi 9,81 mii tone mai mică în mărime absolută sau cu 9,55 şi 6,75 p.p. în mărime relativă. De asemenea, este mai mică cantitatea prognozată de legume pentru anii 2014 şi 2015 comparativ cu cea din anul 2011 respectiv cu 19,72 şi 16,69 mii tone în mărime absolută sau cu 5,45 şi 4,61 p.p. în mărime relativă.

Cantitatea prognozată de fructe, pomuşoare şi nuci pentru această perioadă este mai mică faţă de cea din anul 2011, respectiv, cu 214,31 şi 271,2 mii tone în mărime absolută sau cu 56,7 şi 71,75 p.p. în mărime relativă.

Producţia de lapte de vacă prognozată pentru anii 2014 şi 2015 este mai mică faţă de cantitatea obţinută în anul 2011, respectiv, cu 59,81 şi 79,11 mii tone în mărime absolută sau cu 10,68 şi 14,13 p.p. în mărime relativă, iar cea prognozată de carne de porc depăşeşte nivelul anului 2011, respectiv, cu 14,75 şi 7,9 mii tone în mărime absolută sau cu 23,05 şi 35,39 p.p. în mărime relativă.

CONCLUZII

1. Securitatea alimentară naţională reprezintă starea economiei în care, indiferent de conjunctura pieţelor mondiale, i se garantează populaţiei o asigurare stabilă cu alimente în cantitatea care corespunde parametrilor ştiinţific argumentaţi, precum şi se creează condiţii de susţinere a consumului la nivelul normelor medicale.

2. Direcţiile de acţiune pentru reglementarea raportului populaţie – necesităţi de consum – disponibilităţi alimentare sunt: îmbunătăţirea cunoştinţelor în domeniul nutriţional, creşterea producţiei de alimente, îmbunătăţirea sistemelor de distribuţie a alimentelor, îmbunătăţirea sistemului de depozitare a alimentelor, îmbunătăţirea siguranţei alimentelor.

3. În Concepţia „10 A” sunt sintetizate următoarele caracteristici specifice ale securităţii alimentare: Acces fizic la alimente; Acces economic la alimente; satisfacerea Aşteptărilor consumatorilor ca urmare a procurării produselor alimentare; Accelerarea implementării tehnologiilor moderne în întreprinderi în vederea obţinerii producţiei competitive; Afectarea stării economiei per ansamblu; acordarea Ajutorului material; Anularea exportului de produse alimentare deficitare în caz de insecuritate alimentară; Aport Alimentar echilibrat; Activitate vitală normală; promovarea consumului de produse Autohtone.

4. Cantitatea de grîu prognozată pentru anii 2014 şi 2015 este mai mare faţă de cea din anul 2011, respectiv, cu 149,29 şi 198,76 mii tone în mărime absolută sau cu 18,78 şi 25,00 p.p. în mărime relativă, iar cantitatea prognozată de sfeclă de zahăr este mai mică faţă de cea din anul 2011, respectiv, cu 265,66 şi 365,21 mii tone în mărime absolută sau cu 45,1 şi 62,01 p.p. în mărime relativă.

5. O tendinţă de diminuare se observă şi la producţia de cartof, cantitatea prognozată pentru anii 2014 şi 2015 fiind cu 23,7 şi 9,81 mii tone mai mică în mărime absolută sau cu 9,55 şi 6,75 p.p. în mărime relativă. De asemenea, este mai mică cantitatea prognozată de legume pentru anii 2014 şi 2015 comparativ cu cea din anul 2011, respectiv, cu 19,72 şi 16,69 mii tone în mărime absolută sau cu 5,45 şi 4,61 p.p. în mărime relativă.

6. Cantitatea prognozată de fructe, pomuşoare şi nuci pentru această perioadă este mai mică faţă de cea din anul 2011, respectiv, cu 214,31 şi 271,2 mii tone în mărime absolută sau cu 56,7 şi 71,75 p.p. în mărime relativă.

7. Producţia de lapte de vacă prognozată pentru anii 2014 şi 2015 este mai mică faţă de cantitatea obţinută în anul 2011, respectiv, cu 59,81 şi 79,11 mii tone în mărime absolută sau cu 10,68 şi 14,13 p.p. în mărime relativă, iar cea prognozată de carne de porc depăşeşte nivelul anului 2011, respectiv, cu 14,75 şi 7,9 mii tone în mărime absolută sau cu 23,05 şi 35,39 p.p. în mărime relativă.

Bibliografie:

1. *Anuarul Statistic al Republicii Moldova*. Chişinău: BNS, 2012, 560 p.
2. Otiman, P. I. *Alternativele economiei rurale a României: dezvoltarea agriculturii sau insecuritate alimentară şi deşertificare rurală severă*. Bucureşti: Ed. Academiei Române, 2011, 311 p.

3. Брустинов, В. М., Зиновьев, Ф. В., Ли ,Л. И. *Продовольственный рынок и уровень жизни населения*. Мелитополь.2000, 78 с.
4. Гусаков, В. Г. et al. *Продовольственная безопасность Республики Беларусь*. Мониторинг -2009 в контексте региональных аспектов. Институт системных исследований в АПК НАН Беларусь, 2010, 136 с.
5. Илъина, З.М., Батова, Н.Н. *Конкурентоспособность продукции и продовольственная безопасность:* Теоретические и практические аспекты. Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларусии, 2010, 120 с.

SECŢIUNEA IV

CERCETAREA ŞI INOVAREA ÎN SUPORTUL DEZVOLTĂRII DURABILE

IDENTIFICAREA NIVELULUI OPTIM AL PRESIUNII FISCALE PENTRU DEŢINĂTORII PATENTEI DE ÎNTREPRINZĂTOR

***Fuior Elena**, dr., prof. univ.,*
***Maxim Ion**, dr. hab., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

At present, the country's economic strategy must be developed and implemented jointly with fiscal politics, part of which are the measures to stimulate business activity. From the conceptual point of view, fiscal politics of state must be unique for all forms of property, so as to contribute to sustainable economic growth. The difficulty of establishing the optimal tax for holdersof entrepreneurial patent is driven mostly by the lack of statistical information and record income from entrepreneurial activity. It should be noted that the income obtained from the entrepreneurial activity is the main source of existence of entrepreneurial patent holders, and therefore it is necessary to take into account the value of the average wage. The improving of the current system of imposing the individual entrepreneurs holders of patent implies the selection of the best variants out of all the possible ones in view of satisfying both fiscal interests of the state by budgetary collections, and the taxpayers.

The present paper represents some results of the researches which are unfold within the institutional project "Substantiation of the Trade and Consumer Cooperatives modernization from the perspective of their implications in the sustainable socioeconomic development and consumer protection" (11.817.08.85A)

***Key words:** fiscal policies, entrepreneurial patent holders, taxpayers, patent.*

Încă din anul 1748 în lucrarea sa „Despre spiritul legilor" Montesquieu susţinea că veniturile statului sunt o porţiune pe care fiecare cetăţean o dă din venitul său pentru a avea siguranţa celeilalte porţiuni sau pentru a se folosi de ea în mod plăcut. Pentru a stabili aceste venituri în cuantum oportun, trebuie să se ţină seama, atât de nevoile statului, cât şi de cele ale cetăţeanului.

Din aceste considerente, la etapa actuală, strategia economică a ţării trebuie să fie elaborată şi implementată în comun cu politica fiscală, partea componentă a căreia identifică măsurile ce ţin de stimularea activităţii antreprenoriale. Din punct de vedere conceptual, politica fiscală a Republicii Moldova necesită o reglementare uniformă a activităţii structurilor antreprenoriale, indiferent de forma proprietăţii, ceea ce ar contribui la o creştere economică durabilă.

La rândul său, studiul funcţionării sistemului fiscal a arătat că acesta nu poate fi considerat perfect şi comparat cu situaţia în ţările dezvoltate sau cu alte economii similare. Astfel, ar fi benefic ca politica fiscală, în general, şi ceea ce ţine de impunerea deţinătorilor patentei de întreprinzător în Republica Moldova să fie revăzută şi orientată spre crearea unui astfel de sistem, care, concomitent, ar asigura creşterea economică a structurilor antreprenoriale şi majorarea veniturilor statului.

E binecunoscut faptul că în condiţiile instabilităţii economice, când sistemul de impunere nu e perfect, o însemnătate primordială revine mecanismului de creare a condiţiilor avantajoase şi echitabile pentru toţi plătitorii de impozite. Anume de oportunitatea politicii fiscale depinde comportamentul contribuabililor şi dorinţa lui de a recurge la diverse căi de evaziune fiscală.

Actualmente, asigurarea unei creşteri economice durabile a Republicii Moldova presupune crearea unui nivel adecvat al presiunii fiscale, ţinând cont că mărimea ratei poverii fiscale este influenţată de numeroşi factori, dintre care menţionăm:

- nivelul de dezvoltare a economiei;
- structura şi formele proprietăţii;
- necesităţile publice stabilite de politica guvernamentală prin nivelul cheltuielilor publice;
- eficienţa cu care se utilizează cheltuielile publice finanţate prin impozite;
- gradul de adeziune a populaţiei la politica guvernului şi de consimţire la plata impozitelor;
- mărimea datoriei publice;
- stadiul democraţiei etc.

După opinia unor specialişti, cauza principală a creşterii presiunii fiscale o constituie majorarea continuă a cheltuielilor publice, a căror evoluţie se supune anumitor „legităţi" economice, sociale şi politice. Nu poate fi trecut cu vederea nici faptul *diminuării efortului productiv.* Economiştii liberali au remarcat efectele descurajante pe care nivelurile înalte ale impozitelor le au asupra muncii, economisirii şi investiţiilor.

Astfel, din punctul de vedere al incitării la muncă, sporirea presiunii fiscale conduce la două tipuri de efecte adverse: efectul de substituţie (diminuarea timpului de lucru al angajatului, ca urmare a "amputării" salariului prin impozitare) şi efectul de venit (depunerea unei munci suplimentare, în scopul compensării pierderii de venit net datorită creşterii impozitelor).

Concomitent, prezintă un interes deosebit problema *riscului de inflaţie.* După cum arată practica, *din fiscalitate* provine faptul că orice creştere a impozitelor şi a cotizaţiilor sociale are tendinţa de a se repercuta asupra procesului de cuantificare a preţurilor şi salariilor, alimentând în acest mod inflaţia. Explicaţia constă în încercarea, pe de o parte, a întreprinderilor de a cuprinde în preţul lor de vânzare plusul de impozite şi contribuţii sociale pe care le suportă şi, pe de altă parte, încercarea salariaţilor de a recupera sub forma salariilor mai mari scăderea puterii de cumpărare cauzată de impozite.

Conform acestei abordări este necesară examinarea aspectelor ce ţin de *economia subterană. Aceasta* reprezintă un fenomen prin care diverse forme de activitate au drept caracteristică sustragerea de la plata impozitelor. Amploarea sa este strâns legată de nivelul ridicat al fiscalităţii, fiind un aspect particular al fraudei şi evaziunii fiscale. Astfel, practicarea muncii „la negru" permite angajatului să obţină venituri nedeclarate (principale sau complementare), iar patronului să se sustragă de la plata impozitelor şi taxelor sociale (aferente muncii "la negru").

Pentru constituirea unui sistem economic, care să coordoneze eficient interesele statului şi a contribuabililor, nu şi-a pierdut semnificaţia şi problema *reducerii competitivităţii pe plan internaţional.* Orice creştere a preluărilor obligatorii suportată de agenţii economici se repercutează în nivelul preţului practicat la produsele lor, diminuând capacitatea de autofinanţare, de investiţii şi modernizare, ceea ce se reflectă în mod negativ asupra competitivităţii întreprinderii respective în relaţiile cu exteriorul.

Sporirea presiunii fiscale dincolo de pragul considerat admisibil riscă, pe de o parte, să se confrunte cu rezistenţe din ce în ce mai puternice, iar pe de altă parte, să creeze un mare handicap agenţilor economici autohtoni în faţa unei concurenţe internaţionale din ce în ce mai active, mai agresive.

Reforma sistemului fiscal trebuie să poarte un caracter succesiv, multilateral şi de durată, antrenând toate pârghiile de adoptare a hotărârilor politice, printre care: diminuarea considerabilă a poverii fiscale şi asigurarea achitării impozitelor de toţi contribuabilii.

Faptul că în Republica Moldova o parte considerabilă de contribuabili nu achită impozitele, în mod negativ se răsfrânge asupra dezvoltării economiei naţionale. Experienţa ţărilor dezvoltate, ce au o istorie multiseculară de dezvoltare, demonstrează că prin impozite se pot percepe circa 40% din venituri.

În situaţiile de depăşire a ratei optime a presiunii fiscale, în anumite condiţii socio-economice existente, apar unele fenomene negative, dintre care menţionăm: slăbirea efortului productiv, frauda şi evaziunea fiscală, precum şi economia subterană, riscul de inflaţie prin fiscalitate, reducerea competitivităţii pe plan internaţional etc.

Această practică e de dorit să fie aplicată şi în republică, întrucât în cadrul economiei naţionale cota impunerii, în mare măsură, depăşeşte acest nivel, ceea ce are impact negativ asupra dezvoltării activităţii antreprenoriale, iar deseori atrage după sine încetarea ei şi creează premise de evaziune fiscală.

Totodată, ţinem să menţionăm că conform Obiectivelor reformării sistemului fiscal acesta trebuie să stimuleze dezvoltarea concurenţei şi asigurarea populaţiei cu locuri de muncă, să înlăture factorii ce împiedică desfăşurarea activităţii de întreprinzător, fapt ce ar asigura dezvoltarea economică.

Cea mai simplă şi mai eficientă cale de atingere a acestui obiectiv constă în extinderea bazei fiscale cu diminuarea cotelor de impunere. Atingerea acestor obiective poate fi asigurată prin desăvârşirea politicii fiscale care trebuie să aibă menirea de a avantaja agenţii economici în dezvoltarea procesului de producţie în condiţiile de concurenţă pe piaţa internă şi cea externă, iar competitivitatea sistemelor fiscale să fie considerată o realitate obiectiva. Totodată, nivelul poverii fiscale să nu fie mai mare decât cel existent în ţările parteneri comerciali ai Republicii Moldova.

Aprecierea poverii fiscale poate să se facă la nivel naţional, regional şi pe categorii de contribuabili care, la rândul lor, pot fi grupaţi după anumite criterii. Presiunea fiscală, fiind un indicator relativ, permite efectuarea unei analize comparative şi aprecierea eficienţei impunerii.

La nivel macroeconomic aceasta, de regulă, reprezintă coraportul dintre plăţile fiscale şi PIB, şi indică care parte a PIB-ului revine impozitelor. Nivelul prelevărilor fiscale depinde de un şir de factori, printre care: gradul de dezvoltare economică a ţării, structura economiei, nivelul corectitudinii administrării fiscale, pregătirea cetăţenilor şi contribuabililor etc.

La nivelul microeconomic presiunea fiscală reflectă partea venitului agentului economic care este transferată statului sub formă de impozite şi taxe. Respectiv, este necesar de menţionat că nu există o metodologie unică de apreciere a acestei categorii.

Presiunea fiscală a întreprinzătorilor individuali deţinători de patentă considerăm că ar trebui să fie stabilită atât în indicatori relativi, cât şi absoluţi. Aprecierea nivelului optimal al presiunii fiscale urmează să se facă luând în considerare mai multe criterii: cheltuielile efective pasibile de cuantificat; nivelul impozitelor, taxelor şi altor defalcări în buget public naţional efectuat de deţinătorii de patentă; coşul minim de consum; salariul mediu în economia naţională etc.

Evaluarea veridică a presiunii fiscale a întreprinzătorilor individuali şi a deţinătorilor de patentă întâmpină dificultăţi datorită efectelor economiei tenebre şi lipsei datelor statistice. Dificultăţile legate de identificarea şi evidenţa indicatorilor care ar permite stabilirea unei presiuni fiscale echitabile pentru deţinătorii patentei de întreprinzător confirmă actualitatea problemei date.

În prezent, din punct de vedere legal, desfăşurarea activităţii micilor întreprinzători în baza de patentă de întreprinzător se reglementează printr-un şir de acte legislative, printre care:

1. Legea Republicii Moldova cu privire la patenta de întreprinzător reglementează mecanismul desfăşurării unor genuri de activitate de întreprinzător printr-un sistem simplificat de înregistrare, impunere, evidenţă şi dări de seamă. Conform acestei Legi, impunerea se efectuează sub formă de taxă pentru patentă, care include impozitul pe venit, taxele pentru resursele naturale, taxa pentru unităţile comerciale şi/sau unităţile de deservire socială, taxa pentru amenajarea teritoriului, contribuţia de asigurare socială de stat şi asigurări medicale, alte impozite, taxe şi încasări ce se plătesc pe principii generale.
2. Legea Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi determină principiile juridice de funcţionare a activităţii de antreprenoriat, reglementează formele organizatorico-juridice şi economice ce pot funcţiona în Republica Moldova, stabileşte agenţii economici care au dreptul să desfăşoare activitatea de antreprenoriat.
3. Codul Fiscal determină principiile impunerii în republică, statutul juridic al contribuabililor, principiile de determinare a obiectului impunerii, a evidenţei veniturilor şi cheltuielilor, modul şi condiţiile de tragere la răspundere pentru încălcarea legislaţiei fiscale.
4. Legea bugetului asigurărilor sociale de stat fixează tarifele contribuţiilor de asigurări sociale de stat obligatorii; termenele de virare a acestora şi de prezentare a declaraţiilor privind calcularea şi utilizarea contribuţiilor de asigurări sociale de stat obligatorii; cuantumul şi modalitatea de plată a contribuţiilor pentru deţinătorii patentei de întreprinzător.
5. Legea privind pensiile de asigurări sociale de stat reglementează: contribuţiile datorate de participanţi la sistemul public de asigurări sociale; stagiu de cotizare; dreptul la pensie: minimul garantat şi pensia minimă; condiţiile de stabilire a pensiei; dreptul la pensie şi contribuţia la sistemul de pensii de asigurări sociale pentru titularii patentei.
6. Legea cu privire la asigurarea obligatorie de asistenţă medicală reglementează obligativitatea titularilor patentei de a participa la sistemul asigurării obligatorii de asistenţă medicală care se realizează prin contracte încheiate între subiecţii asigurării de asistenţă medicală.

Astfel, în Republica Moldova, organizarea activităţii de antreprenoriat în bază de patentă de întreprinzător se reglementează printr-un şir de acte legislative, printre care un loc aparte revine Legii cu privire la patenta de întreprinzător nr. 93 din 15.07.1998.

Conform acestei Legi, la aprecierea nivelului taxei pentru patenta de întreprinzător, pentru practicarea comerţului cu amănuntul este necesar să se ţină cont de următorii factori:

1. amplasarea geografică a unităţii comerciale;
2. amplasarea unităţii comerciale în cadrul localităţii;
3. suprafaţa comercială a unităţii comerciale;
4. genurile de mărfuri comercializate;
5. costul mărfurilor comercializate şi cheltuielile comerciale aferente mărfurilor comercializate;
6. adaosul comercial a deţinătorului de patentă;
7. salariul mediu pe economie;
8. capitalul necesar iniţierii afacerii şi costul capitalului.

În prezent, articolul 18 alineatul 3 ai acestei Legi indică că „Se permite comerţul cu amănuntul în baza patentei de întreprinzător la tarabe, tejghele, tonete şi din autovehicule pe pieţe şi/sau în locuri autorizate de autoritatea administraţiei publice locale, cu condiţia că veniturile din vânzări ale titularilor de patente nu vor depăşi 300 000 de lei într-o perioadă de 12 luni consecutive”.

Legea identifică mai mult de 40 de genuri de activităţi, ce pot fi desfăşurate de antreprenorii mici în baza de patentă care se împart în 2 grupe: comerţul cu amănuntul şi producţia de mărfuri, executarea de lucrări şi prestări de servicii. Tot aici sunt specificate mărfurile pasibile de comercializare în baza patentei de întreprinzător, printre care:

– mărfurile industriale: îmbrăcăminte, încălţăminte, ţesături, articole de tricotaj, articole de galanterie, articole din tul şi draperii, produse textile, rechizite şcolare şi de birou, inventar şi atribute pentru jocurile sportive, articole de parfumerie şi cosmetică neaccizate, mărfuri de uz casnic, materiale de construcţii, materialelor pentru acoperit case şi podele etc.;
– produse alimentare fabricate şi ambalate de producător: cereale şi produse de morărit, crupe; amidon; produse de cofetărie; ceaiuri; mirodenii şi aditivi alimentari; ape minerale naturale şi băuturi nealcoolice, îmbuteliate; sare alimentară; mărfuri uşor alterabile; fructe şi legume în stare proaspătă (neambalate), cu excepţia citricelor şi altor fructe exotice; fructe şi legume prelucrate în mod industrial; miere de albine şi derivatele ei.

În paralel cu genurile de activitate care pot fi practicate de deţinătorii de patentă, Legea reglementează domeniile ce nu pot fi practicate de către titularii patentei, acestea sunt comercializarea mărfurilor supuse accizelor şi a mobilei.

Astfel, din momentul adoptării Legii privind patenta de întreprinzător până în prezent, aceasta a suportat un şir de modificări.

Pe parcursul acestei perioade, s-a micşorat numărul genurilor de activitate, care pot fi desfăşurate deţinând patenta de întreprinzător de la 46 la 41, s-au exclus unele domenii de activitate, printre care: desfăşurarea activităţii de comerţ în magazine ce ocupă încăperi sau clădiri separate şi au săli de comerţ, a căror suprafaţă nu depăşeşte 20 m^2; comercializarea materialelor de construcţie, mobilei, mărfurilor supuse accizelor, articolelor de uz casnic; unele servicii de transportare; prestarea serviciilor hoteliere etc.

Concomitent, Legea reglementează cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător pentru activitatea comercială, care este prezentată în tabelul 1.

Tabelul 1

Cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător pentru activitatea comercială, lei

Genul de activitate	Cuantumul taxei lunare, lei		
	mun. Chişinău, mun. Bălţi, mun. Bender, mun. Tiraspol	Celelalte municipii, oraşe	Localităţi rurale
1. Comerţul cu amănuntul			
1.1. Comerţul cu amănuntul la tarabe, tejghele, tonete şi din autovehicule în pieţe şi/sau în locuri autorizate de autoritatea administraţiei publice locale	360	180	100
1.2. Comerţul cu produse alimentare şi mărfuri uşor alterabile autohtone, cu condiţia respectării cerinţelor sanitar-epidemiologice privind depozitarea, păstrarea şi comercializarea lor (în vigoare până la 1 ianuarie 2017)	540	360	100

Sursa: calculat în baza datelor Biroului Naţional de Statistică (www.statistica.md)

Studiul permite să constatăm că pe parcursul anilor 1998 – 2012 a crescut esenţial numărul titularilor de patentă de întreprinzător, care în prezent constituie aproximativ 15600, din care cea mai mare cotă revine comerţului - cca 60%. Analizând dinamica numărului de patente, menţionăm

că acesta în perioada anilor 2000 – 2007 a înregistrat valori maximale, modificându-se de la 20321 până la 25733, cu reducerea treptată a numărului deţinătorilor de patentă în următorii ani. Esenţial s-a modificat ponderea domeniilor de activitate: ponderea comerţului treptat s-a micşorat de la 96,2 % la 59,7% cu creşterea corespunzătoare a domeniului „Producţia, lucrări, servicii".

Analiza volumul încasărilor din taxa pentru patentă arată că acestea au crescut până în anul 2006 când a fost înregistrat cel mai mare venit în valoare de 45 mln lei cu o diminuare esenţială în anul 2007, atingând nivelul de 34 mln lei şi 29 mln lei în anul 2008. În anul 2012 volumul încasărilor din taxa de patent a constituit aproximativ 34 mln lei. Această reducere a mărimii taxei pentru patentă se explică prin micşorarea numărului deţinătorilor de patentă de întreprinzător, cauzată de delimitarea tipurilor de activităţi ce pot fi practicate în baza patentei.

E necesar de menţionat că, pe de o parte, activitatea antreprenorială, în baza de patentă, nu presupune achitarea impozitelor. Din acest punct de vedere, întrucât această formă organizatorico-juridică contribuie la formarea veniturilor statului numai prin achitarea taxei pentru patentă, ea nu se consideră benefică. Aceasta se confirmă prin aceea că pe parcursul anului 2012 acumulările din contul taxei pentru patentă şi contribuţii sociale au constituit cca 61 mln lei.

Concomitent, ca efect negativ, ce ţine de domeniul dat de activitate menţionăm faptul că deseori aceşti antreprenori, activând ca intermediar dintre importatori de marfă şi consumatorul final, procurând marfă la un preţ redus, o vând cu un adaos comercial foarte mare, ceea ce atrage după sine evaziunea fiscală. Pe de altă parte, deţinătorii patentei de întreprinzător nu sunt plătitori de TVA, ceea ce are impact nefavorabil asupra prelevărilor fiscale la buget.

În prezent, o cotă mare a mărfurilor de import se realizează prin reţeaua comerţului neorganizat. În consecinţă, aceste nu sunt însoţite de acte ce confirmă achitarea impozitelor la import şi se creează o pârghie pentru intimidarea şi extorcarea mitei de la micii antreprenori. Aşadar, diminuarea impozitelor la importul mărfurilor, efectuat de persoanele fizice, ar crea premisa creşterii veniturilor în buget, legalizarea activităţii comerţului neorganizat, reducerea evaziunii fiscale şi a fenomenului corupţiei în organele de stat.

În opinia noastră, este absolut necesar şi obligatoriu adoptarea unor măsuri urgente de protecţie a producătorului autohton. Una dintre direcţiile în cauză constă în acordarea de facilităţi agenţilor economici ce prelucrează materia primă autohtonă. Necesitatea acestor modificări se explică prin faptul că sistemul fiscal actual favorizează exportul de materie primă autohtonă. Situaţia dată are la bază principiile de impunere, aferente taxei pe valoare adăugată.

În conformitate cu legislaţia, înregistrarea debitorului de TVA este efectuată în conformitate cu prevederile art.112 al Codului fiscal. Majoritatea producătorilor agricoli nu satisfac condiţiile pentru a fi înregistraţi ca plătitori de TVA şi, ca urmare, nu eliberează facturi fiscale. Luând în consideraţie inconvenientul dat, adică imposibilitatea deducerii acestui impozit, plătitorii de TVA evită relaţiile cu întreprinderile ce nu achită taxa pe valoarea adăugată. Totodată, sistemul se bazează pe principiul destinaţiei şi, ca urmare, exportul are cota de impozitare zero. În acest mod se creează întreprinderi ce se specializează în achiziţionarea materiei prime agricole de la producătorii locali, cât şi exportul acesteia, fără achitarea TVA.

Ţinând cont de nivelul actual de dezvoltare economico-financiară a Republicii Moldova, de ponderea foarte înaltă a economiei tenebre, ca o măsură de redresare a situaţiei date, propunem utilizarea unui impozit unic pe venit pentru business-ul mic. Un model asemănător de impunere este utilizat în republică în cazul funcţionării pe baza licenţei de întreprinzător. În acest caz, deţinătorul de patentă plăteşte numai taxa pentru patentă, care include printre alte plăţi şi impozitul pe venit, impozitul pentru folosirea resurselor naturale şi plăţile în Fondul Social. Celelalte impozite şi taxe deţinătorii de licenţe de întreprinzător le achită pe principii generale.

În Republica Moldova, după opinia noastră, e necesar de a introduce impozitului unic pe venit fixat. Această se confirmă de unele cercetări preventive, deoarece analiza bazei statistice oficiale, acumulate de Biroul Naţional de Statistică indică că în majoritatea ramurilor economiei naţionale consumurile au depăşit volumul producţiei fabricate. În prezent, majoritatea întreprinderilor oficial înregistrează pierderi. Aşadar, pentru a fi asigurate veniturile bugetare ar fi necesar de introdus impozitul unic pe venit.

Implementarea acestui impozit, după cum se ştie ar crea şi anumite dificultăţi. Cunoscând comportamentul şi mentalitatea populaţiei, admitem că iniţial va fi foarte greu de legalizat activitatea economiei tenebre. Pe de altă parte, această măsură va crea un climat favorabil pentru fondarea întreprinderilor mici care, ulterior, vor contribui la dispariţia economiei tenebre. Este evident, că atare măsuri sunt însoţite de un anumit risc privind menţinerea nivelului prognozat de încasări bugetare. După opinia noastră, pentru a implementa în Republică modelul Federaţiei Ruse e necesar de a efectua perfectări ale legislaţiei în vigoare, precum:

- transformarea TVA într-un impozit unic atât pentru întreprinderile businessului mic, cât şi pentru celelalte tipuri de întreprinderi. În caz contrar, întreprinderile mari ar evita relaţiile cu întreprinderile mici care nu plătesc TVA, deoarece acestea nu eliberează facturi fiscale. În paralel, la întreprinderile mici vor creşte cheltuielile perioadei din cauza achitării TVA la cumpărare;
- cota noului impozit unic trebuie să asigure acelaşi nivel al veniturilor în bugetul consolidat determinat de TVA, impozitul pe venit, impozitul pe imobil şi fondul social. Presupunem că mărimea acestuia poate fi în limita 8 – 10% din volumul producţiei fabricate;
- păstrarea principiilor de bază, ce ţin de impunerea relaţiilor economice externe ale Republicii Moldova, luând în consideraţie prevederile convenţiilor internaţionale;
- eliberarea de la achitări în fondul social, în cazul introducerii stipulărilor noi, a antreprenorilor care fac parte din categoria micului business, prevăzând că o parte din acest impozit va fi vărsat în fondul social. Cota defalcărilor în fondul social poate fi apreciată în proporţia stabilită la momentul actual.

Aşadar, acest impozit, ca şi în cazul patentei de întreprinzător, urmează a fi compus dintr-un şir de impozite, dar cele mai importante sunt: impozitul pe venit, pe imobil, pentru resurse naturale şi plăţile în Fondul Social. Principala problemă ce trebuie să fie rezolvată la elaborarea şi introducerea lui constă în stabilirea mărimii acestui impozit, la care este necesar să se ia în consideraţie principiul de echitate.

Concomitent, trebuie de prevăzut ca antreprenorii individuali ce achită impozitul unic să fie scutiţi de prezentarea declaraţiei cu privire la impozitul pe venit, ca persoane fizice. La fel, este necesară şi prevederea ce vizează problema că, în prezent, patronul unei întreprinderi cu statut de persoană fizică, din punct de vedere fiscal, mai participă şi în calitate de cetăţean contribuabil. Conform acestei prevederi el prezintă două declaraţii cu privire la impozitul pe venit, ca antreprenor şi ca cetăţean, iar obligaţiile fiscale ca cetăţean se calculează reieşind din suma tuturor veniturilor obţinute în decursul perioadei date.

Considerăm că prevederile legislaţiei contravin principiului echităţii şi loialităţii de impozitare, fiindcă veniturile persoanei fizice ca simplu cetăţean şi veniturile întreprinderii persoanei fizice sunt impozitate practic de două ori. Această situaţie defavorizează şi descurajează antreprenorii individuali.

Impozitul unic pe venit poate fi utilizat pentru anumite genuri de activitate, care se supun greu controlului datorită circulaţiei banilor. Aceste tipuri de activitate economică trebuie să fie

specificate de stat. În cazul când antreprenorul practică mai multe genuri de activitate, în componenţa cărora sunt şi cele pentru care se poate utiliza şi impozitul propus, evidenţa se va face separat privind bunurile utilizate pentru fiecare gen de activitate.

La utilizarea bunurilor în alte scopuri de activitate decât cele prevăzute pentru impozitare cu impozit unic, acestora li se vor aplica principiile generale de impozitare. Cheltuielile suportate de către antreprenor vor fi distribuite între tipurile de activitate proporţional cu nivelul de rentabilitate stabilit fiecărui gen de activitate al întreprinderii sau celei medii pe genul concret de activitate.

O practică asemănătoare este utilizată în Ucraina, unde subiecţilor business-ului mic li se acordă dreptul de a aplica impozitului unic pe venit, la care agentul are dreptul să aleagă între achitarea impozitelor pe baza principiilor generale sau achitarea impozitului unic. Ca o particularitate pozitivă la utilizarea acestui impozit, menţionăm că evidenţa contabilă este simplificată, fiind efectuată după metoda de casă.

Utilizarea impunerii simplificate de către antreprenori s-a manifestat benefic şi în Republica Kazahstan, unde, ca urmare a introducerii impozitului unic, s-a înregistrat o micşorare a presiunii fiscale asupra agenţilor economici şi, totodată, s-a obţinut o creştere a numărului de locuri de muncă, a fondului de remunerare etc.

În acelaşi timp, funcţionarea entităţilor antreprenoriale pe bază de patentă de întreprinzător are efect social, deoarece într-o măsură oarecare, permite de a reduce nivelul şomajului în ţară şi evaziunea fiscală. Nu mai puţin importantă este şi problema protecţiei consumatorului, fiindcă la etapa actuală a dezvoltării economiei naţionale cota comerţului neorganizat este de cca 35% din volumul total al comerţului în republică.

Dificultatea stabilirii valorii optimale a presiunii fiscale pentru deţinătorii de patentă de întreprinzător este determinată în mare parte de lipsa informaţiilor statistice şi evidenţa venitului obţinut din activitatea de întreprinzător. Este necesar de menţionat că pentru deţinătorii de patentă de întreprinzător venitul obţinut din activitatea dată este sursa de bază de existenţă şi din aceste considerente este necesar să se ia în calcul valoarea salariului mediu pe economie.

Optimizarea sistemului actual de impunere a întreprinzătorilor individuali deţinători de patentă presupune selectarea celor mai bune variante dintre toate posibile pentru satisfacerea atât a intereselor fiscale ale statului prin acumulări bugetare, cât şi a contribuabililor.

În procesul optimizării impunerii fiscale a deţinătorilor patentei de întreprinzător este necesar să respectăm următoarele principii: legalitate, siguranţă, eficienţă, echitate, raţionalitate. Acestea presupun:

- Optimizarea presiunii fiscale trebuie să fie efectuată în limitele legale şi, totodată, să contribuie la respectarea legislaţiei în vigoare;
- Atât pentru contribuabili, cât şi pentru organele fiscale trebuie să fie clar care este valoarea impozitelor şi taxelor ce urmează a fi achitată în buget, în acest mod respectându-se principiul siguranţei relaţiilor dintre contribuabil şi fisc;
- Eficienţa impunerii deţinătorilor de patentă de întreprinzător se reflectă prin raportul dintre încasările fiscale şi cheltuielile legate de administrarea fiscală a deţinătorilor de patentă;
- Echitatea impunerii deţinătorilor de patentă de întreprinzător se materializează, în primul rând, prin comparaţie cu venitul obţinut şi impozitele achitate de alţi contribuabili persoane fizice, luând în considerare riscurile asumate de deţinătorii patentei de întreprinzător;
- Principiul raţionalităţii se materializează, în special, prin scopul urmărit de stat în calitate de regulator a economiei naţionale, prin stimularea sau împiedicarea dezvoltării unor domenii.

Determinarea nivelului optimal al taxei pentru patenta de întreprinzător, respectând principiile menţionate, ar trebui să asigure echilibrul dintre încasările şi plăţile efectuate de

deţinătorul de patentă. Valoarea adăugată obţinută de deţinătorul patentei ar trebui să permită acoperirea tuturor cheltuielilor legate de activitatea de întreprinzător a deţinătorului patentei, să acopere plăţile obligatorii faţă de buget şi să permită persoanei fizice deţinător a patentei să-şi acopere cheltuielile vitale.

În contextul celor menţionate mai sus putem întocmi următoarea inegalitate:

V – C = VA

VA = Ch + SM + AS + AM + TP

V – C = Ch + SM + AS + AM + TP

unde,

V – venitul din vânzări a deţinătorului de patentă de întreprinzător, conform modificărilor introduce prin Legea nr.178 din 11.07.2012 care va intra în vigoare de la 01.01.2013 veniturile din vânzări a titularului patentei de întreprinzător nu pot să depăşească 100000 lei într-o perioadă de 12 luni consecutive;

C – costul vânzărilor;

VA – valoarea adăugată;

Ch – cheltuieli legate de activitatea comercială, taxa de piaţă, cheltuieli de depozitare, transportare, costul capitalului investit etc. Luând în considerare faptul că majoritatea deţinătorii patentei de întreprinzător îşi desfăşoară activitatea comercială la tarabe, tejghele, tonete în pieţe s-a utilizat Nota informativa privind activitatea I.M.”Piaţa Centrală” prezentată Consiliului Municipal Chişinău, conform căreia costul unui loc de comerţ este în mediu 200 lei pe lună;

SM – salariul mediu pe economie, conform datelor Biroului Naţional de Statistică salariul mediu pe economie în anul 2012 a variat de la 3139 lei în ianuarie până la 3913,5 lei în iunie 2012, din aceste considerente s-a utilizat în calcule o valoare medie de circa 3550 lei. Luând în considerare faptul că deţinătorii patentei de întreprinzător mai au la întreţinere şi alte persoane, utilizarea salariului mediu pe economie şi nu a coşului minim de consum este mai binevenită;

AS – prima de asigurare obligatorie de asistenţă socială calculată în sumă fixă în valoare absolută, se stabileşte anual prin lege, conform prevederilor alin.(1) art.6 din Lege nr. 270 din 23.12.2011 bugetului asigurărilor sociale de stat pe anul 2012: deţinătorii patentei de întreprinzător pot fi asiguraţi pe bază de contract individual încheiat cu Casa Naţională de Asigurări Sociale, plătind contribuţii de asigurări sociale de stat în sumă de 4704 de lei pe an;

AM - defalcări anuale în Fondul Asigurărilor Medicale, se stabileşte anual prin lege, conform prevederilor alin.(2) art.4 din Legea nr.271 din 23.12.2011 fondurilor asigurării obligatorii de asistenţă medicală pe anul 2012, prima de asigurare obligatorie de asistenţă medicală calculată în sumă fixă în valoare absolută pentru deţinătorii patentei de întreprinzător se stabileşte la 2 982 lei;

TP – taxa pentru patenta de întreprinzător. Anexa la Legea nr. 93 din 15.07.1998 cu privire la patenta de întreprinzător, stabileşte cuantumul taxei lunare pentru patenta de întreprinzător, astfel, pentru comerţul cu amănuntul, în dependenţă de localitate şi produsele comercializate, este stabilită o taxă lunară de la 100 lei până la 540 lei.

Pornind de la prezumţia că veniturile înregistrate de deţinătorul patentei de întreprinzător trebuie să acopere cheltuielile vitale ale acestuia, precum şi cheltuielile legate de activitatea de întreprinzător, s-a calculat nivelul rentabilităţii vânzărilor care ar permite activitatea economică în limitele legale. Valoarea adăugată minimală de către deţinătorul patentei de întreprinzător ar trebui

să acopere cheltuielile comerciale, taxa pentru asigurări sociale, taxa pentru asigurări medicale, taxa pentru patenta de întreprinzător şi să asigure un venit echitabil deţinătorului de patentă.

Luând în considerare faptul că cheltuielile sus menţionate practic nu pot fi reduse de deţinătorul patentei de întreprinzător, aceste cheltuieli pot fi considerate fixe. Totodată, de la 01.01.2013 veniturile din vânzări a titularului patentei de întreprinzător nu pot să depăşească 100000 lei într-o perioadă de 12 luni consecutive, ceea ce presupune că cheltuielile fixe identificate mai sus trebuie să fie acoperite din vânzările înregistrate. Calculul pragului de rentabilitate a deţinătorilor de patentă care practică activitatea comercială până şi după 01.01.2013 este prezentat în tabelul 2.

Tabelul 2

Calculul pragului de rentabilitate a deţinătorilor de patentă care practică activitatea comercială până şi după 01.01.2013

	Indicator	Până la 01.01.2013	După 01.01.2013	Varianta I	Varianta II
1.	Venitul din vânzări	**300000**	**100000**	**600000**	**600000**
2.	Cheltuieli comerciale, lei (300 lei x 12 luni)	3600	3600	3600	3600
3.	Salariul mediu pe economie, lei (3550 lei x 12 luni)	42600	42600	42600	42600
4.	Prima pentru asigurarea obligatorie socială, lei	4708	5220	5220	5220
5.	Prima pentru asigurarea obligatorie medicală, lei	2982	3318	3318	3318
6.	Taxa pentru patenta de întreprinzător, lei	6480	6480	6480	**30000**
7.	**Valoarea Adăugată minimală, lei (2+3+4+5+6)**	**60370**	**61218**	**61218**	**84738**
8.	Costul vânzărilor (1-7)	239630	38782	538782	515262
9.	Rentabilitatea minimală a vânzărilor (%)	20,1	61,2	10,2	14,1
10.	Adaosul comercial minimal (%)	25,19	157,85	11,36	16,45
11.	Presiunea fiscală (%)	4,7	15,0	2,5	6,4

Sursa: calculat în baza datelor Biroului Naţional de Statistică (www.statistica.md)

Analiza datelor din Tabelul 2 permite să constatăm următoarele:

- pentru a putea supravieţui, rentabilitatea minimă a vânzărilor deţinătorului patentei de întreprinzător ar trebui să fie circa 61,2% sau circa de 4 ori mai mare decât rentabilitatea vânzărilor înregistrată de comerţul cu amănuntul şi cu ridicata în Republica Moldova în anii 2007 – 2012, iar adaosul comercial minimal al deţinătorului patentei de întreprinzător trebuie să fie de 157,85%, ceea ce practic exclude deţinătorii patentei de întreprinzător de la comercializarea mărfurilor cu adaos comercial limitat şi poate duce la majorarea preţului la alte produse;
- nivelul impunerii deţinătorilor patentei de întreprinzător utilizat până la 01.01.2013 este mai adecvat acestei grupe de contribuabili, asigurând un echilibru dintre necesităţile cetăţenilor şi bugetului;

- varianta I şi II presupune o abordare inversă celei adoptate de legislator şi anume majorarea venitului din vânzări până la 600 mii lei în 12 luni consecutive, până la nivelul prevăzut pentru înregistrarea ca contribuabil al TVA conform art.112 din Codul Fiscal;
- păstrarea cuantumului taxei patentei de întreprinzător în Varianta I nu este considerată raţional din punct de vedere a nivelului presiunii fiscale care va fi prea mică, din aceste considerente taxa pentru patenta de întreprinzător poate fi majorată maximal până la 2500 lei pe lună, nivel care ar asigura un nivel suficient de presiune fiscală şi o rentabilitate a vânzărilor comparabilă cu rentabilitatea vânzărilor înregistrată de comerţul cu amănuntul şi cu ridicata în Republica Moldova.

În concluzie: reducerea venitului admis de vânzări pentru deţinătorii patentei de întreprinzător de la 300 mii lei la 100 mii lei este neargumentată şi va crea condiţii pentru dezvoltarea economiei tenebre şi corupţiei.

Astfel, un avantaj a utilizării patentei de întreprinzător, care nu trebuie subestimat, este riscul minimal al apariţiei corupţiei şi abuzului din partea organelor fiscale, ceea ce influenţează benefic climatul din societate. Analiza experienţei activităţii organelor fiscale denotă faptul că aproape toate controalele efectuate de IFPS finalizează cu aplicarea sancţiunilor, ceea ce ridică riscuri de coruptibilitate. În cazul utilizării patentei de întreprinzător, deţinătorul acesteia achită impozitele integral în avans, fapt care exclude necesitatea verificării corectitudinii calculării acestora de contribuabil, ceea ce reduce la maxim riscul corupţiei şi abuzului din partea organelor fiscale.

Bibliografie:

1. Bîrle, V. Echitatea fiscal. Bucureşti: Ed. Teora, 2006.
2. Brezeanu, P. Fiscalitate – Concepte, teorii, politici şi abordări practice, Editura Wolters Kluwer România, Bucuresti, 2009.
3. Codul Civil al Republicii Moldova Nr. 1107 din 06.06.2002. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 2002, nr. 82-86.
4. Codul Fiscal Nr. 1163 din 24.04.1997. Monitorul Oficial al RM. Ed. special. Chişinău, 25.03.2005.
5. Corduneanu, C. Sistemul fiscal în ştiinţa finanţelor. Bucuresti: Editura CODECS, 2008.
6. Fiscalitatea agenţilor economici. Chişinău, 2008, 161 p.
7. Legea bugetului asigurărilor sociale de stat Nr. 270 din 23.12.2011. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 2012, nr. 15.
8. Legea cu privire la asigurarea obligatore de asistenţă medicală Nr.1585-XIII din 27.02.98. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 1998, nr.38-39.
9. Legea cu privire la mărimea, modul şi termenele de achitare a primelor de asigurare obligatorie de asistenţă medicală Nr. 1593 din 26.12.2002. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 2003, nr. 18-19.
10. Legea fondurilor asigurării obligatorii de asistenţă medicală Nr. 271 din 23.12.2011. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 2012, nr. 15/39.
11. Legea privind pensiile de asigurări sociale de stat Nr. 156 din 14.10.1998. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 1998, nr. 111-113.
12. Legea Republicii Moldova cu privire la antreprenoriat şi întreprinderi nr.845-xii din 03.01.92. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 1994, nr. 2.

13. Legea Republicii Moldova cu privire la patenta de întreprinzător Nr. 93-XIV din 15 iulie 1998. Monitorul Oficial al RM. Chişinău, 1998, nr. 72-73.
14. Lupu, N., Grosu, O. Finanţe publice şi fiscalitate. Iaşi: Ed. Tehnopress, 2009.
15. Moşteanu, T. Politici fiscale şi bugetare pentru reformarea economiei şi relansarea creşterii economice. Buc.: editura economică, 2008, 208 p.
16. Savenco, L. et al. Influenţa politicii fiscale asupra dezvoltării economiei naţionale: Informaţie de sinteză. Chişinău: INEI, 2005. 51 p.
17. Standardele Naţionale de Contabilitate, aprobate prin ordinul ministrului finanţelor al RM .
18. Şarcov, P. Ipati, G. Impozitarea şi facilităţile fiscale pentru micul business din Republica Moldova: Ghid pentru întreprinzători. Proiectul BIZPRO-Moldova. Chişinău: Bons Offices, 2003, 136 p.

Lucrarea de faţă reprezintă unele rezultate ale cercetărilor ce se desfăşoară în cadrul proiectului instituţional de cercetare ştiinţifică fundamentală şi aplicativă „Fundamentarea modernizării comerţului şi cooperaţiei de consum din perspectiva implicaţiilor acestora asupra dezvoltării social-economice durabile şi protecţiei consumatorilor” (cifrul proiectului 11.817.08.85A).

MECANISMUL ECONOMIC AL ACTIVITĂŢII DE INOVARE

***Ganea Victoria**, dr., conf. univ.,*
Consiliul Naţional pentru Acreditare şi Atestare
***Demidețchi Diana**, drd.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

This article reflects theoretical addressed the notion of innovation and system innovation. Innovations arise as a result of the innovation process, which is the basis for the creation of innovation. The innovation process can be represented as all changes scientific, technological and organizational dissemination and implementation of innovations and innovation processes defines all technical and scientific progress. Methodological issues, now is very important and essential to create a complete, flexible and dynamic innovation, able to solve the problem of changing the technology base of the company. From this aspect, the method of systematic approach becomes appropriate, perhaps even crucial in terms of theory and practice.

***Key words**: innovation, innovation process, flexible and dynamic innovation, invention.*

În condiţiile economice actuale, bazate pe dezvoltarea progresului tehnico-ştiinţific, în activitatea de perfecţionare, optimizare şi gestionare a unităţilor economice, tot mai elocvent se manifestă procesul de integrare a sistemului financiar cu cel al producţiei individuale. Concomitent, tot mai evident devine procesul de formare a sistemelor naţionale de inovare. Ştiinţa economică demonstrează că acest fapt a fost cauzat în mare parte de dinamica neuniformă a dezvoltării economice. Marele economist al sec. XX, Joseph A. Schumpeter a argumentat prin cercetările sale caracterul problematic, neunivoc al creşterii economice şi în consecinţă, conform cercetărilor sale - din această non-uniformitate apar inovaţiile.

Joseph A. Schumpeter a fost cel care a menţionat pentru prima data despre "procesul de punere în aplicare a unor noi combinaţii". Acest concept, în conformitate cu Schumpeter, cuprinde cinci cazuri:

- ✓ producerea de noi bunuri sau crearea unui nou conţinut sau o nouă calitate a unui bun,
- ✓ introducerea de noi metode de producţie,
- ✓ asimilarea de noi pieţe de realizare a noului produs,
- ✓ obţinerea unei noi surse de materie primă,
- ✓ efectuarea reorganizărilor adecvate pentru a crea condiţii de monopol sau subminarea monopolul unei alte entităţi economice [1].

Determinând diferenţa între invenţie şi inovare, constatăm că sunt doua concepte, care la prima vedere, am zice ca sunt acelaşi lucru, dar există o diferenţa fundamentală între cele două concepte. *Invenţia* este prima apariţie a unei noi idei (concept) pentru un nou produs sau proces. *Inovaţia* este o aplicare comercializabilă în practică a unei invenţii, o integrare a invenţiei în practica economico-socială. O invenţie nu devine inovaţie până nu intră în procesul de producţie şi marketing şi comercializare pe piaţă.

În baza celor relatate, considerăm că procesul inovării nu este doar implementarea unor inovaţii, ci şi o nouă funcţie de producţie, este trecerea de la anumite funcţii de producţie vechi la altele noi, net superioare. Devine oportună necesitatea definirii clare a posibilităţilor reale în acest sens, pornind de la faptul definirii procesului inovaţional. În ultima vreme am tot auzit vorbindu-se

despre inovaţie şi ce implicaţii are aceasta într-o companie, mai mult, ce implicaţii are aceasta într-o societate. Astfel, vom defini ***inovaţia – ca un proces prin care se doreşte să se realizeze produse noi, metode noi de marketing, procese de fabricaţii noi într-un mod cât mai eficient şi eficace pentru a satisface nevoile clienţilor.*** Trebuie să remarcăm că inovaţia nu exista doar in domeniul afacerilor, inovaţia este necesara şi în activitatea socială, şi la nivel guvernamental, pentru a îmbunătăţi procesele prin care se organizează sectorul public din ţară.

Termenul „sistem de inovare" a fost folosit pentru prima dată de către B. Lundwall în 1985 în lucrarea „Inovaţiile de produse şi cooperarea consumator-producător". El şi-a concentrat atenţia anume asupra relaţiilor firmelor şi instituţiilor, incluse în producţia de cunoştinţe. O astfel de cooperare, de asemenea, apare între cercetările fundamentale (producători) şi cercetările aplicate (consumatori primari sau utilizatori).

Dezvoltarea conceptului sistemelor de inovare a devenit noţiunea „sistem naţional de inovare" (SNI), introdusă în anul 1987 de K. Freeman. Ulterior, conceptul de SNI a fost dezvoltat în mod activ de B. Lundwall şi R. Nelson şi de-a lungul timpului a devenit unul dintre conceptele-cheie teoretice, care stă la baza studierii proceselor, ce au loc în domeniul ştiinţifico-tehnologic şi a formării politicii pentru promovarea sa.

În literatura de specialitate nu există o interpretare unică a noţiunii de inovare. Totuşi, noi tindem să evidenţiem cu claritate două abordări pentru înţelegerea acestui termen:

1. În sens larg, inovaţiile se identifică cu procesul de creare a noilor produse şi apariţia noilor servicii, metode esenţial noi atât în sfera de producere, cât şi în domeniul gestionării financiare, de cercetare etc.
2. În sens restrâns, sunt considerate drept inovaţii rezultatele activităţii industriale, în deosebi apariţia know-how, produse de tehnologie şi servicii legate de acestea.

Considerăm că inovarea trebuie interpretată nu doar prin funcţiile de producţie, dar trebuie să se ia în calcul şi nivelul lor de calitate. Pe de o parte, consumatorii, prin alegerea celor mai preferate proprietăţi de consum a produselor şi serviciilor noi, definesc clar inovaţia. Pe de altă parte, producătorii în condiţii de competitivitate şi a cerinţelor standardelor internaţionale şi naţionale ar trebui să pună accent pe cele mai bune analogii în plan global. Astfel, procesul de inovare este rezultatul utilizării de noi cunoştinţe în vederea aplicării în practică a acesteia. Anume gradul de conformitate a unui produs sau serviciu nou cu piaţa de consum o definim ca inovaţie.

Activitatea de inovare nu trebuie limitată numai prin crearea de noi mijloace de muncă, procese tehnologice, metode de organizare şi gestionare. Cea mai importantă componentă a proceselor de inovare este introducerea elementelor anterior menţionate, ceea ce duce la o actualizare a producţiei. Astfel, în activitatea inovaţională sunt incluse rezultatele optimale a celor mai bune practici din trecut de rând cu utilizarea elementelor de know-how din prezent. De asemenea, în condiţiile economiei concurenţiale, inovaţia este interpretată ca un produs sau serviciu nou destinat pentru vânzare (de exemplu, proprietatea intelectuală). Cu toate acestea, nu toate elaborările pot deveni un produs inovator gata de vânzare. Această situaţie poate fi explicată prin cauze şi motive instituţionale, juridice etc.

Inovaţiile apar în rezultatul procesului de inovare, care şi este baza de creare a inovaţiei. Procesul de inovare poate fi reprezentat ca totalitatea schimbărilor ştiinţifice, tehnologice şi organizaţionale pentru difuzarea şi implementarea inovaţiilor, iar totalitatea proceselor inovaţionale defineşte progresul tehnico-ştiinţific. Pentru stimularea şi optimizarea activităţii inovaţionale este necesară crearea unui sistem modern şi eficient de gestionare economico-socială. Managementul acestei activităţi include nu numai organizarea ştiinţei fundamentale şi a activităţii

de cercetare şi dezvoltare, dar, de asemenea,dezvoltarea inovaţiilor, testarea lor experimentală, precum şi difuzarea acestora.

Aspectele metodologice de formare a mecanismului economic modern a procesului de inovare, în opinia noastră, ar trebui analizate prin prisma funcţionării sistemelor naţionale de inovare, astfel, vom recunoaşte necesitatea unei abordări holistice a procesului de inovare.

Existenţa sistemelor de inovare ca şi transformarea lor în procesul de trecere şi adaptare la noile condiţii tehnologice, aşa cum s-a menţionat mai sus, sunt încă abia la începuturile explorării ştiinţifice. Cu toate acestea, vom încerca să formulăm anumite abordări conceptuale cu privire la noţiunea de sistem de inovare. Astfel, în literatura de specialitate există o abordare care defineşte sistemul de inovare ca rezultat al interacţiunii a trei subsisteme: inovatorul, organizarea şi mediul extern. Primul subsistem include personalul şi factorii de producţie, care sunt direct implicaţi în dezvoltarea unei noi tehnologii şi este o parte componentă a unui alt sistem - organizaţia. La rândul său, organizaţia face parte dintr-un sistem extensiv fiind şi un element al setului de factori externi: politici, sociali şi de mediu [2].

În literatura occidentală, de cele mai dese ori, prin sistem de inovare se identifică cercetarea ştiinţifică, invenţiile inovaţiile şi influenţa pieţei şi a conjuncturii economice, motivaţia şi posibilităţile antreprenorilor, precum şi oportunităţile de utilizare a know-how-ului în mediu tehnologic şi social existent.

Generalizând, conchidem că sistemul de inovare este format din astfel de noi factori cum ar fi: ştiinţific, industrial, tehnologic, managerial, de marketing etc., care intervin printr-o relaţie funcţională, ca rezultat al unei activităţi comune, care, în consecinţă, creează un produs sau serviciu nou, net superior celor existente.

Sistemul de inovare, deseori este identificat de mai mulţi autori cu infrastructura inovaţională. Din punctul nostru de vedere, accentul nu ar trebui să fie pus pe structura exterioară ci pe mecanismul relaţiei elementelor componente ale acestui sistem. Din această perspectivă, ca sistem naţional de inovare ar trebui să se înţeleagă totalitatea relaţiilor organizatorice şi economice, care rezultă din efortul de punere în aplicare a invenţiei şi apariţia inovaţiei care se află în centrul sistemului de inovare atât la nivel de întreprindere separată, cât şi la nivel de ţară.

Prin urmare, sistemul naţional de inovare poate fi definit nu doar prin posibilitatea creării şi implementării unei idei inovative. Un sistem de inovare este o structură specială, funcţia principală a căreia este de a crea noi produse şi servicii, sistem care posedă caracteristicile activităţii de inovare - capacitatea de a transforma şi inova. Astfel, prin noţiunea de sistem de inovare înţelegem totalitatea de entităţi economice unite printr-un mecanism organizatorico-economic complex cu scopul de a crea produse şi oferi servicii noi, ca rezultat al activităţii inovaţionale.

Actualmente, nu putem afirma cu încredere că activitatea inovaţională este un factor major care ne poate asigura creşterea economică, de aceea, este necesar de a revizui abordările metodologice existente cu privire la dezvoltarea activităţii de inovare în republică şi adaptarea unor mecanisme şi principii noi de dezvoltare economică pe calea inovaţiilor, reieşind din condiţiile economice existente. Prin aceasta înţelegem posibilitatea conversiei noilor cunoştinţe în beneficii economice şi sociale, rezultat din interacţiunea complexă între agenţii economici, instituţiile de cercetare, finanţatorii, precum şi reţelele prin care participanţii la procesul de inovare intră în contact.

În cazul Republicii Moldova, infrastructura sistemului inovaţional este dezvoltată în special în baza Agenţiei pentru inovare şi transfer tehnologic. Această structură pentru republica

noastră este relativ nouă, deci nu putem face o analiză detaliată a activităţii, dar se poate remarca că deja au fost făcuţi anumiţi paşi în activitatea de susţinere, dezvoltare şi implementare a rezultatelor ştiinţifice şi inovaţiilor pe piaţă.

Pentru economia naţională este caracteristic faptul că pe fonul transformărilor evidenţiate îndeosebi de anul 2004 cu modificări esenţiale în cadrul legislativ, activităţile legate de transferul tehnologic sunt abia la etapa incipientă a dezvoltării. Totuşi, putem vorbi deja de o serie de instituţii cu o anumită vocaţie în domeniul transferului de tehnologie şi de implementare a invenţiilor.

Într-un timp relativ scurt, când cercetarea autohtonă îşi croieşte cu paşi nesiguri drum în economia inovaţională, avem deja stabilite în republică două reţele naţionale în domeniul transferului tehnologic: Parcul ştiinţifico-tehnolog şi Incubatorul de inovare. Acestea au apărut ca urmare a convergenţei şi interacţiunii unei multitudini de factori obiectivi şi subiectivi care necesită amplificarea a trei condiţii primordiale:

1. o bază normativ-juridică care ar stimula iniţiativa antreprenorială şi dezvoltarea întreprinderilor mici şi mijlocii;
2. un cadru economic favorabil instituţiilor de cercetare tehnologică şi firmelor care implementează rezultatele acestor investigaţii;
3. soluţionarea lipsei de fonduri pentru aplicarea în practică a volumului mare de lucrări de cercetare şi a stocului de invenţii.

Infrastructura inovaţională asigură transmiterea efectivă a rezultatelor investigaţiilor ştiinţifice în procesul de implementare, difuzare a tehnologiilor în sectorul real al economiei prin crearea noilor întreprinderi inovaţionale.

În ultimă instanţă se asigură integrarea întreprinderilor mici cu capital inovaţional în sectorul real prin susţinerea relaţiilor dintre cercetare şi industrie pe linia difuzării rezultatelor cercetării. În această accepţiune se înscrie, în primul rând, starea macroeconomică a complexului naţional, favorizante difuzării inovaţiilor: nivelul dezvoltării social-economice, coraportul dintre cerere şi ofertă, stabilitatea şi starea de echilibru a economiei naţionale, gradul de dezvoltare şi interdependenţă dintre sectorul public şi cel privat al economiei etc. Toate acestea determină influenţe diferite asupra dezvoltării infrastructurii inovaţionale în plan naţional. De asemenea, aceasta poate fi influenţată de aplicarea şi difuzarea în propria economie a noilor tehnologii şi produse brevetate în alte ţări, realizând astfel o eficienţă ridicată a investiţiilor în noi tehnologii.

Funcţia principală a sistemelor de inovare este producerea, regenerarea de noi cunoştinţe, noi invenţii, precum şi aplicarea acestora în utilizarea practică. Aceeaşi funcţie o are şi mecanismul economic al activităţii de inovare în scopul formării potenţialului inovativ şi utilizarea efectivă a acestuia.

În procesul de analiză a sistemelor de inovare prin intermediul abordării sistematice trebuie să ne bazăm, în primul rând pe funcţionarea eficientă a acestor sisteme. În acest scop, orice sistem de inovare ar trebui să aibă obiective strategice şi modalităţi de punere în aplicare a acestora. În evaluarea sistemelor de inovare vom ţine cont că acestea pot fi formate la trei niveluri:

a) nivel micro - actualizarea permanentă a calităţii produselor, în baza inovaţiilor recente;

b) mezonivel - schimbarea generaţiei echipamentului tehnic prin actualizarea părţii active a mijloacelor fixe care apar cu o frecvenţă de o dată în zece ani, fapt care stă la baza ciclurilor economice pe termen mediu;

c) la macronivel - schimbarea structurilor tehnologice prin actualizarea unei serii de produse tehnologic modificate care apar cu o frecvenţă de o dată în cincizeci ani.

Luând în consideraţie faptul că inovaţiile sunt rezultatul activităţii integre a unui sistem complex, prin urmare, putem concluziona că elementele de bază ale structurii procesului de inovare sunt: activitatea de cercetare-inovare, sfera de producţie şi cea de consum. Fiecare element are o funcţie specifică, astfel, cea a activităţii de cercetare-inovare este invenţia şi apariţia inovaţiei, iar funcţia sferei de producţie este crearea produselor în serie. În sfera consumului se realizează nivelul calităţii inovaţiei. Procesul de inovare se realizează fără perturbaţii în cazul în care informaţiile se mişcă liber în ambele direcţii, atunci când fiecare componentă a structurii sale corespunde scopului de a crea inovaţii. În consecinţă, structura sistemului de inovare, în opinia noastră, depinde de interconexiunea elementelor sale.

Pentru crearea inovaţiei sunt necesari anumiţi factori speciali cum ar fi: ştiinţa, producţia, consumul anumitor stimulenţi pentru a inova, anumite fonduri, condiţii sociale favorabile etc. Aceşti factori depind de atitudinea întreprinderilor sau a consumatorilor faţă de ştiinţă, tehnologii şi progres. În cazul în care avem o atitudine favorabilă, entitatea economică sau individul ca şi întreaga societate face posibil procesul de creare a sistemului de inovare, iar dacă atitudinea este una indiferentă de aceste componente, invenţia nu se va transforma în inovaţie, astfel, nu vom avea, în ultimă instanţă nici creştere economică.

Un sistem modern de inovare, în opinia noastră, sugerează şi o nouă structură organizatorică, care include o serie de modele (structuri) speciale: de exemplu, modelul de reţea sau lanţul inovaţiei. Astfel, în modelele de reţea a sistemului de inovare sunt accentuate anumite pachete desemnate pentru executanţii în cadrul acestor proiecte, fapt care permite să se pregătească graficul activităţilor de bază şi evenimentele-cheie. Ulterior, devine posibil să se dezvolte grafice detaliate ale activităţii corespunzătoare reţelei date.

Lanţul inovaţiei este un sistem modern de inovare rezultat din partajarea logică a întregului proces de inovare în componente structurale sau funcţionale distincte: cercetări fundamentale, cercetări aplicative, pre-producţie, de producţie şi dezvoltare, marketing şi comercializare. Procesul de inovare nu se prezintă sub formă de lanţ de transmisie liniară care ar transmite în stadiul de cunoaştere a ciclului de inovare şi promovarea unui nou produs piaţă, ci este un lanţ cu feedback-ul dintre toate componentele sale funcţionale.

Analiza vechiului model liniar al procesului de inovare a constatat că ciclul de inovare se realizează strict pe orizontală. Politica de inovare se limita doar la promovarea inovării în toate etapele ciclului de inovare. În acest caz liniaritatea justifica utilizarea indicatorilor statistici în domeniul ştiinţei ca indicatori-cheie de inovare. Conform modelului liniar astfel de elemente şi factori de inovare cum sunt: impactul condiţiilor economice şi a conjuncturii de piaţă asupra inovaţiei, motivarea agenţilor economici pentru inovare, ciclului de viaţă al produsului etc., practic, nu li se acorda nici măcar o minimă atenţie de către cercetătorii din domeniu.

Principalul factor care determină succesul sau eşecul procesului de inovare în abordare în cazul abordării modelului inovaţiei în lanţ este existenţa legăturilor eficiente între diferite faze ale ciclului de inovare. Noul model schimbă fundamental rolul ştiinţei în crearea inovaţiei. Ea serveşte nu numai ca o sursă de idei inovatoare, ci şi ca o sursă pentru rezolvarea problemelor care pot apărea în orice moment, în ciclul inovării.

Astfel, în aspect metodologic, actualmente este deosebit de importantă şi esenţială crearea unui sistem complet, flexibil şi dinamic de inovare, în măsură să rezolve problema de a schimba baza tehnologică a societăţii. Din acest aspect, metodologia abordării sistematice devine oportună, poate chiar crucială din punct de vedere teoretic şi practic.

Pentru Republica Moldova, care trece printr-o perioadă tranzitorie către economia de piaţă mult mai îndelungată, caracterizată printr-o dezvoltare lentă a activităţii economice în general, difuzarea progresului tehnico-ştiinţific e necesar a fi susţinut prin activităţi coerente şi stimulative din partea statului. E necesar, în primul rând, de a face posibilă concordanţa dintre cererea şi oferta de tehnologii pe piaţa autohtonă. Se impune funcţionarea eficientă a unui sistem organizatorico-informaţional de ai aduce pe acelaşi segment de piaţă pe ofertanţii şi cumpărătorii de noi tehnologii. E necesară susţinerea în plan financiar din partea statului a producătorilor de idei şi tehnologii. Se impune susţinerea, mai ales din punct de vedere juridico-normativ, investitorilor apţi să promoveze piaţa inovaţională în contextul economiei naţionale.

În fine, putem concluziona că înclinaţia spre investiţii în tehnologiile avansate va avea drept scop principal asigurarea calităţii, a siguranţei în funcţionarea şi economisirea resurselor de muncă. În acest plan, formarea cadrelor calificate şi cercetarea de rând cu investiţiile trebuie să fie consideraţi factori esenţiali de impulsionare a eficienţei şi competitivităţii prin implementarea în sectorul real a tehnologiilor.

Bibliografie:

1. Schumpeter, Joseph A. *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle (Social Science Classics Series) Paper back.* Publisher: TransactionPublishers, 1982, 244 p.
2. Завлина, П.Н. et al. *Основы инновационного менеджмента: Теория и практика*: учеб. пособие. М. : Экономика, 2000, 475 с.

CONTRIBUŢIA LUI MIHAI EMINESCU LA FILOSOFIA DREPTULUI

***Munteanu Ştefan**, dr., prof. univ.,*
Universitatea „George Bacovia" din Bacău, România

This paper aims to demonstrate, against all prejudice which still persists that Mihai Eminescu was not only a brilliant writer, but also a great thinker, an encyclopedic spirit anointed with a philosophical vocation choice. And that this philosophical vocation has proven not only in the fields of fertility ontology, gnoseology and aesthetics, but also in the philosophy of politics, morals and philosophy in the philosophy of right. It is true that the genial poet-thinker has not developed systematic treatises in which have developed a concept strongly built, claim some epigoni. But his ruminations fragmentation, remaining in the manuscripts, often included in external links that is worth, most of the time, more than all the treaties of researchers trained, but without the ability to look into the depths of it reality.

***Key words:** brilliant poet, philosophical vocation, ontology, gnoseology, aesthetics.*

Coordonatele filosofiei practice eminesciene

Încă din timpul studiilor la Viena şi Berlin, pe lângă proiectul unei filosofii teoretice proprii, care viza ontologia primă, Eminescu căuta soluţii şi de filozofie practică, în intenţia de a fi util poporului său. Să ne amintim că, în timp ce Titu Maiorescu îl aştepta să-şi dea doctoratul în filozofie, pentru a-l numi profesor la Universitatea din Iaşi, Eminescu îi trimite o scrisoare, la 5 februarie 1874, în care mărturisea că nu doctoratul îl preocupă, ci ceva mult mai important, respectiv găsirea unei soluţii în filosofia dreptului şi statului pentru interesul practic al României. Iată un fragment din scrisoare: „Cred că am găsit acum soluţia problemelor respective, grupând concepţiile şi sistemele demonstrative (doveditoare) care însoţesc fiecare fază a evoluţiei în antinomii vizând atemporalul din istorie, drept şi politică, dar nu în sensul evoluţiei hegeliene a ideii. Căci la Hegel gândirea şi fiinţa sunt identice – aici nu. Interesul practic pentru patria noastră ar consta, cred, în înlăturarea teoretică a oricărei îndreptăţiri pentru importul necritic de instituţii străine, care nu sunt altceva decât organizaţii specifice ale societăţii omeneşti în lupta pentru existenţă, care pot fi deci preluate în principiile lor generale, dar a căror cazuistică trebuie să rezulte în mod empiric din relaţiile dintre popor şi ţară (teritoriu). Nu mă pot pronunţa acum mai pe larg asupra acestui subiect, el mi-a ocupat însă cea mai mare parte din cugetarea proprie şi din studii, aşa că până acum n-am respectat în fixarea temelor mele o succesiune de tip didactic"[3]. Constatăm deci că tânărul student avea preocupări de maximă prioritate pentru patria sa, de natură teoretică, dar şi de natură practică. Acest adevăr este recunoscut şi subliniat cu insistenţă de cercetătorul bucovinean Vasile Gherasim: „În contrazicere cu filosofia indică, cu cea schopenhaueriană, cu ipoteza lui J. J. Rousseau, Eminescu îşi creează un sistem de filozofie socială de o măreţie şi originalitate impunătoare, - până în prezent, încă prea puţin relevate"[4]. Dar a fost recunoscut şi comentat favorabil şi de eminescologul Theodor Codreanu: „Poetul considera că fără un mod de a gândi româneşte, dincolo de principiile generale ale filosofiei istorice şi dreptului, ţara n-are nici o şansă de viitor"[5].

[3] M. Eminescu, *Opere*, XVI, p. 48.
[4] Vasile Gherasim, *Mihai Eminescu. Studii şi articole*, Editura Junimea, Iaşi, 1977, p. 71.
[5] Theodor Codreanu, *Modelul ontologic eminescian*, Editura Porto-Franco, Galaţi, 1992, p. 114.

Cultura juridică eminesciană

Despre impresionantă ştiinţă de carte şi cuprindere culturală cu care opera Eminescu au făcut mărturii mai toţi cercetătorii care au cutezat să se apropie de opera acestui spirit enciclopedic. Un loc aparte în acest sens îl ocupă sinteza întocmită de către George Călinescu, detaliile aduse de D. Vatamaniuc şi observaţiile lui Al. Oprea. Concluziile acestor întreprinderi, conjugate cu cercetările altor eminescologi, pun în evidenţă faptul că, încă din tinereţe, poetul a citit pe clasicii antici, pe gânditorii moderni şi pe contemporanii săi. Că ştia, în profunzime, foarte multă filozofie, istorie, lingvistică, economie, drept etc. De aceea, orice investigaţie în complexa operă eminesciană trebuie să urmărească dimensiunile care-i asigură unitatea şi originalitatea.

În acest context, pe bună dreptate, exegeţii creaţiei eminesciene au căutat să descopere sursele formării intelectuale ale poetului-gânditor. Şi au descoperit că încă din perioada preuniversitară, şi-a început activitatea de documentare, în biblioteca gimnazială din Cernăuţi. Aici a putut consulta lucrări importante, fie în original, fie în traducere. Dar bazele formării lui Eminescu, în problematica justiţiei şi dreptului, sunt create în timpul studiilor la Viena şi Berlin. „La Universitatea din Viena, Eminescu se înscrie la Facultatea de Filosofie, unde frecventează cursurile lui Robert Zimmermann, Theodor Vogt, Karl Sigmund Barach-Rappaport. De asemenea, se „se înscrie în semestrul de iarnă 1871/1872 şi în cel de vară 1872 la Facultatea de drept pe care o frecventa, tot acum, şi Ion Slavici, cel mai apropiat prieten al său încă din anii studiilor universitare la Viena”[6].

Meditaţiile lui Eminescu asupra chestiunilor de drept nu sunt deloc întâmplătoare. Caracterul său onest şi ambiţia de luptător nu îl puteau situa în afara unor asemenea preocupări. Aşa se şi explică de ce în timpul studenţiei la Viena şi Berlin audia cursurile unor mari jurişti, precum Rudolf Ihering, Ludwig Ritter, Lorenz von Stein, Heinrich Dernburg ş.a. Dar preocuparea pentru studiul dreptului s-a menţinut şi după întoarcerea în ţară unde, angajat în publicistică a luptat pentru ameliorarea situaţiei Ţărilor Române, nu numai în plan cultural, ci şi în plan economic şi juridic. Cert este că majoritatea reflecţiilor sale asupra problematicii dreptului sunt de o mare actualitate şi în prezent. Oricum, sunt de o mare utilitate în formarea studenţilor care studiază dreptul. Aceasta este, de fapt, principala justificare a prezentei lucrări.

În structura acestei unităţi trebuie reliefată şi contribuţia lui Eminescu la filosofia dreptului. Câţiva paşi, în acest sens, au fost deja făcuţi. Am în vedere lucrarea „Valori etice în opera lui Eminescu”, semnată de C. Jornescu şi C. Petrescu (Editura Minerva, Bucureşti, 1989), precum şi antologia de scrieri cu conţinut juridic în opera lui Mihai Eminescu, realizată de Eugeniu Safta-Romano, cel care îi face şi un consistent studiu introductiv (Editura Junimea, Iaşi, 1994). Mai trebuie adăugat şi studiul „Dreptatea şi dreptul public în scrisul eminescian”, publicat de Barbu B. Berceanu, în Revista de filozofie, nr.3/1993.

Dar cercetarea contribuţiei pe care Eminescu o are la clarificarea problemelor teoretice şi practice privind dreptul trebuie să fie continuată, cu mai multă îndrăzneală. Cu atât mai mult cu cât astăzi manuscrisele eminesciene sunt la îndemâna oricărui cercetător interesat de chestiune. Contactul cu manuscrisul 2286, filele 16-23, dedicat definirii dreptului, ori cu manuscrisul 2257, filele 196-208 şi 216-217v, unde este analizat raportul statului cu dreptul constituie un argument încurajator, întrucât poate fi descoperită profunzimea şi rafinamentul gândirii cu care poetul-cugetător abordează conceptele juridice. Dar asemenea descoperire poate fi făcută şi consultând publicistica lui Eminescu. Ba chiar opera sa literară musteşte de fulguraţii cu trimitere la filozofie, morală şi drept.

---

[6] Eugeniu Safta-Romano, *Studiu introductiv*, la lucrarea Mihai Eminescu „Există dreptate?”, Editura Junimea, Iaşi, 1994, pp. 7-8

Dreptatea şi dreptul în viziunea lui Eminescu

În timp, majoritatea cercetătorilor care s-au ocupat de gândirea social-politică eminesciană au insistat cu precădere asupra problematicii statului, tratând mai puţin mesajul reflecţiilor asupra dreptului şi dreptăţii. Până şi George Călinescu atunci când abordează problema dreptului în opera lui Eminescu insistă tot asupra chestiunilor privind statul, munca şi morala. Mai mult, Călinescu exagerează şi aici, cum face de obicei, atunci când vorbeşte de influenţa lui Schopenhauer asupra lui Eminescu. Nu trebuie să uităm că, referindu-se la filosofia lui Eminescu, marele critic şi istoric al literaturii a afirmat că aceasta „este în esenţa ei o variantă, uneori şi mai mult, un comentariu pe marginea filosofiei lui Schopenhauer”[7]. Se subînţelege că astăzi o asemenea poziţie nu mai poate fi susţinută.

Este adevărat că Eminescu, deşi a audiat cursuri de drept, în timpul studenţiei, nu a intenţionat să se specializeze în ştiinţele dreptului. Dar dorinţa lui permanentă, pentru cunoaşterea şi înţelegerea fenomenelor, stimulată de profunzimea şi originalitatea gândirii explică importanţa operei sale social-politice. Subliniind această importanţă, Eugeniu Safta-Romano notează: „Surprind precizia folosirii noţiunilor juridice, subtilitatea argumentelor, corecta interpretare a unor texte de lege, uşurinţa cu care sunt trataţi termenii juridici din cele mai diferite ramuri ale dreptului”[8]. Ideea este că, aşa cum s-a aplecat asupra celorlalte domenii, Eminescu a studiat sistematic problematica ştiinţelor social-politice, inclusiv cele ale ştiinţelor juridice. El nu s-a mulţumit doar cu o simplă informare, ci a insistat pentru a înţelege şi pentru a propune soluţii temeinice la problemele practice legate de conceperea şi aplicarea dreptului. Acelaşi Eugeniu Safta Romano notează: „poetul acordă spaţii ample definirii ideii de drept, esenţei acestuia, originii statului, mecanismului justiţiei, conţinutului legilor, modului de formare a proprietăţii cu toate drepturile care decurg din ea, neignorând nici problemele de drept constituţional sau de drept internaţional”[9]. O dovadă, în acest sens, ne vine de la prietenul său Ion Slavici, student la drept, care recunoaşte: „Pe când eu eram plin de pandecte, de canoane şi de instituţiuni medievele, Eminescu era plin de filosofiile de tot felul şi dacă eu eram tare în materia mea, Eminescu era tare în argumentaţiune şi rămânea învingător chiar şi atunci când discutam asupra dreptului, încât îmi rămânea totdeauna impresiunea că el nu *cunoaşte* dreptul deopotrivă cu mine, dar îl *înţelege* mai bine şi *judecă* în materie de drept mai sigur şi mai bine ca mine”[10]. Opinia este confirmată, peste aproximativ un secol, de cercetările lui D. Vatamaniuc, care s-a simţit îndreptăţit să afirme: „Eminescu interpretează problemele de drept cu un orizont mai larg decât al contemporanilor săi, deşi nu se specializează în ştiinţele juridice”[11].

Din perspectiva filosofiei juridice, Eminescu acordă cea mai mare atenţie problemei dreptului şi problemei statului, în perspectiva doctrinei organiciste. „*Istorismul juridic eminescian* nu reprezintă un sistem de gândire elaborat şi închegat în toate articulaţiile, dar constituie – în mod necontestat – o linie de gândire, un ansamblu de teme din registrul romantic întrepătrunse de idei cu certă nuanţă organicistă şi evoluţionistă, având ca nucleu gândul că dreptul este creat de spiritul colectiv al poporului”[12].

---

[7] George Călinescu, *Opera lui Mihai Eminescu*, volumul I, Editura Minerva, Bucureşti, 1976, p. 559.
[8] Eugeniu Safta-Romano, *op. cit*, p. 6.
[9] Eugeniu Safta-Romano, *op. cit.,* p. 7.
[10] Ioan Slavici, în *Opere*, IX, *Memorialistica*, p. 610.
[11] D. Vatamaniuc, în vol. M. Eminescu,*Opere,* vol. IX, Editura Academiei Republicii Socialiste România, Bucureşti, 1980, p. 529.
[12] C. Jornescu, C. Petrescu, *Valori etice în opera lui Eminescu*, Editura Minerva, Bucureşti, 1989, p. 20.

Se ştie că există o paletă largă de teorii care au încercat să explice originea statului şi dreptului. Majoritatea acestor teorii au răsărit pe solul disputei dintre romantism şi iluminism. „Iluminismul raţionalist reprezintă concepţia voluntarist-creaţionistă despre lume şi viaţă, iar romantismul istorist e doctrina organicist-evoluţionistă, potrivit căreia nu se poate efectiv crea nimic prin intervenţia raţiunii şi voinţei umane, totul trebuind să se conformeze unui proces de devenire, cu excluderea schimbărilor bruşte. Instituţiile prezentului sunt – în concepţia romantică – rezultatul unei îndelungi evoluţii istorice, născute deci din tradiţiile naţionale, având adânci rădăcini în trecut. De aceea romantismul este considerat ca descoperitorul istoriei, fiind sinonim cu istorismul. Alături de caracteristicile amintite, ideile de organism şi evoluţie organică, de organicism, constituie poate cele mai însemnate elemente definitorii ale gândirii romantice”[13].

Şcoala istorică a dreptului, apărută la sfârşitul secolului al XVIII-lea a cunoscut apogeul în prima jumătate a secolului următor, mai ales în Germania. Unul dintre principalii reprezentanţi ai acestei şcoli a fost Friedrich Karl Von Savigny (1779-1831). Acesta a susţinut ideea că dreptul, asemenea altor produse naturale specifice vieţii umane, este o operă a naturii, un produs al timpului, care „nu este făcut, ci se face singur”, aşa cum se dezvoltă o plantă. ”Savigny consideră că dreptul, asemenea limbii pe care o vorbim, asemenea literaturii şi artei populare, reflectă cu fidelitate trecutul istoric al unui popor”[14]. Potrivit concepţiei promovate de şcoala istorică, orice popor are un spirit, un suflet al său, care se oglindeşte într-o serie de manifestări, precum arta, morala, limbajul, dreptul etc. Dreptul creşte odată cu sufletul poporului şi oglindeşte întreaga istorie a poporului.

Eminescu se situează, în felul său, pe această linie de gândire. „…Şi popoarele dorm. În începutul instinctiv al vieţii lor, ele trăiesc în stat natural asemenea albinelor, îşi crează instituţii şi un uz; ce ar trebui să le găsească bune dacă le-ar crea cu conştiinţa, ba care sunt din punctul lor de vedere mai raţionale şi mai bine-ntocmite decât legi şi instituţii create prin reflecţie. Instituţiile cresc ca plantele, totul în ele e cuminte, fără ca mintea să fi jucat v-un rol la creşterea lor, instinctul sigur al naturii le-a creat bune şi oamenii vegetează în acest organism viu, fără să-şi dea seama ba fără să le vie-n minte cum ar putea fi altfel…Dar când se scriu legile? Când încep a deveni controverse, când naivitatea încetează, când uzul începe a fi privit ca formă goală şi nu ca expresia spontană a unui înţeles, a unei trebuinţe…”[15].

Argumente privind opţiunea naturalistă şi evoluţionistă a lui Eminescu găsim şi în alte texte din manuscrise ori din articolele de presă. Iată un exemplu din publicistică: „…Nu pe ales aşadar sunt formele de guvern, nu expediente sunt, nu opera unor intenţiuni premeditate, ci un produs organic al naturii, gingaş, ca toate produsele de soiul acesta; afacerea noastră e de-a cunoaşte proprietăţile lui naturale şi nu de-a-i dicta noi legi, ci a ne adapta legilor care-i sunt înnăscute…”[16]. De altfel, concepţia despre dezvoltarea organică, lentă şi continuă a societăţii apare frecvent în gândirea social-politică eminesciană, care respinge importul necritic al instituţiilor şi legilor străine. „Civilizaţia adevărată a unui popor consistă nu în adoptarea cu deriticata de legi, forme, instituţii etichete, haine străine. Ea constă în dezvoltarea naturală, organică a propriilor puteri, a propriilor facultăţi ale sale…; nu de traducerea de legi străine atârnă civilizaţia juridică, ci de perfecţiunea şi completarea vechilor şi propriilor începuturi de legislaţiune şi viaţă juridică”[17].

[13] C. Jornescu, C. Petrescu, *op. cit., p.* 21.
[14] C. Jornescu, C. Petrescu, *op. cit., p. 23.*
[15] M. Eminescu, *manuscrisul nr. 2257*, fila 216.
[16] M. Eminescu, ziarul *Timpul*, din 1 aprilie 1882.
[17] M. Eminescu, ziarul *Timpul*, din 25 octombrie 1881

În perimetrul *fenomenologiei* dreptului, Eminescu a subliniat, cu insistenţă, asupra necesităţii de asigurare a legitimităţii tuturor normelor de drept, astfel încât acestea să aibă nu numai juridicitate, ci şi justeţe, respectiv să fie fundamentate pe validitate socială şi pe încărcătura lor morală. Iar jurisdicitatea trebuie legată de solul istoriei şi de spiritualitatea naţională.

Deşi nu a edificat o ontologie juridică sistematică, Eminescu aduce argumente profunde, bazate pe raţionamente imbatabile, cu premise istoriste şi organiciste, privind formarea dreptului. Cu referire la această chestiune, unii comentatori sugerează o apropiere a lui Eminescu de R. Ihering, pe care l-a avut profesor la Universitatea din Viena.

R. Ihering a fost influenţat, la începutul formaţiei sale de reprezentanţii şcolii istorice a dreptului. Mai apoi însă, deşi va rămâne în cadrul acestui mare curent, va adopta o poziţie proprie. Această poziţie a fost expusă în mai multe lucrări, dintre care mai importante sunt *Lupta pentru drept*, publicată în anul 1872 şi *Scopul în drept*, la care a lucrat în perioada 1877-1883, dar care a rămas neterminată. Urmându-l pe Jeremi Bentham, Ihering va susţine că *scopul dreptului* este cultivarea plăcerii şi evitarea durerii, adică protecţia intereselor. Dar, spre deosebire de Bentham, care pledează pentru individualism, Ihering combate individualismul. El va susţine că indivizii trebuie să se supună regulilor sociale. Lucrarea *Lupta pentru drept*, de mici dimensiuni, conţine textul revăzut şi adăugit al unei conferinţe pe care Ihering a adresat-o societăţii juriştilor din Viena în anul 1872. Ideea fundamentală a lucrării este aceea că persoana umană, pentru a se autoconserva, trebuie să lupte pentru a-şi apăra bunurile sale. De aici consecinţa că persoana umană trebuie să lupte pentru justiţie, să lupte pentru drept. Folosind cuvintele gânditorului german, aflăm: „Fără această luptă sau, mai bine zis, fără această rezistenţă pe care trebuie să o opună injustiţiei, dreptul s-ar fi negat pe sine însuşi. Atâta timp cât dreptul va fi indispensabil legat de injustiţie – şi asta va dăinui atâta timp cât va exista şi lumea – el nu va fi cruţat de luptă. Prin urmare, lupta nu este ceva străin dreptului, din contră este legată în mod inseparabil de fiinţa acestuia, este un element al conceptului de drept…De aceea Justiţia ţine într-o mână balanţa, cu care cântăreşte dreptatea şi în cealaltă mână sabia, cu care ea o apără. Sabia fără balanţă este forţa brutală, iar balanţa fără sabie reprezintă neputinţa dreptului. Una nu poate exista fără cealaltă şi o ordine juridică desăvârşită stăpâneşte numai acolo unde forţa cu care Justiţia foloseşte sabia este egală cu îndemânarea cu care ea mânuieşte balanţa”[18]. De unde rezultă că, în viziunea gânditorului german, lupta pentru justiţie este atât o problemă prin care oamenii trebuie să-şi slujească propriile interese, cât şi o problemă de responsabilitate socială.

Prin argumentaţii de acest gen, Ihering ajunge la următoarea concluzie: „*Statul care vrea să fie respectat în plan extern şi să rămână bine consolidat în plan intern, nu are valoare mai mare de protejat şi de cultivat, decât sentimentul naţional de dreptate”*[19].

Desigur că asemenea idei nu au rămas fără urmări în conturarea gândirii lui Eminescu. Astfel, meditând asupra izvoarelor materiale ale dreptului, în articolele sale, el scrie: „Legile şi instituţiile nu sunt decât expresia acelui instinct de conservaţiune al popoarelor în sute de forme deosebite, căci un popor, ca societate organizată prin natură contra agenţilor destructori ai naturii, are a se lupta ici cu arşiţa, dincolo cu apa mării, acolo cu nefertilitatea pământului, acolo iar cu invaziuni repetate, şi având toate acelaşi scop adică conservarea existenţei proprii, popoarele se folosesc pentru ajungerea lui de cele mai deosebite mijloace[20].

---

[18] Rudolf von Ihering, *Lupta pentru drept*, Editura All Beck, Bucureşti, 2002, p. 2.
[19] Rudolf von Ihering, *op. cit.*, p. 47.
[20] M. Eminescu, *Opere*, II, Ediţie îngrijită de Ion Creţu, Bucureşti, Editura „Cultura Românească, 1938, p. 355.

Meritul lui Eminescu derivă din faptul că a înţeles, a susţinut şi a argumentat adevărul că dreptul îşi trage seva din social şi naţional. Pentru el, realităţile neamului, de natură economică, politică, morală, psihologică etc., constituiau solul din care trebuie să se nutrească sistemul nostru de drept. Linia sa de gândire se situează în perspectiva largă a istorismului juridic. Concret, în viziunea lui Eminescu, dreptul existent într-un stat, are caracter istoric şi este configurat de istoria poporului respectiv. În plus, poetul-cugetător intuieşte şi virtuţile formative ale dreptului.

Teoria eminesciană asupra statului

Eminescu se dovedeşte original şi prin teoria sa asupra statului. Fapt explicabil, întrucât statul, văzut ca instituţie politico-juridică, ocupă un loc central în meditaţiile sale. Putem adăuga la explicaţie şi interesul deosebit pe care poetul-cugetător l-a manifestat, în permanenţă, pentru viaţa social-politică. „Starea sa generală de spirit, esenţialmente istorică, i-a format un anume chip de a gândi, organicist şi naturalist, impregnându-i întreaga viziune despre geneza, esenţa funcţiile, menirea, organizarea şi conducerea statului”[21].

Mai departe, autorii mai sus citaţi stabilesc şi filiaţiile urmate de Eminescu în discutarea problematicii statului. „Concepţia eminesciană despre originea statului descinde din filosofia hegeliană, de la Montesquieu şi din sfera teoriilor sociologice germane despre stat, precum şi din doctrina fiziocrată a Dr. Quesnay, considerându-l un organism istoric viu ce se dezvoltă treptat, în faze succesive, după legi proprii. Imanetismul hegelian şi organicismul formează pilonii concepţiei eminesciene despre originea şi esenţa statului”[22]. Cu o opinie interesantă vine şi Vasile Gherasim: „După Eminescu cea mai înaltă misiune a statului, ar fi să „împartă dreptate” şi această supremă dreptate, ar fi, „munca egală pentru toţi, ţinând seama de calităţile fiecăruia. Fiecare să tindă ca prin munca sa să îndemne pe ceilalţi la munca”[23].

Pe de altă parte, Theodor Codreanu, atrage atenţia asupra faptului că, pentru a înţelege originalitatea acestei concepţii concepţia asupra statului, trebuie avute în vedere, cu precădere, programul filosofiei practice eminesciene. „Teoria statului îşi dezvăluie sensurile numai în ansamblul ontologiei secunde eminesciene, aflându-se în raport direct cu celelalte chestiuni: apriorismul ideologic, teleologia muncii, arheitatea popoarelor, golul etnic etc. Numai într-un asemenea ansamblu se va limpezi originalitatea lui Eminescu pe fondul comun al gândirii europene”[24]. Şi, pentru a evita o confuzie, Theodor Codreanu ne avertizează că trebuie să facem distincţia „între *statul natural* ca utopie, statul natural ca explicaţie a genezei statului şi, în fine, statul organic ca opţiune eminesciană, perfect argumentată ştiinţific şi filosofic”[25]. Fără distincţia clară a acestor sintagme se creează posibilitatea greşelii de a crede că Eminescu a fost un gânditor utopic. Exemplul pe care îl dă Theodor Codreanu este cel al lui Sorin Antohi. Acesta, într-un studiu intitulat „Utopia lui Eminescu”, ajunge la următoarea concluzie: „Ceea ce pare indubitabil, este firul subteran care îl leagă pe Eminescu de utopism: utopia regresivă cu toate trimiterile ei la tradiţiile preutopice (Paradisul, Vârsta de Aur etc.), ucronia, fiziocratismul şi întreaga argumentaţie organicistă, utopia etnopedagogică şi lingvistică, toate acestea pot fi susţinute, în cazul lui Eminescu, fără a forţa – o sper fără spaima blasfemiei – spiritul textelor sale”[26]. Dar despre

[21] C. Jornescu, C. Petrescu, *op. cit.,* p. 54.
[22] C. Jornescu, C. Petrescu, *op. cit.,* p. 54.
[23] Vasile Gherasim, *op. cit.,* p. 198.
[24] Theodor Codreanu, *op. cit.,* p. 115.
[25] Theodor Codreanu, *op. cit.,* p. 115.
[26] Sorin Antohi, *Utopia lui Eminescu*, în volumul *Eminescu – sens, timp şi devenire istorică*, îngrijit de Gh. Buzatu, Şt. Lemny şi I. Saizu, Editura Universitatea „Al. I. Cuza”, Iaşi, 1988, p. 977.

utopismul gândirii eminesciene vorbeşte şi un mai tânăr cercetător, care ar fi trebuit să ţină cont de explicaţia lui Theodor Codreanu. Mă refer la universitarul băcăuan Adrian Jicu, cel care apreciindu-l pe Sorin Antohi, scrie: „Utopismul gândirii eminesciene poate fi abordat pe două paliere: unul tematic şi celălalt pragmatic”[27]. Aceasta în condiţiile în care, cum se ştie, Eminescu respingea cu îndârjire utopiile.

Dar cred că mai bine este să aflăm ce spunea chiar Eminescu în legătura cu esenţa statului. Aflăm astfel, într-un articol din 1878, că statul „este un product al naturii şi nu al instituţiilor convenţionale şi, precum un om poate fi bolnav având ideile cele mai sublime în cap, tot aşa nici sănătatea sau trăinicia unui stat nu atârnă de la legile scrise pe care le are. Un stat poate fi sănătos şi trainic cu instituţiuni barbare, un altul putred cu toate instituţiunile lui frumoase, încât toate laudele ce se aduc misiunii, scrise pe hârtie, nu ne încălzesc pe noi”[28]. Iar peste jumătate de an, în acelaşi ziar, adaugă: „Maniera noastră de-a vedea e pe deplin modernă: pentru noi statul e un obiect al naturii care trebuie studiat în mod individual, cu istoria, cu obiceiurile, cu rasa, cu natura teritoriului său, toate acestea deosebite şi neatârnând câtuşi de puţin de la liberul arbitru al indivizilor din care, într-un moment dat, se compune societatea. De aceea, dacă tendinţele şi ideile noastre se pot numi reacţionare, epitet cu care ne gratifică adversarii noştri, această reacţiune noi n-o admitem decât în înţelesul pe care i-l dă fiziologia, reacţiunea unui corp capabil de a redeveni sănătos contra influenţelor stricăcioase a elementelor străine introduse înlăuntrul său”[29].

Pentru înţelegere trebuie să revenim la separaţia propusă de Theodor Codreanu, între statul natural ca utopie, statul natural ca explicaţie a genezei statului şi, în fine, statul organic ca opţiune eminesciană. Eminescologul pleacă de la convingerea că „o utopie nu-i altceva decât o idee ruptă de arheitate”[30]. Ceea ce nu e cazul la Eminescu. De unde rezultă că întradevăr Eminescu face trecerea de la statul natural la statul organic, dar nu pe varianta utopică. Potrivit concepţiei lui Theodor Codreanu, „teoria compensaţiei dă seamă asupra ideii de *stat organic* la Eminescu, având ca temei *instituirea teleologică a muncii*, singura cale prin care o naţiune devine creatoare de civilizaţie şi cultură originale”[31]. Şi, mai departe, eminescologul actualizează chestiunea: „În limbaj actual, statul organic îşi suprapune aria semantică peste conceptul *statului de drept*…statul organic e *altceva* decât natural. Statul organic este saltul din natură în istorie, iar statul demagogic – regresul din istorie în semibarbarie”[32].

Convingerea lui Eminescu era aceea că toate teoriile, care pornesc de la principii umanitare generale, ignorând natura statului, sfârşesc în demagogie. Şi, pentru a se face înţeles, în ce priveşte natura statului, foloseşte adesea, ca imagine arhetipală, aceea a stupului de albine. „Ştie că trebuie pornit de la un principiu, iar arheul, ca *punct de purcedere*, trebuie să cunoască ipostaza prin care umanul se distanţează de treapta animală şi vegetală. Aşadar, teza că statul este „product al naturii”, deşi are aceleaşi rădăcini ontologice ca şi „statul albinelor”, nu e totuna cu acesta din urmă. Recurge, fireşte, la alt tip de dialectică decât cel hegelian, dar ideea *saltului calitativ* nu-l ocoleşte”[33].

---

[27] Adrian-Gelu Jicu, *Coordonate ale identităţii naţionale în publicistica lui Mihai Eminescu*, Editura Muzeului Naţional al Literaturii Române, Bucureşti, 2013, p. 214.
[28] M. Eminescu, „Timpul”, 22 decembrie 1878.
[29] M. Eminescu, „Timpul, 17 august 1879.
[30] Theodor Codreanu, *op. cit.,* p. 115.
[31] Theodor Codreanu, *op. cit.,* p. 150.
[32] Theodor Codreanu, *op. cit.,* pp. 150-151.
[33] Theodor Codreanu, *op. cit.,* pp. 120-121.

Metaforic vorbind, Th. Codreanu susţine că Eminescu pune destinul lumii „într-o inimă de om”, adică acordă importanţă covârşitoare energiilor individuale. „Dar omul trebuie să-şi biruie propria „cădere în lume” *reamintindu-şi* originile, păstrând memoria lui Archaeus”[34]. În caz contrar, demagogia invadează societatea. Se instaurează statul demagogic, pătura superpusă şi toate efectele însoţitoare. Soluţia? Instituirea teleologică a muncii, în cadrul unui stat organic.

Concluzii

Ipoteza de la care am plecat, potrivit căreia Mihai Eminescu a avut contribuţii importante şi în problematica filosofiei dreptului se confirmă. Puternica sa conştiinţă justiţiară l-a determinat să mediteze îndelung asupra tuturor temelor legate de viaţa social - politică. A făcut-o însă într-un mod temeinic şi coerent. Mai întâi, meditând pe cont propriu asupra fiinţei, a asumat *arheul* ca principiu explicativ şi s-a plasat pe „culmile gândirii filosofice moderne”[35]. Altfel spus, el s-a situat deasupra dilemei filosofiei europene tradiţionale. A intuit o explicaţie ontologică generală, de la care a plecat pentru a infiripa şi o filosofie practică. Pe scurt, „Eminescu încearcă să interpreteze istoria filosofiei din interiorul propriei ontologii, căci metafora *embrionului* sau cea a *ghindei* substituie arheul. Poetul surprinde, în desfăşurarea lor, diferite *–isme*, fără a se declara partizanul nici unuia. Oricum, nu se considera nici „elefant” (materialist), nici „călugăriţă” (idealist). Şi-atunci revine întrebarea dacă arheul este materie sau spirit? Nici una, nici alta sau şi una, şi alta. Arheul este *Ce este*, fiinţa însăşi în generalitatea ei, *Sein* şi *Dasein*”[36].

Pentru o valorizare a concepţiei eminesciene, în sensul arătat mai sus, pledează şi juristul Barbu B. Brezianu: „Întâlnim la Mihai Eminescu toate ipostazele de concepere a dreptului şi dreptăţii. Şi cred că tocmai acest evantai de căutări ale spiritului uman, comune nouă tuturor, e ceea ce avem de reţinut în primul rând din gândirea lui – numai apoi opţiunile, legate în mod necesar de vremea lui, de naţiunea lui, de poziţia lui în societate. El mai mult a gândit decât a rezolvat. O gândire mai dificil de desprins din formulări poetice sau din patimile ce se sfâşiau pe baricadele ziaristicii, o gândire în care s-a reflectat o intensă cultură, inclusiv cea primită din partea unor jurişti de renume, o gândire în care s-a reflectat o sensibilitate ieşită din comun, exprimată cu stăpânirea limbii române”[37]. În scrierile sale, articole publicate ori texte rămase în manuscris, sunt făcute referiri la toţi factorii care concură la configurarea dreptului, respectiv factorul uman, cadrul social-politic şi mediul natural. Explicaţiile reliefează rolul fiecăruia, dar şi modul în care aceşti factori relaţionează între ei, aducând influenţe de o natură sau alta.

[34] Theodor Codreanu, *op. cit.,* p. 130.
[35] Theodor Codreanu, *op. cit.,* p. 11.
[36] Theodor Codreanu, *op. cit.,* pp. 14-15
[37] Barbu B. Brezianu, *Dreptatea şi dreptul public în scrisul eminescian*, în Revista de filozofie, nr. 3/1993, p. 310.

FISCALITATEA ROMÂNIEI ÎN CONTEXTUL EUROPEAN

***Pădurean Elena**, dr.,*
***Pădurean Alexandru**, drd.,*
Academia Română

Under the current conditions, in which challenges created by financial crisis, with deep implications in the economies of Member States of the European Union, taxation can and should become a pry bar to support economic stability and relaunch.
Fiscal policy, both at the European level, as well as at the level of the country, has experienced major changes anchored in reality, but may also be taken a series of measures that will lead to strengthening of stability and economic sustainability.

***Key words:** European taxation, automatic fiscal stabilisers, discretionary fiscal policy, economic sustainability.*

***Clasificaţie JEL**: E62*

Politica de impozitare practicată, de o ţară sau alta, face ca aceasta să devină sau nu interesantă pentru investitori.

Cota unică de impozitare, 16%, ar putea face din România o ţară atractivă pentru investitorii străinii, însă realitatea demonstrează că nu este suficient acest lucru. Lipsa de predictibilitate în politica fiscală, incoerenţele şi inconsistenţele din practica fiscală, au făcut ca investitorii să aleagă alte variante.

Trebuie menţionat faptul că aşteptările de la cota unică au fost mari, dar nu s-au regăsit în acumulările de la bugetul de stat. După cum observăm în tabelul 1, după introducerea cotei unice din anul 2005, veniturile au avut o creştere numai în următorii doi ani.

Tabelul 1. Venituri la BGC şi la Bugetul de stat

VENITURI	Anul	Mil. lei	(%)
Venit total al bugetului general consolidat	2006	111320,6	100,0000
	2007	136058,0	100,0000
	2008	189682,3	100,0000
	2009	194320,5	100,0000
	2010	214608,3	100,0000
Venit bugetar al bugetului de stat	2006	40698,1	**36,5594**
	2007	48984,6	**36,0027**
	2008	61030,2	**32,1750**
	2009	54678,3	**28,1382**
	2010	68050,7	**31,7093**

Sursa: execuţia bugetului general consolidat, Ministerul Finanţelor Publice

Persoanele cu venituri mici şi medii sunt supuse unei impozitări şi unor contribuţii la asigurările sociale, în mod disproporţionat, deoarece contribuţiile se plătesc pe întregul venit. Sunt state ale Uniunii Europene în care există un prag minim de venit, sub care nu se încasează nici un

impozit şi nici o contribuţie de către stat. Sarcina fiscală este redusă doar pentru contribuabilii cu venituri mari, situaţie diferită faţă de majoritatea statelor din Europa occidentală.

Impozitarea muncii (costul forţei de muncă) a rămas destul de ridicată, ceea ce a constituit un factor puternic descurajator, mai ales pentru companiile care aspiră către angajaţi de înaltă calificare, cu expertiza cărora să găsească soluţii de relansare economică.

Tabelul 2. Raportul impozite indirecte/impozite directe în bugetul general consolidat

Denumire indicatorilor	**Raportul impozite indirecte/impozite directe în bugetul de stat**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
BUGETUL GENERAL CONSOLIDAT							
Venituri ale bugetului general consolidat	mld €	**20,19**	**30,35**	**38,09**	**44,66**	**36,96**	**42,46**
Venituri fiscale	mld €	14,44	25,26	32,22	36,47	30,25	33,34
Impozite directe	mld €	8,34	4,38	9,11	21,68	18,48	21,21
- impozit pe profit	mld €	1,8	2,25	3,16	3,54	2,8	3,75
- impozit pe venit	mld €	1,84	2,77	4,31	4,99	4,38	4,84
- contribuţii sociale	mld €	4,7	9,36	11,64	13,15	11,3	12,62
Impozite indirecte	mld €	6,1	10,88	13,11	14,79	11,77	12,13
- TVA şi accize	mld €	6,1	10,88	13,11	14,79	11,77	12,13
Venituri nefiscale	mld €	**0,81**	**2,05**	**2,43**	**4,48**	**3,51**	**4,37**
Alte venituri	mld €	**4,94**	**3,04**	**3,44**	**3,71**	**3,19**	**4,75**
- donaţii	mld €	0,01	0,54	0,86	0,77	0,7	0,63
- alte venituri	mld €	4,93	2,5	2,58	2,94	2,49	4,12
Raportul impozite indirecte/impozite directe în bugetul general consolidat							
		2005	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**
	RAPORT Impozite indirecte/ Impozite directe	**0,7314**	**0,7566**	**0,6860**	**0,6821**	**0,6369**	**0,5719**
	RAPORT Impozite indirecte/ Impozite directe, ca procent	% **73,14**	**75,66**	**68,60**	**68,22**	**63,69**	**57,19**

Sursa: execuţia bugetului general consolidat, Ministerul Finanţelor Publice

Dacă vom aprecia fiscalitatea prin indicatorul de ***presiune fiscală***, vom putea lesne să observăm că rezultatele conduc la o concluzie interesantă – mult aşteptata relaxare fiscală a întârziat să apară.

Tabel 3. Presiunea fiscală brută la nivelul bugetului general consolidat

- **Formulă de calcul**
- **Explicaţii ale notaţiei :**

- veniturile fiscale brute totale la nivelul bugetului general consolidat, la momentul (anul) „i”
- PIB nominal în momentul (anul) „i”

Anul	(mld €)	(mld €)	
2005	20,19	79,75	0,25
2006	30,35	95,30	0,32
2007	38,09	117,10	0,33
2008	44,66	133,9	0,33
2009	36,96	119,3	0,31
2010	42,46	148,09	0,29

Sursa: *Ministerul Finanţelor publice, Eurostat*

Tabel 4. Presiunea fiscală netă la nivelul bugetului general consolidat

- **Formulă de calcul**
- **Explicaţii ale notaţiei :**

- cheltuieli publice de natură administrativă (cheltuieli non-economice) totale la nivelul bugetului general consolidat, la momentul (anul) „i”
- PIB nominal în momentul (anul) „i”

Anul	(mld €)	(mld €)	(mld €)	
2005	20,19	79,75	10,38	0,12
2006	30,35	95,30	13,11	0,18
2007	38,09	117,10	18,31	0,17
2008	44,66	133,9	21,07	0,18
2009	36,96	119,3	19,12	0,15
2010	42,46	148,09	24,68	0,12

Sursa: Ministerul Finanţelor publice, Eurostat

Este de remarcat că media cotelor maxime de impozitare pentru statele din nordul Europei, se situează la un nivel de aproximativ 36%. Pentru vestul Europei, se înregistrează o medie de 16,7%, iar pentru Europa de est, se înregistrează cea mai mică medie - 16,7%, situaţie generată de cotele mici de impozitare din această parte a Europei.

Tabelul 5. **Niveluri de impozitare**

Ţara	Nivelul impozitării
Insula Sruba (Caraibe)	**58,59%**
Austria	50%
Belgia	50%
Danemarca	55,4%
Japonia	50%
Marea Britanie	50%
Olanda	55%
Suedia	56,6%
Senegal	50%

Marea Britanie îşi propune o reducere a impozitării de până la 50%, din aprilie anul acesta, însă, pe ansamblu s-a putut observa o creştere a mărimii impozitării. Acest trend este o consecinţă a neputinţei de redresare economic şi de creştere alarmantă a nivelului datoriilor publice.

În acest context al fiscalităţii internaţionale, putem face câteva propuneri:

1. Revenirea la impozitarea progresivă, impozitare care ar funcţiona ca și stabilizator fiscal automat. Singurele state (din sud-estul Europei) care au păstrat acest tip de impozitare sunt Polonia şi Ucraina;
2. Introducerea unor cote de impozitare mai ridicate, pentru veniturile foarte mari;
3. Introducerea unor impozite cu caracter temporar, în situaţiile de deficite bugetare majore. Susţinătoarele acestui demers sunt Franţa şi Spania;
4. O reevaluare a politicii de cheltuieli bugetare;
5. Îmbunătăţirea sistemului de colectare;
6. Alinierea sistemelor fiscale naţionale la politica fiscală a Uniunii Europene, ţinându-se, în anumite situaţii, cont de realităţile particulare ale fiecărui stat.

Bibliografie:

1. Rapoartele Ministerului Finanţelor Publice
2. Eurostat
3. „Starea Financiară a României”, proiect al CCFM „Victor Slăvescu"

ECHIVALENŢA RICARDIANĂ ŞI „URMA" FISCALITĂŢII ÎN COMPORTAMENTUL ECONOMIC

***Dinga Emil**, dr., prof. univ.,*
Academia Română

The paper aspires to examine the institutional and behavioural conditions in which the well known ricardian equivalence works ad, based on, to introduce and analyze the concept of the „fiscality trace" within the economic behaviour. The research has a theoretical nature and uses the concepts of anticipations (rational and adaptive), remanence, hysteresis and inertia. The background taken into consideration is the „cultural ground" inside which all these conceptual means interact. The paper has also as one of its end to discuss the more general question of the equivalence behaviours in the economic phenomenology.

***Key words**: ricardian equivalence, anticipations, hysteresis, economic behaviour, „fiscality trace".*

***Clasificare JEL**: A14, B40, D84*

1. Introducere

Comportamentul economic este generat, în liniile sale fundamentale, de interesul economic. Interesul economic este acel tip de intenţionalitate[38] care este justificat de stringenţa unei nevoi economice[39]. Comportamentul economic poate fi definit ca ansamblul actelor[40], la nivelul individului (sau al unui grup social oarecare, dacă se poate identifica un „curent" comportamental, un pattern relativ omogen al acestuia[41]), orientate spre un scop economic, adică spre satisfacerea unei nevoi economice. Nevoia economică satisfăcută sau dezirabil a fi satisfăcută prin comportamentul economic, nu trebuie să fie evidentă, adică nu trebuie să fie în proximitatea actului/actelor economic(e), ci ea poate să fie pusă în evidenţă printr-o analiză de ultimă instanţă (de exemplu, cineva care cumpără un titlu de creanţă nu are în vedere satisfacerea imediată a unei nevoi economice, ci satisfacerea sa mediată, deseori într-un orizont de timp sau într-un lanţ cauzal relativ extins). În ceea ce priveşte conceptul de comportament economic, mă interesează să discut următoarele cinci probleme:

a. care este structura cauzalităţii comportamentului economic?
b. care este structura cauzalităţii comportamentului economic de tip fiscal?
c. care este mecanismul de generare a unui pattern (model) în comportamentul fiscal?

[38] Consider conceptul de *intenționalitate* în accepțiunea sa husserliană, de orientare, propensiune, „fixare a privirii" (adică a efortului de percepție sau de înțelegere) asupra a ceva (obiect, fenomen, proces). Desigur, în cazul prezentului material, „ținta" intenționalității va fi considerată a fi o entitate exterioară și nu una interioară (care ar ține, în acest ultim caz, de sinele subiectului analizat).

[39] Voi înțelege prin *nevoie economică* o necesitate (în sensul logic al termenului, adică o situație imperativă) care condiționează existența biologică a individului. Fiind o nevoie economică, ea este conectată la caracterul social al ființei umane, deci se poate adăuga că nevoia economică trimite nu numai la condiționarea existenței biologice a individului, ci și la condiționarea existenței biologice a grupului social (indiferent de nivelul de agregare a acestuia).

[40] *Actul* reprezintă o obiectivare (exteriorizare însoțită de producerea unei schimbări în mediu) a unei intenționalități.

[41] De exemplu, sectoarele instituționale, din cadrul sistemului conturilor naționale, sunt stabilite pe baza identificării unui asemenea *pattern* comportamental (aceeași sursă a venitului, respectiv aceleași funcții îndeplinite în procesul economic).

d. care este „plasticitatea”, respectiv, rigiditatea pattern-ului comportamentului fiscal?
e. există un invariant în comportamentul fiscal, adică se formează o aşa-numită „urmă” a fiscalităţii în economie?

2. Opinii

(a) *Structura cauzalităţii comportamentului economic*

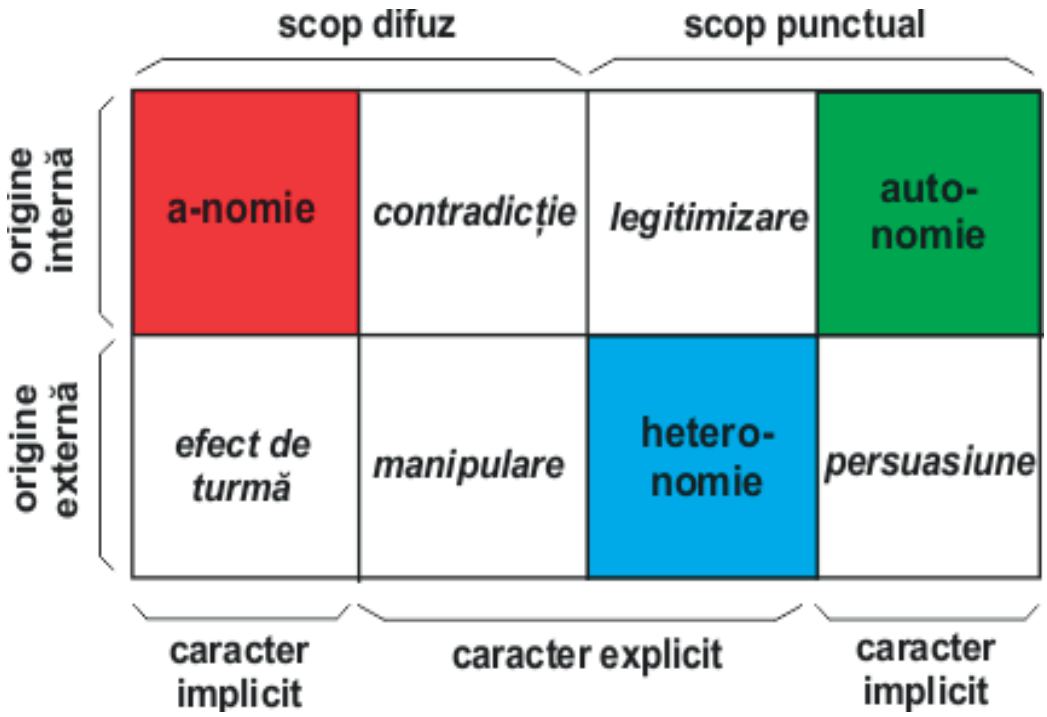
Voi spune, de la început, că comportamentul economic nu este un comportament înnăscut. Se ridică, totuşi, aici, problema instinctului de conservare a individului (relativ la menţinerea integrităţii sale fizice şi, mai ales, relativ la menţinerea sa în viaţă) care, aparent, stă în relaţie de cauzalitate cu comportamentul economic, astfel cum a fost definit acesta mai sus. În legătură cu acest aspect, punctul meu de vedere este că instinctul de conservare trebuie eliminat din lista cauzelor care generează comportamentul economic, deoarece comportamentul economic este un comportament de tip cultural, în timp ce actul/actele care sunt legate de manifestarea instinctului de conservare a individului reprezintă un comportament de tip natural. Să ne amintim că am definit comportamentul economic ca fiind o obiectivare a unei intenţionalităţi, or intenţionalitatea (care implică scopul, deci conştiinţa) ţine de cultural, nu de natural. În acest context, propensiunea irepresibilă a copiilor abia născuţi pentru a se hrăni trebuie considerată ca situându-se în afara sferei economicului (la fel cum se situează comportamentul fiinţelor non-culturale – animalele sau plantele – care se hrănesc), deoarece aceştia nu-şi fixează, anterior actului de hrănire, scopul de a se hrăni (până la o anumită vârstă, pe care o cunosc biologii şi psihologii, nou-născuţii nu deţin conştiinţă). Aşadar, consider că, în ceea ce priveşte conceptul de comportament economic, el este de sorginte culturală. Aşa stând lucrurile, voi căuta să elucidez structura de cauzalitate. Cred că pot fi identificate trei componente ale acestei structuri de cauzalitate:

i. o cauzalitate *a-nomică*: este o cauzalitate bazată pe oportunism, deci care nu se supune nici unei norme; există, desigur, un scop în baza căruia se desfăşoară comportamentul economic, dar acest scop este difuz, generic şi nu unul punctual. Ca urmare, şi intenţionalitatea implicată de acest tip de scop este una difuză, neprecipitată. Totuşi, scopul există, în esenţa sa, altfel nu am putea vorbi despre comportament economic[42].
ii. o cauzalitate *auto-nomică*: este o cauzalitate bazată pe norme implicite auto-impuse (auto-reglementare); de exemplu, principiile morale reprezintă o specie de cauzalitate auto-nomică. Cauzalitatea auto-nomică stă la baza comportamentului economic de conformare legitimă, în baza faptului că normele/regulile sunt emanaţii proprii, deci fac parte, prin însuşi faptul „emiterii” lor, din matricea axiologică de comportament economic a individului (şi/sau a grupului de apartenenţă a acestuia).
iii. o cauzalitate *hetero-nomică*: este o cauzalitate bazată pe norme explicite impuse din exterior (hetero-reglementare); de exemplu: regulile unui cod deontologic în afaceri sau regulile codului penal generează o asemenea cauzalitate hetero-nomică. Tot aici se încadrează regulile impuse de părinţii copiilor aflaţi sub vârsta răspunderii legale (deseori, desigur, şi celor care depăşesc această vârstă!) sau regulile rezultate din coduri non-juridice cu caracter universal (cum ar fi aşa-numitele cărţi sfinte pentru credincioşi:

[42] Ființele non-culturale (animale, plante, ciuperci) au un comportament (dar nu un comportament economic!) exclusiv oportunist (chiar și ambuscadele pe care le organizează unele dintre ele – atât animale, cât și plante – sunt generate tot instinctual, pe baza repetării cazurilor asemănătoare: memoria nu implică conștiința, deși reciprocă este adevărată).

Biblia, Tora-Talmud[43] -ul, Coran-ul etc.). Cauzalitatea hetero-nomică stă la baza comportamentului economic de conformare legală[44].

O sistematizare logică a celor trei tipuri de cauzalitate privind comportamentul economic poate fi următoarea:



Desigur, cele trei componente ale sistemului cauzal ale comportamentului economic nu au graniţe rigide între ele. În acest sens, din punct de vedere al istoriei (atât la nivelul individului, cât şi, mai ales, la nivelul grupului social, în speţă, la nivelul societăţii) se produc următoarele procese:

1) restrângerea sferei cauzalităţii a-nomice: această restrângere este generată de creşterea gradului de conştientizare, individuală sau la nivel social[45] şi are, după părerea mea, un caracter necesar;

2) extinderea sferei cauzalităţii auto-nomice, atât pe seama restrângerii cauzalităţii a-nomice, cât şi pe seama restrângerii cauzalităţii hetero-nomice; această extindere are, după părerea mea, un caracter contingent;

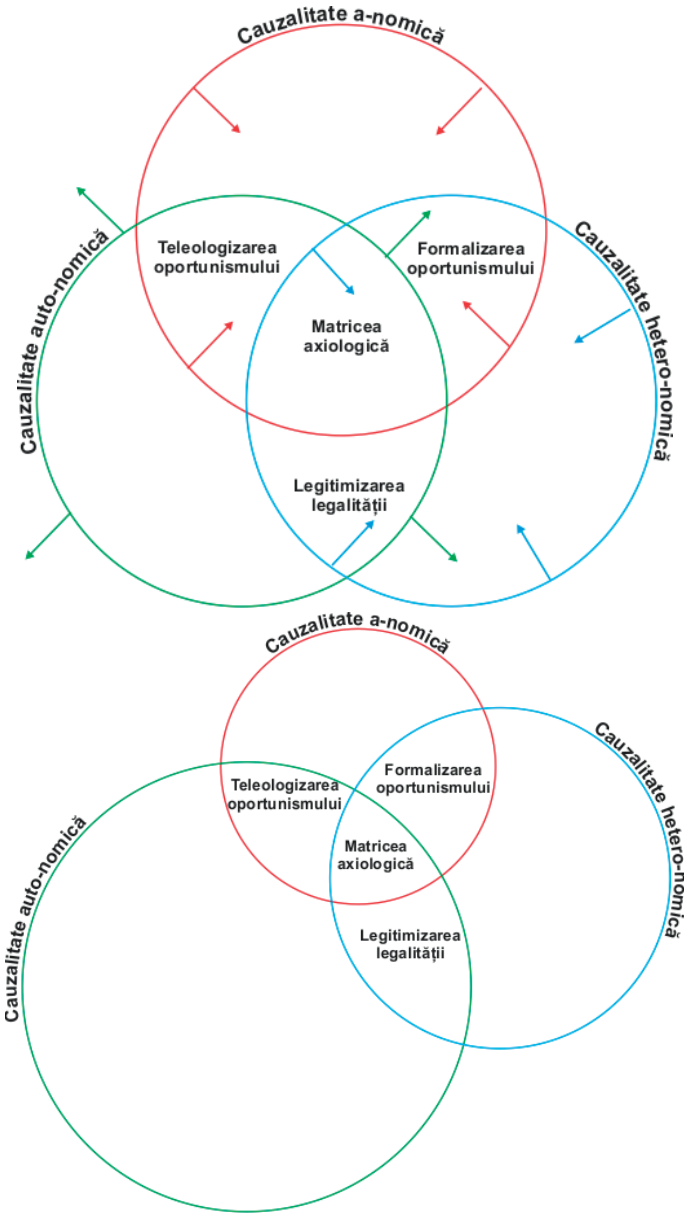
3) restrângerea sferei cauzalităţii hetero-nomice, pe măsura dezvoltării caracterului democratic al grupurilor sociale, în speţă al societăţii în ansamblu; această restrângere are, de asemenea, un caracter contingent.

Dacă restrângerea sferei cauzalităţii a-nomice are un caracter necesar şi, aş spune, unul absolut (sfera cauzalităţii se restrânge prin dispariţia efectivă şi definitivă a unor elemente ale acestui tip de cauzalitate), extinderea sferei cauzalităţii auto-nomice, concomitent cu restrângerea sferei cauzalităţii hetero-nomice, au un caracter relativ: cele două procese concomitente au loc, în cea mai mare parte, prin trecerea unor elemente din sfera cauzalităţii hetero-nomice în sfera cauzalităţii auto-nomice. Acest fenomen este unul de internalizare a normelor externe, sau de legitimare a legalităţii.

[43] În ebraică, Talmud înseamnă chiar învățare, educație.

[44] NU e nevoie să insist asupra distincției cruciale între conformare legitimă și conformare legală la norme.

[45] Să nu se înțeleagă, cumva, de aici, că pledez pentru existența unei conștiințe sociale sau, chiar mai rău, pentru existența unei conștiințe sociale.



(b) *<u>Structura cauzalității comportamentului economic de tip fiscal</u>*

Pentru a identifica specia cauzalităţii comportamentului economic de tip fiscal în cadrul genului cauzalităţii comportamentului economic, voi stabili predicatele de suficienţă ale cauzalităţii comportamentului economic de tip fiscal. Consider că ele sunt următoarele cinci:

- *origine*: *<u>externă</u>*. Comportamentul fiscal este generat de cauze externe în raport cu individul sau grupul social considerat. Nici chiar din perspectiva economiei sociale nu putem admite auto-normări de tip fiscal ale structurii de economie socială, deoarece fiscalitatea este asociată producerii şi distribuţiei de bunuri publice[46], iar structurile de economie socială produc, în mod evident, bunuri şi servicii private[47]. Aşadar, autoritatea normativă în domeniul comportamentului fiscal nu poate fi decât o autoritate care are responsabilitatea producerii şi distribuirii de bunuri publice (venitul fiscal nu este decât un

[46] Resping anticipat o eventuală obiecție care s-ar putea aduce aici și anume aceea care ar pretinde că voluntariatul livrează bunuri și/sau servicii în mod gratuit (deci fără intermedierea pieței, adică în mod analog celui în care sunt livrate bunurile publice), spunând că, în cazul în speță, nu se verifică un predicat de suficiență foarte important al bunurilor publice: cel al non-exclusivității.

[47] Se poate pune, desigur, problema activității benevole (voluntariat) care livrează bunuri și/sau servicii în mod gratuit, deci în mod analog celui în care sunt livrate bunurile publice, dar obiectivul materialului de față nu include o asemenea discuție detaliată.

„preţ” al producerii şi distribuirii de bunuri publice, preţ care nu se mai formează pe baza raportului cerere/ofertă decât într-o mică măsură şi, în orice caz, într-o manieră indirectă);

- *formă*: <u>*explicită*</u> *(formalizată)*. Cauzalitatea comportamentului fiscal este formalizată. Acest predicat asigură atât publicitatea acestei cauzalităţi (este faimos un principiu juridic care spune că nu te poţi apăra cu necunoaşterea legii), cât şi omogenitatea adresabilităţii: orice individ care este „eligibil” ca subiect al unei anumite norme fiscale va trebui să respecte exact aceeaşi normă ca orice alt individ „eligibil” ca subiect al normei în cauză;
- *natură*: <u>*discreţionară*</u>. Deşi norma fiscală este emisă de o autoritate învestită cu această prerogativă de indivizii care sunt subiecţi (destinatari) ai normei în cauză, asigurându-se, în felul acesta, o auto-normare sui-generis[48], ea apare şi funcţionează ca un imperativ care pare întotdeauna insuficient de justificat din perspectiva subiecţilor. În acest sens, norma fiscală poartă cu ea o natură discreţionară[49];
- *intenţionalitate*: <u>*venitul public*</u>. „Ţinta” normării cauzalităţii în cazul comportamentului fiscal este aceea de a asigura încasarea[50] veniturilor publice necesare furnizării (producţie şi distribuţie) bunurilor publice.
- *scop*: <u>*punctual*</u>. Aşa cum s-a arătat la predicatul de suficienţă anterior, în cazul cauzalităţii privind comportamentul fiscal, scopul este precizat, deci este un scop punctual, nu difuz, conform tipologiei utilizate anterior.

Aşadar, în cazul comportamentului fiscal, avem de-a face cu o cauzalitate hetero-nomă, care este specificată, în plus, de încă două predicate de suficienţă (prin acestea se diferenţiază, de fapt, cauzalitatea în comportamentul fiscal de cauzalitate în domeniul economic): natura discreţionară şi intenţionalitatea concentrată pe venitul public.

(c) <u>*Mecanismul de generare a unui pattern (model) în comportamentul fiscal*</u>

Prin pattern de comportament vom înţelege o mulţime de comportamente (adică de acte) orientate în mod convergent către un scop comun şi care se caracterizează prin următoarele patru predicate de suficienţă:

---

[48] Din această perspectivă, dacă aș duce consecințele logice până la extrem, ar rezulta că, într-o societate autentic democratică (în care nu se produc nici un fel de înstrăinări sau falii între autoritatea publică și poporul suveran care a delegat puterea de decizie acelei autorități publice) nu ar exista cauzalitate hetero-nomică pentru nici un tip de comportament, inclusiv pentru comportamentul fiscal. Această concluzie merge, totuși, prea departe, deoarece învestirea autorității publice cu puterea de a decide pentru popor este o învestire pur politică. Normarea presupune, în plus față de învestirea politică, expertiză care, conform logicii sale interne, poate intra în contradicție cu voința generică a poporului (de exemplu, într-o situație de război, guvernul poate decide anumite rechiziționări de bunuri sau venituri, ceea ce este evident împotriva cel puțin a unei părți a populației afectate de această decizie; totuși, decizia este rațională din perspectiva logicii experților birocrați). Aici rezidă necesitatea logică a predicatului de suficiență, numit natură discreționară a cauzalității comportamentului fiscal.

[49] A nu se confunda natura discreționară a normei fiscale, cu funcționarea discreționară a ei. Deși, în majoritatea cazurilor, natura discreționară și funcționarea discreționară a normei fiscale coexistă, sunt și situații în care natura discreționară este însoțită de o funcționare non-discreționară (de exemplu, în cazul stabilizatorilor fiscali automați, deși, natura normei este discreționară – stabilizatorii fiscali automați sunt introduși în mod explicit și programatic – , funcționarea lor este non-discreționară – ei sunt activați fără vreo decizie din partea autorității fiscale sau guvernamentale). Există, dar în afara domeniului fiscal, și stabilizatori automați care sunt non-discreționari atât ca natură, cât și ca funcționare: de exemplu, cursul de schimb, într-un regim de curs de schimb flotant liber (<u>NB</u>: în România avem un regim al cursului de schimb flotant administrat).

[50] Un stat responsabil va lua măsuri (adică va norma) nu doar încasarea veniturilor publice (care se constituie, astfel, în așa-numitele obligații bugetare ale indivizilor, organizațiilor etc.), ci și, mai ales, pentru crearea condițiilor instituționale de creare a substanței economice care reprezintă obiectul prelevărilor bugetare. De exemplu, aceasta este rațiunea economică pentru care se plătește ajutor de șomaj, deși, în mod nemijlocit, nici guvernul, nici restul populației (care este ocupată) nu au nici o vină pentru starea de șomaj a unor indivizi.

- sunt *convergente*[51]: comportamentele (actele) vizează un scop comun (în cazul discutat aici, conformarea la normativitatea fiscală);
- sunt *internalizate*: aceasta înseamnă că sunt supuse unei cauzalităţi auto-nomice[52] (generate de oricare dintre cele trei surse posibile, aşa cum s-a arătat anterior, ale cauzalităţii auto-nomice: de teleologizare a oportunismului, de auto-normare, de interiorizarea axiologică a cauzalităţii hetero-nomice); cu alte cuvinte, hetero-normele care nu sunt, încă, internalizate, adică nu sunt, încă, legitimizate din punct de vedere axiologic, nu constituie generatori de pattern-uri de comportament[53];
- sunt *persistente*: actele care compun un pattern de comportament se caracterizează printr-o stabilitate ridicată sau printr-o inerţie care le fac să fie persistente, în sensul că se produc pe o durată semnificativă de timp fără a suferi modificări care să le altereze identitatea[54]. Aceasta face ca un pattern de comportament să funcţioneze ca o „fizionomie" comportamentală recognoscibilă pe o durată relevantă din perspectiva analizei[55];
- sunt *pro-ciclice*: actele care compun un pattern de comportament trebuie să se poată întreţine tocmai prin obiectivarea lor. Cu alte cuvinte, pattern-ul de comportament are propriul „cod genetic" care îi permite să se „reproducă". Pro-ciclicitatea nu se confundă cu persistenţa, deoarece dacă persistenţa suportă un proces de „uzură", această uzură este „amortizată" tocmai de caracterul pro-ciclic al pattern-ului.

Pe baza acestui concept al pattern-ului comportamental, în general, voi proceda acum la particularizarea acestuia pentru a obţine un model generativ pentru pattern-ul comportamentului fiscal.

Norma fiscală este la nivelul percepţiei (deci nu la nivelul examinării raţionale) o normă „ostilă". Într-adevăr, norma fiscală reduce atât averea, cât şi puterea de cumpărare a individului. În acest sens, individul percepe norma fiscală ca pe un atentat la bunăstarea sa dobândită prin merit (efort, competenţă, asumare de riscuri, tenacitate, renunţări etc.). Având în vedere această percepţie[56], canalul de internalizare a normei fiscale (deci canalul prin care cauzalitatea hetero-nomică se transformă în cauzalitate auto-nomică) este blocat. În această situaţie, formarea unui pattern al comportamentului fiscal, aşa cum a fost definit anterior, este imposibilă. Şi atunci, care este soluţia? Soluţia constă în faptul că norma fiscală (de altfel, orice normă prescriptivă) este însoţită de o sancţiune pentru nerespectarea (eludarea, încălcarea) ei. Din punct de vedere logic,

[51] Convergența implică și alte două posibile relații reciproce între comportamentele (actele) care formează pattern-ul și anume: a) complementaritatea; b) substituibilitatea. Atât complementaritatea cât și substituibilitatea se caracterizează, desigur, prin rate specifice (rate de complementare, respectiv rate de substituire) care pot fi decelate doar printr-o analiză contextuală și printr-un abstractă, așa cum este cea pe care o propun aici.

[52] Voi discuta, mai jos, și modalitățile standard de internalizare, care dau o imagine mai precisă asupra conceptului de pattern de comportament.

[53] Din punct de vedere conceptual, se poate discuta și problema existenței unor pattern-uri de comportament generate fie de hetero-norme, fie de o combinație funcțională de auto-norme și hetero-norme, dar opinia mea este că, astfel, se diluează foarte mult însuși conceptul de pattern. Cu toate acestea, cercetări suplimentare ar putea identifica, descrie și numi un concept care să fie generat în felul alternativ sugerat în această notă (în prezentul material ignor o asemenea posibilă dezvoltare).

[54] Din punct de vedere logic, identitatea este condiționată de persistență, deși mai suportă și alte condiționări.

[55] De exemplu, teoriile behavioriste se concentrează aproape exclusiv pe aceste pattern-uri de comportament, atunci când realizează analize, evaluări sau chiar când fac predicții în domeniile economic, social sau psihologic, ignorând, în mod programatic, cauzalitatea care generează sau menține aceste pattern-uri.

[56] Chiar dacă, la nivel rațional, norma fiscală este acceptată (să luăm exemplul unui membru al instituției legislative care emite norma în cauză și, deci, care se va supune ulterior acesteia – prezumăm că face acest lucru în baza unui model de raționalitate pe care și-l asumă), la nivelul percepției ea este rejectată. Teoria economică, în ciuda unor încercări notabile, nu a depășit cu mult stadiul unor modelări simpliste ale raționalității economice, bazate pe o mecanică socială, deci neintegrând percepția, care este cu mult mai relevantă pentru comportamentul economic decât raționamentul logic (vezi, aici, simplistul model homo oeconomicus).

sancţiunea reprezintă un cost în sarcina individului care nu se conformează normei. Dacă mărimea costului pentru neconformare la normă este mai mare decât costul conformării la normă, atunci individul va alege (de data aceasta, în mod raţional, prin calculul costului de oportunitate) să se conformeze normei. Întrucât, din punct de vedere practic, lucrurile sunt ceva mai complicate, voi face câteva notaţii care-mi vor permite să fiu mai explicit:

- C^+: costul conformării voluntare la normă (se referă la mărimea monetară a prelevării din avere, din venit, din profit etc., la dispoziţia autorităţii fiscale, aşa cum stipulează norma);
- C^-: costul neconformării voluntare la normă (se referă la mărimea monetară a prelevării din avere, din venit, din profit etc., la dispoziţia autorităţii fiscale, aşa cum stabileşte sancţiunea[57] din normă);
- p_i^s: probabilitatea subiectivă[58] (aşa cum o stabileşte individul) ca inspectorul fiscal să descopere (să identifice) neconformarea voluntară la normă;
- p_e^s: probabilitatea subiectivă ca individul care a fost identificat că nu s-a conformat normei fiscale să fie obligat să plătească sancţiunea prevăzută de normă (fie pe cale administrativă, fie pe cale judiciară).

Atunci condiţia de echilibru (de indecizie) a subiectului în cauză este: $C^+ = C^- \cdot p_i^s \cdot p_e^s$

a. dacă $C^+ < C^- \cdot p_i^s \cdot p_e^s$: individul se va conforma normei şi, în consecinţă, va internaliza norma hetero-nomică, introducând-o în pattern-ul său de comportament fiscal;
b. $C^+ > C^- \cdot p_i^s \cdot p_e^s$: individul nu se va conforma normei şi, în consecinţă, nu va internaliza norma hetero-nomică în pattern-ul său de comportament fiscal;
c. $C^+ = C^- \cdot p_i^s \cdot p_e^s$: individul se află într-o situaţie indecidabilă, deci va trebui să ia în calcul alţi factori, posibil non-monetari (de exemplu, prestigiul social) pentru a face alegerea de comportament.

Putem calcula valoarea minimă a sancţiunii care ar asigura conformarea voluntară la norma fiscală. Dacă notăm cu C_{min}^- această valoare minimă, ea este dată de relaţia: $C_{min}^- = \frac{C^+}{p_i^s \cdot p_e^s}$. Prin urmare legiuitorul va stabili $C^- \geq C_{min}^-$.

Chestiunea corupţiei[59] se referă la plata inspectorului fiscal aşa încât acesta să se prefacă a nu fi identificată non-conformarea la norma fiscală. Să notăm cu ΔC^- mărimea sumei plătite pentru coruperea inspectorului guvernamental. Să notăm suma maxim acceptabilă, pentru un subiect dat, pentru coruperea inspectorului fiscal, aşa încât alegerea subiectului să fie, încă, neconformarea la respectarea normei fiscale. Această sumă se va calcula astfel: $\Delta\tilde{C}^- \leq C^+ - C^- \cdot p_i^s \cdot p_e^s$. Cu alte cuvinte, dacă se achită un cost al coruperii inspectorului fiscal egal cu $\Delta\tilde{C}^-$, se verifică, în

[57] Nu este important, pentru discuția de față, să dezvoltăm mai mult structura sancțiunii înseși, dar trebuie reținut că sancțiunea va cuprinde atât recuperarea sumei datorate cu titlu de obligație bugetară, cât și amenzi contravenționale (dacă nu este cazul unei fapte penale) pentru neconformare voluntară, precum și penalități datorate ca urmare a întârzierii plății obligației bugetare față de momentul în care aceasta a devenit, conform normei, exigibilă.

[58] Precizez faptul că probabilitatea subiectivă este probabilitatea bazată pe anticipații (sau pe așteptări) ale subiectului și nu are nimic de-a face cu probabilitățile uzuale folosite în modelarea economică, și care sunt probabilități obiective (bazate pe frecvențe înregistrate în trecut și extrapolate, cu anumite precauții metodologice, pentru viitor; ele pot fi extrapolate și pentru un trecut aflat în…trecutul trecutului în care s-au înregistrat frecvențele în cauză).

[59] Este o problemă deschisă aceea dacă despre corupție putem vorbi doar în legătură cu banul public sau putem folosi termenul și pentru cazul banului privat. Sunt argumente și pentru o poziție și pentru cealaltă. Cred, totuși, că o dezbatere care să elucideze chestiunea (pe care o eludez în materialul de față) ar trebui să ia în calcul două criterii de bază: a) conținutul conceptului de corupție; b) consecințele economice ale corupției.

continuare condiţia de alegere: $C^{+} > C^{-} \cdot p_i^s \cdot p_e^s + \Delta\tilde{C}^{-}$. Dacă, din raţiuni pur formale vom nota $\alpha = \frac{\Delta\tilde{C}^{-}}{C^{-}}$, atunci condiţia de alegere devine: $C^{+} > C^{-}(p_i^s \cdot p_e^s + \alpha)$.

(d) „Plasticitatea" pattern-ului comportamentului fiscal (PCF)

Am menţionat mai sus faptul că un pattern de comportament fiscal trebuie să se caracterizeze printr-o anumită persistenţă şi pro-ciclicitate. De fapt, aceste două caracteristici asigură identitatea pattern-ului în cauză, permiţând atât recognoscibilitatea lui, în timp şi spaţiu, cât şi anumite predicţii sau anticipaţii raţionale asupra comportamentului fiscal. În paragraful de faţă aş dori să discut limitele de plasticitate[60] ale pattern-ului comportamentului fiscal. Voi pune în discuţie următoarele aspecte: (1) factori formatori ai PCF; (2) factori perturbatori ai PCF; 3) limitele plasticităţii PFC.

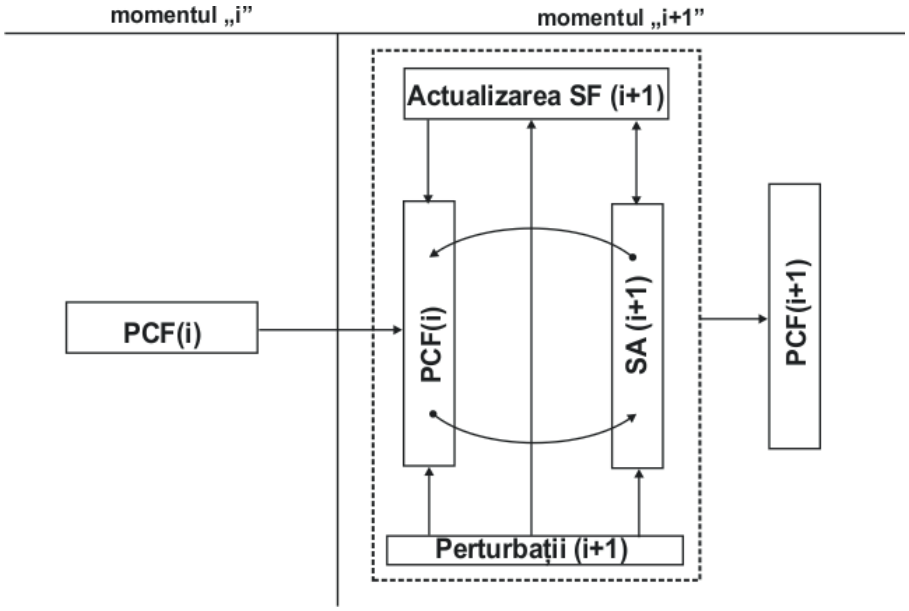
(1) Cred că factorii formatori al PFC sunt de două categorii: (1.a) *factori cauzali*: consideraţi ca factori activi; (1.b) *factori integrativi*: consideraţi ca factori pasivi. Factorii cauzali sunt reprezentaţi, desigur, de actualizările schemei fiscale (SF)[61], iar factorii integrativi sunt reprezentaţi de: (1.a.1) valorile generale ale subiectului (sau schema sa axiologică - SA), respectiv de (1.a.2) PCF la momentul activării factorilor cauzali. Aşadar, formarea unui PCF depinde, concomitent, de factorii cauzali şi de factorii integrativi. De fapt, factorii integrativi reprezintă grila de „recepţie" a influenţei factorilor cauzali: unele dintre aceste influenţe vor fi acceptate (vor fi integrate în PCF) altele vor fi respinse. Evident, cele care vor fi acceptate intră în noua „ediţie" a PCF. Această posibilitate de actualizare a PCF (trecerea sa de la „ediţia i" la „ediţia i+1") reprezintă tocmai plasticitatea PCF. Plasticitatea PCF este, aşadar, proprietatea acestuia de a-şi modifica structura (vom discuta mai jos limitele acestei modificări)[62].

(2) Factorii perturbatori ai PCF se referă la factorii care au potenţialul de a exercita influenţe asupra PCF. Din punct de vedere conceptual, factorii perturbatori se comportă atât ca factori formatori activi (exercită presiuni de schimbare asupra PCF, într-un mod activ), cât şi ca factori formatori pasivi (diminuează, augmentează sau deformează acţiunea factorilor formatori activi, într-un mod pasiv, ca un filtru). Lista factorilor perturbatori ai PCF are un puternic caracter contextual, ei depind, în mod crucial, atât de condiţiile structurale ale sistemului în cauză (nivelul de dezvoltare economică şi instituţională, tipul moralei împărtăşite de societatea în cauză), cât şi de condiţiile conjuncturale, periodice sau singulare (crize financiare sau economice, crize politice, militare etc.).

[60] Prin plasticitate (a unui obiect sau proces) înțeleg un potențial de modificare între anumite limite, așa încât încă se menține identitatea acelui obiect sau proces. În alți termeni, plasticitatea este o măsură a inerțialității.

[61] Prin schemă fiscală înțeleg totalitatea normelor fiscale existente la un moment dat într-un sistem economic delimitat (de exemplu, într-o economie națională). Prin actualizare înțeleg trei procese alternative: 1) eliminare; 2) introducere; 3) modificare.

[62] Problema, încă neclarificată (nici în științele naturii, nici în sociologie sau în psihologie), a primatului funcției asupra structurii sau invers, nu va fi dezbătută în acest material, deși merită, desigur, o atenție foarte mare, mai ales din perspectiva lămuririi posibilității principiale a predicției în domeniul social (în speță, în domeniul economic).



(3) Limitele plasticităţii PCF reprezintă repere teoretice şi metodologice foarte importante, îndeosebi din perspectiva planificării actualizării schemei fiscale. În esenţă, oricărei schimbări preconizate a schemei fiscale ar trebui să i se asocieze un coeficient de risc de nelegitimizare, care să se refere la inerţia PCF cu privire la acea schimbare preconizată a schemei fiscale. De exemplu, dacă se preconizează o variaţie a schemei fiscale care stabileşte TVA zero la vânzările de carne de porc într-o societate de religie musulmană, această normă nu va fi internalizată din cauza schemei axiologice. La fel, introducerea unui sistem de impozitare progresivă asupra venitului personal nu va fi internalizată de persoanele cu venituri mari care vor considera că este nedrept să se sancţioneze meritul etc. Desigur că stabilirea sau identificarea limitelor plasticităţii PCF ne conduce la conceptul de prag. Prin prag înţelegem o valoare a presiunii de schimbare exercitată asupra unui sistem la care sistemul în cauză îşi modifică structura iar, prin aceasta, îşi modifică funcţionarea (care poate însemna modificarea funcţiilor, modificarea rolului, modificarea ieşirilor etc.)[63]. Pragul reprezintă, aşadar, o graniţă care, o dată depăşită, conduce la alterarea identităţii unui PCF, ceea ce înseamnă că avem de-a face cu alt PCF. Schema axiologică se „opune” atingerii pragului de alterare a identităţii PCF dar, în anumite condiţii, acest prag este atins, totuşi. Aceasta este o problemă care trimite la studiul inerţialităţii unui sistem (în cazul de faţă, a unui sistem „tridimensional”: psihologic, instituţional, sociologic).

(e) „Urma” fiscalităţii în economie

Pe baza celor discutate anterior, pot acum să introduc conceptul de „urmă” a fiscalităţii în economie. La prima vedere, sintagma „urma fiscalităţii în economie” ar trimite la examinarea sistemului economic ca atare, într-o încercare de a decela caracteristicile pe care fiscalitatea (modificarea schemei fiscale, în terminologia din materialul de faţă) le imprimă sistemului economic în sine. Voi argumenta că nu acesta este obiectivul meu, ci el este acela al decelării caracteristicilor pe care o modificare a schemei fiscale le generează asupra PCF. Desigur, acest

[63] În teoria sistemelor cibernetice, funcționalitatea unui sistem se referă la output-urile sale, în timp ce funcționarea structurii sale interne poartă numele de comportament. În materialul de față mă interesează mai ales comportamentul (cel fiscal, în speță) dar este evident, în același timp, că funcționalitatea și comportamentul sunt corelate cauzal.

lucru nu înseamnă că, în timp, modificarea schemei fiscale nu produce schimbări în structura şi funcţiile sistemului economic ca întreg, doar că aceste schimbări se produc prin intermediul unui vehicul. Acest vehicul este tocmai comportamentul fiscal al subiecţilor economici. Nici o normă fiscală nu se adresează sistemului economic ca atare, orice normă fiscală se adresează subiecţilor economici. Deşi este adevărat că, în majoritatea cazurilor, normele fiscale aspiră să conducă la modificări structurale şi funcţionale în sistemul economic însuşi, aceste obiective nu pot fi atinse decât prin intermediul schimbărilor din PCF. În consecinţă, prin „urma" fiscalităţii în economie voi înţelege modificarea PCF ca urmare a unei variaţii în schema fiscală. În conformitate cu cele expuse deja, în PCF nu intră nici o modificare decât cu condiţia ca ea să fie internalizată. Dar ce se întâmplă în cazurile în care subiecţii economici respectă o anumită normă fiscală din considerente de calcul[64] şi nu prin internalizarea sau legitimizarea ei (de exemplu, în cazul în care costul de oportunitate al nerespectării normei este mai mare decât costul de oportunitate al respectării ei)? Aici trebuie să decidem ce reprezintă acest comportament „din calcul". În opinia mea, acest comportament nu trebuie să intre în PCF din mai multe motive: a) se încalcă predicatul de suficienţă al caracterului intern al normei fiscale respectate[65]; b) nu va avea caracteristica de persistenţă, care este specifică doar schemelor axiologice (adică, doar normelor de comportament fiscal internalizate, deci legitimizate); c) modificarea externă a schemei fiscale poate avea o frecvenţă deseori foarte ridicată (de exemplu, în perioade de tranziţie rapidă a societăţii sau în perioade de ieşire a economiei dintr-o criză cu caracteristici atipice[66]), ceea ce face ca un PCF care ar cuprinde şi aceste norme fiscale care sunt respectate din calcul să fie foarte volatil. Un asemenea concept nu ar mai avea nici o valoare teoretică şi cu atât mai puţin metodologică. Aşadar, pe baza acestor argumente, reiterez poziţia conform căreia PCF cuprinde doar norme fiscale internalizate, deci legitimizate.

Prin urmare, prin „urma" fiscalităţii în economie înţeleg, în principiu, ansamblul modificărilor în PCF, între limitele de menţinere a identităţii acestuia, oricum ar fi definite şi măsurate aceste limite (praguri: un prag inferior – podea şi un prag superior – plafon[67]). Rezultă imediat că fac distincţie clară între impactul fiscalităţii în economie şi „urma" fiscalităţii în economie, în sensul că „urma" fiscalităţii în economie este o specie a genului numit impactul fiscalităţii în economie. Mai precis, impactul fiscalităţii în economie cuprinde atât „urma" fiscalităţii în economie, cât şi impactul generat de modificarea schemei fiscale care nu este internalizat în PCF, şi anume acel impact care conduce la comportamente fiscale „din calcul". Nu exclud, desigur ca, în timp, şi sub influenţa şi a altor factori sau fenomene economice, sociale sau instituţionale din afara fiscalităţii, între impactul fiscalităţii şi „urma" fiscalităţii să aibă loc treceri în ambele sensuri (adică avem şi aici o anumită plasticitate[68]).

---

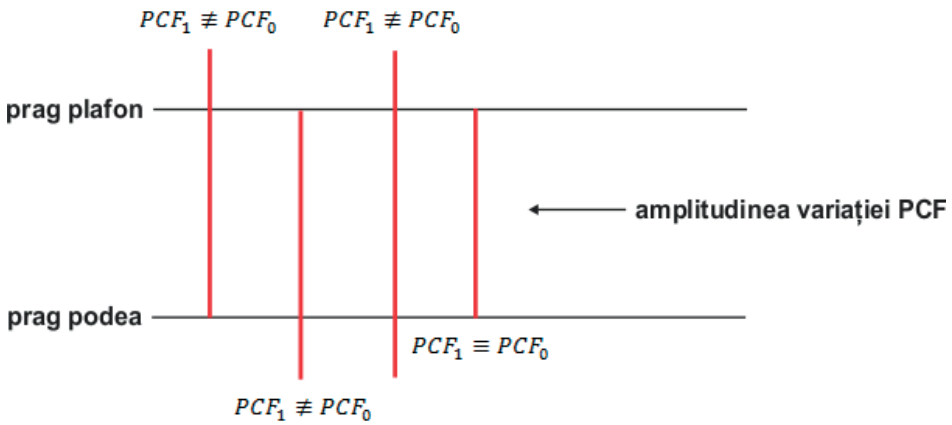
[64] Cunoscutul deconstructivist Jacques Derrida spunea că libertatea începe acolo unde se termină calculul (desigur, putem folosi un proxy pentru conceptul de libertate, acest proxy ar putea fi liberul arbitru).

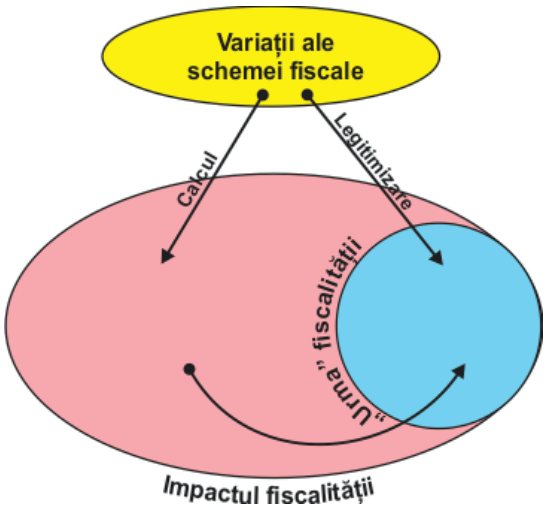
[65] Desigur, aici s-ar putea obiecta că introducerea acestui predicat de suficiență este o decizie arbitrară și că, prin eliminarea lui, s-ar putea, pur și simplu, ajunge la o altă definiție a PCF. Contra-argumentul meu la această obiecție prezumtivă este că, deși este, desigur, posibil să se definească și în acest mod alternativ conceptul de PCF, sunt multe alte argumente care indică nerelevanța și nefiabilitatea unui asemenea concept alternativ.

[66] Prin caracteristici atipice înțeleg caracteristici care nu pot fi găsite și examinate într-o arhivă a acestor caracteristici.

[67] Echivalenții în limba engleză sunt: *floor*, respectiv *ceiling*.

[68] Pentru cei interesați de topologia economică, aceste plasticități la care m-am referit pe parcursul acestui material ar putea constitui puncte de plecare pentru studii separate.





Bibliografie:

1. Agenor, P.R. (2004). *The Economics of Adjustment and Growth*. Second edition, Harvard University Press, Cambridge.
2. Chand, Sheetal (1992). *Fiscal Impulses and Their Fiscal Impact*. IMF Working Paper nr. 38.
3. Dinga, E. (2012). *Rebuilding Economics. A Logical, Epistemological, and Methodological Approach*. Lambert Academic Publishing, Saarbrucken, Germany, chapter 11 „The fiscal impulse in a monetary economy", pp.331-354.
4. Schinasi, Garry J., Lutz, Mark (1991). *Fiscal Impulse*. IMF Working Paper nr. 91.

КОНЦЕПЦИИ ПРИБЫЛИ И ИХ СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА

***Анисян Грайр**, к. э. н., науч. сотр.,*
Институт экономики им. М. Котаняна НАН РА, Армения

In conditions of market and fierce competition, generated by financial crisis, profit is considered to be the source of vital activity of the organizations, due to which funding of their current (operational), financial and investment activities is provided.

Historically, the category of the "profit" is associated with the category of "capital". Considering classical approaches to the capital, it would be better to highlight the most important tasks facing the State and business entities, solution of which allows to increase the profitable part of the capital-profit, to develop the business, to strengthen economic and fiscal capacity of the subject, and as a consequence, of the State.

***Key words:** economic and accounting approaches, profit, profits taxation.*

Приращение капитала и прибыли способствует росту налоговой базы и увеличению поступающих в бюджет налоговых платежей. Эта выгодная с макроэкономических и микроэкономических позиций проблема имеет множество теоретических и методических направлений, не обеспеченных в достаточной степени для реализации их на практике разработками в области учета и отчетности, анализа влияния рисков на величину капитала и прибыли.

Экономические и бухгалтерские подходы к содержанию категории "прибыль" явились основной для развития многочисленных теоретических направлений прибыли и различных методик ее определения. Различия, которые можно встретить в экономической литературе, касаются не только определений, но и содержания понятий, данных экономической, бухгалтерской (балансовой), налоговой прибыли, алгоритмов их исчисления, критериев классификации, отношения к другим ключевым показателям экономического развития организаций, например ,к капиталу.

Классическая финансовая концепция капитала, которая нашла отражение в международных стандартах финансовой отчетности (МСФО), как одна из основополагающих концепций, раскрывает взаимосвязь капитала с денежными потоками. В свою очередь, чистый денежный поток отражает показатель прибыли, полученной организацией по результатам своей деятельности в отчетном периоде. Эта взаимосвязь особенно важна для обоснования новых направлений теорий бухгалтерского учета, предметом которого в настоящее время современные ученые признают "капитал", "движение капитала".

Новое видение бухгалтерского учета и трансформация бухгалтерских и налоговых категорий, объясняющих содержание прибыли, дополняется и взаимообусловлено различиями бухгалтерской прибыли и налоговой. Методической и правовой обеспеченности отражения в отчетности этих различий, их причин, природы, влияния рисков в отечественной науке недостаточно для того, чтобы удовлетворить потребности не только управления организациями, но и всех заинтересованных пользователей бухгалтерской, финансовой и налоговой отчетности.

Значимой проблемой для развития теории учета и налогообложения прибыли является институциональный подход, позволяющий выделить отдельные концептуальные положения прибыли, акцентирующие внимание на роли социальных институтов в экономическом развитии хозяйствующего субъекта. Эта проблема требует глубокого изучения применительно не столько к организациям отдельной отрасли, сколько к методологии учета и налогообложения прибыли.

Прибыль является одной из самых сложных категорий рыночной экономики. Оценку ее содержания можно встретить в специальной и экономической литературе в разных формах, как: дохода от конкретных видов деятельности; доход предпринимателя, вложившего свой капитал в бизнес; выраженный в денежной форме показатель вложенного капитала; полученный доход; понесенные затраты и др. Прибыль отражает выраженный в денежной форме чистый доход на вложенный капитал, представляющий собой вознаграждение за риск осуществляемой предпринимательской деятельности, исчисленный в виде разницы между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности.

Следует отметить, что с развитием теории прибыли в истории учетной науки менялись подходы экономистов к определению главной цели управления прибылью. В генезисе этой проблемы можно выделить три основных подхода.

Первый подход, основанный на исследованиях классиков экономической теории А. Смита, Дж. С. Милля и их последователей С. Франка, М. Туган-Барановского, В. Дмитриева. В качестве главной цели хозяйственной деятельности предприятия сторонники этого подхода выделяли максимизацию прибыли, полагая, что максимизация прибыли отдельного субъекта хозяйствования приведет к максимизации всего общественного благосостояния. Впервые теория была четко сформулирована в 1938 году французским экономистом А. Курно и затем развита в работах представителей неоклассической школы. Реализация этой цели обеспечивалась путем достижения равенства показателей предельного дохода и предельных затрат предприятия.

Впоследствии такая формулировка главной цели хозяйственной деятельности предприятия критиковалась многими экономистами. Было доказано, что максимизация прибыли далеко не всегда обеспечивает необходимые темпы экономического развития предприятия. Полученная высокая по сумме и уровню прибыль может быть полностью израсходована на цели текущего потребления. Предприятие, работающее эффективно, может быть лишено основного источника формирования собственных финансовых ресурсов для своего будущего развития. Неразвивающееся предприятие в этом случае, как известно, утрачивает достигнутую конкурентную позицию на рынке, сокращает потенциал приращения собственного капитала за счет внутренних источников и снижает свою рыночную стоимость.

Высокий уровень прибыли предприятия может достигаться при высоком уровне предпринимательского риска, генерирующего угрозу банкротства. Поэтому в рыночных условиях максимизация прибыли должна выступать как одна из важнейших задач хозяйственной деятельности предприятия, или как критерий оценки эффективности отдельных видов его операций, но не как главная цель управления прибылью.

Второй подход многие экономисты связывают с теорией устойчивого экономического роста. Эта теория главной целью хозяйственной деятельности выдвигает обеспечение финансового равновесия предприятия в процессе его развития, что обеспечивает

длительное бескризисное развитие предприятия и поступательное расширение объема его хозяйственной деятельности. Такая цель хозяйственной деятельности предприятия минимизирует уровень предпринимательских рисков, но не позволяет реализовать в полной мере все резервы роста ее рентабельности. Кроме того, механизм реализации этой цели недостаточно связан с колебаниями конъюнктуры финансового и товарного рынков, которые изменяют параметры условий формирования прибыли конкретного предприятия при заданных темпах его экономического развития. В связи с изложенным, достижение и поддержание финансового равновесия не может рассматриваться как главная цель хозяйственной деятельности предприятия, хотя и является одной из важных задач управления прибылью.

Третий подход основан на современной экономической теории. В качестве главной цели хозяйственной деятельности предприятие выдвигает обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия. Это находит конкретное выражение в максимизации рыночной стоимости предприятия. Такое мнение разделяется почти всеми современными теоретиками в области управления прибылью, поскольку при таком подходе наилучшим образом реализуются финансовые интересы владельцев предприятия. В этой главной цели получают отражение факторы времени, доходности и риска, что является более полным отражение мотивации хозяйственной деятельности предприятия.

Поэтому целью управления прибылью следует считать обеспечение максимизации благосостояния собственников предприятия в текущем и перспективном периоде. Такая цель призвана обеспечивать одновременно гармонизацию интересов собственников с интересами государства и персонала предприятия.

Исходя из этой главной цели, система управления прибылью призвана решать следующие основные задачи:

1. Максимизация размера формируемой прибыли, соответствующего ресурсному потенциалу предприятия и рыночной конъюнктуре. Эта задача реализуется путем оптимизации состава ресурсов предприятия и обеспечения их эффективного использования. Отметим, что основными естественными ограничителями размера прибыли выступают максимально возможный уровень использования ресурсного потенциала и сложившаяся конъюнктура товарного и финансового рынков.

2. Достижение оптимальной пропорциональности между уровнем формируемой прибыли и допустимым уровнем риска. Между названными показателями существует прямо пропорциональная связь. С учетом отношения менеджеров к хозяйственным рискам формируется допустимый их уровень, определяющий агрессивную, умеренную (компромиссную) или консервативную политику осуществления тех или иных видов деятельности или проведения отдельных хозяйственных операций. Исходя из заданного уровня риска в процессе управления должен быть максимизирован соответствующий ему уровень прибыли.

3. Обеспечение высокого качества формируемой прибыли. В процессе формирования прибыли должны быть реализованы в первую очередь резервы ее роста за счет операционной деятельности и реального инвестирования, обеспечивающие основу перспективного развития предприятия. В рамках операционной деятельности основное внимание должно быть уделено обеспечению роста прибыли за счет расширения объема выпуска продукции и освоения новых перспективных ее видов.

4. Выплаты необходимого уровня дохода на инвестированный капитал собственникам

предприятия. Такой уровень при успешной деятельности предприятия должен быть не ниже средней нормы доходности на рынке капитала и при необходимости возмещать повышенный предпринимательский риск, связанный со спецификой деятельности предприятия, а также инфляционные потери.

5. Формирование достаточного объема финансовых ресурсов за счет прибыли в соответствии с задачами развития предприятия в предстоящем периоде. Так как прибыль является основным внутренним источником формирования финансовых ресурсов предприятия, ее размер определяет потенциальную возможность создания источников финансирования производственного развития, резервного и других специальных фондов, обеспечивающих предстоящее развитие предприятия. При самофинансировании прибыли должна отводиться главенствующая роль в развитии предприятия.

6. Максимизация рыночной стоимости предприятия в перспективном периоде. Темп роста рыночной стоимости в значительной степени определяется уровнем капитализации прибыли, полученной предприятием в отчетном периоде. Каждое предприятие, исходя из условий и задач хозяйственной деятельности, само определяет систему критериев оптимизации распределения побыли на капитализируемую и потребляемую ее части.

7. Обеспечение эффективности участия персонала в прибыли. Участие персонала в прибыли связано с интересами собственников предприятия и его наемных работников. Важно эффективно стимулировать трудовой вклад этих работников в формирование прибыли и обеспечивать достаточно приемлемый уровень их социальной защиты.

Все рассмотренные задачи управления прибылью взаимосвязаны, поэтому их следует оптимизировать и увязывать между собой. Конечно, эффективность каждой управляющей системы в значительной мере зависит от качества формируемой и используемой ею информационной базы.

Анализ теорий прибыли позволил заключить, что максимизация рыночной стоимости предприятия, обусловленная движением капитала и денежных потоков, может быть адекватной результатам хозяйствования предприятия в условиях жесткой конкурентной среды при минимальном воздействии налоговой нагрузки и налоговых рисков.

Прибыль обычно определяют как разность между валовым доходом и валовыми издержками. Однако уже этот упрощенный подход к проблеме рождает новые вопросы. Определение валового дохода не составляет трудности (это произведение количества произведенной продукции и цены единицы товара). Но что следует включать в валовые издержки?

С точки зрения бухгалтера, в издержки должны включаться денежные расходы, которые фирма несет в связи с приобретением машин, оборудования, сырья, материалов, на выплату заработной платы работникам и т. д. Фирма в этом случае несет явные издержки, поскольку выплачивает эти деньги внешним по отношению к ней хозяйствующим субъектам, покупает необходимые ресурсы на рынке. Другими словами, явные или бухгалтерские издержки включают в себя только денежные затраты. В связи с этим, бухгалтерская прибыль представляет собой разность между валовой выручкой и явными (бухгалтерскими) издержками.

Однако, согласно экономической теории, в экономические издержки должна входить стоимость услуг всех факторов производства, независимо от того, покупаются ли они на рынке или являются собственностью фирмы. Как уже было отмечено, любые затраты, а

значит, и издержки производства, должны рассматриваться с точки зрения ценности альтернативных возможностей, которыми приходится жертвовать. Так, любой предприниматель, выбирая сферу приложения своих предпринимательских способностей, сравнивает альтернативные варианты с точки зрения ожидаемых выгод и выбирает наиболее эффективный для себя вариант. Решив, например, заняться производством мебели, он, по существу, отказывается (жертвует) от получения дохода в сельском хозяйстве или страховом деле. Этот упущенный, или альтернативный доход должен входить в издержки.

Используя собственные ресурсы (собственный капитал, собственную землю, собственные предпринимательские способности), владелец этих факторов не несет явных денежных затрат, это неоплачиваемые, или неявные, издержки**.** Но это именно издержки, поскольку они могут быть представлены в денежной форме в виде платежей, которые могли бы быть получены фирмой при альтернативном использовании данных внутренних ресурсов. Потеря этих платежей и означает, что фирма несет издержки. Иными словами, любая конкурентная рыночная ситуация характеризуется как известной неопределенностью в результате динамичности экономической системы, так и значительным контролем над производством и ценами в результате монополизации рынков.

Именно эта неопределенность рынка, с одной стороны, и монополизация рынка, с другой, и порождают экономическую прибыль, получаемую отдельными предпринимателями как дополнительный, избыточный доход, превышение полной выручки над полными издержками.

Можно выделить несколько причин появления этого дополнительного дохода. Во-первых, экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за принятие предпринимателем риска, связанного с неопределенностью, присущей развитию рыночной экономики. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что риски в экономической деятельности носят разный характер. Вероятность некоторых событий, порождающих риски, например, стихийного бедствия, пожара, несчастного случая, кражи и т. п. может быть исчислена. Чтобы избежать таких рисков, фирмы прибегают к страхованию и несут определенные затраты . В этом случае плата за риск входит в издержки. Однако в рыночной экономике существуют и другие виды рисков, порождаемые непредсказуемыми изменениями спроса и предложения, которые оказывают существенное влияние на положение фирмы. Эти изменения могут быть связаны как с общим изменением конъюнктуры на рынке в ходе экономического цикла, так и с последствиями экономической политики государства, которое, изменяя правовую базу экономики, а также используя косвенные методы регулирования (бюджетно-налогового, денежно-кредитного, внешнеэкономического), в значительной степени определяют условия хозяйствования отдельных фирм. Кроме того, на уровень дохода, получаемого фирмой, оказывают влияние и постоянные изменения во вкусах и предпочтениях потребителей, в предложении ресурсов и т. д. Все эти изменения в экономике (независимо от того, порождаются они циклическими, структурными или политическими факторами) могут стать для фирмы причиной как дополнительных доходов, так и убытков. Другими словами, предприниматель сталкивается в своей деятельности с нестрахуемыми рисками**.** Взятие на себя этих нестрахуемых рисков является одним из источников экономической прибыли.

Во-вторых, экономическую прибыль можно рассматривать как вознаграждение за .инновации. Одной из важнейших причин динамичного характера рыночной экономики

является деятельность самих предпринимателей, направленная на внедрение новых технологий, освоение достижений науки и техники, совершенствование форм и методов организации производства и т. д. Стимулом к такого рода инновационной деятельности является стремление снизить издержки производства и таким образом добиться преимущества в конкурентной борьбе и получить большую прибыль. Вместе с тем необходимо иметь в виду, что разработка и внедрение инноваций также связаны со значительной неопределенностью. До начала реального процесса производства никто не может гарантировать, что новые технологии окажутся эффективными, а новый вид продукции принесет прибыль. Другими словами, инновации также могут стать для фирмы причиной как дополнительных доходов, так и убытков. Следовательно, предприниматель, решаясь на осуществление нововведений, рискует, но платой за этот риск, в случае успеха, может стать экономическая прибыль.

Наконец, в-третьих, источником экономической прибыли может стать обладание монопольной властью на рынке. Как мы уже знаем , монополист имеет возможность, изменяя объемы предложения, влиять на величину рыночной цены и устанавливать ее на уровне, превышающем предельные издержки, что позволяет ему получать сверхприбыль. Предприниматель всей своей деятельностью стремится к получению конкурентных преимуществ и, следовательно, монопольной власти. Вместе с тем обладание монопольной властью в известной степени снижает для предпринимателя степень неопределенности экономической ситуации, а значит, и способствует уменьшению риска потерь и убытков.

В целом следует подчеркнуть, что движущей силой экономического развития в большинстве случаев выступает именно новаторская деятельность предпринимателей, связанная с предвидением, оригинальностью мышления, инициативой, смелостью, умением брать на себя риск и т. п. Таким образом, если предпринимательство выступает как фактор, нарушающий равновесие рынка, смещающий кривые спроса и предложения в иное положение под воздействием открытия новых технологий, новых рынков, создания новых видов продукции, изменения рыночных структур и т. п., то и прибыль не может выступать как равновесная цена.

Научные подходы к определению категории "прибыль", к ее содержанию в современных условиях имеют важное значение для процесса управления прибылью. По мнению российского экономиста, профессора И.А. Бланка, "... управление прибылью представляет собой систему принципов и методов разработки и реализации управленческих решений по всем основным аспектам ее формирования, распределения и использования на предприятии.

Среди экономических теорий, связанных с предпринимательской деятельностью, теория прибыли характеризуется экономистами как одна из наиболее сложных. Эта сложность определяется многообразием сущностных сторон, которые отражает категория прибыли в экономике, а также многообразием характеристик, в которых она выступает:

1. Прибыль представляет собой форму дохода от конкретного вида деятельности. Это - внешностная, наиболее простая форма выражения прибыли. Отметим, что для полной характеристики прибыли она недостаточна, так как существуют определенные виды деятельности, не связанные с получением прибыли.

2. Прибыль является формой дохода предпринимателя, вложившего свой капитал для достижения коммерческого успеха. В этом случае категория прибыли неразрывно связана с

категорией капитала, ее можно считать характеристикой цены функционирующего капитала.

3. Прибыль не может считаться гарантированным доходом предпринимателя, вложившего свой капитал в бизнес. Она скорее является результатом успешного осуществления бизнеса и, в определенной мере, платой за риск осуществления предпринимательской деятельности. Уровень прибыли и уровень предпринимательского риска находятся между собой в прямо пропорциональной зависимости.

4. Прибыль характеризует часть дохода за вычетом понесенных затрат на осуществление этой деятельности. В количественном выражении прибыль является остаточным показателем, представляющим собой разность между совокупным доходом и совокупными затратами.

5. Прибыль является стоимостным показателем, выраженным в денежной форме. Эта форма оценки прибыли связана с практикой обобщенного стоимостного учета всех связанных с ней основных показателей: вложенного капитала, полученного дохода, понесенных затрат и т.п., а также с действующим порядком налогового ее регулирования.

С учетом рассмотренных основных характеристик прибыли ее понятие (экономическую трактовку) в обобщенном виде можно сформулировать следующим образом: прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход на вложенный капитал, характеризующий вознаграждение за риск осуществления предпринимательской деятельности, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами в процессе осуществления этой деятельности. На рис. 1 приведем основные характеристики значения прибыли предприятия.

Рис 1. Основные характеристики прибыли предприятия

В современном бухгалтерском учете основные подходы к трактовке прибыли и ее распределению систематизированы на классических теориях и тех концепциях, которые положены в основу европейских и международных стандартов.

Принятие Концепции бухгалтерского учета в рыночной экономике России, становление законодательной базы по бухгалтерскому учету и последующее развитие бухгалтерских стандартов, логически взаимосвязано с необходимостью обеспечения сохранения капитала собственников и зашиты интересов кредиторов. Распределение прибыли, первоначально закрепленное еще в 1995 году в Федеральном законе № 208-ФЗ "Об акционерных обществах", указывало на возможность выплаты дивидендов только из чистой прибыли, понятие которой из логики и целей построения современного баланса недостаточно раскрыто в теории. Между тем, такое понимание чистой прибыли согласуется современными концепциями поддержания капитала, которые нашли свое отражение в ряде национальных и международных стандартах учета и отчетности.

Изучение германского и французского торгового права, ГААП США, МСФО позволило выделить несколько трактовок концепции поддержания капитала, обусловленных прибылью:

- концепции поддержания финансового капитала, позволяющая доказать, что "прибыль есть увеличение номинальной суммы капитала в денежном выражении";
- концепции поддержания покупательной способности капитала, означающая, что прибыль есть увеличение инвестированной покупательной способности капитала;
- концепции поддержания физического капитала, при которой прибыль рассматривается как увеличение производственной способности капитала;
- концепции поддержания уровня ожидаемой прибыли, предусматривающая превышение прибыли над доходом от возможного альтернативного вложения капитала;
- концепции поддержания капитала во времени, при которой прибыль рассматривается как превышение дисконтированной стоимости капитала за отчетный период над стоимостью капитала на начало этого периода.

В российской экономической литературе приводится концепция поддержания капитала, которая базируется на понятии чистых активов, что позволяет использовать трактовку прибыли как прироста чистых активов для различных целей, в том числе и для анализа ее распределения и для формирования отчетности.

Заметим, что информационная база или система информационного обеспечения управления прибылью представляет собой результат непрерывного целенаправленного подбора соответствующих показателей, необходимых для осуществления анализа, планирования и подготовки эффективных управленческих решений по всем аспектам формирования распределения и использования прибыли предприятия.

В рамках любого из рассматриваемых подходов к содержанию категории "прибыль" можно добиться формирования не одного, а целой системы показателей и образующих их элементов. Состав таких показателей подвержен интерпретации со стороны пользователей учетной информации и отчетности, круг которых представлен на рисунке 2.

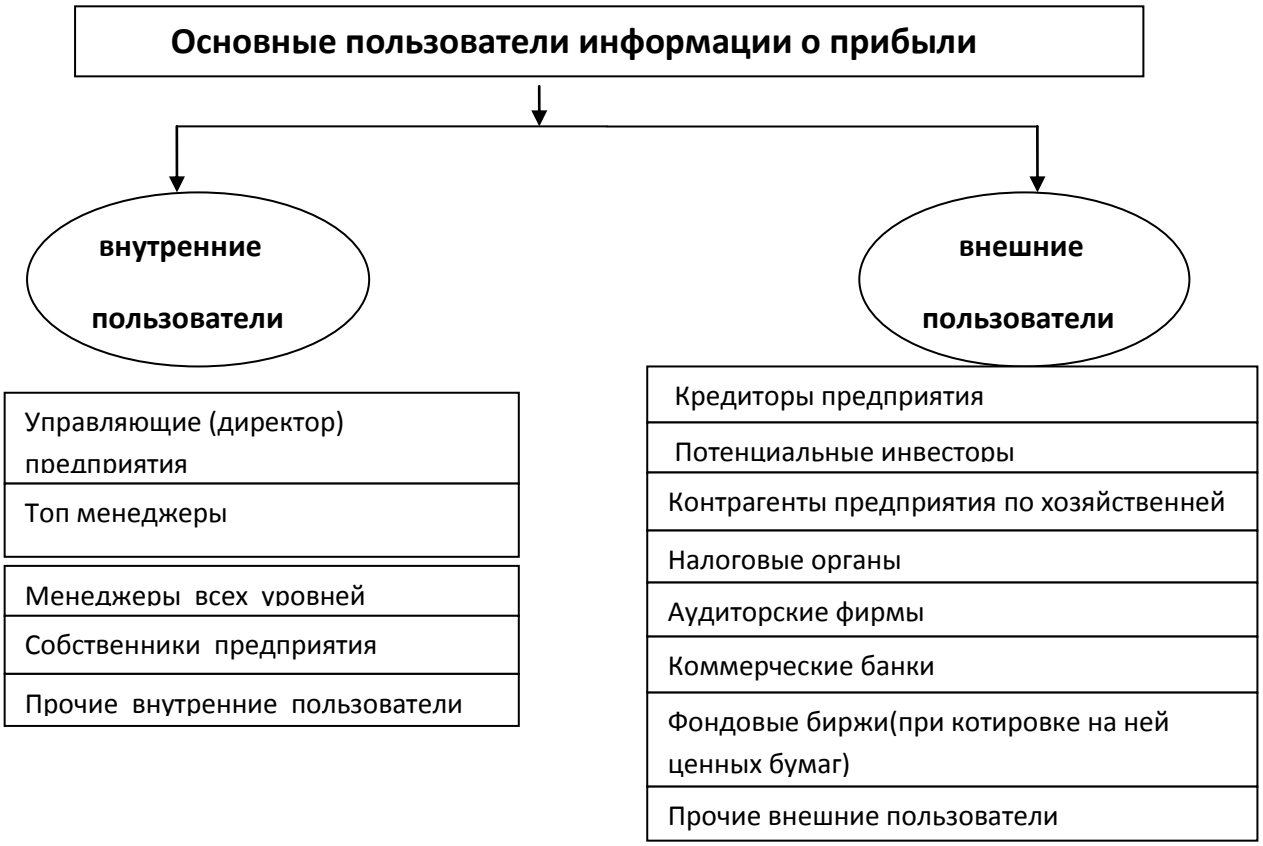


Рис 2. Состав основных пользователей информации о прибыли предприятия

Поэтому содержание категории "прибыль" вызывает особый научный интерес не только с экономической и исторической точки зрения, но и с почти методических основ определения величины этого показателя, формируемого в бухгалтерской (финансовой) отчетности предприятия.

В теории бухгалтерского учета для обоснования собственных источников средств (разница между активом баланса и обязательствами) чаще всего применяются ставшие уже классическими концепции прибыли:

- синтаксическая концепция (структурный подход);
- семантическая концепция (интерпретационный подход);
- прагматическая концепция (прогнозный подход).

Появление концептуальных подходов для отражения прибыли в отчетности и ее интерпретации Э.С. Хендриксен и М.Ф. Ван Бреда объясняют наличием критики, которой подвергается информация о "бухгалтерской прибыли"

1. Концепция бухгалтерской прибыли пока не имеет четкой формулировки.
2. Не существует сложившейся теоретической основы для исчисления бухгалтерской прибыли и отражения ее в финансовой отчетности.
3. Общепринятая учетная практика не требует соблюдения принципа последовательности в оценке прибыли отчетного периода различных фирм.
4. Колебания цен изменяют значение прибыли, исчисленной в валюте прошлых лет (в исторических долларах).
5. Для акционеров и других инвесторов при принятии инвестиционных решений другая информация может быть более полезной.

Концепции, их содержательная характеристика, безусловно, обогащают теорию бухгалтерского учета прибыли и способствуют глубокому пониманию сущности этой категории с позиции концепции бухгалтерской отчетности(рис. 3).

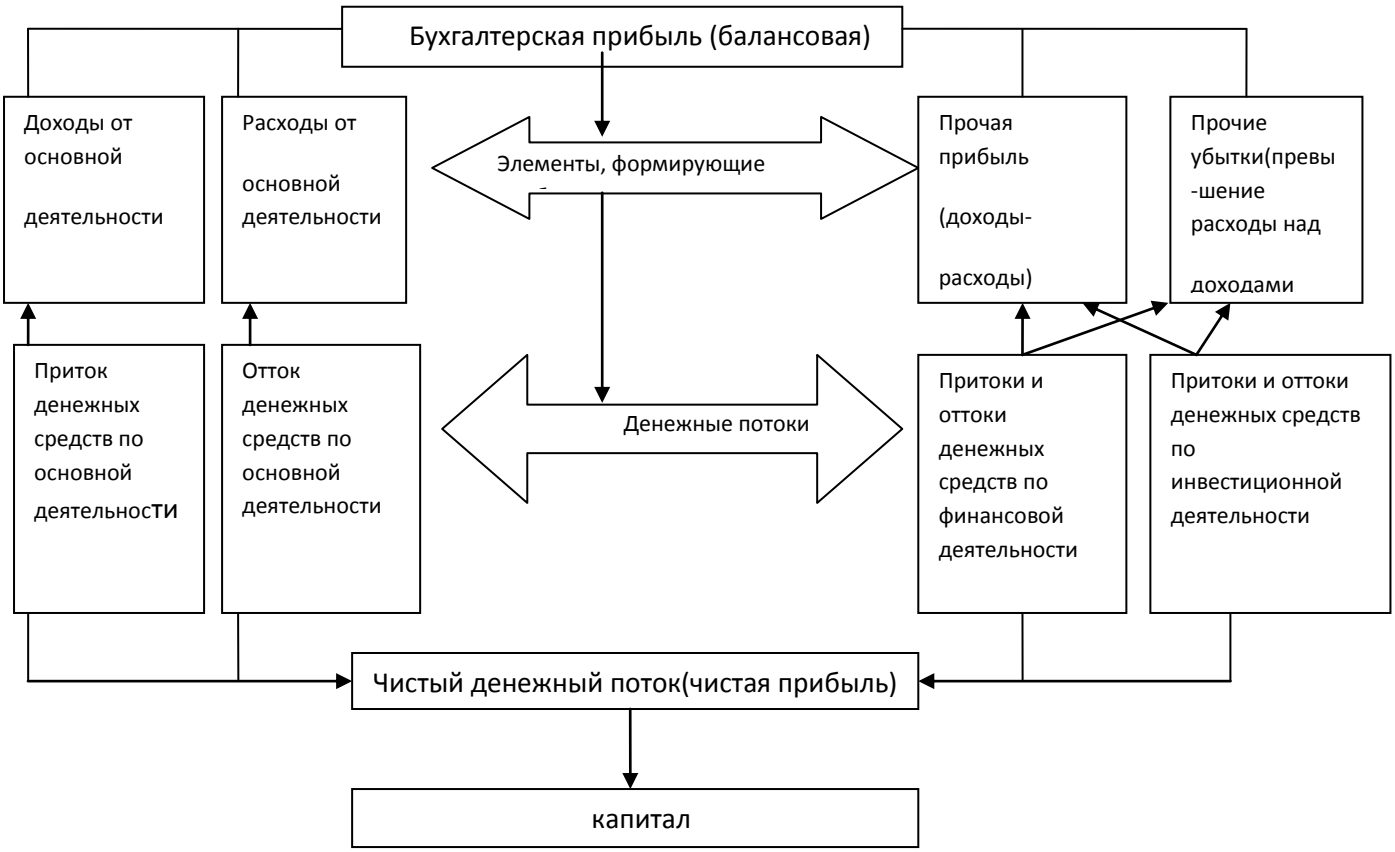


Рис 3. Концепция прибыли с позиции отражения ее в отчетности

1. Прибыль в рыночном хозяйстве является вознаграждением предпринимательства как фактора производства. Нормальная прибыль как минимальный доход предпринимателя, необходимый для привлечения и удержания этого ресурса в данном производственном процессе, представляет собой часть полных издержек производства. Экономическая прибыль возникает в том случае, если общая выручка превышает все издержки - и внешние, и внутренние.

В статичной экономике, когда ее важнейшие параметры - численность населения, предложение ресурсов, технический уровень производства, вкусы и предпочтения потребителей - остаются неизменными, экономическая прибыль (сверх вознаграждения за управленческий труд и дохода в форме чистой производительности капитала) исчезает.

В условиях динамичной экономики экономическую прибыль можно рассматривать, во-первых, как вознаграждение за принятие предпринимателем риска, связанного с неопределенностью, присущей развитию рыночной экономики, во-вторых, как вознаграждение за инновации и, в-третьих, как доход, порождаемый обладанием монопольной власти на рынке.

Экономическая прибыль выполняет важные функции в рыночной экономике. С одной стороны, ожидание экономической прибыли стимулирует наиболее эффективное

использование ресурсов, снижение издержек производства, внедрение технических нововведений. С другой стороны, существование экономической прибыли способствует эффективному распределению ресурсов между альтернативными способами их применения, переливу ресурсов в те отрасли, на продукцию которых существует высокий спрос.

Список литературы:

1. Абрютина М.С., Грачев А.В. Анализ финансово - экономической деятельности предприятия М.: Дело и Сервис, 2000.
2. Аверчев И.А. Подготовка международной финансовой отчетности российскими предприятиями и банками. М.: Вершина, 2005.
3. Каратаева Г.Е. Методология учета прибыли и управления налоговыми рисками. М., 2009.
4. Чепурина М.Н. Киселевой Е.А. Экономические теории. АСА, 2009 .
5. Бланк И.А. Управление прибылью. 2 изд. К.: Ника – Центр, Эльга, 2002.

IMPLICATIONS OF TAX REGULATIONS ON SUCCESS OF THE PROCES OF GOUVERNING PERSONAL FINANCES

***Buljan Barbaca Domagoja**, PhD., prof.,*
***Piplica Damir**, PhD, lect.,*
University of Split, Croatia

Financial analyses performed as a part of the process of the financial counseling for private entities usually doesn't emphasize the importance of tax regulation on portfolio efficiency. Even when tax regulations are not completely ignored by financial counselor time horizon for certain financial instruments is not entirely taken into consideration. Possibilities of investment for the general public grow in its diversity and volume in last decades, but performances of new products are still not completely known. One of the financial products that represents rather new financial instrument is product offered by insurance companies- life insurance policy. Consumption of financial instruments, including life insurance policy, has a great effect on the level of quality of life. Whether its implications are visible, in short term period or in long term period, it's undoubtedly consumption with significant impact factor on life of each private person.

Our main hypothesis is that the effect of contemporary tax regulations has great implications on efficiency of personal portfolio which includes life insurance policy. In this survey we will analyze implication of tax regulations on performance of life insurance policy, we will summarize our founding and create suggestions for improvement of current situation.

***Key words:** financial analyses, tax regulations, financial planning, portfolio efficiency.*

Introduction

Governing of Personal Finances is a complex process of planning, collecting, allocation and spending of the money [2, p. 101]. In the times of crisis all the mistakes made in process of governing Personal Finances represent irreversible loss of financial assets for each person and its household. Post-transitional countries don't have a traditional know-how and also don't have educational support to increase financial literacy for general public. Lack of financial literacy can lead individuals and households to poverty. This is the reason why this subject in question becomes more and more topical.

Knowledge and skill of governing personal finances depends on many factors, but in this survey, we will concentrate our research on performances of specific financial product-life insurance policy. This is financial product introduced to Croatian insurance market only two decades ago, and many persons become users of this product without knowing what the performances of the product are. Offer of investment products for general public in Croatia is very limited if we compare it to the offer in more developed countries. This makes the knowledge on use of life insurance policy even more important.

Certain tax regulations encourage general public to consume some financial products but on the other hand they discourage general public to consume other ones. Our goal is to define benefits for general public which are produced as side effects of consummation of life insurance policy and to compare it with benefits that result from consumption of some other investment products.

Method and Methodology

In this survey we will analyze implications of the tax regulation on life insurance policy efficiency as saving or investment product for general public in Croatia. For the purposes of this paper, an empirical research has been carried out with the attempt to evaluate effectiveness of life insurance policy. The methodology used to analyze implications of tax regulations on life insurance policy is case study . In order to connect the findings with efficiency of other financial instruments comparison will be provided. On the basis of the results recommendations will be presented in the form of conclusions.

1. Governing of Personal Finances in Croatia

General public in European post-transitional countries, including Croatia, don't have a tradition or necessary knowledge to deal with contemporary financial instruments. In process of forming even high quality educational programs in field of Finances most underestimated field of study in majority of European countries is definitely the field of Personal Finances [2, p. 101]. Majority of population is left on its own when it comes to creating their financial policy. Necessity of academic and complex approach to this field of study has been recognized already long time ago in USA. In USA financial theoreticians have gone one step further and have established [10] a collaboration between experts from different field of study in order to find optimal solutions for individual finances.

Croatian government has also recognized necessity to deal with low level of financial literacy among its citizens. Some plans have already been made, but for now it didn't move to second stage.

In main time financial market has been flooded with new financial instruments that general public consumes without understanding all the consequences and side effects this consumption could cause in the future. It is especially visible in the changes of participation in the structure of extended loans to households which use to be in 1990 around 10 % of all amount of issued loans, now represents leading role as we can see in Table 1.

Table no. 1

Structure of extended loans (gross) by institutional sectors in Croatia in 2012

Sector	Share
Government units	12,2%
Financial institutions	3,3%
Enterprises	39,8%
Households	43,8%
Other	0,8%
Total	100,0%

Source: *www.hnb.hr, (acceded 10.5.2013)*

If this is not sufficient evidence of inadequacy of level of financial literacy of Croatian citizens than we can analyze the data concerning utilization of the money that is offered in Table 2, the structure of allocation of loan money is different then in other developed countries such as USA or EU where "other loans" represent around 18% of all loans issued to general public.

Table no. 2

Loans to households – structure in Croatia in 2012

Type of loan	Share
Housing loans	46,62%
Mortage loans	2,43%
Car loans	2,67%
Other loans	48,28%

Source: *www.hnb.hr, (acceded 10.5.2013)*

Very similar situation is in the domain of saving and investment products. People are superficially informed on some products and this information combined with low level of financial literacy can't lead to optimal results

According to Du and Kamakura [7, p. 122], distribution and manipulation of financial products, determinates the position where the individual is with respect to financial maturity. It is this selection of instruments can determine the manner in which the individual is positioned in terms of their personal financial ratings. Kamakura explains that there are several levels of financial maturity with regard to the selection of financial products that individuals use. The division is performed as follows:

- 1st level on the scale of financial maturity is the level of basic products: Bank account, Savings / deposit account, Credit card, Mortgage and Loans.
- 2nd level on the scale dealing with products that are used for risk management and creating cash reserves: Life Insurance, Pension funds and Time savings.
- 3rd level on the scale of financial maturity of capital markets products are: Stocks and bonds, Foundation and Personal portfolio.
- 4th level of risky securities that constitute their primary purpose other than to have the property that became tax relief: Government bonds.

If we check data presented in Table 3 we can see what the structure of household's financial assets is.

Table no. 3

Structure of household's financial assets –in Croatia in 2011

Financial assets	Value in mil. HRK	Share
Cash	17.074	6,21%
Saving in banking institutions	158.960	57,85%
Deposits with housing savings banks	5.884	2,14%
Mandatory Pension Funds	39.690	14,44%
Voluntary Pension Funds	1.894	0,69%
Insurance products	12.570	4,57%
Shares	25.713	9,36%
Bonds	973	0,35%
Commercial bills	32	0,015%
Other securities	13	0,005%
Portfolio accounts	159	0,06%
Open investment funds	7.653	2,79%
Closed investment funds	892	0,32%
Investment funds with special purpose	3.269	1,20%
Total	**274.777**	**100**

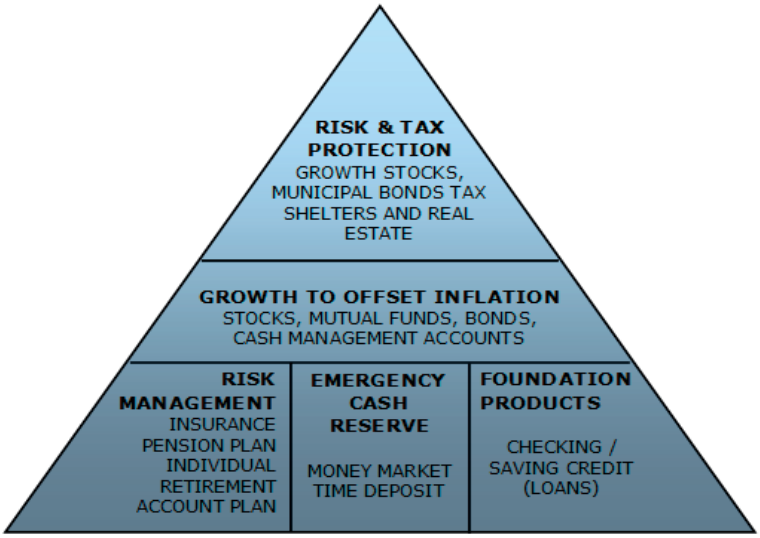
Source: *Adopted from several sources; HNB, HANFA,*

If we connect presented data with Kamakura's theory we can see that majority of Croatian citizens find their place at the 1st level of maturity scale. This gives us possibility to conclude that knowledge and skills in dealing with financial instruments are still not developed in sector of general public. Financial freedom of each individual can also be discussed thru analyzes of

frequency in use of certain financial instruments. Figure 1 presents pyramid of financial freedom by putting financial instruments in certain order.

Figure no. 1

Pyramid of financial freedom



Source: *Adopted from Kamakura W.A., Ramaswami S.N., Srivastava R.K.: Applying Latern Trait Analysis in Evaluation of Prospects for Cross-selling of Financial Services, International Journal of Research in Marketing, Vol. 8 No.4,pp.329-49., 1991.*

It is becoming obvious that Croatian citizens choose basic financial product that can guarantee them only low level of financial freedom.

2. Life Insurance Policy as investment tool for general public

Croatian pension system as a pension system in many European countries is currently at risk of collapsing. Number of beneficiaries (retired persons) in comparison with number of payers (working persons) has changed from 1:4 in 1993. to 1:1,18 in 2012., meaning that only 1,18 persons are working for 1 retired person. There are several reasons that led to this ratio:

- Socio-demographic trends show low birthrate and increase aging of population,
- After the war in Croatia many young people were retired and
- Unemployment rate has dramatically increased.

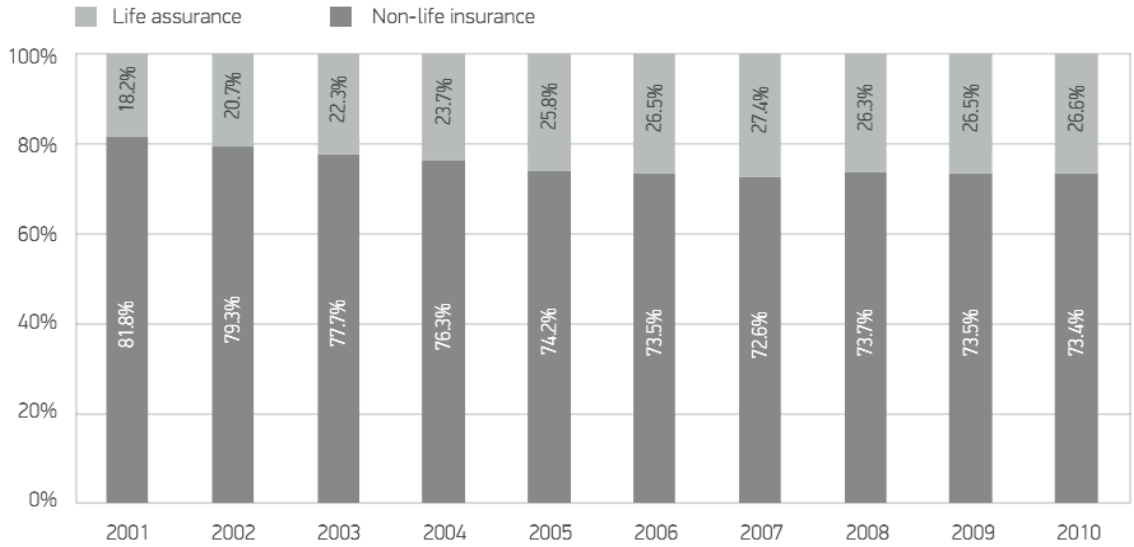
Possibilities to insure a financial future in mature age exist. Problem is the lack of awareness people have when it comes to planning there finances in long terms. With increased awareness and globally and nationally better economic situation we can expect better financial position of our future pensioners.

Currently in Croatia people can choose among various financial products depending on the level of risk they are willing to take. Persons who can deal with elevated risk can choose investments on capital market, and risk adverse persons have possibility to choose investment in different kinds of saving products. For those who are extremely risk adverse best way of saving could be life insurance policy. Life insurance policy represents complex financial instrument with two main performances: saving instrument and insurance instrument. As an insurance instrument it secures a extension of normal life for successors, without economic stresses which sudden death of family provider brings. [6, 2009] Other very important feature of life insurance policy is in its saving nature. This characteristic makes life insurance policy the financial instrument of our interest.

Life insurance policy represents rather new product on Croatian financial market. Due to the tradition of Croatian insurance companies and legislative frame which emphasize some non-life insurance policies as obligatory, the market of life insurance is still undeveloped. Importance of insurance industry in frames of national economy is usually measured by insurance density which represents investment in insurance products per capita. But for our research more interesting is ratio of Life and Non-life insurance in total gross written premium, and the trends in this ratio.

Chart no. 1

Ratio life and non-life insurance in Croatia

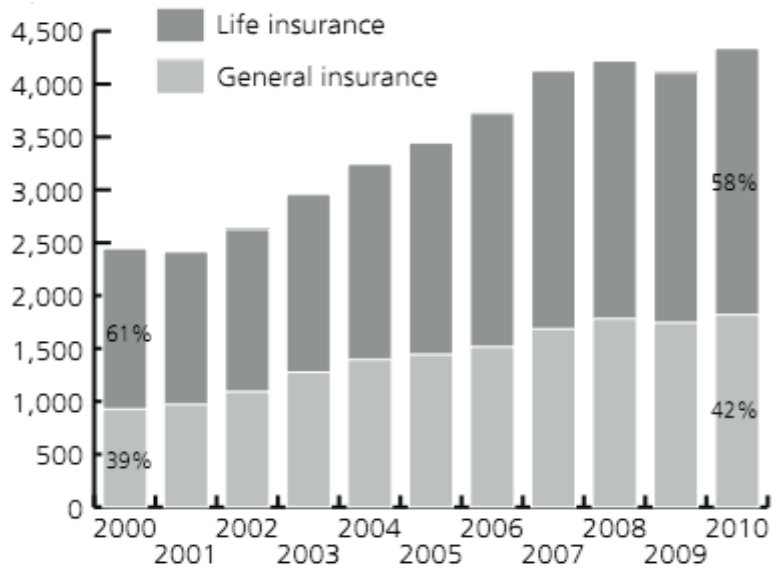


Source*: www.hanfa.hr*

From Chart no.1 it's visible that there is a great disproportion in consumption of non-life and life insurance products. But we can see that trend of growth in life insurance products exist. In Chart 2. we will see what is current world average.

Chart no. 2

Ratio life and non-life insurance world average



Source: *Swiss Re, www.swissre.com*

The comparison of data from Chart 1. with those from Chart 2. lead as to conclusion that on Croatian market we still have a large capacity of growth in life insurance sector.

3. Tax deductions as a means for achieving of certain goals of economic politics

Tax deduction represents each reduction of basis of tax payer and is calculated before the amount of debt of tax payer is established. With tax deductions it is possible to achieve certain goals of economic politics and stimulate certain activities of wider social interest but they can also have somewhat different meaning. It happens often that the reasons for approval of tax deductions at the income tax overlap which can make the classification of tax deductions according to their types harder. Each single tax authority prescribes certain conditions for acquiring of right on tax deductions which are than established within the procedure of determination. The more the system of tax deductions is detailed in a society the more it causes greater costs to tax administration and on the other hand diminishes the income in state budget.

Tax deductions for life insurance premiums are classified as non standard tax deductions of income tax and so sometimes a question of their economic or some other form of validity is raised. It is possible to establish their total amount only after each tax payer submits to the tax administration the concrete payments for life insurance premiums and other so it is difficult to predict their amount and this can cause certain problems at collection of tax income. Due to the actual economic crisis there is a strong pressure for suspension of non standard tax deductions of income tax and especially those referring the life insurance premiums and others due to the need to balance the state budget and the possibility to use these financial means for other, more important goals of economic politics such as employment incentives, economic growth and sim.

But in case you analyze the tax deductions on income tax for life insurance premiums, voluntary pension savings and similar in compliance with the so called consumption concept (deducting the savings from income tax) the meaning of suspension of such forms of non standard tax deductions becomes rather doubtful. Namely each individual that pays such insurance creates for him/herself the presumption and possibility for acquiring of good quality life, health, pension and other standards that would otherwise charge directly or indirectly the state budget. Therefore some authors consider precisely that tax deductions for life and other forms of insurance should stimulate self-insurance of individuals. [4]. This is the reason why some states insist on tax deductions for some forms of savings namely personal investments though there is a certain trend from the end of last century which eliminates most of non standard tax deductions.

At determination of income from independent activity it is logical to deduct the expenses from the income but the situation is different when an income from non independent activity and personal consumption are determined by application of objective net principle. Within the period of independence, more precisely with the tax reform from 1994 that was based on consumption concept the Croatian legislation included in non standard tax deductions life insurance premiums, additional health insurance voluntary pension insurance and similar. The tax reform from 2010 changed to application of income concept so the forms of non standard tax deductions were extended and this influenced to the total tax income in Croatia. This again resulted with limitation of tax deductions in 2005 for better filling of state budget. Global economic crises had impact on this trend of diminishment of outflow of budget funds through various forms of tax deductions so the tax reform from 2010 suspended almost all forms of tax deductions (apart from donations). Due to the discontinuity in implementation of tax politics having as the guidelines short term political goals of executive government the instability of business conditions come as a result which can not be welcome in business world.

4. Process of taxation of income realised with the payment of life insurance policy in Croatia (case study)

If we analyze the income from life insurance with the characteristic of savings (as well as income from the voluntary pension insurance from the third pillar) paid by Croatian insurers to the insurance beneficiaries referring the period of insurance of paid premiums, these are the taxable receipts from insurance unless these premiums were tax deductible expenses in the period from July 1, 2001 until June 30, 2010. Also in case of repurchase of life insurance policy with the characteristic of savings as well as voluntary pension insurance policy namely in case of termination of insurance such receipt that would be less than the insurance premiums paid would be considered as income. The reasons for taxation of the receipts quoted are that the payment of insurance premium in Croatia within the period from July 1, 2001 up to June 30, 2010 was considered as the tax expense and from July 1, 2010 on it is exempt from the payment of tax.

From the receipts from life insurance with characteristics of savings and voluntary pension insurance the tax on the income from insurance is paid as well as the surtax to income tax that is the receipt of the local self administration, of course in case such is prescribed with its decision and on which territory the tax payer has the residence. Croatian legislation does not prescribe that on income from insurance obligatory contributions are to be paid. From July 1, 2010 the income tax is not paid on premiums of voluntary pension insurance that the employer pays in favor of employees to Croatian voluntary pension fund up to the amount of 500,00 kn monthly which makes the total of 6.000,00 kn per year. But the insurance premiums that the employers pay for employees on behalf of life insurance, additional, supplementary and private health insurance or insurance of their property are considered as the salary and are taxed as the income from the non independent work of an employee.

In the period from July 1, 2001 up to June 30, 2010 the receipts from the paid and tax deductible premiums of life insurance with the characteristic of savings and voluntary pension insurance are considered as the income from the insurance. In case of repurchase of life and voluntary pension insurance policy or termination of insurance such amount of receipt that is less than the paid insurance premiums would be considered as income. The tax payer of the income tax from the insurance would be each physical person in Croatia that realises the receipt on behalf of the paid life insurance with characteristic of savings paid premiums and voluntary pensions insurance and these insurance premiums were tax deductable expenses in the insurance period from July 1, 2001 up to June 30, 2010. Also the tax payers would also be the physical persons that realise the income on behalf of the paid premiums of voluntary pensions insurance and these premiums were tax deductible expenses from July 1, 2010.

We would like to underline that the paid life insurance premiums with characteristic of savings (like some other forms of health insurance) were considered as tax deductible expenses by tax authorities and for the period from July 1, 2001 up to June 30, 2010 at the determination of income. There were some exemptions to this that referred to the paid insurance premiums in case the income within the tax period was taxed in forfeit amount.

The amount of the tax deductible expense for the period from July 1, 2001 up to December 31, 2002 was no more than 12.000,00 kn during the tax period for the paid premiums of life insurance with characteristic of savings and similar. In the period from January 1, 2003 up to December 31, 2004 the basis for taxation of income could have been diminished for no more than 12.600,00 kn, in the period from January 1, 2005 up to December 31, 2009 it was possible to deduct the taxable receipts in Croatia for no more than 12.000,00 kn per year and from January 1,

2010 up to June 30, 2010 the reduction of taxable receipts could have been no more than 6.000,00 kn per year. The insurer had to calculate, suspend and pay the advance income tax from insurance.

Example no. 1. Calculation of advance tax on income from life insurance and surtax to income tax.

An insurance company pays in October 2012 to a tax payer the receipt from life insurance with the characteristic of savings in the amount of 82.500,00 kn. Tax payer has been paying the life insurance with the characteristic of savings premium each month until July 2012. From 2005 to June 2010 the employer has reduced the income to the tax payer each month at the calculation of the advance tax on income for 400,00 kn on behalf of the paid premiums of life insurance with the characteristic of savings which was recognized to the employee as the tax deductible expense (totally 26.800,00 kn). The employee's residence was in Split so the surtax to the income tax was 10%.

As the premiums of the life insurance with the characteristic of savings were tax deductable expenses so the receipts on that behalf were considered as income. Therefore the insurance company with the payment of the receipt from the life insurance with the characteristic of savings paid also the advance tax on the income from the insurance in the amount of 3.216,00 kn as well as the surtax in the amount of 321,60 kn.

Table no. 4

Calculation of advance tax on income from life insurance and surtax to the income tax

Description	Amount in kunas
Total receipt from the life insurance	82.500,00
Taxable receipt on behalf of life insurance (tax deductible expense)	26,800,00
Tax (12%)	3.216,00
Surtax to the income tax (10%)	321,60
Total tax and surtax	3.537,60
Net receipt	78.962,40

Source: *proper calculation, Croatian tax legislation*

Example no. 2 Case with no calculation of advance tax on income from life insurance and surtax to income tax

An insurance company in Croatia pays in October 2012 to an insurance beneficiary the amount of 82.500,00 kn on behalf of receipt from the life insurance with the characteristic of savings. The insurance beneficiary has been paying the premium of the life insurance with the characteristic of savings up to July 2012. Within the period of insurance the insurance beneficiary's income was not reduced on behalf of the paid insurance premiums. Due to this fact the insurance company at the payment of the amount insured has no duty to pay the advance tax to income from the insurance as well as the surtax to the income tax.

Example no. 3 Case when insurance premiums are considered as salaries

An insurance company in Croatia pays in October 2012 to an insurance beneficiary the income from the life insurance with the characteristic of savings. The insurance beneficiary is employed in some company in which his employer from April 1998 up to June 2012 each month paid for its employee to the insurance company the premium of life insurance with the characteristic of savings in the amount of 400,00 kn. Insurance premiums that the employer paid for each employee on behalf of the life insurance with the characteristic of savings were

considered as salary and were taxed as the income from non independent work at each payment of premium . Due to this fact the insurance company at the payment of the insured amount has not an obligation to pay the advance income tax from the insurance as well as surtax to the income tax.

The examples could be also different depending on whether the insurance beneficiary at certain moment was Croatian resident, whether he or she became resident in some other country with which Croatia has or does not have the agreement on double taxation and similar. In compliance with Croatian legislative regulations the receipt from the interests on kuna and foreign currency savings deposit (term or sight deposit) on giro account, current and foreign currency account realised from the banks, savings cooperatives as well as those from interests on securities are not considered as the income (and hence income tax can not be calculated and collected). But it is interesting to underline that from March 1, 2012 the payments of profit and dividends made to physical persons and foreign legal entities at the rate of 12% have become taxable.

Conclusions:

As we could see from examples presented in Chapter 4 tax regulations have great influence on the performances of life insurance policy in Croatia. Life insurance companies have to meet more challenges then the banks wit classic bank savings that are non-taxable. On the other hand they are selling a product that majority of population don't understand although they have a need for such financial product. Equal tax regulations should be applied on all saving and investment product. That is only way to assure "far play" among financial products and financial institutions and also to make financial products more understandable to Croatian citizens.

General public in Croatia has to face one simple truth: they are on there own when it comes to governing there financial future. All the efforts made by the state to secure financial future to retired persons are uncertain. To diminish this uncertainty each individual should consider diversification of his own portfolio. Saving and investing should become a habit to everyone who takes seriously in consideration own financial future.

References:

1. BULJAN BARBAČA, Domagoja. *Security analysis: principles and technique,* Edition: 3, illustrated, Published by McGraw-Hill Professional, 2005.
2. BULJAN BARBAČA, Domagoja, MATOŠIĆEVIĆ RADIĆ Mijana. *Rational governing of Personal finances as a result of teaching process*, *Economy Transdisciplinarity Cognition vol.3.* Bacau, Romania, 2010.
3. BULJAN BARBAČA, Domagoja, MATOŠIĆEVIĆ RADIĆ Mijana: *Pension Sceme and how did Croats get poor*, *Economy Transdisciplinarity Cognition vol.1.*, Bacau, Romania, pp. 9., 2011.
4. CNOSSEN, S. , MESSERE, K. *Income Tax Reforms in OECD Member Countries*, IBFD Bulletin, 40 (10), 463-483, 1990.
5. Croatian central bank, www.hnb.hr , different publications
6. ĆURKOVIĆ, M. *Ugovor o osiguranju osoba,* Inženjerski biro, Zagreb, 2009.
7. DU R.Y., KAMAKURA W.A.: *Household Life Cycles and Lifestyles in the United States*, Journal of Marketing Research, Vol. XLIII (February 2006), 121-132.
8. HANFA (Croatian agency for monitoring of the financial sector), www.hanfa.hr, (acceded on several occasions)

9. KAMAKURA W.A., RAMASWAMI S.N., SRIVASTAVA R.K. *Applying Latern Trait Analysis in Evaluation of Prospects for Cross-selling of Financial Services*, International Journal of Research in Marketing, Vol. 8 No.4,pp.329-49., 1991.
10. SCHUCHARDT J., BAGWELL D.C., BAILEY W.C., DE VANEY S.A., GRABLE J.E., LEECH I., LOWN J.M., SHARPE, XIAO J.J.: *Personal Finance: An Interdisciplinary Profession*, Financial Consueling and Planning, Volume 18, 2007.
11. SHIM S., XIAO J.J., BARBER B. L., LYONS A. C.: *Pathways to life success: A conceptual model of financial well-being for young adults*, Journal of Applied Developmental Psychology, 2009.
12. Swiss Re, http://www.swissre.com/ , (acceded 23.1.2012)

ASPECTE PRIVIND COMBATEREA COMPORTAMENTULUI DE NECONFORMARE FISCALĂ PRIN MODALITĂŢI DE EFICIENTIZARE A INTERACŢIUNII DINTRE AUTORITĂŢILE FISCALE ŞI CONTRIBUABILI

***Leonida Ionel**, dr., conf. univ.,*
Academia Română

Tax system operation and efficiency, resulting in the quantity and quality of public goods provided, the level of tax revenue collection and modeling strategies for fiscal behaviour of taxpayers, are fundamental elements of sustainable economic, social and cultural each state.

Concerns authorities were directed specifically to structural changes in tax systems, adaptive process of globalization, regional tax competition to attract capital and increase tax revenues and less on modeling aspects fiscal behaviour of taxpayers. The importance of these aspects of modelling positive behaviour should more concerned governments and scientific community for better regulation of the interaction that is created between tax authorities and taxpayers, to identify and implement strategies for interaction aimed simultaneously at least two aspects, respectively:

- ✓ *based interaction progressive transition from command-control excessive punishment for interaction with emphasis on supporting and advising taxpayers;*
- ✓ *increasing taxpayers education.*

Behavioural resetting the tax authorities and the taxpayers, leading to shape fiscal behaviour and strengthening interaction strategies based on counseling and education will require an intensive educational effort and, above all, for a long time. These situations are specific to countries in transition from a centralized system t a democratic one, as is the case in Romania and Moldova, where there are some delays in adapting to the new democratic system, that have democratic rights and duties means having. You can acquire some positive developments fiscal side, behavioral, democratization and transformation of long-term only as long as taxpayers comply with and be subject to the tax law. During adaptation to the new fiscal reality, tax systems in these countries will not generate enough revenue.

***Key words**: tax system, government, taxpayers, behaviour.*

Introducere

Contribuţia unui singur contribuabil sau a unui grup mic de contribuabili la bugetul public nu prezintă o importanţă deosebită în totalul sumelor atribuite furnizării bunurilor publice, iar calitatea şi cantitatea acestora nu se va reduce semnificativ. În situaţia în care un grup mai mare de contribuabili evită să-şi plătească impozitele, furnizarea de bunuri publice nu mai este garantată şi, astfel, toţi contribuabilii vor fi afectaţi. În această situaţie, autoritatea fiscală trebuie să proiecteze şi să implementeze mecanisme eficiente de combatere a comportamentului de neconformare fiscală. Majoritatea mecanismelor implementate de autorităţi utilizează controlul şi sancţiunile ca principale instrumente, pentru a descoperi cazurile de comportament de neconformare şi pentru a asigura o modelare pozitivă a acestuia.

Contribuabilii cu înclinaţii spre comportament de neconformare fiscală pot anticipa probabilităţile de control, din punct de vedere fiscal şi de aplicare a unor sancţiuni, ceea ce le oferă acestora posibilităţi de a alege între mai multe variante de comportament, respectiv: un

comportament de conformare fiscală perceput ca o pierdere financiară prin plata impozitelor datorate; un comportament de neconformare fiscală prin evaluarea posibilităţii nedetectării evaziunii şi anticiparea unui câştig; un comportament de neconformare fiscală şi o posibilă pierdere majoră rezultată din descoperirea evaziunii, a sancţiunii şi a pedepsei aplicate.

În acest cadru, autorităţile fiscale îşi pot ajusta mecanismele de modelare a comportamentului prin dinamica controalelor efectuate, a amenzilor şi sancţiunilor aplicate.

Incidenţe ale mecanismelor de control asupra modelării comportamentului fiscal al contribuabililor

Din literatura de specialitate privind dinamica controlului de combatere a evaziunii fiscale se desprinde concluzia că intensificarea acţiunilor de control va conduce la un comportament de conformare mai ridicat.

Cum precizam anterior, controlul şi sancţiunile sunt de multe ori considerate a fi metode utile, pentru a modela un anumit tip de comportament, fie el şi fiscal. Prin urmare, cercetările ce au studiat comportamentul fiscal s-au concentrat asupra optimizării schemelor de penalizare şi asupra eficacităţii acestora.

Abordarea noastră va analiza dinamica probabilităţilor de control şi a sancţiunilor aplicate din patru perspective:

- ✓ *Intensitate scăzută a probabilităţii de control, corelată cu amenzi severe* - aceasta presupune costuri administrative reduse pentru administraţia fiscală, însă ar putea conduce la o creştere peste măsură a amenzilor pentru încălcarea câtorva prevederi legale comise de multe persoane. De asemenea, percepţia contribuabilului asupra probabilităţii scăzute de control ar putea încuraja comportamentul acestuia de neconformare la plată. Acest posibil efect poate fi totuşi substituit de percepţia severităţii amenzilor;
- ✓ *Intensitate ridicată a probabilităţii de control, corelată cu amenzi mici* - aceasta presupune costuri administrative ridicate pentru administraţia fiscală şi încasări reduse, ceea ce ar solicita o creştere a amenzilor. De asemenea, percepţia contribuabilului asupra probabilităţii ridicate de control ar putea încuraja comportamentul acestuia de conformare la plată. Acest posibil efect poate fi totuşi substituit de percepţia „blândeţii" amenzilor;
- ✓ *Intensitate scăzută a probabilităţii de control, corelată cu amenzi mici* - aceasta presupune costuri administrative reduse pentru administraţia fiscală şi încasări reduse, ceea ce ar solicita o creştere a amenzilor. De asemenea, percepţia contribuabilului asupra probabilităţii reduse de control, corelată cu „blândeţea" amenzilor ar încuraja comportamentul acestuia de neconformare la plată;
- ✓ *Intensitate ridicată a probabilităţii de control, corelată cu amenzi severe* - aceasta presupune costuri administrative ridicate pentru administraţia fiscală şi încasări echivalente. De asemenea, percepţia contribuabilului asupra probabilităţii ridicate de control, corelată cu severitatea amenzilor ar încuraja comportamentul acestuia de conformare la plată.

Din punct de vedere al eficacităţii administraţiei fiscale, sunt de preferat variantele cu frecvenţă mare de control, cu toate costurile administrative solicitate, acestea modelând pozitiv comportamentul fiscal al contribuabililor. Este preferabilă menţinerea intensităţii controalelor, iar valoarea încasărilor din amenzi să tindă către 0, ceea ce ar presupune faptul că evaziunea fiscală este puţin prezentă.

Intensificarea sancţiunilor şi a dimensiunii acestora pentru modelarea comportamentului fiscal poate avea efecte adverse, respectiv, de creştere a constrângerii fiscale, de hărţuire a contribuabililor şi, pe cale de consecinţă, pot creşte rezistenţa fiscală.

Evaluarea celor patru perspective privind dinamica probabilităţilor de control şi a sancţiunilor aplicate oferă rezultate mixte asupra modelării comportamentului fiscal, însă se conturează existenţa unei relaţii direct proporţionale între probabilitatea de a fi controlat şi identificat cu fapte de evaziune fiscală şi conformarea la plată a contribuabililor.

Având în vedere rezultatele relative generate de schemele/mecanismele prezentate, acestea trebuie ajustate prin luarea în considerare a unor factori ce pot contribui la reducerea eficacităţii acestora.

Despre eficacitatea relativ scăzută a mecanismelor de modelare şi control a comportamentului fiscal al contribuabililor

Vom încerca să identificăm în acest paragraf anumite elemente, care diminuează eficacitatea mecanismelor de combatere a comportamentului fiscal de neconformare fiscală, bazate, în mod predominant, pe dinamica controalelor şi a sancţiunilor.

În primul rând, autorităţile fiscale trebuie să pornească de la prezumţia faptului că marea majoritate a contribuabililor este dispusă să plătească impozitele şi recunosc legitimitatea sistemului fiscal şi obiectivele principale ale acestuia. În acest sens, pe baza experienţelor anterioare, este necesară delimitarea unor tipologii ale contribuabililor, în funcţie de comportamentul acestora, prin care să se adapteze/elaboreze mecanisme adecvate acestor tipologii, cu accent pe educare fiscală, consiliere şi aplicarea mecanismelor de control şi pedeapsă, în cazul contribuabililor, care nu respectă cu intenţie legea fiscală.

În al doilea rând, autorităţile fiscale pot efectua controale fără descoperirea faptelor de evaziune, ceea ce la nivelul contribuabililor poate crea efecte de apreciere favorabile asupra controalelor, iar la nivelul autorităţii pot fi anumite deficienţe de competenţă profesională a personalului. În situaţia în care, în urma unor controale, anumiţi contribuabili sunt descoperiţi cu fapte de evaziune şi sancţionaţi, aceştia pot încerca să îşi recupereze sumele pierdute la următoarele activităţi generatoare de venituri.

În al treilea rând, contribuabilii pot deprinde anumite tipare specifice de comportament ale autorităţilor în efectuarea controalelor şi pot adapta un comportament speculativ cu privire la efectuarea sau neefectuarea unor controale în perioada următoare şi, în consecinţă, la un comportament strategic de conformare la plata impozitelor.

În al patrulea rând, dinamica controalelor şi a ratelor de penalizare pot fi consecinţe politice ale evaziunii fiscale, fapt ce demonstrează că numărul mare al evazioniştilor nu este un motiv suficient pentru a explica pedepsele reduse şi ratele scăzute de control. Această importanţă este explicată prin influenţa pe care o au evazioniştii asupra mediului politic şi a schimbului reciproc, de „acoperire” respectiv de susţinere financiară în campaniile electorale.

În al cincilea rând, corupţia şi evaziunea fiscală sunt dependente una de cealaltă, existând o relaţie directă între frecvenţa şi dimensiunea evaziunii fiscale şi gradul de corupţie într-o economie. Prezenţa corupţiei induce evaziunea fiscală, iar pentru un funcţionar corupt şi un contribuabil evazionist, săvârşirea unor astfel de acte este reciproc avantajoasă.

Corupţia din domeniul fiscal-bugetar conduce la diminuarea eficacităţii controalelor şi la stimularea practicării evaziunii fiscale, prin diminuarea încasărilor fiscale şi a efectului educaţional dorit a se realiza prin intermediul controalelor, ca instrument de prevenire şi combatere a comportamentului fiscal.

Integrând aceste caracteristici ale mecanismului de modelare şi control ale comportamentului fiscal al contribuabililor, se poate observa faptul că acesta este relativ limitat în relaţiile cu contribuabilii, luând în calcul doar aspecte cu caracter coercitiv, respectiv, dinamica controalelor şi a nivelului sancţiunilor aplicate.

Posibile modalităţi de eficientizare a mecanismelor de modelare şi control ale comportamentului fiscal al contribuabililor

Cum am constatat până în acest moment al lucrării, acest mecanism de modelare şi control ale comportamentului fiscal al contribuabililor, utilizat de multe ţări, prezintă unele caracteristici limitative, generate, în special, de instrumentarul restrâns şi exclusiv coercitiv, orientat numai pe rezultat, fără a lua deloc în considerare factorul uman şi social.

Această orientare generală a mecanismelor de modelare şi control ale comportamentului fiscal, îndreptată spre creşterea utilizării pedepsei şi a sancţiunilor aplicate, trebuie aplicată echilibrat, cu luarea în discuţie a circumstanţelor în baza cărora pedeapsa are efecte pozitive şi a circumstanţelor în care efectele sale sunt dăunătoare. De asemenea, acest mecanism se concentrează numai pe îmbunătăţirea colectării venitului, fără a lua în considerare relaţia dintre contribuabili, inspectori fiscali şi aspectele de echitate aferente.

Contribuabilii cu predispoziţie spre comportament de neconformare, sub constrângerea acestui mecanism şi a dificultăţilor rezultate din complexitatea şi frecvenţa modificărilor legislative, se consideră agresaţi şi vor încerca modalităţi creative de nerespectare şi de exploatare a fisurilor legislaţiei fiscale sau prin asumarea riscului de sustragere.

Pe baza celor enunţate, putem aprecia că strategia de control şi combatere a comportamentului de neconformare fiscală aplicată de autorităţile fiscale, bazată numai pe control şi sancţiune, poate reprezenta un punct de plecare rezonabil, dar nu şi un punct final bun.

În acest sens, este nevoie de un mecanism mai complex şi cu mai multă flexibilitate/ adaptabilitate la tipologiile contribuabililor, care să pună accent pe punerea în aplicare a legii, prin acţiuni specifice din partea autorităţii fiscale, cu rol de conservare şi consolidare a comportamentului voluntar, de sprijin şi consiliere pentru contribuabilii care doresc conformarea, dar au dificultăţi de înţelegere a legislaţiei, şi de corecţie pentru contribuabilii care nu doresc să se supună legislaţiei fiscale. Este important ca autorităţile să ţină seama în proiectarea acestui mecanism şi de alte elemente importante pentru comportamentul fiscal al contribuabililor, precum aspecte de moralitate şi de echitate.

Creşterea încrederii în dorinţa contribuabililor de a-şi respecta obligaţiile în conformitate cu prevederile legale şi acceptarea unor dificultăţi emanate de complexitatea legislaţiei, pot conduce inspectorii fiscali către rolul de consilieri cu scopul principal de asistare şi supraveghere a contribuabililor.

Abordarea contribuabililor din perspectiva unui schimb, care determină o relaţie contractuală între părţile implicate, poate reprezenta un factor relevant de creştere a conformării. Dacă autorităţile fiscale tratează contribuabilii ca parteneri egali, în loc de participanţi fără voie, într-o relaţie în care autorităţile fiscale au putere legală, respectul reciproc şi onestitatea pot fi rezultatele. Nu este uşor însă să se stabilească o relaţie contractuală cooperantă sau un contract psihologic, atunci când instrumentele care determină plata impozitelor, aplicate de autorităţile fiscale sunt, în mod predominant, controlul şi pedeapsa.

Interacţiunea plină de respect orientată spre contribuabil, precum şi recunoaşterea drepturilor persoanelor rămân, de cele mai multe ori, singurele măsuri posibile, pentru a crea o înţelegere capabilă să mărească încrederea, moralitatea fiscală şi respectarea voluntară.

Este important ca şi contribuabilii să se simtă motivaţi pentru a simţi un fel de responsabilitate personală şi o anumită obligaţie de a sprijini societatea, de a avea încredere în sistemele juridic şi politic ca elemente importante, care pot conduce la îmbunătăţirea respectării obligaţiilor.

Trecerea de la un mecanism de interacţiune bazat pe comandă şi control la un mecanism de interacţiune mai convingător şi responsabil nu este uşoară. Tradiţiile birocratice rigide au favorizat un mecanism inflexibil, iar perceperea majorităţii contribuabililor ca evazionişti trebuie înlocuită cu perceperea acestora ca şi parteneri, iar responsabilităţile trebuie adoptate în mod corespunzător.

În ciuda dificultăţilor generate de implementarea unor astfel de mecanisme de interacţiune, orientate pe accentuarea relaţiei parteneriale cu contribuabilii, este mult mai promiţătoare pentru stimularea cooperării şi a respectării voluntare decât perceperea contribuabililor ca evazionişti, maximizând propriile venituri, fără a avea simţul responsabilităţii faţă de comunitate.

Bibliografie:

1. ALLINGHAM, M.G., SANDMO, A. (1972) Income Tax Evasion: A Theoretical Analysis. Journal of Public Economics.
2. BERGMAN, M., NEVAREZ, A. (2005) The social mechanism of tax evasion and tax compliance. Politica y Gobierno, 12.
3. BRAITHWAITE, V., WENZEL, M. (2007) Integrating explanations of tax evasion and avoidance, In A. Lewis (ed.), *Cambridge handbook of psychology and economic behavior.* Cambridge University Press.
4. BRAŞOVEANU, I.V.; VĂCĂREL, I., (2007) *Repere ale politicii fiscale a României în perioada de tranziţie şi economia de piaţă.* Teză de doctorat, ASE, Bucureşti.
5. CATARAMĂ, D. (2011), MOŞTEANU, T., cond. şt. *Evaziunea fiscală şi sistemele de interese.* Teză de doctorat, ASE, Bucureşti.
6. CUMMINGS R.J., MARTINEZ-VAZQUEZ J., MCKEE M., TORGLER B. (2009) *Tax morale affects tax compliance: Evidence from surveys and an artefactual field experiment*. Journal of Economic Behaviour and Organization, nr.70.
7. DELL'ANNO, R. (2009) Tax evasion, tax morale and policy maker's effectiveness, The Journal of Socio-Economics, nr. 38.
8. DINGA, E. (2009) *Studii de economie. Contribuţii de analiză logică, epistemologică şi metodologică*, Editura Economică.
9. DINGA, E., IONESCU, C., PĂDUREAN, E., BĂLTĂREŢU, C., LEONIDA, I., (2011) *Sustenabilitatea economică prin politici de ajustare în contextul globa*lizării. Editura Academiei Române.
10. HOANŢĂ, N., (2010) *Evaziunea fiscală*. Ediţia a II-a, Editura CH Beck, Bucureşti.
11. KIRCHLER, E. (2007) *The economic psychology of tax behaviour*. Cambridge: Cambridge University Press.
12. SCHUMPETER, JOSEPH, A. (1950): Capitalism, Socialism and Democracy. New York: Harper Collins.
13. SIMIONESCU, N. (1942) *Evenimente istorico-fiscale ale României*, Editura Navacorici, Bucureşti.
14. TORGLER , B., SCHNEIDER, F., (2009) The impact of tax morale and institutional quality on the shadow economy. Journal of Economic Psychology, volume 30, Issue 2.

CREATING THE SYSTEM FOR PUBLIC OVERSIGHT AND REGULATION OF AUDIT

***Hristo Rashkov Mavrudiev**, PhD, assist.,*
University of National and World Economy, Bulgaria

General principles of audit activity in today's global world are analyzed. The principles of structure of audit oversight, the principles for operations of audit regulators, the principles for inspection processes are examined.

***Key words**: audit, audit oversight, inspection.*

Building a system of public oversight over the activities of auditors should be based on an understanding of their role in the development of market economies and their responsibilities in protecting public interests. Considering this the system of supervision should be entirely responsible for servicing and protecting public interest and ensuring investor protection by increasing the quality of audit work.

The implementation of audit activity in today's global world requires adherence to a set of uniform general principles. This is implemented through the application of the International Auditing Standards adopted by the International Federation of Accountants. Proceeding from an understanding of the importance and responsibilities of the system for public oversight of auditors the International Forum of Independent Audit Regulators /IFIAR/ adopted and offered its members basic principles in accordance with which a national surveillance system should be set up. The Republic of Bulgaria, as a member of the IFIAR is in the process of applying and implementing these principles, meant to assist member countries in building a system for public oversight of auditors by allowing access to the experience of other countries, supporting the dissemination of good practices in the monitoring of auditors, enhancing public confidence in the financial reporting process, and promoting cooperation between supervising systems in different countries.

The Core Principles cover the following areas:

- the structure of audit oversight,
- the operations of audit regulators and
- principles for inspection processes.[1].

These principles are not binding for members of IFIAR; different countries and jurisdictions are encouraged to implement them in national requirements or legislation.

The Principles are intended to:

- Aid Members and other countries in developing their own national arrangements through allowing them to benefit form the global experience in the area;
- Advance the implementation of adequate audit oversight practices aimed at fostering quality audits and promoting public trust in the process of financial reporting; and
- Support collaboration between regulators and promote greater reliability of audit oversight.

The principles of structure of audit oversight

1. *The responsibilities and power of audit regulators should serve the public interest and be clearly and objectively stated in legislation.[1].*

The legal framework for audit oversight should set forth the audit regulator's mandate and responsibilities, and provide the regulator with adequate powers and authority enabling the regulator to perform its audit oversight duties, including powers to address, through inspection and

enforcement, compliance with the requirements for the registration of auditors/audit firms and compliance with applicable professional standards.

2. *Audit regulators should be operationally independent.*

The audit regulator should be operationally independent from external political interference and from commercial, or other sectoral interests, in the exercise of its functions and powers, including not being controlled in its governance by audit practitioners.

3. *Audit regulators should be transparent and accountable [1].*

The audit regulator should have public accountability in the use of its powers and resources to ensure its integrity and credibility. Transparency should include the publication of annual work plans and activity reports, including the outcome of inspections either in the aggregate or on a firm by firm basis.

The principles for operations of audit regulators:

1. *Audit regulators should have comprehensive enforcement powers which include the capability to ensure that their inspection findings or recommendations are appropriately addressed; these enforcement powers should include the ability to impose a range of sanctions including, for example, fines and the removal of an audit license and/or registration.*

Audit regulators should have the authority and ability to enforce inspection findings and recommendations through comprehensive enforcement arrangements such as fines, suspensions and the removal of an auditor's or audit firm's license.

2. *Audit regulators should ensure that their staff is independent from the profession and should have sufficient staff of appropriate competence [1].*

Audit regulators should have arrangements in place to ensure that inspection staff members are independent of the profession. These will, as a minimum, include ensuring that staff members should not be practicing auditors or employed by or affiliated with an audit firm, and that the arrangements are not controlled in any form by a professional body.

3. *Audit regulators should be objective, free from conflicts of interest, and maintain appropriate confidentiality arrangements [1].*

Audit regulators should have prohibitions against conflicts of interest by its governing body and staff and ensure that appropriate arrangements are in place to protect confidential information from public dissemination.

4. *Audit regulators should make appropriate arrangements for cooperation with other audit regulators and, where relevant, other third parties [1].*

Considering the global nature of the financial markets, where necessary and relevant, cooperation and information sharing with other audit regulators and other third parties, including financial market regulators, is helpful to improve audit quality.

The principles for inspection processes:

1. *Audit regulators should as a minimum, conduct recurring inspections of audit firms undertaking audits of public interest entities in order to assess compliance with applicable professional standards, independence requirements and other laws, rules and regulations [1].*

The recurring inspections should be conducted pursuant to a process comprising the selection of the audit firms to inspect, appointment of inspection teams with appropriate expertise and competence, notification to the audit firm, advance documentation request, notification of selection of audit engagements for review, meetings with management, and on-site inspection arrangements. The inspection process should be subject to appropriate internal quality control within the audit regulator to ensure quality and consistency.

2. *Audit regulators should ensure that a risk-based inspections program is in place [1].*

Audit regulators should have a process for assessing risks in the audit environment and in individual regulated firms and their audit engagements. Audit regulators should have a process for taking into account their risk assessment in allocating their inspection resources and in the inspection approaches they adopt.

3. *Audit regulators should ensure that inspections include effective procedures for both firm wide and file reviews [1].*

The risk-based inspection approach should also be reflected in both firm wide and audit file inspection procedures. The firm wide procedures should address the audit firm's quality control system as reflected in the firm's organization, policies and procedures.

4. *Audit regulators should have a mechanism for reporting inspections findings to the audit firm and ensuring remediation of findings with the audit firm [1].*

Audit regulators should have a process that ensures that criticisms or potential defects in an audit firm's quality control systems and issues related to the firm's performance of audits that are identified during an inspection are reported to the firm.

Sources:

1. "Meeting of the International Forum of Independent Audit Regulators, Berlin, April 2011." *International Forum of Independent Audit Regulators /IFIAR/*. , 13 Apr. 2011. Web. <http://www.frc.org.uk/images/uploaded/documents/Berlin%20press%20release%2013%20Apr2.pdf>

ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ЛИДЕРОВ

***Нестуля С. И.**, к. э. н., доц.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

Requirements to modern leadership in context of global civilization processes are analyzed. The conclusion about responsible leadership necessity in dynamically changing world realis is drawn.

***Key words:** leadership, guidance, efficiency, globalization, responsible leadership.*

Мировое сообщество переживает закономерный исторический процесс перехода человечества от индустриального к постиндустриальному, информационному обществу. Одна из наиболее существенных особенностей этого периода – развертывание процессов глобализации, которые активно влияют на мировое хозяйство. В наиболее общем плане глобализация означает формирование некоего общего мирового пространства, пронизанного едиными принципами экономического и гуманитарного сосуществования наций [11, с.106].

Сложный перечень проблем, стоящих перед мировым сообществом, нельзя решить, опираясь на старую управленческую парадигму, основанную на иерархической структуре. Сегодня для решения проблем и вызовов глобализирующегося мира нужны руководители-лидеры, способные не просто управлять, а положительно влиять на эффективность деятельности организаций.

Феномен лидерства и руководства на протяжении многих веков вызывал интерес ученых философов, психологов, социологов [22, 2, 19, 7]. Более глубоко проблему лидерства начали изучать с конца XIX столетия В XX в. появилось много теоретических разработок и моделей лидерства, которые с большим или меньшим успехом использовались управленцами разного уровня организаций [24]. В последнее время интерес к проблеме получил новый импульс, в связи с ускоренными темпами глобализационных процессов.

Пальму первенства в исследовании лидерства продолжают удерживать американские и европейские ученые: Адаир Д. [1], Бланшар К. [5], Бояцис Р. [6], Дафт Р. [9], Кетс де Врис М. [12], Шейн Е. [28] и др. В последние годы появилось ряд фундаментальных исследований проблем лидерства на постсоветском пространстве: Беляцкого М.П. [3], Бендас Т.В. [4], Волкова И.П. [8], Кудряшовой Е.В. [17], Евтихова А.В. [10], Шалагиновой Л.В. [27] т.д. В работах этих и других авторов поднимаются организационные, психологические, кросс-культурные, гендерные проблемы лидерства.

Особый интерес представляют вопросы ответственности лидеров. В этом смысле для ученых открывается огромное малоисследованное пространство: каким критериям должен отвечать современный лидер, какими принципами руководствоваться в динамично меняющихся условиях глобализирующегося пространства? Анализ работ зарубежных и отечественных ученых дает возможность наметить перспективные пути в поисках ответа на эти и другие непростые вопросы.

Как показывает мировая практика, сложность работы в комплексной, мультикультурной среде ставит на первый план новые требования к организациям и их

лидерам. По мнению исследователей Т. Маак и М. Плесс современные лидеры должны решать множество взаимосвязанных проблем доверия, этики, заинтересованности сторон, ценностей, многообразия и др. [18, с. 54].

На наш взгляд, одной из наиболее сложных проблем, с которой приходится иметь дело лидерам всех стран – это проблема доверия. Доверие можно рассматривать как первооснову любых отношений и ту точку опоры, опираясь на которую можно обеспечить более высокий уровень взаимодействия [16, с. 161]. В тоже время население многих стран мира уверено, что современные руководители имеют низкие моральные стандарты. Так, исследования, проведенные компанией CBS, подтверждают, что 79% опрошенных считают, что в мире бизнеса широко распространены незаконные операции, и только более 20% убеждены в честности главных исполнительных директоров и руководителей компаний [9, с.163].

Все, что происходит на высших уровнях иерархии, отражается на представителях других уровней организации или общества. Когда сотрудники или граждане теряют доверие к своему лидеру, моральный климат и результаты деятельности заметно ухудшаются. Аморальные или противозаконные поступки руководителей могут иметь для организации просто сокрушительные последствия. Лидеры рискуют столкнуться не только с критикой общественности и бойкотом потребителей, но и дальнейшим ухудшением и потерей репутации. Вряд ли лидер, который допускает превосходство в отношении к подчиненным, эгоизм, жадность и стремление лишь к наживе, будет пользоваться доверием окружающих. Постоянное преследование лишь собственных интересов, обман окружающих, нарушение договоренностей, несправедливость к подчиненным, унижение достоинства – все это, рано или поздно, приводит к потере доверия к лидеру. Доверие теряется также тогда, когда лидеры говорят вроде бы правильные вещи, но ведут себя совсем по другому. «Долог путь наставлений, краток и убедителен путь примеров», – замечал еще древний Сенека [23, с. 41].

Непосредственной задачей лидеров всех уровней становится сегодня возрождение доверия граждан, причем как на уровне организаций, так и на уровне мирового сообщества. Современные лидеры должны не только обеспечивать создание высокоэффективных организаций, но и соблюдение признанных в обществе норм этики, обеспечения социальных интересов сотрудников [18, с. 57]. Лидеры не имеют права забывать, что достижение высоких экономических результатов не есть еще конечная цель их деятельности. Конечно, лидер, который соблюдает правила этики, не может игнорировать прибыли, убытки, производственные затраты, однако он должен учитывать значение общечеловеческих ценностей. Очень удачно эту мысль иллюстрирует один из самых талантливых менеджеров XX столетия К. Мацусита. Философия Мацуситы не имеет противоречия между служением обществу и стремлением к прибыли, во всяком случае, в среде конкурентного рынка. «Логика очень проста. Потребители полностью заинтересованы в том, чтобы оплачивать прибыль производителя, если комплекс параметров «цена-качество – обслуживание» имеет для них высокую ценность. Чем выше эта ценность, тем большее количество потребителей захотят ее оплачивать, таким образом, выше прибыль. По сути, доходность продукта является показателем того, в какой мере он соответствует общественным потребностям» [15, с.103]. Результатом многолетней деятельности этого выдающегося лидера бизнеса XX ст. стало убеждение, что «Каждая

компания, независимо от ее размера, должна иметь цель, не связанную с извлечением прибыли, цель, которая оправдывает ее место в обществе» [20, с. 40].

На наш взгляд, ответственное лидерство должно опираться не на формальный кодекс чести, который, безусловно, на каком – либо уровне структуры организации должен существовать, а на свою внутреннюю глубокую морально-этическую порядочность, которая и является основой доверия последователей. Так, закладывая общие принципы экономического и гуманитарного сосуществования наций в глобализирующемся пространстве, лидеры стран и организаций краеугольным камнем должны заложить принцип доверия, как основу ответственности лидеров перед своими странами и народами. Катализатором каких – либо действий людей являются, прежде всего, ценности, которые лежат в основе структуры личности. Ценности – это фундаментальные убеждения, которые имеют большое индивидуальное значение, стабильны во времени и влияют на поведение личности [26, с. 21].

По классификации Милтона Рокича выделяют терминальные и инструментальные ценности. К терминальным ценностям относят ценности социума, которые отражают идеальное направление общественного развития. Это желание быть признанными другими людьми, ощущать потребность и принадлежности к социуму, свобода и равенство, безопасность, дружба, здравый смысл, мир. Другой группой ценностей являются личностные ценности, которые рассматриваются как инструментальные. Это – составляющие характера лидера: порядочность, честность, мужество, скромность. Такие ценности развиваются на протяжении всей жизни и, как правило, укореняются глубоко в человеке, составляя основу его самоидентификации.

Существуют также ценности отношений. Это – терпимость, уважение справедливость, внимание к другим, надежность. Качество межличностных взаимосвязей определяют именно эти ценности, основанные на взаимном признании прав человека, гражданских прав и достоинства [9, с. 109].

Одна из сложнейших задач лидеров – это гармонизация ценностей личности с ценностями межличностными, организационными, ценностями социума. Для этого от лидеров требуется глубокое знание разных ценностей и реальное воплощение их в жизнь. Ведь именно они являются основой взаимоотношений, которые должны выстраивать лидеры между сотрудниками в организации, ибо способность развивать доверительные и устойчивые взаимоотношения – один из критериев оценки лидера [18, с.63].

Лидеры ежедневно сталкиваются с огромным количеством взаимоотношений на местном, региональном и глобальном уровнях, внутри организации и за ее пределами. Поэтому чем масштабнее потребность взаимодействия с заинтересованными сторонами, с разными интересами и ценностями, тем большее значение для лидера приобретает умение найти к ним подход, не нанося ущерба принципам этики.

В современном динамичном мире очень важно развивать устойчивые взаимоотношения с клиентами, акционерами, сотрудниками, всеми заинтересованными сторонами. Именно этот факт определяет жизнедеятельность организации. Если успех организации зависит от взаимоотношений, лидер должен создать значимый контекст для взаимоотношений именно такого характера. Лидерство можно определить как искусство построения и поддержания морально-этических взаимоотношений со всеми заинтересованными сторонами. А эффективный и ответственный лидер сегодня

воспринимается как создатель доверительных отношений, который внедряет различные ценности как в интересах бизнеса, так и в интересах общественного блага.

Демографические изменения в мире и процессы глобализации приводят также к тому, что организации становятся разнородными с точки зрения пола, возрастных особенностей сотрудников, культурной, религиозной принадлежности. Перед лидером стоят сложные задачи: управление разнородным персоналом; отбор, развитие и содержание людей с различным социальным происхождением и уровнем образования, усиление потенциала организации. Лидер должен создавать такое мультикультурное пространство, в котором люди независимо от мировоззрения и происхождения, чувствовали бы, что их ценят, уважают, и они могут максимально прилагать усилия для развития организации.

Все эти аспекты требуют от лидера определенных качеств личности. При этом мы должны учитывать, что лидер также обычный человек, но человек, способный брать на себя ответственность. Каким должен быть сегодня лидер? Понятие современного лидера не связано с понятием «великой личности». Современный лидер трансформирует, превращает людей и организации на основе морально-этических принципов, которые ведут за собой позитивные изменения во всем обществе [21, с. 9].

Современный лидер – это, если хотите, – слуга. О лидерстве служения впервые заговорили в 70-х годах XX века [4, с.116 - 117]. Служение другим – основа ответственного лидерства. Служение требует внимания, ответственности, компетентности, заботы о нуждах всех сторон, задействованных в процессе взаимоотношений. Служение требует чувства высокой эмпатии – желание помогать другим, поддерживать, стимулировать рост других. Лидер-слуга ставит благо общества выше своего личного блага. Его достижения получают признание, если руководство незаметно. Такие лидеры крайне скромны. Джим Коллинз в своей книге «От хорошего к великому» называет их «лидерами пятого уровня». «Руководители пятого уровня, – отмечает автор, – представляют собой пример амбивалентности, поскольку они одновременно скромные и волевые, застенчивые и отважные». Главное в их жизни – это не стремление к собственному благополучию и славе, а успех компании.

Лидеры пятого уровня – спокойные и уравновешенные, простые, скромные, сдержанные, стеснительные, приятны в общении, незаметны и т. д. Они никогда не стремятся стать героями, идолами, занять некоторый пьедестал. Вместе с тем, им присущи «непоколебимая решимость, почти стоическая потребность сделать то, что должно быть сделано для превращения компании в большую». Они фанатично преданы своему делу, заражены стремлением достичь результата. Спокойствие и настойчивость проявляют руководители пятого уровня не только в значительных решениях, но и в стиле работы, который отличается тщательностью простого рабочего. В случае неудачи они смотрят в зеркало и не ищут ее причины в действиях подчиненных. Когда достигают успеха, смотрят в окно, объясняя его настойчивостью сотрудников, везением или внешними факторами.

В связи с этим особое значение они придают формированию команды, задавая сначала вопрос «кто?», а уже потом «что?». У них действует не лозунг «кадры решают все», а принцип «нужные кадры решают все». Они требуют от своих подчиненных не слепого повиновения, а предлагают им стать настоящими лидерами на своих местах. То есть они ищут таких руководителей, которые могли бы обсуждать проблемы и дискутировать в поисках наилучшего решения, а с другой – выступать единой командой при его воплощении в жизнь, несмотря на собственное мнение и собственные интересы.

Лидеры пятого уровня руководствуются принципом «правда лучше, чем сны» и создают такую атмосферу в организации, чтобы эту правду можно было услышать. Они признаются, что знают недостаточно и приглашают к непринужденному диалогу в поисках ответов на вопросы. Когда же приходится проводить вскрытие, не ищут виновных в смерти.

Именно основываясь на правде о слабых и сильных сторонах организации и ее сотрудников, лидеры формируют понимание (а не стратегию или план) того, в чем они могут стать лучшими. То есть «дисциплинированными» должны быть не только люди, но и мысли. И, конечно, действия. Следовательно, необходимо создать такую культуру дисциплины в организации, при которой люди действовали бы не только дисциплинированно, но и ответственно. Если они могут поступать так в решениях детально проработанной системы, достаточно управлять ею, а не непосредственно людьми. То есть, культура дисциплины – это тирания. Это – дисциплинированные люди с дисциплинированным мышлением, дисциплинированно и, что немаловажно, фанатично действуют в интересах компании. Все это дает возможность проводить такие изменения, которые делают компании большими [14, с. 41 -55].

Безусловно, это далеко неполный перечень личностных черт и стилей управления лидеров в современных условиях. Однако, независимо от того, каким бы длинным он не был, очевидным является одно: ответственность лидера перед его последователями и обществом в целом должна находиться в нём на первом плане.

Литература:

1. Адаир Дж. Джон Адаир о менеджменте и лидерстве / Под ред. Н. Томаса. – М.: Эксмо, 2007. – 208 с.
2. Аристотель. Политика // Сочинения: В 4-х т. Т. 4/ Пер. с древнегреч.; Общ. ред. А.И. Доватура. – М.: Мысль, 1983. – С. 457–467.
3. Беляцкий Н.П. Основы лидерства Мн.:БГЄУ, 2006. – 268 с.
4. Бендас Т.В. Психология лидерства. – СПб.: Питер, 2009. – 448с.
5. Бланшар К. Лидерство к вершинам успеха, Пер. с англ.. – СПб. : Питер, 2008. – 368 с.
6. Бояцис Р. Резонансное лидерство. Самоусовершенствование и построение плодотворных взаимоотношений с людьми на основе активного сознания, оптимизации и эмпатии / Ричард Бояцис, Энни Макки / пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 300 с.
7. Вебер Макс. Харизматическое господство // Социологические исследования. – 1988. – № 5. – С. 139.
8. Волков И.П., Захаров В.И., Ерицян О.П., Тимофеев Ю.Т. Влияние лидерства и руководства на групповую динамику в условиях стресса// (опыт социально-психологического исследования): Сб. научн. Трудов / Под ред. Б.Д. Парыгина, Л., 1973. –142 с.
9. Дафт Р.Л. Уроки лидерства / О.Л. Дафт при участии П. Лейн; Пер. с англ. А.В. Козловой; Под ред. проф. И.В. Андреевой. – М.: Эксмо, 2006. – 480 с.
10. Евтихов О. В. Стратегии и приемы лидерства: теория и практика. – СПб.: Речь, 2007. – 238с.
11. Капто А С. Энциклопедия мира/ А.С.Капто. – М.: Книга и бизнес, 2002. – 544 с.

12. Кетс де Врис М. Лидер на кушетке. Клинический подход к изменению людей и организаций / Пер. с англ. – С.Пб.: Бест Бизнес Букс, 2008. – 331 с.
13. Кетс де Врис М. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 311 с.;
14. Коллинз Д. От хорошего к великому: Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет… / Джим Коллинз; пер. с англ. [Павла Павловского]; Стокгольмская школа экономики. – 6-е изд. – М.: Иванов и Фербер, 2008. – 320 с.
15. Коттер Дж. Лидерство Мацуситы Уроки выдающегося предпринимателя XX века/ Джон Коттер; Пер. с англ.. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 254 с.
16. Коуп М. Сделай себя лидером / Пер. с англ. Под научн.ред. В.М.Дудникова. – М.: Дело и Сервис, 2008. – 224 с.
17. Кудряшова Е.В. Лидерство как предмет социально-философского анализа: автореф. дис. д-ра филос. Наук..- М., 1996.- 41 с.
18. Маак Т., Плес Н. Ответственное лидерство/пер. с англ.- М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 321 с.
19. Макиавелли Н. Государь: Трактаты. – М.: ООО «Издательство АСТ»; Харьков: Фолио, 2003. – 221 с.
20. Мацусита К. Миссия бизнеса /Коносуке Мацусита; Пер. с англ.. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 193с.
21. Оуэн Хилари, Ходжесон Вики, Газаард Найджел. Призвание – лидер: Полное руководство по эффективному лидерству/ Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс бизнес букс, 2005. – 384 с.
22. Платон. Государство // Государство. Законы. Политика / Предисл. Е.И. Темнова. – М.: Мысль, 1998. – С. 297–326.
23. Сенека Л.А. Нравственные письма к Луцилию / Пер. с латин. И вступ. Статья С.Ошерова. – 1986. – 543 с.
24. Stogdill R. Handbook of Ziadership. A Survey of Theory and Research. – N. y., 1974. – P. 7–16.
25. Stogdill R.M. Personal Factors associated with leadership: survey of the literature // journal of psychology. – 1948. – vol. 25. – P. 35–71;
26. Таффиндер П. Интенсивный курс лидерства. Как усвоить ценности личного лидерства/ Пер. с англ. – СПб.: «Издательство ДИЛЯ», 2007. – 224 с.
27. Шалагинова Л.В. Психология лидерства. – СПб.: Речь. – 464 с.
28. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / пер. с англ.под ред. Т.Ю.Ковалевой. СПб.: Питер, 2007. – 336 с.

DEZVOLTAREA INSTRUMENTARULUI INOVAŢIONAL DE GESTIUNE CA SUPORT AL CREŞTERII COMPETITIVITĂŢII BĂNCILOR COMERCIALE

***Croitoru Aliona**, lect. univ.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

Although in the literature there is a wide range of management investigative tools on conditions of competitiveness growth, they do not always bring the desired results, especially in terms of increasing competitiveness of banks. Therefore, the development of innovative instruments in this respect, it satisfies more requirements of assessors and experts in the field, and provide a set of real indicators of superior utility in investigating the matter. In his time, taking into account the specific functionality of the Moldovan banking system, commercial banks' competitiveness could be measured with several „custom" instruments developed by the author, such as interbanking correspondence map (ICM); enterprise banking market map (EBMM); international banking presence (IBP) etc.

***Key words:** National Bank of Moldova, commercial bank, composite approach „10C", enterprise banking market map (EBMM), interbanking correspondence map (ICM), international banking presence (IBP), cumulative market share (CMS), level of concentration in the banking system (LCBS) etc.*

În general, băncile, ca şi alte întreprinderi, trebuie administrate după principiul maximizării profiturilor şi al minimizării riscurilor, cu respectarea restricţiilor de reglementare [4, p. 4]. Însă lucrul managerilor din domeniul bancar, spre deosebire de alte sfere ale businessului, este o ştiinţă şi o artă aparte, întrucât aplicabilitatea modelelor clasice de gestiune trebuie complementarizate cu o pregătire profesională specială, adaptată cerinţelor bankingului actual. În acest sens, managementul bancar poate fi definit ca un proces de gestionare a băncii prin stabilirea metodelor de atingere a scopurilor propuse şi realizarea eficientă a operaţiunilor bancare. A conduce o bancă înseamnă, în esenţă, a exercita, în mod armonios şi continuu, funcţiile managementului (planificare, organizare, motivare şi control), la toate nivelurile de gestionare, astfel, încât aceasta, în ansamblul său, cât şi subsistemele sale integrate, sucursale, filiale, agenţii, să-şi realizeze obiectivele vizate [3, p. 9]. Ţinând cont de cele expuse mai sus, managementul bancar înglobează un sistem complex de funcţii, atribuţii şi implicaţii manageriale, care sunt orientate, prin excelenţă, la asigurarea garantată a profitului şi stabilitatea băncii gestionate. Orice bancă acţionează în economie ca un intermediar: pe partea atragerii şi creditării economiei în scopul acumulării profitului, dar şi pe cea de reglementare a operaţiunilor derulate, în vederea protejării şi menţinerii riscurilor la cote admisibile.

În corespundere cu reperele teoretice general acceptate, pentru atingerea scopurilor sale, managementul bancar se impune prin două direcţii majore de acţiune, şi anume: 1) Direcţia de management financiar, ale cărui subsisteme de gestiune sunt: a) managementul performanţelor (adică, managementul global); b) managementul riscurilor; 2) Direcţia de management de personal. Prin management financiar se are în vedere gestionarea corectă a patrimoniului băncii, din care motiv această direcţie se mai numeşte management al bilanţului bancar. Activitatea de management financiar impune condiţii adecvate de atragere şi gestionare a clienţilor, respectiv, de vânzare a serviciilor bancare ca element al sferei de producţie a băncii. În direcţia de management

al personalului bancar, se are în vedere gestionarea angajaţilor prin formarea colectivului de muncă, organizarea, dirijarea şi controlul acestuia. De asemenea, managementul financiar utilizează metode matematico-financiare de evaluare, în timp ce managementul personalului presupune abilităţi din domeniul psihologiei şi decurge din raporturile de muncă, care se referă la semnarea unor contracte complexe şi complete de muncă, în care să fie clar stipulate drepturile şi obligaţiile angajaţilor şi angajatorilor; crearea unui sistem de reciclare a cadrelor şi mobilizarea personalului spre performanţă prin creativitate şi activitatea de inovare; stimularea şi motivarea personalului; stipularea strictă a atribuţiilor fiecărui angajat şi minimizarea factorului de dublare a funcţiilor.

Această abordare globală a managementului bancar trebuie completată cu ideea economistului român, Dedu V., potrivit căreia „construcţia unui model de gestiune a unei bănci necesită un dublu demers: un efort de analiză pentru stabilirea variabilelor şi a relaţiilor dintre ele şi unul de sinteză pentru a prezenta cât mai simplu sistemul analizat. Totodată, în optimizarea performanţelor bancare se utilizează, atât modele globale de gestiune, care se aplică sistemului în ansamblu, cât şi modele parţiale sau subparţiale, care vizează numai unele componente ale acestuia" [4, p. 184]. Din această perspectivă considerăm drept piatră de temelie studiul managementului performanţelor, care, la rândul său, constituie o subcomponentă a managementului financiar. Astfel, managementul competitivităţii este tratat ca un subsistem al sistemului general de conducere al băncii.

În literatura de specialitate actuală, atât la nivel naţional, cât şi internaţional, problemele din domeniul managementului bancar, care fac referire la creşterea competitivităţii băncilor şi sporirea siguranţei lor, devin tot mai actuale. Vom remarca că acestea s-au impus, la finele anilor '90, atunci când au fost puse bazele bankingului, adică a ştiinţei cu privire la principiile şi metodele de administrare a băncilor comerciale prin îmbinarea optimă a indicatorilor de rentabilitate şi stabilitate bancară. Un aport însemnat, în acest sens, le-a revenit economiştilor americani Altman E., Rose P., Heine M.L., Miller LeRoy R., Pulsinelli R.W. ş.a. [2,1, 6, 7].

Internaţionalizarea şi uniformizarea, pe această bază, a naturii activităţii bancare, sofisticarea condiţiilor de mediu şi diversificarea operaţiunilor şi a principiilor de organizare a activităţii bancare, aplicarea lărgită a inovaţiilor, modificarea rolurilor atribuite managerilor bancari, dezvoltarea funcţiilor băncilor comerciale, flexibilitatea strategiilor organizaţionale şi comerciale adoptate de bănci, creşterea gradului de concurenţă între bănci ş.a., au constituit, în ansamblu, un impuls pentru definitivarea unor noi premise în dezvoltarea conceptului de competitivitate bancară, care trebuie să fie în corespundere cu direcţiile şi tendinţele din sfera bankingului actual. Anume în această perioadă a şi fost promovată concepţia de implicare managerială orientată spre sporirea competitivităţii băncii. Termenul de *concepţie* se referea la sistemul de idei, convingeri, judecăţi etc., asupra unei cauze investigate, prin prisma eficacităţii şi a eficienţei viziunilor, abordărilor, deciziilor manageriale, adoptate în bancă, pentru realizarea activităţilor în condiţii optime de funcţionalitate [8].

De fapt, sporirea competitivităţii, prin prisma managementului băncii, are ca scop primordial identificarea surselor disponibile de competenţă distinctivă şi îmbinarea acestora în vederea transformării lor în avantaje competitive. De reţinut că managementul competitivităţii bancare nu reprezintă, o colecţie de reţete, de şabloane obligatorii de aplicat, dar presupune capacitatea de discernământ, pricepere şi talent din partea echipei managerilor, de folosire a celor mai adecvate metode şi procedee, orientate către creşterea competitivităţii instituţiilor gestionate. În fine, prin implicaţia managerială orientată spre creşterea competitivităţii băncii s-ar putea înţelege acel set de mijloace cuprinse într-o abordare determinată, care i-ar permite managerului rezolvarea unor

probleme de ordin strategic, tactic sau operaţional, în cel mai adaptabil şi mai oportun mod posibil, în funcţie de interesele şi obligaţiile asumate de bancă pe o piaţă de desfacere concretă.

Un set „special" de instrumente „de susţinere" şi de „adâncire" a investigaţiilor în sfera managementului competitivităţii bancare, necesare managerilor s-ar referi la: abordarea compozită „10C"; Harta Pieţei Întreprinderilor Bancare (HPÎB); Harta de Corespondenţă Internaţională a Băncilor (HCI), Rata Prezenţei Bancare în Reţeaua de Corespondenţă Străină (RPCRCS) etc.

Dintr-o perspectivă metodologică, dezbaterea competitivităţii băncilor ar putea include:

1) Abordarea generală a competitivităţii băncilor comerciale pe bază factorială. Altfel spus, incidenţa factorială asupra competitivităţii băncii poate fi determinată de o serie de variabile: cantitative, calitative şi de altă natură. Iată de ce autorul a considerat oportună elaborarea unui model managerial de referinţă, care să permită identificarea „perimetrului" de gestiune al competitivităţii unei organizaţii bancare, axat pe un sistem de determinanţi primari, numindu-l **sistem determinist compozit – SDC** (de la englezescul *compositions*), adică rezultatul obţinut în urma combinării, într-o manieră sistemică, a unor elemente interdependente [9]. În această direcţie, **abordarea factorială compozită – „10 C"** va fi rezultanta următoarelor influenţe: 1. Costurile (investiţiile); 2. Capacităţile (nivelul economiilor de scară, gradul de valorificare al resurselor, timpul); 3. Cifra de afaceri (rezultatele, gradul de fezabilitate); 4. Cunoştinţele, competenţele şi experienţa (personalul); 5. Caracterul implicaţiilor manageriale (strategiile şi tacticile de management); 6. Contextul şi conjunctura (mediul); 7. Concepţiile (cultura, tehnologiile ş.a.); 8. Certitudinea (securitatea afacerii, riscurile, nivelul de reglementare); 9. Conştiinţa (transparenţa, corectitudinea, adaptabilitatea, flexibilitatea) şi 10. Complexitatea, continuitatea şi interdependenţa factorilor (efectele sinergice).

2) Abordarea competitivităţii în baza puterii de piaţă a băncii. Având în vedere faptul că performanţele competitive ale băncilor comerciale nu pot fi măsurate numai prin indicatori globali, uneori determinaţi la scară mezo-, sau macroeconomică, un loc aparte trebuie acordat analizei patrimoniul băncilor comerciale, ca element generator de competitivitate. Astfel, în baza datelor asupra cotelor de piaţă ale băncilor comerciale din sectorul bancar moldovenesc, conform volumului de active bilanţiere înregistrate la sfârşit de an gestionar, băncile au fost partajate, după cum urmează în tabelul de mai jos.

Tabelul 1

Corelarea dimensiunii băncii comerciale şi a volumului activelor de bilanţ

ANII	***Volumul activelor bilanţiere înregistrate la sfârşit de an***	
	2006	***2007-2008-2009-2010-2011***
Bănci foarte mari	Active >3000 mln lei	Active >5000 mln lei
Bănci mari	1500 mln lei =< Active <3000 mln lei	3000 mln lei =< Active <5000 mln lei
Bănci mijlocii	400 mln lei =< Active <1500 mln lei	1000 mln lei =< Active <3000 mln lei
Bănci mici	Active < 400 mln lei	Active < 1000 mln lei

Sursa: elaborat de autor

Trebuie de menţionat că, în procesul de analiză a situaţiei din sistemul bancar al Republicii Moldova, Banca Naţională ţine cont doar de trei categorii de instituţii bancare: mici, mijlocii şi mari. Astfel, conform datelor BNM, la începutul anului 2012, pe piaţa bancară moldovenească

existau trei categorii de bănci comerciale, dintre care: 1) bănci cu active mai mici de 1000 mln lei; 2) bănci cu active cuprinse între 1000 şi 3000 mln lei; şi 3) bănci cu active mai mari de 3000 mln lei (Tabelul 1). Analizând cu atenţie sistemul bancar naţional prin prisma tipurilor de instituţii prezente pe piaţă, vom remarca că metodologia respectivă, de partajare a băncilor în trei categorii distinctive, în funcţie de activele de bilanţ posedate, este una depăşită de timp. Astăzi, există o nouă modalitate de structurare poziţională, cu patru trepte, care este generată de natura puterii de piaţă şi nivelul competiţiei actuale în sectorul bancar naţional. Cu atât mai mult că în cadrul fiecăruia dintre aceste grupuri de bănci, în special, în categoria băncilor mari, apar divergenţe vădite privind puterea de piaţă generată de diferenţa mare a cuantumului activelor posedate de fiecare instituţie în parte. De exemplu, activele BC „Moldova-Agroindbank" S.A., în ziua de 31.12.2011, depăşeau de aproape trei ori activele BC „Banca Socială" S.A., deşi erau considerate bănci mari. De aceea, s-a decis că, cel puţin, o grupă suplimentară va trebui instituită pentru a cota băncile foarte mari din sistem, adică pe acelea ale căror active de bilanţ depăşesc plafonul de 5000 mln lei. Prin urmare, în raport cu valoarea activelor de bilanţ, raportate la activele agregate ale sistemului bancar moldovenesc, au fost identificate patru categorii de bănci comerciale, şi anume: 1. Bănci foarte mari – cu active de peste 5000 mln lei; 2. Bănci mari – cu active cuprinse între 3000 şi 5000 mln lei; 3. Bănci mijlocii – cu active cuprinse între 1000 şi 3000 mln lei şi, respectiv, 4. Bănci foarte mici – cu active sub 1000 mln lei, vezi Tabelul 2.5. În acest sens, menţionăm că, la începutul anului 2012, în sistemul bancar moldovenesc, puteau fi identificate 4 bănci foarte mari; 2 – mari; 5 – de talie mijlocie şi 4 – de talie mică, iar Figura 1 reprezintă sugestiv, puterea acestora în cadrul sectorului bancar autohton.

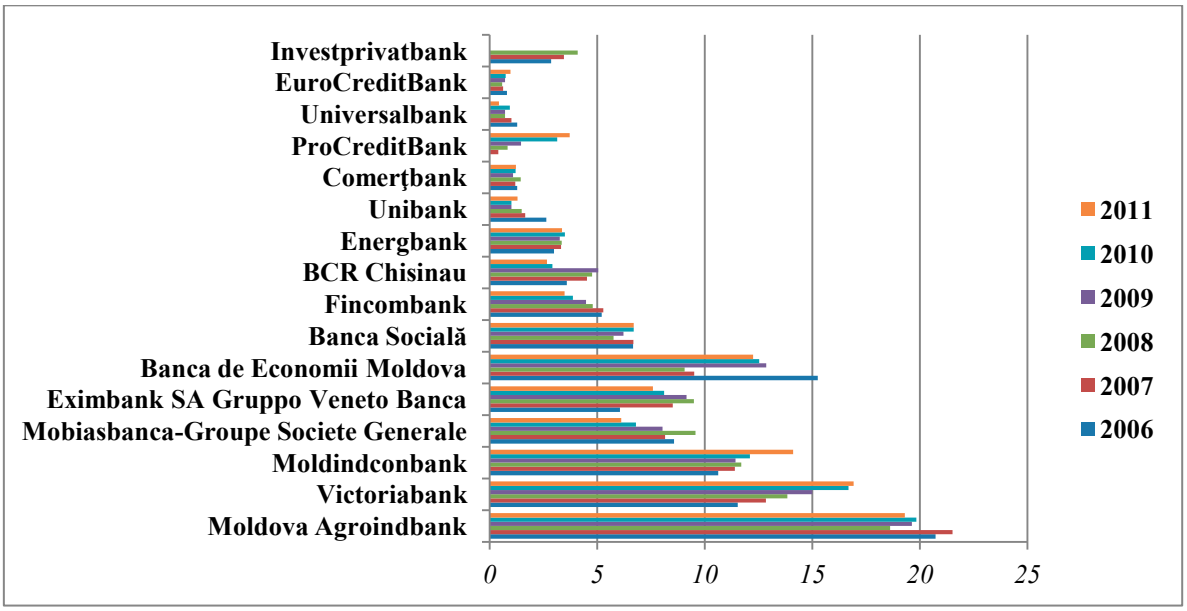


Figura 1.Variaţia cotelor de piaţă a băncilor stabilite în baza valorii activelor de bilanţ (%)
Sursa: elaborată de autor

3) Abordarea competitivităţii bancare în baza Hărţii Pieţei Întreprinderilor (HPI). HPÎ este un model nou de concepere a poziţiei competitive a unei firme, inclusiv a băncilor, fiind elaborat şi propus de către autor. Rolul HPI este de a scoate în evidenţă particularităţile mediului concurenţial şi stabilirea locului fiecărei organizaţii în sistemul relaţiilor concurenţiale de piaţă. În domeniul bancar, Harta Pieţei Întreprinderilor Bancare (HPÎB) constituie, de asemenea, un instrument managerial util de determinare a locului ocupat de fiecare bancă în sistem, precum şi

monitorizarea gradului de modificare a acestor poziţii în timp, în funcţie de capacitatea concurenţială a băncilor analizate (Figura 2).

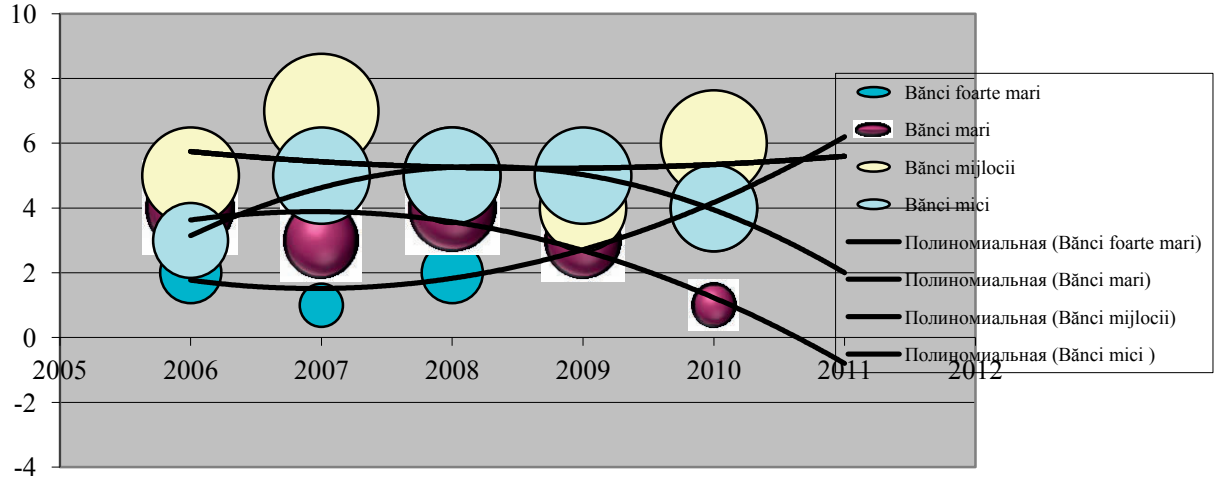


Figura 2. HPÎB din Republica Moldova
Sursa: elaborată de autor

În contextul pieţei bancare din Republica Moldova, autorul prezintă HPÎB prin prisma puterii de piaţă pe categorii de instituţii bancare, determinând forţa economică a acestora la nivel de sector în baza activelor de bilanţ şi pe grupe de instituţii.

4) Abordarea competitivităţii bancare în baza indicatorilor ce reflectă Prezenţa Internaţională a Băncii (PBI).

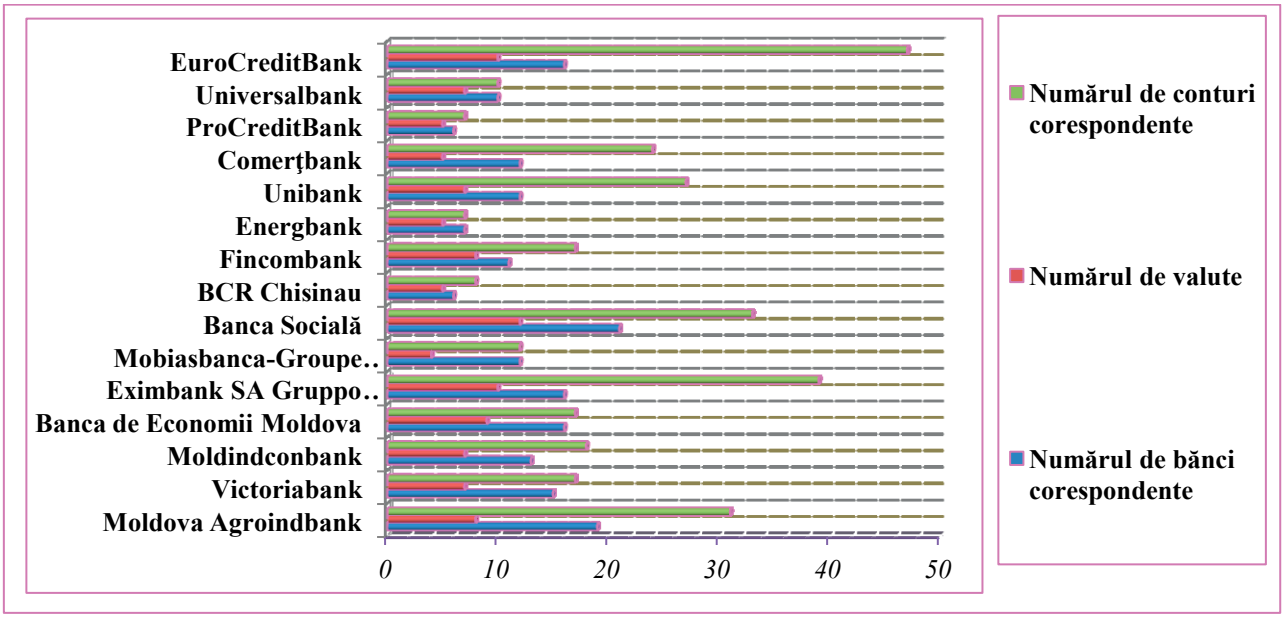


Figura 3. Reprezentare comparativă a RPBRCS în sectorul bancar naţional
Sursa: elaborată de autor

RPBRCS este un indicator în baza căruia managerii băncilor ar putea determina gradul de dezvoltare a reţelei lor de corespondenţă internaţională, iar ca instrument ajutător s-ar putea constitui în baza acesteia a unei Hărţi de Corespondenţă Internaţională a băncilor (HCI). În Republica Moldova cea mai largă reţea de corespondenţă revine BC „EuroCreditBank” S.A., iar cea mai restrânsă – BC „Energbank” S.A.

5) Abordarea competitivităţii bancare în baza Nivelului de Concentrare în sistemul bancar pe activităţi specifice (NCSB). NCSB este un indicator care poate deriva în funcţie de interesele urmărite de evaluator.

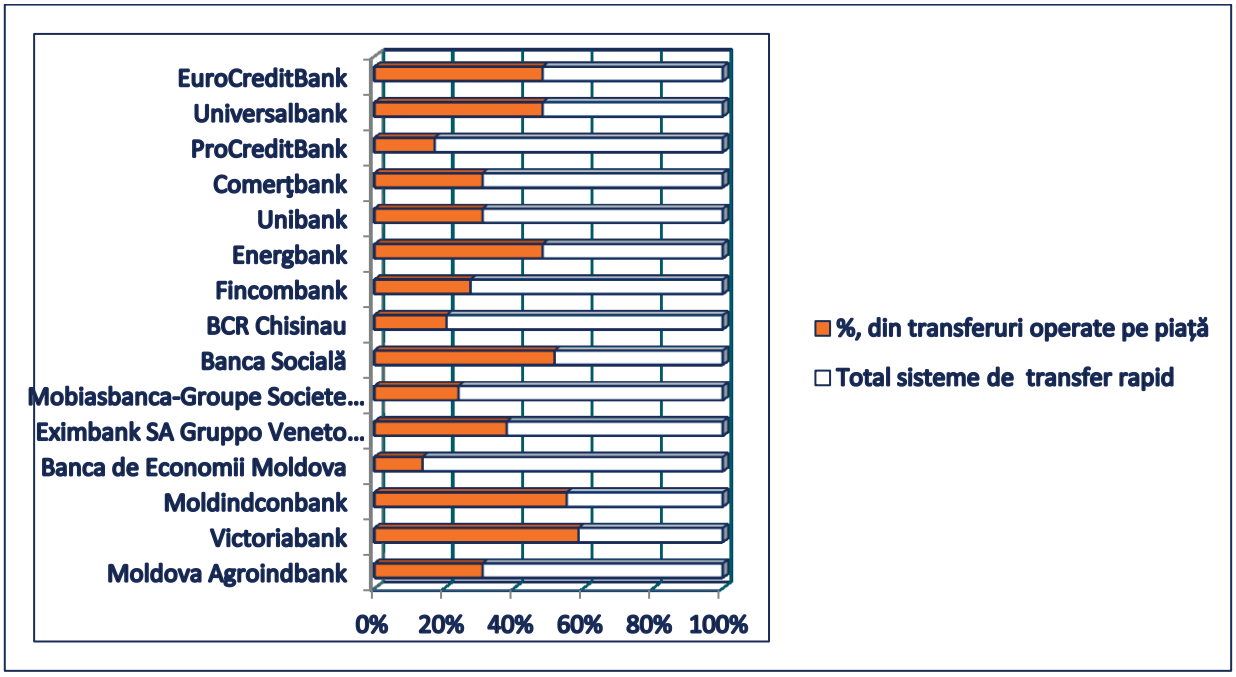


Figura 4. Concentrarea băncilor comerciale moldoveneşti pe sisteme de transferuri rapide de bani, 2012

Sursa: elaborată de autor

Spre exemplu, evaluarea NCSB pe piaţa naţională a transferurilor rapide de bani, arată gradul de implicare a fiecărei bănci în sistemul internaţional de bani şi, respectiv, în sistemele de transferuri operate pe piaţă.

În concluzie, deşi există o serie de cercetări ample în domeniu, o parte din investigaţiile realizate au făcut referire la faptul că prezenţa teoriilor în literatura de specialitate cu privire la esenţa şi natura managementului competitivităţii bancare este una relativ tânără şi îngust dezvoltată, cel mai des, viziunile asupra competiţiei înscriindu-se în politica şi strategia generală de gestiune a băncii. Totodată, elaborarea unui model definitiv de estimare a competitivităţii integrale a unei firmei sau bănci, deocamdată, nu există. În acest sens, o importanţă considerabilă se acordă orientărilor impuse de conducerea entităţilor bancare în vederea stabilirii parametrilor de gestiune a competitivităţii. Aşadar, managementul competitivităţii, într-adevăr, nu este unul simplu. Vorba e că chiar dacă la nivel de informaţii şi instrumente de evaluare acestea abundă, nu-s suficient de precise. În acest context, au perfectă dreptate savanţii români Ioncică M. şi Petrescu E.C., când afirmă că absenţa unei metode universale de măsurare a performanţei adaugă un plus de stres managerilor, care sunt judecaţi adesea după un mecanism pe care nu-l cunosc sau nu îl înţeleg în totalitate [5, p. 80]. De aceea, metodele şi instrumentele de măsurare, prezentate şi discutate mai sus, ar putea servi drept suport temeinic în vederea facilitării căilor de rezolvare a acestor probleme.

Bibliografie:

1. Altman, Edward I. Predicting financial distress of companies: revisiting the Z-score and Zeta models. *Journal of Banking and Finance* [on line]. New York University, 2000, 54 p. [accesat 11.01.2012]. Disponibil în PDF: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.25.1884&rep=rep1&type=pdf
2. Altman, E. et al. Zeta analysis: a new model to identify bankruptcy risk of corporations. *Journal of Banking and Finance* [on line]. North-Holland Publishing Company, 1977, nr. 1, p. 29-54. [accesat 05.05.2012]. Disponibil în PDF: http://people.stern.nyu.edu/ealtman/ZETA-Analysis.pdf
3. Buşmachiu, E. *Managementul activităţii financiare a băncilor comerciale în perioada de tranziţie*: Tz. doct. în şt. ec. Chişinău, 1999, 138 p.
4. Dedu, V. *Management bancar.* Bucureşti: SILDAN'94, 1996, 246 p.
5. Ioncică, M. et al. Abordări macro şi microeconomice ale competitivităţii în sectorul serviciilor. *Revista de Marketing Online*. 2008, nr. 1, vol. II, p. 76-82. [accesat 01.03.2013]. Disponibil în PDF: http://www.edituraauranus.ro/marketing-online/21/pdf/11.pdf
6. Miller, LeRoy R., Pulsinelli R.W. *Modern Money and Banking*. United States, 1985, 661 p.
7. Роуз, П. *Банковский менеджмент*. Москва: ДЕЛО, 1995, 743 p.
8. http://dexonline.ro/definitie/concep%C8%
9. http://www.engleza-online.ro/dictionar-englez-englez.php?k=composition

PARTICULARITĂŢILE CERCETĂRILOR DE MARKETING ÎN AGRICULTURĂ

***Mîrza Sergiu**, drd.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Marketing research play a key role in the marketing system, because they provide the information necessary for its operation. Based on their known characteristics and market opportunities and can solve problems facing businesses.

***Key words:** marketing research, marketing research process, research enterprise, research results.*

Cercetările de marketing îndeplinesc un rol esenţial în sistemul de marketing, deoarece ele asigură informaţiile necesare funcţionării sale. Pe baza lor se cunosc caracteristicile şi oportunităţile pieţei şi se pot rezolva problemele cu care se confruntă agenţii economici.

Cercetările de marketing sunt indispensabile procesului fundamentării ştiinţifice a deciziilor, ele reducând aspectele de incertitudine în privinţa comportamentului de marketing al agenţilor economici.

Cercetările de marketing oferă informaţii despre consumatorii individuali sau organizaţionali, despre atitudinile, opiniile şi comportamentele lor, precum şi despre starea şi evoluţia mediului de marketing, informaţii absolut necesare conceperii şi realizării planurilor şi strategiilor de marketing. În luarea deciziilor, managerii, desigur, fac apel la experienţa şi la intuiţia lor, dar, pentru deciziile strategice, investigarea sistematică şi obiectivă a fenomenelor de marketing reprezintă o necesitate.

Aşa cum se defineşte de către Asociaţia Americană de Marketing, *cercetarea de marketing este funcţia care leagă cumpărătorul, consumatorul şi publicul larg cu specialistul de marketing prin intermediul informaţiilor - informaţii prin care se identifică şi se definesc oportunităţile şi problemele, se generează, clarifică şi evaluează acţiunile de marketing, se monitorizează performanţele de marketing şi se asigură înţelegerea marketingului ca un proces. Cercetările de marketing stabilesc informaţiile cerute de investigarea aspectelor legate de problema cercetată; stabilesc metodele de obţinere a informaţiilor; dirijează şi asigură realizarea procesului de colectare a datelor, analizează rezultatele, comunică rezultatele obţinute şi implicaţiile lor.* În esenţă, o cercetare de marketing reprezintă un proces sistematic şi obiectiv, generator de informaţii necesare adoptării deciziilor de marketing. El presupune culegerea, investigarea şi analiza informaţiilor legate de marketingul bunurilor, serviciilor, organizaţiilor, oamenilor, locurilor şi ideilor.

Problematica cercetărilor de marketing este deosebit de amplă, deoarece ea poate avea în vedere oricare aspect al multiplelor activităţi de marketing şi ale mediului de marketing. Spre exemplu, cercetarea de marketing poate avea în vedere, distinct sau simultan, componentele mixului de marketing, precum şi factorii de micromediu - în primul rând, cercetarea pieţei şi cercetarea concurenţei - factorii de macromediu şi factorii de mediu supranaţional. Cercetarea de marketing mai poate avea în vedere şi analiza rezultatelor sau performanţelor obţinute de către întreprindere.

Procesul cercetărilor de marketing în agricultură se constituie dintr-un ansamblu de *activităţi specifice*, puternic corelate între ele, care pot fi evidenţiate sub forma următoarelor faze, în funcţie de succesiunea lor logică, astfel:

1. Descoperirea şi definirea problemei de cercetat;
2. Stabilirea ipotezelor şi obiectivelor cercetării;
3. Proiectarea propriu - zisă a cercetării;
4. Colectarea datelor;
5. Pregătirea şi analiza datelor;
6. Interpretarea rezultatelor şi formularea concluziilor;
7. Elaborarea raportului cercetării.

Descoperirea şi definirea problemei de cercetat. Procesul cercetării de marketing începe cu descoperirea sau identificarea temei ce va impune activitatea de cercetare. Aceasta poate fi o problemă cu care încep să se confrunte factorii de decizie, o oportunitate ivită în cadrul pieţei sau o cerinţă privind caracterizarea unei pieţe.

Identificarea problemei apărute înseamnă de fapt **descoperirea** a ceea ce se îndepărtează de la normalitate, a ceea ce este de nedorit pentru întreprindere. Descoperirea problemei, în general a unei teme de cercetare, ca fază iniţială a cercetării, se regăseşte de cele mai multe ori într-o formulare ambiguă sau mai puţin precisă, urmând ca, ulterior, aceasta să fie definită clar şi apoi să se specifice ce anume trebuie cercetat.

Se consideră că o problemă sau o temă corect definită este o problemă sau o temă rezolvată pe jumătate. Şi aceasta, deoarece, numai astfel pot fi stabilite direcţiile de cercetare şi obiectivele cercetării.

Procesul definirii problemei de cercetat necesită:

a. orientarea obiectivelor cercetării în raport cu cerinţele procesului decizional. Cercetătorul de marketing, prin misiunea pe care şi-o asumă, urmăreşte **să răspundă unor obiective stabilite de către factorii de decizie**. De multe ori, pentru a clarifica natura problemei sau oportunităţii de marketing ivite, se impune o cercetare exploratorie.

Cercetarea exploratorie are menirea să asigure conturarea precisă a scopului cercetării şi, în acest fel, determinarea obiectivelor specifice ale cercetării. Ea implică folosirea unor studii similare existente, a unor date existente, precum şi obţinerea unor noi informaţii prin intermediul anchetelor exploratorii şi a studiilor pilot.

Anchetele exploratorii au rolul de a colecta date primare de la consumatorii finali, prin intermediul unui eşantion de proporţii reduse, mai puţin riguros, cu scopul de a identifica noi aspecte importante pentru adâncirea cercetării.

Studiile pilot ce presupun, cu precădere, interviurile de profunzime şi interviurile de grup, la rândul lor, oferă informaţii de ordin calitativ, care pot ghida cercetările ce urmăresc cunoaşterea aspectelor cantitative ale variabilelor avute în vedere.

b. cunoaşterea dimensiunii reale a problemei. Definirea problemei de cercetat necesită şi **cunoaşterea dimensiunii reale** a acesteia şi, în primul rând, a laturii sale "invizibile". Prin analogie cu „principiul iceberg" cercetătorul trebuie să ia în considerare nu numai partea vizibilă a gheţarului plutitor, ci, în primul rând, latura sa invizibilă, care de fapt reprezintă cea mai mare parte a acestuia. Deci, părţile cele mai periculoase ale problemelor de marketing sunt de fapt cele care nu sunt vizibile sau care nu sunt înţelese de către managerii de marketing.

c. înţelegerea esenţei problemei. **Înţelegerea esenţei problemei de cercetat** impune acordarea unei mari atenţii departajării clare a simptomelor de cauza reală, deoarece nu

simptomele trebuie tratate, ci cauza reală care generează fenomenul apărut. Spre exemplu, o situaţie în care simptomul este confundat cu problema reală este următoarea: un producător de telefoane celulare a constatat că distribuitorii se plâng că preţurile de vânzare prea ridicate împiedică sporirea vânzărilor. Definirea problemei de cercetat, pornind de la simptomul constatat, prevedea investigarea consumatorilor cu scopul de a cunoaşte cu cât de mult trebuia să se reducă preţul. Problema reală, adică aspectul care reprezenta cauza reală, ţinea însă de deficienţele existente în cadrul managementului vânzărilor: distribuitorii nu dispuneau de cunoştinţe adecvate despre acest produs nou, bazat pe cele mai perfecţionate tehnologii, pentru a putea comunica corect utilitatea acestuia.

Stabilirea ipotezelor şi obiectivelor cercetării. O *ipoteză* în cercetarea de marketing este o afirmaţie sau o supoziţie nedemonstrată care încearcă să explice anumite fapte sau fenomene; ea poate fi şi un răspuns posibil pentru o întrebare a cercetării. Ipotezele sunt enunţuri care pot fi testate empiric pentru a se cunoaşte care sunt adevărate şi care sunt false. În forma sa cea mai simplă o ipoteză este de fapt o presupunere**.**

Stabilirea ipotezelor se face în faza iniţială a cercetării. Formularea acestora impune o analiză logică, luând în considerare rezultatele unor cercetări anterioare, anumite teorii existente, informaţii recente provenind din diferite surse etc. Cercetătorul pe baza ipotezelor planifică şi concepe, practic, întreg procesul cercetării. Ipotezele direcţionează investigaţia şi indică ce date sunt necesare pentru faza de analiză.

Ipotezele cercetării se pot concepe ca *ipoteze generale* - cele care au rolul de a imprima direcţiile de bază ale cercetării - şi ca *ipoteze statistice.* O *ipoteză statistică* reprezintă supoziţia care se face cu privire la parametrii unei repartiţii sau la legea de repartiţie pe care o urmează anumite variabile aleatoare. Procedeul de verificare a unei ipoteze statistice poartă numele de *test* sau *criteriu de semnificaţie.*

Ipotezele statistice sunt concepute ca *ipoteze nule* (H_0) şi *ca ipoteze alternative* (H_1).

Ipoteza nulă este o afirmaţie despre un status quo. În esenţă, ea este acea afirmaţie care comunică ideea că orice schimbare de la ceea ce s-a gândit că este adevărat se va datora în întregime erorilor aleatoare.

Ipoteza alternativă este o afirmaţie care reflectă opusul ipotezei nule. Scopul formulării ipotezei alternative este de fapt acela de a indica o posibilitate de neconfirmare a ipotezei nule.

In general, o ipoteză nulă se formulează în sensul inexistenţei unei diferenţe între două sau mai multe grupuri de consumatori, având în vedere comportamente, opinii, atitudini, intenţii etc. ale acestora. Ipoteza alternativă este aceea care afirmă că există diferenţe semnificative între grupurile respective în legătură cu aspectul cercetat.

Obiectivele cercetării sunt stabilite de către cercetătorii de marketing aşa cum rezultă ele din definirea problemei de cercetat. Ele exprimă scopul cercetării în termeni măsurabili şi definesc exact ce anume trebuie să realizeze cercetarea.

Transpunerea corectă a problemei de marketing în obiective ale cercetării reprezintă o activitate esenţială pentru desfăşurarea acesteia.

Pornind de la definirea clară a problemei de cercetat, putem ajunge la stabilirea obiectivelor cercetării, parcurgând succesiv trei etape, cărora le revin următoarele tipuri de activităţi:

- "divizarea" problemei de cercetat în aspectele ei de bază, având în vedere cerinţele existente din perspectiva de marketing şi de management;
- formularea întrebărilor cercetătorului în legătură cu aspectele de bază desprinse anterior;

- stabilirea obiectivelor cercetării, având în vedere fiecare din întrebările pe care şi le pune cercetătorul.

Pot exista situaţii când obiectivele cercetării reflectă cerinţe de informaţii extrem de specifice, cerute de procesul de decizie. Ele se vor regăsi, ca atare, în întrebările chestionarului, în obiectivele activităţii de observare, în obiectivele experimentului sau în obiectivele unui proces de simulare. În funcţie de obiectivele cercetării vom alege metoda de cercetare care poate asigura obţinerea informaţiilor de care avem nevoie.

Proiectarea cercetării. Proiectarea cercetării reprezintă un *plan* care specifică contextul studiului precum şi procedurile ce se impun pentru colectarea, obţinerea şi analiza informaţiilor necesare. Obiectivele cercetării, stabilite anterior, stau la baza alegerii metodei de cercetare, a surselor de obţinere a datelor primare şi secundare, a metodologiei de eşantionare şi de stabilire a mărimii eşantionului, a variabilelor ce se vor examina şi a modului lor de măsurare, a metodelor de analiză, a costurilor cercetării şi a perioadei de desfăşurare a cercetării.

Pentru cercetările descriptive şi cauzale cercetătorul poate opta, în funcţie de obiectivele şi restricţiile cercetării, pentru o anumită metodă sau tehnică de cercetare, inclusiv pentru o anumită combinaţie a acestora: anchetă, experiment, simulare, observare şi date secundare.

Ancheta reprezintă cea mai utilizată metodă de obţinere a datelor primare. Prin date primare sau informaţii primare înţelegem orice relatări verbale, scrise, cifrice sau sub forma unor simboluri, ce reflectă comportamente, opinii, evaluări, atitudini, motive, intenţii, preferinţe etc., obţinute pentru prima oară, printr-o metodă sau alta, de la cei care le posedă (persoane fizice, organizaţii etc.). Ancheta presupune existenţa unui chestionar şi a unui eşantion reprezentativ pentru populaţia avută în vedere în cazul unei cercetări descriptive sau explicative. Componenţii eşantionului pot fi contactaţi direct, prin telefon, prin intermediul poştei, prin Internet etc.

În condiţiile în care realizarea cercetării de marketing impune desfăşurarea unei anchete, atunci problematica eşantionării devine o fază distinctă a cercetării. Aceasta va presupune, în primul rând, stabilirea populaţiei care va face obiectul cercetării şi identificarea cadrului sau a bazei de eşantionare din care urmează să se aleagă unităţile eşantionului în cazul metodelor probabilistice de eşantionare. De asemenea, se pune şi problema stabilirii unităţii de eşantionare: persoană fizică, familie, gospodărie, firmă etc. O problemă deosebită a eşantionării o reprezintă determinarea mărimii eşantionului astfel încât acesta să fie reprezentativ pentru populaţia avută în vedere. Reprezentativitatea eşantionului depinde însă şi de modul în care se face selecţia elementelor sale constitutive. În acest sens, se pot utiliza două tehnici: eşantionarea probabilistică şi eşantionarea neprobabilistică, fiecare din ele conţinând o serie de metode care vor fi analizate ulterior.

Experimentele sunt utilizate, îndeosebi, în situaţiile în care se are în vedere cunoaşterea relaţiilor cauză - efect. Ele urmăresc cunoaşterea schimbărilor ce pot interveni la nivelul unei variabile (dependente), atunci când una sau mai multe variabile (independente) se modifică într-un context bine definit. Testele de marketing, spre exemplu, sunt o formă răspândită de manifestare a experimentului de marketing. Experimentul de marketing se poate realiza în laborator sau pe teren. Experimentele de laborator oferă posibilitatea măsurării directe a efectelor stimulilor la care este supus subiectul. Experimentele de teren sunt realiste, dar cunoaşterea şi măsurarea efectelor se face mult mai greu.

Simularea reprezintă un proces care se caracterizează prin abstractizarea realităţii într-o modalitate cât mai apropiată de situaţiile reale, cu scopul de a realiza observări, analize şi evaluări. Simularea implică conceperea unui model matematic sau a unei expresii logice prin care se

urmăreşte reproducerea caracteristicilor operaţionale ale sistemului simulat. Intrările în model vor exprima evenimente posibile să apară în realitatea simulată, iar ieşirile vor reflecta răspunsurile posibile ale sistemului real. Modelele de simulare permit cunoaşterea şi înţelegerea mai bună a interacţiunii şi interdependenţelor dintre variabile, permit evaluarea consecinţelor unor acţiuni preconizate, verificarea şanselor de succes ale unei acţiuni de marketing etc.

Observările permit obţinerea de informaţii privind comportamentul consumatorilor fără a apela la consultarea directă a acestora. Observările pot fi directe şi indirecte. Cele directe se manifestă atunci când se urmăreşte şi se înregistrează cum procedează un consumator, spre exemplu, când cumpără un anumit produs sau mai multe produse. Observările indirecte se manifestă atunci când se analizează unele efecte ale unui consum anterior de bunuri (identificarea ambalajelor unor produse aruncate în diferite containere). Observarea poate fi realizată de către anumite persoane sau de către aparate electronice (camere video, scanere optice etc.).

Datele secundare sunt utilizate în toate tipurile de cercetări. Ele sunt constituite din relatări scrise, cifrice sau simbolice, culese şi stocate anterior, având la bază diferite cerinţe, altele decât cele ale cercetării avute în vedere. Ele pot fi: date secundare interne şi date secundare externe.

Datele sau informaţiile secundare interne cuprind datele disponibile în cadrul organizaţiei. Spre exemplu, într-o întreprindere, este vorba de toate datele privind planificarea şi realizarea activităţilor de cercetare-dezvoltare, aprovizionare, producţie, desfacere, personal, reflectate în costuri şi profituri, stocate de-a lungul timpului în numeroase modalităţi. Problema care se pune este aceea de a le aduce într-o formă care să fie relevantă pentru activitatea de cercetare. Se pune deci problema conversiei datelor, adică problema schimbării formei lor originale într-o formă adecvată atingerii obiectivelor cercetării.

Datele sau informaţiile secundare externe se referă la datele care se găsesc în diverse lucrări aflate în biblioteci, în rapoartele diferitelor asociaţii şi organizaţii, în publicaţiile editurilor, în reviste şi ziare, în publicaţiile academice, în publicaţiile oficiale ale ministerelor, guvernului etc.

Colectarea datelor. Culegerea sau colectarea datelor se poate realiza de către persoane anume desemnate sau de către aparatură electronică.

Diferitele metode de cercetare determină metode diferite de culegere a datelor. Spre exemplu, metoda anchetei poate pretinde realizarea interviurilor personale directe, pe bază de chestionar. O observare a subiecţilor într-un magazin se poate face utilizând camera de luat vederi. Se pune problema ca activitatea de culegere a datelor să elimine sau să minimizeze erorile care pot să apară în această fază.

Pregătirea şi analiza datelor. După colectarea datelor se pune problema aducerii acestora într-o formă care să permită redarea cât mai clară a răspunsurilor la întrebările puse. Această preocupare implică o activitate de pregătire a datelor, anterioară deci introducerii lor în calculator. Ea începe prin a controla existenţa omisiunilor, lizibilitatea răspunsurilor, corectitudinea clasificărilor cerute, inclusiv identificarea greşelilor făcute de operator (transcrierea greşită a unui răspuns). În această fază un rol important pentru activitatea de analiză revine codificării datelor care permite interpretarea, clasificarea, înregistrarea şi stocarea acestora.

Analiza presupune înţelegerea logică a datelor colectate de la subiecţi. Pentru aceasta se utilizează o gamă largă de metode analitice, statistice, în funcţie de: obiectivele cercetării, modalităţile de eşantionare, tipul de scale utilizate, natura datelor culese etc.

Interpretarea rezultatelor şi formularea concluziilor. Pe baza analizei informaţiilor rezultate din prelucrarea statistică a datelor se desprind o serie de tendinţe, se descoperă o serie de legături şi corelaţii, se confirmă sau se infirmă ipotezele cercetării sau ipotezele testelor statistice.

Toate acestea se impun a fi interpretate cu scopul de a caracteriza şi înţelege fenomenele de marketing avute în vedere. Pe această bază pot fi formulate o serie de concluzii şi propuneri menite să ofere factorilor de decizie suportul necesar adoptării deciziilor ce se impun. Valoarea concluziilor şi propunerilor depinde de modul în care acestea pot contribui la rezolvarea problemei.

Raportul privind cercetarea de marketing are menirea de a comunica rezultatele obţinute. Această comunicare se poate face, în funcţie de scopul urmărit, sub diferite forme şi anume:

- sub forma unui raport succint, de 1 - 2 pagini, în care se menţionează: problema care a făcut obiectul cercetării, metoda de cercetare aleasă, rezultatele principale şi concluziile mai importante. Acest raport nu trebuie redactat într-un limbaj tehnicist;
- sub forma unui raport mai amplu, de 10 - 20 pagini, cu dezvoltări ale aspectelor menţionate anterior, inclusiv precizări legate de limitele studiului; el este destinat unor persoane cu funcţii de conducere;
- raportul detaliat care va cuprinde tot ce s-a întreprins pentru realizarea cercetării şi tot ce s-a făcut pentru obţinerea rezultatelor. El este destinat experţilor în marketing.

Rezultatele cercetării pot face şi obiectul unei prezentări orale, în diferite maniere, cu niveluri diferite de detaliere.

În Republica Moldova cercetări de marketing în agricultură realizează diferite organizaţii.

Una din aceste organizaţii şi cea mai importantă este **Biroul Naţional de Statistică al Republicii Moldova (BNS)**, care are misiunea de a elabora politici în domeniul statisticii şi asigură autorităţile publice centrale şi locale, mediul de afaceri, cercetarea ştiinţifică, mediul academic universitar, mass-media, publicul în sens larg şi alte categorii de utilizatori, inclusiv organizaţiile şi organismele internaţionale după caz, cu date şi informaţii statistice de calitate şi la timp, cu privire la situaţia socială şi economică a ţării.

În domeniul statisticii agriculturii în anul 2012 au fost realizate un şir de acţiuni menite să favorizeze finalizarea bazei de date şi a lucrărilor pentru publicarea rezultatelor Recensămîntului General Agricol (RGA). În acest scop cu concursul experţilor FAO în perioada menţionată s-au întreprins activităţi majore privind elaborarea aspectelor metodologice de analiză calitativă a datelor RGA şi compararea acestora cu alte date statistice şi administrative; elaborarea metodelor de corectare a erorilor în baza de date şi efectuarea corecţiilor manuale sau automate prin intermediul aplicaţiei IT; efectuarea analizei, verificării şi corectării, testarea şi ajustarea bazei de date; efectuarea inferenţei statistice şi extinderea datelor culese prin sondaj; crearea integrală a bazei de date pe ţară şi în profil teritorial, ajustarea şi validarea datelor finale ale recensămîntului.

Particularităţile şi principiile metodologice ale sistemului statistic agricol armonizat au fost elucidate şi discutate în cadrul seminarului organizat cu experţii FAO. La eveniment au participat instituţiile publice de resort cu care BNS are o colaborare fructuoasă în domeniul statisticii agriculturii: Ministerul Agriculturii şi Industriei Alimentare, Ministerul Economiei, Institutul de Economie, Finanţe şi Statistică, Agenţia Relaţii Funciare şi Cadastru, Academia de Ştiinţe a Moldovei. Subiectul prezentării făcute de experţii FAO a fost unul elocvent şi oportun, avînd în consideraţie faptul că, BNS este la etapa finală de prelucrare a datelor Recensămîntului General Agricol (RGA) care a avut loc în ţara noastră în perioada 15 martie -15 aprilie 2011. În cadrul evenimentului au fost expuşi indicatorii şi datele care pot fi extrase din bazele de date ale Recensămîntului, informaţie necesară pentru elaborarea politicilor de dezvoltare a domeniului agricol din ţară. În luarea lor de cuvînt experţii FAO au menţionat că, la organizarea RGA în

Republica Moldova s-a ţinut cont de recomandările şi cerinţele Uniunii Europene (UE) şi FAO, eficienţa Recensămîntului agricol din Moldova fiind anume în faptul că, indicatorii şi rezultatele lui pot fi comparabile atît cu cele ale UE, cît şi FAO.

Paralel cu realizarea activităţilor specifice Recensămîntului au fost colectate, prelucrate şi puse la dispoziţia utilizatorilor date statistice referitoare la producţia vegetală şi animală şi conturile economice. Activitatea de bază în domeniul statisticii agriculturii curente a fost efectuarea trimestrială a complexului cercetărilor statistice selective a producătorilor agricoli mici. De asemenea, a fost efectuată cercetarea selectivă vizînd preţurile la mărfurile şi serviciile procurate de către producătorii agricoli în anul 2011 în întreprinderile agricole şi organizaţiile-furnizoare de mărfuri şi servicii pentru agricultură.

În anul 2012, de asemenea, a fost elaborat proiectul Metodologiei de calcul a balanţelor resurselor alimentare şi utilizării lor în conformitate cu cerinţele FAO.

A fost editată culegerea statistică „Activitatea agricolă a micilor producători agricoli în Republica Moldova în a. 2011”. Publicaţia reflectă rezultatele cercetării activităţii agricole în anul 2011 a gospodăriilor personale auxiliare ale cetăţenilor şi a gospodăriilor ţărăneşti (de fermier) care deţin terenuri de pămînt cu suprafaţa mai mică de 10 ha. În publicaţie este prezentată informaţia vizînd atît suprafeţele însămînţate, structura lor, efectivul animalelor şi păsărilor şi volumul producţiei agricole, cît şi datele vizînd veniturile obţinute din activitatea agricolă, mărimea şi structura consumurilor şi cheltuielilor pentru producţia vegetală şi animală, utilizarea producţiei agricole etc. Publicaţia conţine descrierea principiilor metodologice de bază privind efectuarea cercetării, comentariul analitic al rezultatelor obţinute şi materialul tabelar pentru anii 2007 - 2011, în total pe ţară, pe categoriile de producători cercetaţi.

O altă instituţie care realizează cercetările de marketing în agricultură este **Institutul pentru Dezvoltare şi Iniţiative Sociale (IDIS) "Viitorul"**, care reprezintă o instituţie de cercetare, instruire şi iniţiativă publică, care activează pe o serie de domenii legate de: analiză economică, guvernare, cercetare politică, planificare strategică şi management al cunoştinţelor. IDIS activează în calitate de platformă comună care reuneşte tineri intelectuali, preocupaţi de succesul tranziţiei spre economia de piaţă şi societatea deschisă în Republica Moldova. Ultimul studiu efectuat de IDIS în domeniul agriculturii a fost realizat în anul 2011 cu denumirea „Sistemul de subvenţionare în agricultură administrat de Agenţia de intervenţie şi plăţi în agricultură”.

De asemenea, putem menţiona şi alte organizaţii cum ar fi *Centrul de Investigaţii Sociologice şi Marketing CBS-AXA, Federaţia Naţională a Agricultorilor din Moldova AGRO inform* etc.

În Republica Moldova există multe întreprinderi care efectuează diferite cercetări de marketing la comandă. Pe lîngă cele menţionate mai sus, mai există şi altele cum ar fi: IMAS-INC Chişinău, Avia Grup-Design SRL, Market Researches Moldova, Opinia SRL, Centrul de instruire şi consultanţă în afaceri MACIP, Comersant Plus SRL, Vox-Design SRL, Galart media SRL şi Halm Design SRL.

Din activitatea instituţiilor care efectuează cercetări de marketing în domeniul agriculturii putem evidenţia cîteva particularităţi ale cercetărilor de marketing în acest domeniu:

- în comparaţie cu alte domenii ale economiei naţionale în agricultură metoda de culegere a datelor este diferită din motivul că, obiectele cercetărilor sunt mici şi multe;
- nivelul de mecanizare şi automatizare a informaţiei în agricultură se diferă de alte ramuri, ceea ce se răsfrînge asupra sferei de culegere a datelor;

– personalul în agricultură este mai slab pregătit în comparaţie cu alte ramuri ale economiei naţionale;
– amplasarea întreprinderilor în agricultură se deosebeşte de amplasarea uzinelor, fabricilor în industrie. Aceasta influenţează vădit asupra culegerii informaţiei care este mai complicată decît în alte domenii ale economiei.

În concluzie, am putea menţiona, că procesul de realizare a cercetărilor de marketing în agricultură este în dezvoltare, fiind la un nivel începător cu toate că ţara noastră este una agrară. Reieşind din aceasta, am putea propune: de intensificat cercetările de marketing în agricultură, o parte din ajutoarele externe pentru agricultură de îndreptat spre cercetare, cointeresarea întreprinderilor de a efectua cercetări în domeniul agriculturii prin acordarea ajutoarelor de stat sau scutiri de impozite. Toate acestea, în final, vor contribui la dezvoltarea agriculturii şi a ţării în întregime.

Bibliografie:

1. Lefter, Constantin. *Cercetarea de Marketing. Teorie şi practică*. Editura Lux Libris, 1998.
2. Zikmund, G. William. *Essentials of Marketing Research*. The Dryden Press, 1999.
3. www.statistica.md
4. www.yellowpages.md

CONTRIBUŢIA ŢĂRILOR CU ECONOMII EMERGENTE LA EVOLUŢIA PIB MONDIAL

***Anton Lia**, drd.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

The emerging markets are represented by countries with social or commercial activity that is involved in a rapid economic growth and industrialization process. The even greater importance of the emerging market economies and of the developing countries ("emerging economies") is striking from a demographic and also from an economical point of view as well as on a macroeconomic and a microeconomic plan. Over 80% of the world's population lives in the emerging economies. Moreover, taking into account the important current economic changes, a greater number of emerging companies deal with an alert urbanization rhythm and massive migrations from rural areas to cities. One must say that Brazil, Russia, India and China represent the world's largest emerging economies, forming the so-called group BRIC. Not far from them there are Mexico, South Korea and Indonesia, all of them being among the world's first 15 economies. At a time when Europe and the United States of America have increasingly greater financial problems, we can expect that the world order, should change very soon, at least from an economic point of view, even in the coming years.

***Key words:** emerging economy, production patterns, purchasing power, economic stabilisation, trade opportunities.*

În pofida caracterului global al crizei, o serie de ţări au reuşit să facă faţă acestui şoc, urmărind un traseu ascendent, prin aceasta contribuind substanţial la dinamica economiei mondiale. Datorită politicii iniţiate, ţările cu economie emergentă au reuşit să atingă ritmuri de creştere spectaculoase.

Pieţele emergente sunt reprezentate de ţările cu activitate socială sau comercială aflată într-un proces rapid de creştere economică şi de industrializare. Importanţa crescândă a economiilor emergente şi angajamentul lor în creşterea comerţului sunt factorii ce vor sta la baza unor schimbări profunde în modelele de producţie şi cerere la nivel global. Economiile emergente au avut un început de an bun, considerându-se că evoluţiile pozitive vor continua, pe măsură ce riscurile asociate creşterii economice se diminuează. Ţările emergente trebuie să se concentreze acum pe capitalizarea noilor oportunităţi comerciale din regiunile lor şi vor fi cel mai bine poziţionate pentru asigurarea unei creşteri puternice şi sustenabile în viitor. În prezent, exporturile economiilor emergente depăşesc 10% din PIB-ul mondial - un procent mai mult decât dublu faţă de acum 10 ani. În următorii 20 de ani, cota acestora se va apropia de 20% - dublu fată de cota economiilor dezvoltate.

Pentru prima dată în istorie, Produsul Intern Brut (PIB) combinat al pieţelor emergente, ajustat la paritatea puterii de cumpărare, depăşeşte PIB combinat al economiilor avansate. În economie paritatea puterii de cumpărare (PPC) este o metodă folosită pentru a calcula rata de schimb alternativă între monedele a două ţari. PPC-ul măsoară puterea de cumpărare a unei monede, într-o unitate de măsură internaţională (de regulă, dolari), deoarece bunurile şi serviciile au preţuri diferite în unele ţări comparativ cu altele. Potrivit Fondului Monetar Internaţional, economiile dezvoltate vor avea un PIB ajustat 42,8 trilioane de dolari în 2013, în timp ce economiile emergente 44,4 trilioane de dolari.

Exporturile Zonei Euro se ridicau, în 2011, la 895 miliarde de dolari, în creştere faţă de 230 de miliarde de dolari în anul 2000. Peste 20 de ani, acestea vor depăşi nivelul comerţului intracomunitar.

Nu doar comerţul cu bunuri va înregistra o creştere rapidă în următorii 10 ani. Până în 2020, Europa va exporta mai multe servicii către Asia emergentă decât către America de Nord. Exporturile de servicii din SUA către America Latina se vor extinde, de asemenea, rapid, determinând o creştere puternica şi o accentuare a diversificării economice în America Latină. Sectorul bancar, al asigurărilor şi al diverselor servicii financiare din pieţele emergente va creşte pe măsura ce economiile acestora se maturizează, iar clasa de mijloc devine mai puternică, oferind noi oportunităţi pentru relaţiile comerciale. Cererea de servicii financiare complexe este deja în expansiune rapida, pe măsură ce nivelul de bunăstare creşte.

Raportul Rapid Growth Markets Forecast al Ernst & Young indică o accelerare a creşterii de la 4,7%, în 2012, la 6%, în 2014, ceea denotă şi o stabilizare a mediului economic. Anul 2014, de altfel, pare a fi şi anul în care exportul ţărilor în dezvoltare îl va depăşi pe cel al economiilor puternice.

Importanţa tot mai mare a economiilor de piaţă emergente şi ale ţărilor în curs de dezvoltare („economii emergente") este izbitoare atât din punct de vedere demografic, cât şi din punct de vedere economic, precum şi în plan macroeconomic şi, respectiv, microeconomic.

În economiile emergente trăieşte peste 80% din populaţia lumii. De asemenea, ţinând seama de schimbările economice profunde în curs, un număr mare de economii emergente se confruntă cu un ritm alert de urbanizare şi cu migraţii masive din zonele rurale către oraşe.

Dacă, pe de o parte, datele demografice indică valori ridicate, pe de altă parte, forţa economică a acestor ţări este, de asemenea, tot mai apreciabilă. **Figura 1** prezintă ponderea economiilor emergente în producţia mondială, determinată pe baza cursurilor de schimb ale pieţei, care a crescut de la sub 20%, la începutul anilor 1990, la peste 30% în prezent. Prin utilizarea conceptului „paritatea puterii de cumpărare (PPC)" – respectiv, luând în considerare diferenţele în ceea ce priveşte costul vieţii, ponderea economiilor emergente în PIB mondial depăşeşte deja 45%, valoare superioară cu 13 puncte procentuale celei înregistrate la începutul anilor 1990. Conform ***World Economic Outlook***, publicaţie realizată de FMI, această pondere va depăşi 50% în anul 2013.

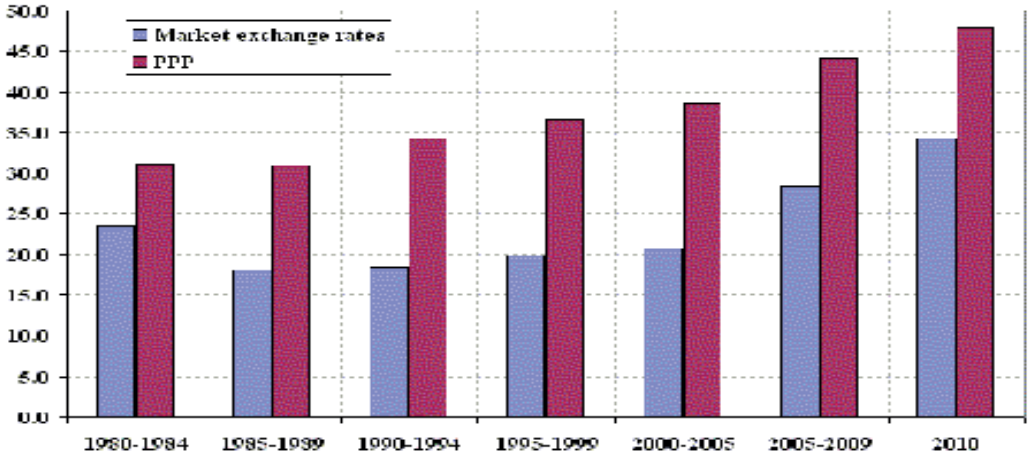


Figura 1. Ponderea economiilor emergente în PIB mondial

Sursa: **World Economic Outlook**, *FMI, iunie 2011.http://www.imf.org*

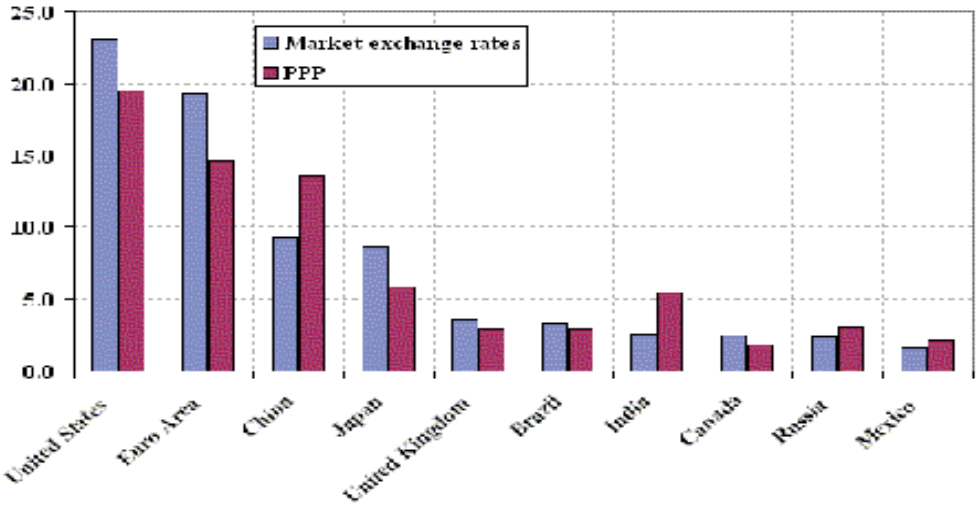


Figura 2.PIB pe ţări în anul 2010.
Sursa: **World Economic Outlook**, *FMI, iunie 2011.http://www.imf.org*

Aflată deja la o cotă importantă, ponderea acestor economii continuă să crească într-un ritm alert. Ritmul de creştere a economiilor emergente şi rezistenţa sporită a acestora la turbulenţele economice şi financiare sunt încurajatoare pentru economia mondială, care se poate baza pe dinamismul economiilor emergente într-o măsură mai mare decât în trecut. Populaţia din economiile emergente a profitat de avantajele care decurg din această dezvoltare rapidă, ceea ce a asigurat standarde de viaţă mai ridicate. În perioada 2000-2009, PIB pe locuitor a înregistrat o creştere. Integrarea economiilor emergente pe pieţele internaţionale de bunuri şi servicii a avut loc într-un ritm la fel de rapid. Referitor la exportul mondial de bunuri şi servicii, ponderea cumulată a economiilor emergente aproape s-a dublat în intervalul cuprins între începutul anilor 1990 şi anul 2010, plasându-se la aproximativ 35%.

Deşi importanţa economiilor emergente creşte într-un ritm alert la nivel macroeconomic, se observă amplificarea rolului acestora şi în plan microeconomic. În acest context, de exemplu, deja în anul 2000, şapte dintre cele mai mari 25 de companii internaţionale, în ceea ce priveşte valoarea de piaţă, proveneau din economii emergente (Tabelul 1).

Tabelul 1. Clasamentul celor mai mari firme internaţionale, realizat de Forbes, 2000

Clasament Forbes 2000	Denumire companie	Ţara de provenienţă
Locul 1	IBC	China
Locul 2	CHINA CONSTRUCTION BANK	China
Locul 8	AGRICULTURAL BANK OF CHINA	China
Locul 9	PETROCHINA	China
Locul 10	BANK OF CHINA	China
Locul 17	GAZPROM	Rusia
Locul 20	PETROBRAS	Brazilia

Perspectivele economice pe termen lung reies din realitatea că situaţia actuală se prezintă promiţătoare pentru economiile emergente, dar perspectivele par să fie şi mai favorabile. Proiecţiile referitoare la creşterea pe termen lung, bazate pe tendinţele demografice şi pe modelele

privind acumularea de capital şi productivitatea, indică probabilitatea ca economiile emergente să deţină un rol şi mai important în economia mondială. În acest sens, o serie de studii din raportul trimestrial, lansat de Ernst & Young - Rapid Growth Markets Forecast (RGMF) au ajuns la concluzii surprinzătoare cu privire la perspectivele de creştere ale economiilor emergente. Astfel, Brazilia, Rusia, India şi China ar putea să reprezinte, în ansamblu, peste jumătate din puterea economică de care dispun în prezent primele şase state cele mai industrializate până în anul 2025, iar în mai puţin de patru decenii ar putea chiar să le depăşească.

Totodată, rolul tot mai important deţinut de economiile emergente oferă mai multe oportunităţi zonei euro. În mod deosebit, creşterea vertiginoasă înregistrată de economiile emergente determină majorarea cererii asociate anumitor bunuri şi servicii comercializabile, pentru care zona euro deţine avantaje comparative. Concurenţa la nivelul economiilor emergente potenţează, de asemenea, stimulentele privind realizarea de noi progrese, la nivelul zonei euro, în domeniul reformelor structurale, care sunt indubitabil necesare.

De asemenea, zona euro deţine potenţialul necesar pentru a beneficia de avantajele asociate noilor oportunităţi create de economiile emergente. Exportul şi importul de bunuri şi servicii ale acesteia figurează cu ponderi importante în PIB. În această privinţă, trebuie evidenţiat faptul că ponderea exportului zonei euro (exclusiv relaţiile comerciale în interiorul zonei euro) către Asia s-a majorat de la 19% în anul 2000 până la 22% în anul 2009, în timp ce exportul către Statele Unite s-a restrâns de la 17% la 12% în acelaşi interval. Ponderea Chinei în exportul total al zonei euro a sporit de la 2% în anul 2000 până la 5,3% în anul 2009. În aceeaşi perioadă, exportul către Rusia a cunoscut un avans mai mult decât dublu, de la 1,8% la 3,9%, depăşind livrările cu destinaţie spre Japonia, deşi ponderea Rusiei în exportul total a fost chiar mai semnificativă în anul 2008 (5,0%), în perioada anterioară prăbuşirii schimburilor comerciale la nivel mondial. O tendinţă similară, deşi într-o măsură mult mai scăzută, se observă şi în cazul Indiei, ţară care reprezenta 1,7% din exportul total al zonei euro în anul 2009.

Trebuie menționat că Brazilia, Rusia, India și China reprezintă cele mai mari economii emergente ale lumii, ele formând aşa-numitul grup BRIC. Nu departe de ele se află Mexic, Coreea de Sud și Indonezia, toate fiind între primele 15 economii din lume (Tabelul 2).

Tabelul 2. Evoluţia creşterii economice a ţărilor din grupul BRIC

Economiile	2010	2011	2012 estim.	2013 prog.	2014 prog.
Brazilia	7,5	2,7	1,3	4,0	4,4
Rusia	4,3	4,3	3,7	3,6	4,2
India	9,6	6,9	5,5	6,1	6,5
China	10,3	9,2	7,7	7,9	8,0
Republica Africa de Sud	2,9	3,1	2,5	3,1	3,8
Mexic	5,5	3,9	3,9	3,8	4,6
Indonezia	6,2	6,5	6,2	6,2	6,3
Coreea de Sud	6,3	3,6	2,1	3,0	3,5
Turcia	9,2	8,5	3,0	3,4	4,2
Argentina	9,2	8,9	2,5	3,2	4,2

Economiile	2010	2011	2012 estim.	2013 prog.	2014 prog.
Chile	6,1	6,0	5,1	4,6	4,9
Peru	8,8	6,9	6,0	5,8	5,6
Columbia	4,0	5,9	4,4	4,5	4,8
Venezuela	-1,5	4,0	5,1	2,5	2,9
Egipt	5,2	1,8	1,1	3,2	4,7
Nigeria	7,8	7,4	6,4	6,8	7,2
Iran	5,9	2,0	-1,9	-0,9	1,5
Israel	5,0	4,6	2,9	2,8	6,0
Arabia Saudită	4,6	6,8	5,5	3,7	3,0
Pakistan	3,5	3,0	3,8	4,2	4,4
Malaysia	7,2	5,1	5,0	4,4	4,9
Filipine	7,6	3,7	6,2	5,4	5,5
Singapore	14,8	4,9	1,4	2,5	3,3
Thailanda	7,5	0,1	5,3	4,6	5,0
Per ansamblu economii în dezvoltare, emergente şi recent industrializate	7,7	5,7	4,7	5,1	5,6

***Sursa**: United Nations (2013), „World Economic Situation and Prospects 2013", January 2013, New York.*

Deoarece liderii tradiţionali Europa şi Statele Unite ale Americii se confruntă cu mari probleme financiare, e posibil ca ordinea mondială, cel puţin din punct de vedere economic, să se schimbe relativ curând, chiar în anii care urmează.

Ţările emergente nu constituie un bloc unitar pe plan internaţional, acestea din urmă elaborează propria conduită în politica economică şi socială atât pe plan intern, cât şi extern. Sistemul închis pe care îl adoptă le permite să acţioneze pe plan internaţional în aşa fel, încât, fie refuză unele măsuri propuse de organismele internaţionale, fie le acceptă, urmare a unor strânse negocieri prin care se urmăreşte protejarea propriilor economii de presiunile instituţiilor financiare mondiale. În realitate Banca Mondială şi numeroasele ei instituţii recurg la politici care în multe situaţii, cel puţin, nu ameliorează starea economică a ţărilor susţinute. De aceea, ţările emergente trebuie să fie mai prudente faţă de acest gen de sprijin şi să mizeze pe propriile politici şi pe valorificarea potenţialului intern.

Bibliografie:

1. *Raport al Consiliului National de Informaţii al SUA* [on line]. Decembrie 2012. Disponibil: http://globaltrends2030.files.wordpress.com
2. Tămaş, Sergiu. *Puterile emergente şi criza globală* [on line]. Disponibil: http://www.sferapoliticii.ro/sfera/148/art07-tamas.html

3. United Nations. *World Economic Situation and Prospects 2013* [on line]. New York 2013. Disponibil: http://www.un.org/en/development/desa/policy/wesp/wesp2013/wesp13update.pdf
4. *World Economic Outlook*, FMI, iunie 2011, http://www.imf.org
5. http://directsellingnews.com
6. http://www.ecb.europa.eu
7. http://emergingmarkets.ey.com/rapid-growth-markets-forecast-july-2013/
8. http://www.ey.com /raport Ernst & Young
9. http://www.fmi.ro
10. http://www.forbes.com
11. http://www.forbes.ro
12. http://www.zf.ro

SINTEZA CONCEPTUALĂ A PĂDURII CA OBIECT AL EVALUĂRII ECONOMICE

***Platon Ion**, drd.,*
Academia de Studii Economice din Moldova

Forests are managed, exist and do function according to their own lows and are in a strong relation with the habitat where they are developing being strongly influenced by the environmental conditions, also in turn they strongly influence the environmental purity. Social and economic functionality of forest ecosystems lies in their ability to provide a range of goods and services in order to satisfy human needs.Economic evaluation of forest resources provides the change from a forestry household oriented to wood production to one based on the usage of wood forest complex. In many European countries such concern has became an economical priority. Accordingly, the protection functions performed by the forest have the capacity to maintain in present the economical value which being destroyed simultaneously with the forest decline cannot be achieved by further ecological restorations works only with great difficulty, at great expense and in an extended period of time.

***Key words:** forest ecosystem goods and services, sustainable development, forestry, potential value of utility usage, non-utilitarian value, production, differential products, non-wood products.*

Problema evaluării economice a resurselor naturale, inclusiv a pădurii, având în vedere importanţa practică crescândă a ei, atrage în ultimul timp tot mai mult atenţia cercetătorilor. Cu mai mult timp în urmă, Tuiniţia O. Iu. menţiona că relaţiile dintre societate şi natură trebuie să fie examinate ca relaţii sub aspect economic [14].

Evaluarea economică a resurselor forestiere invocă suficienţe argumente ca să se treacă cât mai urgent de la o gospodărire silvică orientată pe producţia de lemn la una bazată pe utilizarea complexă a pădurii. În multe ţări europene o astfel de preocupare a devenit realitate economică. O atare gospodărire se axează pe politicile de protejare a fondului forestier care extrem de uşor poate fi afectat, graţie tăierii samovolnice şi neplanificate. De redresat însă fondul forestier este destul de dificil, e necesar o perioadă îndelungată de timp şi mari cheltuieli.

În literatura ştiinţifică, mal ales în cea din ultima oră, se vorbeşte tot mai insistent despre natura economică a pădurii, examinându-se scrupulos şi lansându-se diferite idei şi abordări ale evaluării ei economice. Analiza pluridimensională a acesteia demonstrează o diversitate mare de opinii cu privire la noţiunea de „evaluare a pădurilor”. În acest context se folosesc termenii – evaluare cadastrală, rentă diferenţială, taxe forestiere, cheltuieli marginale, impozite forestiere, cheltuieli compensatoare, rentă departamentală, cheltuieli substituibile, evaluare ecologo-economică etc. [5,8,9,10]. Aceste noţiuni sunt axate pe evaluarea unui tip concret de resurse forestiere sau terenuri forestiere.

Evaluarea pădurii ca ecosistem a fost discutată minuţios în lucrările cercetătorilor Turchevici I.V., Tuiniţia O. Iu., Lebedev Iu. V. etc. [11,14,15]. În aceste lucrări se insistă pe elaborarea cât mai urgentă a unor lucrări metodice privind evaluarea veridică atât a resurselor forestiere, cât şi a funcţiilor ecologice şi sociale ale pădurii.

Prin evaluarea economică a pădurilor înţelegem expresia valorică a efectului economic maxim posibil, obţinut de la o unitate de suprafaţă a terenurilor fondului forestier în baza utilizării rezonabile a tuturor tipurilor de resurse. De reţinut că sunt ignorate câteva funcţii ecologice ale pădurilor, funcţii importante care stăvilesc efectuarea unei evaluări obiective şi motivate [10].

De asemenea, prin evaluarea economică a ecosistemelor forestiere, se mai înţelege şi totalitatea acţiunilor de determinare a importanţei (valorii) factorilor obiectului natural multifuncţional, folosit pentru satisfacerea directă a necesităţilor omului.

În practica de astăzi se întâlneşte şi evaluarea economică a resurselor funciar - forestiere. Evaluarea economică a terenurilor fondului forestier, precum şi altor categorii de terenuri, se foloseşte la calcularea plăţilor încasate de la persoanele fizice şi juridice, dictate în primul rând de scopurile fiscale ale statului, care exprimă în formă bănească utilitatea sectoarelor terenurilor fondului forestier. Este necesar de presupus că expresia valorică cantitativă a potenţialului utilităţii resurselor ecosistemelor forestiere ar putea deveni o componentă importantă la determinarea valorilor lor în structura bogăţiei naţionale a teritoriului.

Numeroşi economişti, silvicultori şi gestionari de păduri se ocupă de evaluarea funcţiilor productive şi protective ale pădurii. Metodologiile folosite în acest scop sunt eterogene. De regulă, se iau în calcul, pentru a stabili în bani valoarea resurselor forestiere, următoarele componente ale valorii: pământul, munca, capitalul şi managementul, fără de care ceilalţi factori nu pot fi pe deplin evidenţiaţi. Evaluarea economică a serviciilor (considerând funcţiile ca noţiuni abstracte) de protecţie a pădurilor este legată de un anume nivel de dezvoltare a societăţii umane. Pornind de la acest nivel, se apelează la diverşi „indicatori de utilitate'', care contribuie la comensurarea impactului de influenţă a pădurii asupra climatului şi a altor factori de mediu. Printre cei mai relevanţi se impun şi următorii:

- costurile împăduririi sau reîmpăduririi unor terenuri;
- raportul dintre costuri / beneficii;
- beneficiul indiscutabil, rezultat din existenţa pădurii generatoare de influenţe favorabile privind protecţia mediului şi a sănătăţii oamenilor;
- costurile de substituire, respectiv costul instalaţiilor care pot asigura aceleaşi efecte ca şi pădurea.

Importanţa multifuncţională a ecosistemelor forestiere duce la necesitatea de folosire a diferitor principii de evaluare economică a tipurilor de beneficii naturale ale lor. Necitând la faptul că pădurea ca ecosistem reprezintă un tot întreg, ea nu este posibil de evaluat din punct de vedere economic cu ajutorul unui singur procedeu. De aceea, ecosistemul forestier trebuie să fie examinat ca totalitatea resurselor, fiecare dintre care urmează a fi evaluată de sine stătător. Numai suma evaluărilor date poate să ne ofere un tablou de ansamblu privind valoarea ecosistemului forestier ca un tot întreg.

Pădurile sunt organizate, există şi funcţionează după legi proprii şi se află în raport de condiţionare cu mediul în care se dezvoltă, fiind direct influenţate de condiţiile de mediu, şi la rândul lor influenţând nemijlocit calitatea mediului înconjurător.

Funcţionalitatea social - economică a ecosistemelor de pădure constă în capacitatea acestora de a furniza o serie de bunuri şi servicii pentru satisfacerea nevoilor umane [4].

Conştientizând necesitatea evaluării economice (costului) a resurselor naturale şi, în acelaşi timp, ţinând cont de activitatea practică desfăşurată zi de zi, acest proces persistă de decenii în şir, fiind cu atenţie monitorizat în mai multe ţări.

În practică, evaluarea pădurii ca ecosistem (*interacţiunea pluridimensională atestată între masa lemnoasă, tufişuri şi iarbă, animale, microorganisme şi alte componente ale mediului natural şi mediul extern, care se influenţează reciproc*) are loc, de obicei, în mod generalizat, cu ajutorul unor coeficienţi speciali elaboraţi pentru evaluarea masei lemnoase, sau se reduce la evaluarea terenurilor fondului forestier. De exemplu, metodica evaluării economice a celor mai importante tipuri de resurse naturale, recomandă acceptarea temporară a rolurilor de protecţie a mediului şi de recreere a pădurilor din primul grup funcţional, la nivelul evaluării triple a valorii lor de exploatare, însă nu mai jos de evaluarea cadastrală a pământului arabil.

Despre importanţa mediului în rezolvarea diferitor problemele economice în lumea contemporană, s-a pronunţat şi cercetătorul *Ernst von Weizsäcker,* care a remarcat că "Economia de piaţă poate ruina mediului şi pe sine, dacă nu permitem preţurilor să spună adevărul ecologic."

În cadrul abordării sistemice a examinării formaţiunilor şi fenomenelor naturale complexe, Belov S.V. lansează următoarea definiţie: „Pădurea este un sistem bioecologic, care se autoreglează şi care include plantări lemnoase, tufişuri şi ierburi, animale, precum şi pământul ocupat (teritoriul, atmosfera)” [6].

Cercetătorul Lebedev Iu. V., de asemenea, defineşte pădurea ca sistem ecologic, care se autoreglează şi constă din totalitatea resurselor lemnoase, tufişurilor şi ierburilor, covorul de muşchi şi de lichen, animale şi microorganisme, corelate prin metabolism şi diverse fluxuri de energie şi fenomene naturale, inclusiv şi de societate [11].

În calitate de obiect al cercetării economice, problemele pădurii prezintă anumite dificultăţi specifice, condiţionate, în primul rând, de caracterul îndelungat al procesului de regenerare a ei, destinaţia multifuncţională a terenurilor, nivelul înalt al influenţei activităţii umane asupra cursului natural de creştere a plantaţiilor forestiere, natura problematică a mecanizării proceselor de lucru la regenerarea şi creşterea culturilor forestiere (factorul de producere principal este cel natural, care nu poate fi mecanizat) etc. [7].

Tradiţional, economia forestieră, împreună cu gestiunea silvică, avea ca scop producerea de material lemnos pentru prelucrarea industrială şi obţinerea materialelor de construcţie, celulozei, hârtiei etc. Însă pădurile mai produc şi alte beneficii cum ar fi: resurse alimentare, rezerve de peşte din bazinele acvatice forestiere, faună forestieră etc., care îndeplinesc diverse funcţii sociale, ecologice, inclusiv cele de formare a biosferei şi a mediului [13].

În ultimii ani societatea acordă o deosebită atenţie pădurii care participă direct la restabilirea echilibrului ecologic şi asigură, totodată, condiţiile normale de viaţă pe Pământ. De reţinut că la evaluarea economică a pădurilor, mai ales în condiţiile economiei de piaţă, este inadmisibil să ne limităm doar la luarea în calcul a materialului lemnos. Iată de ce este necesar de examinat şi celelalte funcţii utile ale pădurii. Numai o asemenea abordare poate proteja sistemele forestiere din punct de vedere economic, evitându-se astfel folosirea iraţională sau înstrăinarea excesivă a resurselor lor din fondul forestier. Doar aşa vom depăşi tendinţele negative care în mod inevitabil duc la degradarea masivelor de păduri.

Pentru o caracterizare mai completă a pădurii ca elemente al economiei este necesar de examinat diversitatea folosirii ei, în particular prin prisma resurselor forestiere şi ecologice.

În acelaşi context este important să înţelegem că pădurile au devenit parte din sfera de producţie şi, în funcţie de condiţiile specifice, îndeplinesc diverse funcţii. Prin urmare, pădurea ca o entitate economică, devine un mijloc de producţie, având un caracter multifuncţional. „Dar indiferent de natura sa economică şi indiferent de ce funcţie ar îndeplini, la evaluarea economică a pădurii, urmează a fi luat în cont întregul efect ce aceasta îl aduce societăţii. Şi aceasta este posibil

dacă pădurea este privită ca un cumulativ al resurselor şi surselor, utilizarea cărora asigură obţinerea acestui efect" [15] .

Direcţiile de folosire a resurselor forestiere sunt diverse şi reprezintă diferite tipuri de utilizare a pădurii (materiale lemnoase, nelemnoase, secundare şi speciale). Nu trebuie trecute cu vederea flora şi fauna forestieră, precum şi apa (în primul rând caracteristicile ei calitative), inclusiv aerul de pădure.

De reţinut că pădurile servesc drept sursă unică de material lemnos, care din an în an este tot mai solicitat. Masa totală a resurselor lemnoase include partea de tulpină a materialului lemnos (care este cel mai des evaluată), scoarţa, ramurile, buturugile, rădăcinile. Modurile chimice şi chimico-mecanice de prelucrare au extins considerabil posibilităţile de folosire a acestora în economia naţională. Procedeele tehnologice moderne asigură obţinerea din materialul lemnos a peste 20 de mii de tipuri de materiale, substanţe şi compuşi [6].

Resursele naturale explorate abuziv creează destule probleme. Din acest considerent nu trebuie uitat faptul că pădurea este regulatorul natural al echilibrului şi vitalităţii mediului natural. Având în vedere importanţa deosebită a acestui moment, parametrii economici ai evaluării trebuie să fie în concordanţă cu cei ecologici.

Evaluarea pădurii, fără luarea în calcul a factorilor ecologici, duce neapărat la pierderi greu de recuperat în funcţionarea landşafturilor naturale, la urmări negative economice şi sociale. Mai mult decât atât, în condiţiile creşterii diapazonului de industrializare a muncii şi de dezvoltare a urbanizării vieţii, cresc inevitabil posibilităţile de degradare a ecosistemelor forestiere, ceea ce, în fond, duce la o agravare vădită a situaţiei ecologice. Iată de ce pădurile trebuie tratate nu doar ca resursă de utilitate industrială, ci şi ca tezaur natural naţional. Cu alte cuvinte, este stringentă nevoia de a păstra echilibrul ambelor abordări, care examinează pădurea ca valoare absolută şi ca obiect de consum, pentru a exclude atât dominarea evaluării particularităţilor de consum, cât şi a evaluării valorii lor absolute.

Pentru satisfacerea necesităţilor materiale ale societăţii urmează a fi utilizate atât resursele forestiere lemnoase, cât şi cele indirecte ecologice. Reglementarea dată este oportună şi absolut firească de a păstra diversitatea biologică a mediului natural ambiant, care trebuie direcţionat spre asigurarea vieţii în toate formele de manifestare a ei.

În legătură cu acest fapt este necesar de menţionat, în primul rând, faptul că pădurile sunt cel mai mare furnizor de oxigen – ele asigură aproximativ 40 % din oxigenul livrat anual de plantele verzi. „Deşeuri de producere ale fabricii verzi" ale naturii sunt aburul emanat de frunzele arborilor la transpiraţie, şi oxigenul liber, care este format în procesul de fotosinteză şi nimereşte în atmosferă. Timp de sute de milioane de ani vegetaţia a adus conţinutul de oxigen în atmosferă la 23 % ca masă, începând de la 1 – 1,5 % [11].

În acelaşi timp, o importanţă deosebită o are fotosinteza, în rezultatul căreia se produce oxigenul şi se absoarbe bioxidul de carbon. Importanţa acestui moment sporeşte în special în legătură cu faptul că activitatea economică a omului este însoţită de o emisie enormă de bioxid de carbon în mediul natural. Cercetările moderne ne demonstrează că are loc creşterea concentraţiei de CO_2 în atmosferă, care cauzează efectul de seră şi încălzirea globală. Urmările negative ale acestui fenomen sunt combătute, doar de păduri.

Unii economişti consideră că introducerea impozitului pe carbon ar contribui în mare măsură la reducerile emisiilor de CO_2 cu cheltuieli minime. Atare impozite trebuie impuse persoanelor responsabile şi companiilor poluante. Procedura colectării unui astfel de impozit trebuie să fie neapărat bine elaborată şi aplicată în mod riguros [12].

Masivele de păduri joacă un rol multifuncţional în păstrarea ciclurilor biochimice ale naturii. Ele îndeplinesc funcţii de protecţie a solului şi a apelor.

Rolul pădurilor este unul indiscutabil şi constă în protejarea stratului superior al solului de eroziunea cauzată de apă şi vânt, creşterea cantităţii de substanţe organice în stratul superior al solului, îmbunătăţirea proprietăţilor de filtrare ale acestuia, reducerea îngheţului solului etc.

Rolul pădurilor de protecţie a apelor este unul covârşitor în reglarea deversării râurilor. Este recunoscut unanim faptul că pădurea este cel mai eficient mijloc de reducere a deversării apelor din zăpada topită şi ploaie şi depozitarea acestora în rezervele interne, subterane, prevenind astfel scăderea râurilor în perioada de vară şi a dezvoltării eroziunii cauzate de apă.

Aşadar, argumentele expuse demonstrează în mod elocvent necesitatea evaluării economice a resurselor forestiere care se află într-o strânsă legătură cu realitatea ecologică. Interacţiunea dintre ecologie şi economie se regăseşte în modelul ecologo-economic de resurse potenţiale ale pădurii, care se produce prin mijlocirea legăturii reciproce dintre componentele ecosistemului forestier, ghidat de sistemul juridic al societăţii.

Pădurea în calitate de obiect al reglementării economice şi juridice se prezintă ca un veritabil în formă de sistem ecologic, pentru fiecare component al căruia statul trebuie să adopte legi şi reguli obligatorii de folosire a potenţialului lui de resurse şi de protecţie a acestora, contribuind astfel la formarea şi păstrarea unui echilibru judicios al patrimoniului forestier.

Bibliografie:

1. Duerr, W. *Fundamentals of forestry economics*. New-York, 1961.
2. Drăgoi, M. *Economia şi management forestier*. Suceava: Editura Universităţii din Suceava, 2008, 334 p.
3. Ecosistemele şi bunăstarea oamenilor. Un cadru de evaluare, 2005 Evaluarea Ecosistemelor Mileniului.. http://www.maweb.org/en/index.aspx
4. Pătrăscoiu, N., Toader, T., Scripcaru, Gr. *Pădurile şi recrearea*. Bucureşti: Editura Ceres, 1987, 269 p.
5. Антанайтис, В. et al. *Методика экономической оценки лесных земель*. Каунас: Изд-во СХА, 1975, 29 p.
6. Белов, С.В. *Лесоводство*. Москва.: Лесная промышленность, 1983, 352 p.
7. Варанкин, В.В. *Методологические вопросы региональной оценки природных ресурсов (на примере лесосырьевых ресурсов).* Москва: Наука, 1974, 239 p.
8. Воронин, И.В., Смородин, В. О стоимостной оценке леса. *Лесной журнал*. 1970, nr. 5, p. 123-129.
9. Кожухов, Н.И. *Экономика воспроизводства лесных ресурсов*. Москва: Лесная пром-сть, 1988, 262 p.
10. Лазарев, А.С., Павлова, Л.П. *Лесной доход*. Москва: Финстатинформ,1997, 261 p.
11. Лебедев, Ю.В. *Эколого-экономическая оценка лесов Урала*. Екатеринбург: УрОРАН, 1998, 214 p.
12. Лукьянчиков, Н.Н., Потравный, И.М. *Экономика и организация природопользования*. Москва, 2002, 453 p.
13. Питер, Х. Пирс. *Введение в лесную экономику*. Москва: Экология, 1992, 224 p.
14. Туниця, О.Ю. *Эколого-экономическая эффективность природопользования*. Москва: Наука, 1980, 168 p.
15. Туркевич, И.В. *Кадастровая оценка лесов*. Москва: Экология. Лесн., пром-сть, 1977.167 p.

SECŢIUNEA V
ÎNVĂŢĂMÂNTUL INTERDISCIPLINAR, CERCETAREA ŞI COOPERAREA ÎN SOCIETATEA CUNOAŞTERII

ФУНКЦИИ ПРАВОСОЗНАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ

***Певцова Елена**, д.ю.н., проф.,*
Российский университет кооперации

This article investigates the justice of children and youth nowadays, the designation its structure and functions. The author analyzes from the constructive approach: the existing interpretation of the term "justice functions", the types of functions and their level hierarchy. Describing the normative sense of children and young people justice, the author identifies its psychological basis and effective conditions for formation society legal culture. The article gives the author's approach to the understanding the structural components of the children and youth legal consciousness. Logical-normative, emotional-imaginative and fundamentally strong-willed blocks of justice are stressed. Opposite to the descriptive approach to the understanding justice, traditionally existed in the jurisprudence, the author proves, that a constructive approach to the formation justice lets measured, evaluated and used practically quantitative and qualitative characteristics and data of justice, which lets influence the management processes above justice, and, it means, raise its level in prevention social crime.

***Key words:** the level of legal culture, legal consciousness, functions and structure, sustained internal links*

Введение

Тема правового сознания детей и молодежи имеет большую актуальность, обусловленную необходимостью повысить уровень правовой культуры общества различных государств. Правосознание является составной частью правовой культуры, а потому выступает важным элементом, определяющим качество и уровень правовой культуры. До настоящего времени в науке существовал традиционный описательный подход к пониманию правового сознания подрастающего поколения, который не позволял качественно измерить его показатели. Выделение автором иной структуры правосознания и относящихся к его блокам функций правового сознания позволяет разрабатывать и внедрять в государстве комплекс мероприятий, позволяющих значительно повысить уровень, правовой культуры детей и молодежи- лиц, которым принадлежит будущее. При этом важную роль в понимании правового сознания указанной категории населения играют функции. Как справедливо замечено в литературе, *«без функций правосознание потеряло бы всякую значимость»*[69] .

1. Функции и структура правосознания

Функции и структура – парные явления, представляющие собой взаимосвязанные моменты правосознания несовершеннолетних в целом и каждого его элемента. Структура? как способ организации, относительно устойчивые внутренние связи правовых идей, взглядов, оценок, установок всей системы правового сознания несовершеннолетних и его

[69] См.: Бельский К.Т. Формирование и развитие социалистического правосознания. М. 1982.

функции, как внешние связи, в которых проявляется роль правосознания школьников в обществе, взаимно обуславливают друг друга. Формирующаяся структура правосознания несовершеннолетних предопределяет место того или иного элемента в целостной системе правосознания, а также обуславливает и его функции. В тоже время важным моментом развития и функционирования системы правосознания несовершеннолетних является определяющий характер влияния функции на структуру в ходе их взаимодействия. Принято считать, что функция изменяется несоизмеримо быстрее, чем обусловливаемая ею структура, которая значительно более консервативна[70]. Изменения в функциях влекут за собой изменения в структуре путем преодоления противоречий между новыми функциями и старой структурой.

Парность функций и структуры правосознания имеет не только онтологическое, но и гносеологическое значение, поскольку, помимо изучения функций правосознания несовершеннолетних, нет другого пути проникновения в его структуру. Вообще, как подчеркивается в научной литературе, понятие *«функции, применяемое к системным явлениям, более удобно использовать не для целостного воспроизведения системы, а для выделения соответствующих ее элементов»*[71]. Это замечание особенно актуально, по моему мнению, применительно к групповому правосознанию, к которому и относится правосознание детей и молодежи. Один и тот же его элемент, например когнитивный, может одновременно входить в состав двух и более систем. Отсюда понятно значение исследования функции правосознания школьной молодежи. При этом необходимо учитывать, что вопрос о функциях правосознания несовершеннолетних все еще остается недостаточно разработанной частью теории правового сознания. Авторы, занимающиеся этими проблемами, обычно ограничиваются их перечислением или же краткой характеристикой функций правосознания вообще. Дискуссионным продолжает оставаться понятие функций правосознания вообще и школьной молодежи, в частности. Отсутствует единство в определении критериев и классификации функций правосознания, что, в свою очередь, вызывает значительный разнобой, как в названии, так и числе функций, выделяемых разными авторами[72]. Вполне понятно, что это отрицательно сказывается на разработке проблем правосознания школьной молодежи. Между тем, функциональный аспект исследования приобретает особое значение в связи с внедрением в практику исследования правового сознания точных методов, в том числе математических[73].

---

[70] См.: Назаренко Е.В.Социалистическое правосознание и социалистическое правотворчество. Дис…д-ра юрид.наук. Киев. 1970; Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М. 1968; Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М. 1988; Соколов Н.Я., Леванский В.А. Опыт конретно-социологического исследования правосознания и правовой культуры.// ЛексРусика. - 2006. - № 1 и др.

[71] См.: Бура Н.А. Функции общественного правосознания. Киев. 1986; Ратинов А.Р. Структура правосознания и некоторые методы его исследования. // Методология и методы социальной психологии. М. 1977; Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М. 1988 и др.

[72] См.: Фарбер И.Е. Правосознание как форма общественного сознания. - М. 1963, Чефранов В.А. Правосознание как разновидность социального отражения .Киев. 1976; Радько Т.Н. Понятие и виды функций социалистического права. - В кн.: Вопросы теории государства и права. Саратов.1971; Покровский И.Ф. Формирование правосознания личности: Автореф…д-ра юрид. наук. Л. 1961; Щегорцов В.А. Правосознание как объект социалистического исследования. М. 1976; Бура Н.А. Функции общественного правосознания.Киев.1986 и др.

[73] См.: Леванский В.А. Моделирование в социально-правовых исследованиях. М., 1986. и др.

2. Термин «функция» в научной литературе

В научной литературе термин «функция» употребляется в разных значениях, в том числе как способность к деятельности и сама деятельность, роль, свойство, значение, компетенция, задача, зависимость одной величины от другой и т.д.. **Г. Афанасьев**, например, рассматривает функцию как *«форму, способ проявления активности, жизнедеятельности системы и ее компонентов»*[74]. Не вдаваясь в подробности, отметим, что в юридической литературе функцией правосознания считается, как правило, его свойство, качество, если они используются для достижения определенной цели. Следует согласиться с **К.Т. Бельским** в том, что *«функции правосознания выступают как конкретные направления и пути выполнения им социальной роли и назначения, присущие ему способы воздействия на общественные отношения»*. Функционирование правосознания школьной молодежи, как и общественного, самым тесным образом связано с определенными целями. То, что цели социально - демографической группы имеют в обществе объективный характер, обусловленный социальным разделением труда, половозрастным критерием, не означает отрицания сознательных целей, которые могут ставиться школьниками в своем поведении.

С учетом решаемых задач ученые, занимающиеся проблемами правосознания, говорят о различных его функциях. Так, **Е.А. Лукашева** функции правосознания разделяет на гносеологическую, прогнозирующую, правового моделирования и регулирующую[75]. **В.А. Щегорцов** рассматривает когнитивную, идеологическую и нормативно-прогностическую функции, а также функцию регулирования и моделирования[76]. **К.Т. Бельский** считает, что основными функциями правового сознания являются: отражательно-познавательная, информационная, оценочная, регулятивная, воспитательная, прогностическая[77]. **Н.А. Бура** указывает на правообразующую, регулятивную, правовоспитательную функцию, а также функции развития правовой науки и формирования сознания[78]. Как мне представляется, каждая из перечисленных классификаций, построенная с учетом поставленных исследователем перед собой задач, имеет право на существование и, тем более, на научное обсуждение. Вместе с тем нельзя не заметить, что существенные расхождения в названии и характеристике функций вызываются, прежде всего, различиями в признаках, используемых для их классификации. Не касаясь всех возникающих в этой связи проблем, отмечу, что имеющиеся противоречия могут быть в определенной мере разрешены путем установления некоторых очевидных критериев классификации функций правосознания школьной молодежи, находящегося в стадии формирования, и общественного правосознания. На мой взгляд, заслуживает внимания положение о том, что функциональный аспект общественного сознания, с помощью которого определяются результаты изменения общественного сознания в процессе исторического развития общества, характеризуется двумя сторонами: внутренней и внешней.

3. Иерархия функций правосознания

В системе правосознания детей и молодежи существует определенная иерархия функций - в соответствии с их уровнем. Каждой функции соответствующего уровня

---

[74] См.: Афанасьев В.Г. Системность и общество. М. 1980, с.131.

[75] См.: Лукашева Е.А. Социалистическое правосознание и законность. М. 1973, с. 105-106.

[76] См.: Щегорцов В.А. Социология правосознания. М. 1981, с. 31-34.

[77] См.: Бельский К.Т. Структура и функции правосознания. М. 1996.

[78] См.: Бура Н.А. Функции общественного правосознания. М. 1980.

корреспондируют структурные элементы правосознания школьников. Между функциями разного уровня существует тесная взаимосвязь. Каждая из функций остается частью уже имеющейся более общей функции. В процессе развития каждая вновь возникшая функция служит другой, более общей, более существенной функции, которая, в свою очередь, соответствует другой, еще более общей и т.д., до первичной функции. В данном случае, ею является регулирующая функция. И, напротив, регулирующая функция конкретизируется соответственно телеологической, праксеологической и генерационной. Следующий уровень связан с функциональной характеристикой элементов различных сфер правосознания школьников. Так, телеологическая функция может быть дифференцирована на познавательную, оценочную, поведенческую, которым в структуре правосознания несовершеннолетних соответствуют логико-нормативный, эмоционально-образный и принципиально-волевой компоненты. В конечном счете, это дает возможность измерить их количественно, определить эффективность. Ведущий характер регулирующей функции правосознания школьников обуславливается свойствами сознания не только отражать действительность, но и направлять поведение, образовательную деятельность. Таким образом, регулирующая роль правосознания школьной молодежи проявляется в направлении поведения. На этой основе школьники регулируют и координируют свое поведение, связанное с реализацией конкретных прав, в том числе, права на образование, придают ему целенаправленный характер, могут предвидеть последующие результаты. На базе регулирующей функции правосознания школьники способны принимать решение в правовой ситуации, участником которой они оказались, проявлять правовую активность.

Правосознание школьников в «скрытом виде» участвует в формировании социальных норм, прежде всего правовых, путем выработки суждений о правовых ценностях, которые при наличии соответствующих условий способны трансформироваться в нормы. Так, например, усиление правонарушений среди несовершеннолетних, ставшее следствием их негативного отношения к праву, является сигналом для принятия правоустановителем определенных мер для их снижения. Тем самым правосознание школьной молодежи участвует опосредованно в создании ценностно-нормативной системы, с помощью которой осуществляется регулирование поведения членов общества, соответствующий социальный контроль. Важная составная часть этой системы - право.

4. Нормативный характер правосознания

Принципиальное значение для понимания содержания регулирующей функции правосознания школьной молодежи имеет решение вопроса о его нормативности. В юридической литературе нормативный характер правосознания традиционно отрицался. Это лежало в основе отграничения правосознания от других форм общественного сознания, а также самого права. Отрицание нормативного характера правосознания служит также обоснованием взглядов юристов против широко распространенного среди философов отождествления права с другими видами общественного сознания. Впервые в юридической литературе положение о нормативном характере правосознания высказал **И.Е. Фарбер**, включив этот признак в его определение. В последующем это положение было поддержано и развито рядом других авторов. Вместе с тем высказывались и критические замечания по поводу этой точки зрения. Отрицание нормативного характера правосознания школьников представляется недостаточно убедительным, как и попытки обосновать нормативность права путем исключения этого качества из правового сознания. Напротив, нормативность права, даже в традиционном его понимании, могла бы обосновываться нормативностью правосознания и вытекать из него.

Нормы права, по моему мнению, обладают качеством нормативности не потому, что они таковы сами по себе, а потому, что, будучи одним из выражений правосознания, хотя бы и специфическим, они заимствует у него качество нормативности, придавая ему значительно большую силу и четкость выражения. Нормативность правосознания - выражение общего свойства, присущего общественному сознанию. Именно нормативность общественного сознания объясняет нормативность как нравственного, так и правового, а также политического сознания. Нормы права, в свою очередь, во многом могут быть рассмотрены как нормы лишь в связи с тем, что правовые идеи и взгляды, будучи закрепленными в законодательных и других правовых актах, сохраняют свой нормативный характер. Возможность этого становится особенно очевидной, если учесть то обстоятельство, что правовое сознание выражает потребность правового регулирования в категориях прав и обязанностей. Какова же природа нормативного характера правового сознания и чем она объясняется? На мой взгляд, такие объяснения не всегда достаточно убедительны. Так, под нормативностью правосознания понимается осознание субъектом своего юридического права, которому соответствуют юридические обязанности других лиц, что создает представление о норме поведения субъекта, который в своих действиях ограничен определенными юридическими условиями. При этом подчеркивается, что представление о нормативности созревает в правовом сознании независимо от того, фиксированы ли формально в юридических нормах права и обязанности субъектов. Разумеется, подобное объяснение не может не вызвать критики, поскольку оказывается, что нормативность - это какое-то особое свойство, коренящееся в самом сознании. Между тем методологически важно подчеркивать, что нормативность правосознания в значительной мере - результат отражения нормативности, существующей в самих общественных отношениях проявляющейся в фактическом поведении, носящем массовый характер. В конечном же счете нормативность - универсальное свойство общественного бытия.

Отражение правовым сознанием нормативных стандартов поведения характерно не только для эпохи, связанной с возникновением права как общественного явления, но и для всех этапов развития общества, включая современное общество. Особенно наглядно этот процесс протекает во всех областях общественных отношений, возникающих в результате научно-технического прогресса и требующих в связи с их значимостью правового опосредования.

Из сказанного вовсе не следует, что, отражая практическое поведение, правосознание остается простым отпечатком, копией того, как люди фактически ведут себя на практике. Напротив, только познание закономерностей развития нормативности общественных отношений позволяет выражать потребности в категориях прав и обязанностей, а также оценивать поведение людей с точки зрения его соответствия требованиям правовых норм. Нормативность правосознания в целом и правосознания школьников, в частности, имеет свою психологическую основу. На мой взгляд, ею может быть правовая установка личности. В науке, в том числе в криминологии, под установкой, как правило, понимается состояние личности, характеризующееся ее готовностью к определенной деятельности. Для возникновения этого состояния необходимы два условия: какая-либо актуальная потребность у субъекта и ситуация ее удовлетворения. Нетрудно заметить некоторые общие моменты между механизмом возникновения и реализацией установок и структурой правовых норм. Прежде всего и правовые установки, и реализация нормативно-правовых предписаний связаны с определенными потребностями личности. Кроме того, ситуация удовлетворения личностью своих потребностей может быть предусмотрена гипотезой

правовой нормы. И, наконец, реализация правовой установки может быть рассмотрена в качестве диспозиции правовой нормы. Что касается самой правовой установки, то она может быть принята в качестве основного элемента нормативности правового сознания. Это свойство нормативности установки может быть еще глубже раскрыто с учетом третьего фактора установки, ее фиксации, достигаемой путем многократного повторения впечатления, или же большой личной ценности впечатления. И то, и другое условие в полной мере характерно для правового поведения школьной молодежи. В результате достаточно прочной фиксации установки *«она будет представлена в сознании всегда каким-нибудь определенным содержанием, возникающим на базе этой установки. Если актуализировать эту последнюю повторно, то мы будем замечать, что каждый раз у нас возникает в сознании все то же содержание»*[79]. Таким образом, способность установки к фиксации, при наличии соответствующих потребности и возможности, лежит в основе нормативного поведения, которая может быть воспроизведена в правосознании и выражена в нормах права. Признание нормативности идей законности и справедливости, равенства прав и обязанностей и других не дает оснований для их отождествления с нормами закона. Таковыми становятся только те нормативные идеи, которые признаются и выражаются государством, обеспечиваются его поддержкой и защитой вплоть до применения принуждения. Можно даже сказать, что в определенной мере закон - это нормативность правосознания, нашедшая государственное признание и подтверждение. Противоречия же между ними - свидетельство необходимости целенаправленной работы, связанной с изменением условий жизни людей, приведением законодательства в соответствие с потребностями общественного развития, уже нашедшими отражение правосознании. Другая возможная альтернатива предполагает повышение уровня правовой культуры той части населения, которая еще не осознает потребности в назревших правовых преобразованиях или еще не понимает их в полной мере. Признание нормативного характера правосознания школьной молодежи предполагает ответ на вопрос о его регулирующем значении, влиянии на поведение. Авторы, отрицающие нормативный характер правосознания, тем не менее, вынуждены признать его регулирующее значение для поведения. *«Безусловно,*- писал **И.Ф. Рябко**, - *идеологические и психологические формы правосознания существенно влияют на поведение людей, но между этим влиянием и регулирующей силой юридических норм ставить знак тождества не только не целесообразно, но даже неосторожно, так как это вольно или невольно открывает дверь для оправдания нарушения закона соображениями психической позиции личности.»*[80]. Разумеется, нормативное правовое регулирование имеет первостепенное значение. Но признание этого еще не снимает вопроса о механизме влияния на поведение людей различных форм правосознания - идеологических и психологических. Идея нормативного характера правосознания способствует определенному движению вперед в исследовании этой проблемы. Поэтому трудно не согласиться с **Е.А. Лукашевой**, которая отмечает, что влияние той или иной формы сознания, т.е., воздействие на поведение людей, - это одна из форм регулирования их социальной деятельности[81].

---

[79] См.: Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М. 1988

[80] См.: Рябко И.Ф. Правосознание и правовое воспитание масс. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1969, с.65.

[81] См.: Лукашева Е.А. Социалистическое правосознание и законность. М. 1973. с.65.

Заключение

Подведу итоги. Правовое сознание школьной молодежи целесообразно рассматривать с позиции конструктивного, а не дискриптивного (описательного) подхода. Это дает возможность на основе полученных в результате социологических исследований количественно-качественных показателей выстроить объемное представление о состоянии элементов структуры правосознания, выявить его дефекты, а еще важнее предупредить их появление и развитие. В структуре правосознания школьников отчетливо дифференцируются логико-нормативный, эмоционально-образный и принципиально-волевой блоки. Они составляют сферу направленности личности. Кроме нее в правосознании выделены сфера мотивов и сфера опыта. Правосознание школьников выполняет ряд функций, главной из которых является регулирующая, определяющая их поведение. Регулирующая же функция, как уже указано мной, не может быть отделима от телеологической, праксиологической или генерационной, в которых она конкретизируется. Телеологическая функция, то есть целеполагающая, связана с постановкой целей поведения индивида; генерационная обеспечивает движущее начало в поведении субъектов (она определяется мотивами поведения школьников); праксеологическая (связанная с деятельностью, правовым опытом, а не только поведением) находит выражение в практическом отношении несовершеннолетних к правовой действительности. Замечу, что для школьников важную роль играет функция целеполагания (телеологическая), которой соответствует сфера направленности правосознания несовершеннолетних. В ее рамках очевидны такие подфункции как познавательная, оценочная и поведенческая, которым и соответствуют блоки: логико-нормативный, эмоционально-образный и принципиально-волевой. Познавательная функция выступает результатом отражения реального бытия в правовом сознании обучаемого в процессе образования. Правовое сознание школьника создает в уме некую правовую картину окружающей действительности. В процессе обучения в школе несовершеннолетний познает правовые явления, пытается разобраться в том, что запрещается, поощряется правом, какие существуют права и обязанности субъектов. Генерационной функции в правосознании несовершеннолетних соответствует сфера мотивов, праксеологическая же функция формирует в правосознании сферу опыта.

Конструктивный подход к правосознанию школьной молодежи позволяет рассматривать его как совокупность количественно-качественных оценок сфер направленности, опыта и мотивации правового сознания, сопряженных с характеристиками поведения в сфере права. Указанный подход в отличие от дискриптивного, описательного, позволяет поставить и решить задачу измерения, оценки и применения в практических целях количественно-качественных характеристик и показателей правосознания. Построение по результатам исследования обобщенных математических моделей дает не плоское, а объемное представление о правосознании школьной молодежи.

Литература:

1. Афанасьев В.Г. Системность и общество. М., 1980.
2. Бельский К.Т. Структура и функции правосознания. М., 1996.
3. Бельский К.Т. Формирование и развитие социалистического правосознания. М., 1982.
4. Буева Л.П. Социальная среда и сознание личности. М., 1968.
5. Бура Н.А. Функции общественного правосознания. Киев, 1986.

6. Леванский В.А. Моделирование в социально-правовых исследованиях. М., 1986.
7. Лукашева Е.А. Социалистическое правосознание и законность. М., 1973.
8. Назаренко Е.В.Социалистическое правосознание и социалистическое правотворчество. Дис…д-ра юрид.наук. Киев, 1970.
9. Певцова Е.А. Теоретико-правовые основы преодоления правового нигилизма и формирования правовой культуры детей и молодежи. М., 2012.
10. Радько Т.Н. Понятие и виды функций социалистического права. // Вопросы теории государства и права. Саратов, 1971.
11. Рябко И.Ф. Правосознание и правовое воспитание масс. Ростов-на-Дону: Изд-во Ростовского ун-та, 1969.
12. Соколов Н.Я. Профессиональное сознание юристов. М., 1988.
13. Фарбер И.Е. Правосознание как форма общественного сознания. М., 1963.
14. Чефранов В.А. Правосознание как разновидность социального отражения. Киев, 1976.
15. Щегорцов В.А. Социология правосознания. М., 1981.

Дополнительная литература:

16. Покровский И.Ф. Формирование правосознания личности: Автореф. д-ра юрид.наук. Л., 1961.
17. Ратинов А.Р. Структура правосознания и некоторые методы его исследования. // Методология и методы социальной психологии. М., 1977.
18. Соколов Н.Я., Леванский В.А. Опыт конретно-социологического исследования правосознания и правовой культуры.// ЛексРусика. - 2006. - № 1.
19. Щегорцов В.А. Правосознание как объект социалистического исследования. М., 1976.

FINALITATEA FORMĂRII PROFESIONALE A STUDENŢILOR – ABORDARE PRIN COMPETENŢE

***Musteaţă Simion**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

This article makes an attempt to orient education to training and skills development: curriculum with a focus on skills, technological educational goals situations implies re-conceptualization. In the context of those teleological approach trends of objectives/skills represents the expected/forecasted/designed educational purposes.

***Key words:** goals, objectives, learning outcomes, competences, skills, competence,quality*.

Calitatea educaţiei determină în mare măsură calitatea vieţii, se creează oportunităţi pentru formarea unui cetăţean avizat, competent şi foarte bine pregătit.

Învăţătura pe parcursul întregii vieţi a devenit o necesitate în Europa antrenată în schimbări sociale, tehnologice şi economice rapide. Populaţia reclamă aceste provocări datorită nevoii de actualizare continuă şi înnoire a cunoştinţelor, deprinderilor şi competenţelor generale.

Realizarea învăţării pe întreg parcursul vieţii este de multe ori stopată din cauza lipsei de comunicare şi cooperare între furnizorii de educaţie şi actorii responsabili de formarea profesională, inclusiv de autorităţi. Barierele între instituţii şi autorităţi de rang diferit restricţionează de multe ori chiar utilizarea eficientă a cunoştinţelor şi competenţelor deja dobândite.

La aceste provocări şi la alte probleme încearcă să ne ofere nişte răspunsuri Cadrul European al Calificărilor în spaţiul european al învăţământului superior, care a fost discutat şi adoptat la conferinţa ministerială de la Bergen (mai 2005).

La nivelul UE s-a determinat semnificaţia unică a unor termeni-cheie:
învăţare, rezultatele învăţării, competenţe, calificări etc.

Învăţarea este tratată ca proces cumulativ, prin care o persoană asimilează gradual noţiuni din ce în ce mai complexe şi mai abstracte (concepte, categorii, tipuri de comportament sau model) şi / sau dobândeşte deprinderi şi competenţe generale. Acest proces se desfăşoară atât informal, cât şi în contexte de învăţare formală care includ locul de muncă şi comunitatea locală.

Rezultatele învăţării – setul de cunoştinţe, deprinderi şi/sau competenţe pe care o persoană le-a dobândit, fiind capabilă să le demonstreze după finalizarea procesului de învăţare.

Rezultatele învăţării au o miză indiscutabilă, concretizată într-o suită de aşteptări de tipul: **ce trebuie să ştie, să înţeleagă şi să facă la sfârşitul unei perioade de studiu fiecare persoană în parte.**

Standardul rezultatelor învăţării este confirmat prin intermediul **unui proces de evaluare sau prin evaluarea obiectivă şi sistematică a fiecărui program de studiu.** O calificare conferă recunoaşterea rezultatelor învăţării pentru piaţa muncii, precum şi educaţia, formarea profesională continuă conferă un drept legal de a practica o ocupaţie, o profesie.

Cadrul European al Calificărilor prevede 8 niveluri de formare care reflectă finalităţile întregului sistem educaţional. Din acest sistem, nivelul 6 corespunde studiilor de licenţă, nivelul 7 - studiilor de masterat, iar nivelul 8 – studiilor de doctorat. Cadrul identifică opt competenţe-cheie:

- *comunicarea în limba maternă;*
- *comunicarea într-o altă limbă;*
- *competenţe de bază în matematică, ştiinţă şi tehnologie;*
- *competenţe digitale;*
- *competenţe de a învăţa să înveţi;*
- *competenţe interpersonale şi civice;*
- *sensibilitatea la cultură;*
- *spirit antreprenorial*.

Aceste competenţe trebuie dobândite până la sfârşitul ciclului de învăţământ obligatoriu şi urmează a fi menţinute pe tot parcursul vieţii. Însă componenta de bază a Cadrului Calificărilor sunt finalităţile.

Finalităţile reprezintă descrierea rezultatelor învăţării, ceea ce studentul trebuie să cunoască, să înţeleagă şi să fie capabil să demonstreze după finisarea studiilor. Finalităţile specifică cerinţele pentru acordarea creditelor.

Finalităţile de studiu sunt formulate de către cadrele didactice. Ţinând cont de necesitatea conexiunii dintre cererea şi oferta de educaţie, precum şi de asigurarea funcţionalităţii achiziţiilor academice, **rezultatele învăţării sunt exprimate în termeni de competenţe**. Ansamblul de competente este apreciat drept instrument/mecanism de integrare socio-profesională de succes.

Competenţa reprezintă o combinaţie dinamică de atribute (cunoştinţe şi aplicarea lor, aptitudini, atitudini şi responsabilităţi), **ce descriu finalităţile de studiu sau maniera în care studentul va reuşi să aplice cunoştinţele obţinute la sfârşitul programului de formare profesională.** Ele se pot referi la o unitate de curs sau / la un ciclu de programe.

Stabilim, deci, o corelaţie dintre calificări şi competenţe. **Pregătirea într-un domeniu concret de activitate este recunoscută doar în baza demonstrării unor competenţe.** O astfel de abordare este în concordanţă cu contextul social-economic şi cu promovarea noilor realizări din domeniul ştiinţelor educaţiei. Axarea procesului de formare profesională pe formare de competenţe sporeşte funcţionalitatea achiziţiilor academice şi determină instituţiile de învăţământ superior să fie mai receptive la cerinţele pieţii muncii.

Sistemul de competenţe include:

- **competenţe cognitive,** care vizează utilizarea teoriei şi a conceptelor, precum şi a capacităţilor de cunoaştere dobândite tacit şi informal prin experienţă;
- **competenţe funcţionale**, deprinderi sau capacităţi de utilizare a cunoştinţelor într-o situaţie de muncă dată;
- **competenţe personale**, care vizează capacitatea adoptării unei atitudini şi/sau comportament adecvat într-o situaţie particulară;
- **competenţe etice,** care presupun demonstrarea anumitor valori profesionale şi personale.

În dependenţă de contextul formării profesionale şi nevoia de manifestare a comportamentului specialistului, identificăm competenţe generale şi specifice.

Competenţele generale reflectă esenţa pregătirii profesionale la un anumit nivel (licenţă, master), în domeniul de formare profesională.

Conform **proiectului Tuning**, competenţele generale pot fi clasificate:

a) **competenţe instrumentale:** abilităţi cognitive, metodologice, tehnologice şi lingvistice;
b) **competenţe interpersonale:** abilităţi personale de tipul celor sociale, interacţiune socială, cooperare etc.;
c) **competenţe sistemice:** abilităţi şi deprinderi holistice. Deţinerea acestor competente este posibilă în baza primelor două tipuri de competenţe.

Când vorbim de competenţe generale, facem referire la aşa elemente precum capacitatea de analiză şi sinteză, cunoştinţe generale, percepţia dimensiunii europene şi internaţionale, capacitatea studiului independent, cooperare şi comunicare, tenacitate, abilităţi de conducere, de organizare şi planificare. Cu alte cuvinte, este vorba despre calităţi utile în orice situaţie, nu numai în cazuri specifice unui anumit domeniu.

Un mecanism de formulare a calificărilor îl constituie descriptorii Dublin, care se referă la:

a. cunoaştere şi înţelegere;
b. aplicarea cunoştinţelor;
c. abilităţi analitice şi predictive;
d. abilităţi de comunicare;
e. abilităţi de învăţare (a învăţa să înveţi).

Prin îmbinarea taxonomiei competenţelor, rezultată din Proiectul Tuning şi a descrip-torilor Dublin, Cadrul European al Calificărilor, a determinat următoarea clasificare a competenţelor generale:

1. cunoştinţe;
2. deprinderi;
3. competenţe personale şi profesionale:
   a) *autonomie si responsabilitate;*
   b) *abilitatea de a învăţa;*
   c) *competenţe sociale şi de comunicare;*
   d) *competenţe profesionale.*

Sistemul de calificări exprimat în finalităţi/competenţe este formulat pentru un anumit ciclu şi exprimă nivelul de pregătire al specialistului. Organizarea învăţământului superior pe cicluri este determinată de complexitatea diferită a procesului de studii şi, respectiv, de o complexitate diferită a finalităţilor /competenţelor pentru absolvenţii studiilor de Licenţa şi de Masterat.

Prin calificările de nivel 6, ce corespunde studiilor de licenţă din Cadrul European al Calificărilor, se validează cunoştinţe, deprinderi şi competenţe asociate unui domeniu de învăţare sau muncă, unele dintre ele fiind dintre cele mai avansate în domeniul respectiv. Aceste calificări validează, de asemenea, aplicarea cunoştinţelor în construirea şi susţinerea argumentelor utilizate în rezolvarea problemelor şi elaborarea judecăţilor de validare, bazate pe cunoaşterea problematicii sociale şi a eticii.

Prin calificările de nivel 7 (nivel de masterat) se validează cunoştinţe, dobândite prin învăţarea autonomă, o parte dintre acestea fiind cele mai avansate dintr-un domeniu specializat, constituind baza originalităţii în dezvoltarea sau aplicarea ideilor într-un context de cercetare. Aceste calificări validează de asemenea, abilitatea de integrare a cunoştinţelor şi de formulare a judecaţilor bazate pe cunoaşterea problematicii sociale şi a eticii, precum şi de asumare a responsabilităţii. Ele reflectă şi experienţa de gestionare a procesului de schimbare într-un mediu complex.

De remarcat că pentru toate ciclurile se proiectează atât competenţe generale, cât şi competenţe specifice. Competenţele specifice sunt elaborate în baza taxonomiei Tuning-Dublin, punându-se accent prioritar pe descriptori Dublin.

Specialiştii în domeniu, cadrele didactice şi beneficiarii serviciilor educaţionale stabilesc sistemul de competenţe şi prioritătile fiecăreia în funcţie de rolul lor în perspectiva integrării socio-profesionale.

Sistemul de competenţe din perspectiva integrării socio-profesionale

Eticheta Dublin	***Dimensiunea descriptorilor***	***Nr. competenţelor specifice raportat la dimensiunile Dublin***	
		Ciclul I	***Ciclul II***
A	Cunoaştere şi înţelegere	**5**	2
B	Aplicarea cunoştinţelor şi trecerea de la teorie la practică	**5**	4
C	Abilităţi analitice şi predictive	1	**1**
D	Abilităţi de comunicare	2	**3**
E	A învăţa să înveţi	1	**2**

De obicei, calificările ciclului I, studii de Licenţă conţin mai multe competenţe la nivel A sau B, iar calificările ciclului II, studii de Master sunt axate pe formarea de competenţe de nivel C, D, E.

Esenţa modernizării curriculumului la etapa actuală constă în orientarea procesului didactic spre formarea de competenţe, iar curriculumul modernizat conceput în cheia competenţelor impune noi rigori procesului educaţional integral.

Din analiza finalităţilor ca element-cheie a curriculumului stabilim o relaţie funcţională dintre finalităţile-intenţie şi finalităţile - rezultat în raport cu procesul didactic:

Intenţie/finalităţi/obiective (intrări/proiectări)	→	acţiuni educaţionale	→	finalităţi-rezultat (ieşiri)

În sens taxonomic se impune şi o stabilire a corespondenţei - **obiective - competenţe:**

Obiective generale ⇒ competenţe - cheie ;

Obiective intermediare ⇒ competenţe transdisciplinare/transversale;

Obiective concrete ⇒ competenţe specifice/subcompetenţe.

Prin formularea obiectivelor operaţionale proiectăm deţinerea unor achiziţii concrete, formarea unor subcompetenţe observabile şi măsurabile, rezultate din activităţi didactice concret determinate (lecţii, seminare, lecţii de laborator, stagii de practică ş. a.). O astfel de abordare generează nu numai modificarea curriculei, dar şi schimbarea a însăşi procesului de formare profesională. Accentul se pune pe cunoştinţele funcţionale, pe dimensiunea procesului didactic, pe racordarea lui la nevoile de formare a specialistului şi la cerinţele pieţei şi vieţii.

De asemenea, se evidenţiază orientarea spre realizarea personală, spre dezvoltarea unui cetăţean activ, responsabil, pentru angajabilitate în piaţa muncii, pentru promovarea şi dezvoltarea unei cariere profesionale.

Pornind de la dezideratul că „calitatea este atunci, când cursul sau programul asigură studenţii să ajungă la finalităţile de studiu/rezultatele planificate ale învăţării”, un sistem instituţional de asigurare a calităţii ar trebui doar să confirme că acest fapt se produce. Calitatea are loc în contextul interacţiunii dintre profesori, studenţi şi reprezentanţii agenţilor economici. E foarte important să avem clar determinate şi planificate finalităţile/rezultatele învăţării exprimate

în competenţe, strategii de realizare – metode adecvate de predare, învăţare, cercetare, evaluare şi un feedback informativ studenţilor şi societăţii. Toate se regăsesc în Triunghiul cunoaşterii, care integrează **cercetarea, educaţia şi afaceri**.

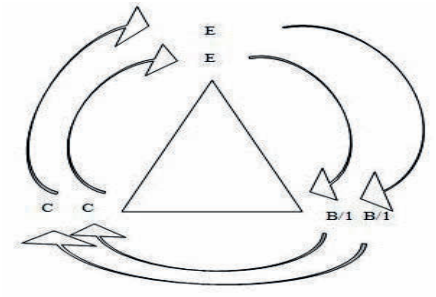
În viziunea europeană competenţa se tratează drept o sumă de cunoştinţe şi abilităţi. Toate se plămădesc în cadrul procesului didactic şi stagiilor de practică, configurând predarea, învăţarea, cercetarea, evaluarea. Urmează să găsim răspunsurile la următoarele întrebări:

Care sunt cele mai bune modalităţi de integrare a cercetării cu predarea şi învăţătura?

Care sunt cele mai bune metode de predare pentru creativitate, inovaţie şi antreprenoriat?

Care sunt cele mai bune căi de a aduce înapoi cunoaşterea şi experienţa din afaceri pentru a crea o nouă cercetare?

Într-un cuvânt ne mişcăm pe veşnica spirală (triunghiul) a cunoaşterii.



Acest triunghi ne propune învăţare prin practică şi prin cercetare.

Astfel, se impune să conectăm la procesul de formare profesională agentul economic, beneficiarul serviciului educaţional.

Am încercat să studiem aceste procese în cadrul proiectului TEMPUS 2008-FR-JPHES „Dezvoltarea de parteneriate cu întreprinderile din Moldova”. Pentru verificarea posibilităţilor de adaptare a metodologiei practicate de către Uniunea Europeană privind adecvarea programului universitar de formare profesională la nevoile mediului economic au fost elaborate **chestionare pentru profesionalişti şi absolvenţi:** absolventul UCCM în viziunea angajatorului şi universitatea în viziunea absolvenţilor. Pentru realizarea studiului satisfacerii angajaţilor şi absolvenţilor, anchetele au fost testate în prealabil. Au fost determinaţi pentru sondaj absolvenţii următoarelor specialităţi: *Contabilitate, Business şi administrare, Marketing şi logistică***.** La organizarea sondajului au fost implicate 3 catedre de profil, 20 persoane, 79 absolvenţi, 41 angajatori. Ulterior, au fost prelucrate rezultatele sondajului şi prezentate la şedinţa Senatului.

În baza testării au fost formulate următoarele concluzii:

* mediul de afaceri nu deţine informaţii complete privind programele de studii şi nu este predispus să aloce finanţe pentru formarea continuă;
* mai bine de 85% din absolvenţi activează conform specialităţii obţinute;
* dialogul şi colaborarea dintre universitate, absolvent şi angajator trebuie să devină o practică obligatorie şi continuă.

Drept consecinţă s-au efectuat ajustări ale programelor de formare profesională, atrăgând o atenţie mai sporită stagiilor de practică, formării competenţelor-rezultate ale învăţării.

Proiectul ne-a oferit şi alte posibilităţi:

* profesionalizarea studiilor prin schimbări în modul de organizare a stagiilor de practică la întreprinderi, modificarea obiectivelor tezelor de licenţă şi de masterat, orientate spre rezolvarea unor probleme aplicative propuse de întreprinderi;
* deschiderea Centrelor de formare continuă în toate universităţile din consorţium, lărgirea arealului cuprins de reţeaua de formare continuă;

* elaborarea curriculei şi implementarea modulului de formare antreprenorială a studenţilor în toate programele de studii;
* iniţierea incubatorului de afaceri.

Toate aceste poziţii urmează a fi menţinute şi dezvoltate. **Se mai impune**:

* de extins practica instruirii studenţilor în domeniul antreprenoriatului şi susţinerea lor în iniţierea afacerilor;
* de asigurat activitatea eficientă a Centrului de asistare antreprenorială.

În UCCM ani la rând se implementează SMC, în cadrul căruia s-a efectuat *evaluarea satisfacţiei agenţilor economici*. În anul trecut de studii au fost chestionaţi 152 agenţi economici.

Analizând chestionarul de evaluare a satisfacţiei agenţilor economici la toate specialităţile, respondenţii sunt, în genere, mulţumiţi cum se prezintă studenţii universităţii (cu 5 şi 4 puncte – **97%,** cu 3 puncte **3%).**

În scopul desăvârşirii procesului de pregătire a absolvenţilor, se propune cunoaşterea softurilor specializate, utilizate în cadrul băncilor comerciale şi dezvoltarea abilităţilor practice în domeniul contabilităţii, de a dezvolta capacitatea de comunicare şi de argumentare a ideilor înaintate, de a oferi studenţilor posibilitatea de a însuşi mai profund tehnologiile informaţionale.

Concomitent, se propun măsuri de îmbunătăţire şi pentru universitate:

* întreprinderea acţiunilor eficiente privind dezvoltarea parteneriatului universităţii cu mediul antreprenorial;
* intensificarea activităţilor de semnare a Convenţiilor, Acordurilor de parteneriat dintre universităţi, facultăţi, catedre şi mediul de afaceri ce vizează formarea profesională a studenţilor, formarea continuă a specialiştilor din întreprinderi, organizarea cercetărilor ştiinţifice la comanda antreprenorilor;
* organizarea de conferinţe, mese rotunde, simpozioane, expoziţii, reuniuni cu conducătorii întreprinderilor;
* ghidarea studenţilor spre realizarea unor teze de licenţă și de masterat, care trebuie ajustate la cerințele angajatorilor;
* amplificarea acţiunilor de implicare a partenerilor din mediul economic (absolvenţi şi angajatori) în activităţile de formare profesională a studenţilor;
* ajustarea permanentă a planurilor şi programelor de studii la cerinţele pieţei forţei de muncă din Republica Moldova;

Formal se propun şi se fac multe, eficacitatea însă e slabă: de exemplu la stagiile de practică studentul nu devine stagiar, nu îndeplineşte roluri reale ale funcţiei, uneori nu întotdeauna are acces la minimul de date, nu este pus în rolul adecvat al specialistului.

Avem interese comune şi doar împreună cu mediul de afaceri vom putea spori formarea competenţelor – finalitate a procesului de formare a specialiştilor.

Bibliografie:

1.*** Competenţe-cheie. Studiul 5. Eurydice, 2001.
2.*** Competenţe-cheie pentru educaţie pe tot parcursul vieţii. - Un Cadru de referinţă european. 2004, noiembrie.
3. Dandara, O., Constantinov, S., Sclifos, L. *Pedagogie:* Suport de curs. Ed. a 2-a. Chişinău: CEP USM, 2011.
4. Negreţ-Dobridor, I. *Teoria generală a curriculumului educaţional*. Iaşi: Polirom, 2008.

RESPONSABILITATEA SOCIALĂ – NOUA PARADIGMĂ A UNOR INSTITUŢII PUBLICE MODERNE

***Niţă Nelu**, dr., lect. univ.,*
Universitatea „George Bacovia”din Bacău, România

In a world which is in the process of globalization and so fragmented, Europe must assume the responsibilities incumbent on it in a governance of globalization. The role they play in Europe, it is that of a power struggle against violence, terror and fanaticism, which does not remain indifferent to the injustices facing the world today. The EU member countries involved in the european dream and realization in the process of globalization, must face many challenges in the extreme, in the sense that, on the basis of a new social responsibilities, all institutions of those countries should be brought in the first place, closer to its citizens.

***Key words:** corporate social responsibility; globalization; public institutions; international standards.*

Introducere

Efectele dezastruoase ale celor două războaie mondiale şi, mai ales, slăbirea poziţiei Europei în lume, au condus la conştientizarea, pe scară tot mai largă, a faptului că numai pacea şi acţiunea concertată pot să transpună în realitate visul unei Europe puternice şi unite. Acum, când trăim într-o lume aflată în plin proces de globalizare, fiind totuşi atât de fragmentată, Europa trebuie să îşi asume responsabilităţile ce îi revin într-o guvernare a globalizării. Rolul pe care trebuie să îl joace Europa este acela al unei puteri care luptă împotriva violenţei, a terorii, a fanatismului şi care nu rămâne indiferentă la nedreptăţile cu care lumea se confruntă astăzi. Pe scurt, Europa trebuie să joace rolul unei puteri care vrea să schimbe cursul evenimentelor internaţionale, în aşa fel încât printre beneficiari să se regăsească nu doar ţările bogate, ci şi cele sărace, din Uniunea Europeană, dar şi din afara Uniunii. O astfel de putere trebuie să asigure identificarea şi implementarea unui cadru moral, pe care să se bazeze procesul amplu de globalizare, proces care trebuie să fie bine ancorat pe principiile responsabilităţii sociale, solidarităţii şi dezvoltării durabile.

Ca ţară membră a Uniunii Europene, implicată în realizarea visului european şi în acest proces amplu al globalizării, România trebuie să facă faţă la extrem de multe provocări, sens în care instituţiile statului român trebuie aduse, în primul rând, mai aproape de cetăţeni. Este important ca cetăţenii să susţină obiectivele strategice ale României şi ale Uniunii Europene, dar pentru aceasta ei trebuie să observe şi să simtă, întotdeauna, legătura dintre aceste obiective şi acţiunile de zi cu zi ale instituţiilor publice ale statului, care trebuie să acţioneze numai în interesul general, al tuturor cetăţenilor. Pentru aceasta, cetăţenii îşi doresc instituţii flexibile şi bine structurate şi, mai ales, mai eficiente şi mai transparente în rezolvarea problemelor cu care ei se confruntă direct.

Toate instituţiile democratice ale statului român, trebuie să respecte întocmai aşteptările cetăţenilor. Este cunoscut faptul că, odată cu consolidarea şi îmbunătăţirea justiţiei, a siguranţei şi a acţiunilor împotriva criminalităţii, cetăţenii României îşi doresc creşterea nivelului de trai, doresc rezultate mai bune în ceea ce priveşte politicile salariale, combaterea activă a sărăciei şi a excluziunii sociale. Cetăţenii îşi doresc, de asemenea, soluţionarea concretă a problemelor de

mediu, crearea de locuri de muncă, îmbunătăţirea calităţii vieţii, reducerea infracţionalităţii, educaţie şi servicii medicale de calitate, inclusiv implicarea şi dezvoltarea comunităţilor lor. În acelaşi timp, cetăţenii doresc ca instituţiile publice, din toate domeniile, să renunţe la comportamentul birocratic şi coruptibil, pentru a asigura apariţia şi dezvoltarea de noi oportunităţi, precum şi răspunsuri prompte la probleme concrete.

Pentru îndeplinirea întocmai a aşteptărilor cetăţenilor în România nu este necesară numai o legislaţie clară, care să fie respectată şi aplicată fără nici un fel de discriminări şi privilegii, ci este nevoie şi de o adevărată cultură a responsabilităţii sociale, din partea tuturor instituţiilor publice şi democratice ale statului român. Mai mult de atât, pentru încurajarea implicării responsabile a companiilor, este necesară chiar transformarea autorităţilor publice în agenţi responsabili, constituirea lor în modele pentru promovarea practicilor responsabile.

Responsabilitatea socială a instituţiilor publice

Asigurarea unui înalt nivel de calitate în toate instituţiile publice, în concepţia noastră, trebuie să se realizeze cu luarea în considerare şi a unui înalt nivel de responsabilitate socială din partea întregului personal, în exercitarea atribuţiilor conferite prin lege. În acest sens, avem în vedere că performanţele tuturor organizaţiilor, în relaţie cu societatea globalizată în care funcţionează şi a impacturilor acestora asupra calităţii vieţii şi a mediului, constituie o componentă critică a măsurii performanţelor totale şi a capacităţilor lor de a continua să funcţioneze consecvent în mod eficace şi eficient. Practic, considerăm că toate organizaţiile la nivel mondial trebuie să fie din ce în ce mai conştiente, de necesitatea şi beneficiile unui comportament social responsabil şi echilibrat, care să contribuie la o dezvoltare durabilă.

În viziunea instituţiilor europene, responsabilitatea socială este considerată a fi "*modul unei firme de a integra preocupările sociale, de mediu şi economice în sistemul de valori şi cultura organizaţională, pentru a asigura luarea deciziilor strategice şi operaţionale într-o manieră transparentă şi responsabilă, şi de a stabili prin urmare practici mai bune în cadrul firmei, pentru a crea bogăţie şi a îmbunătăţi societatea*"[82]. Astfel putem afirma, fără teama de a greşi, că responsabilitatea socială reprezintă comportamentul etic continuu în orice tip de activitate, pentru a contribui la dezvoltarea economică durabilă, prin îmbunătăţirea calităţii vieţii, forţei de muncă, precum şi a comunităţii locale şi a societăţii în general. Mai multe de atât, în prezent anvergura mondială a unor domenii de acţiune şi recunoaşterea pe scară largă a responsabilităţii sociale arată că problemele relevante cu care se confruntă toate organizaţiile, se pot extrapola mult dincolo de cele existente în imediata vecinătate a acestora. Astfel, în contextul noii responsabilităţi sociale, considerăm că performanţele aşteptate din partea organizaţiilor şi durabilitatea acestor performanţe, în relaţie cu societatea în care funcţionează, cu mediul intern şi internaţional, constituie o componentă critică a măsurii performanţelor lor totale şi a capacităţii lor de a funcţiona eficace şi eficient, în raport cu performanţele globale ale societăţii.

Responsabilitatea socială este definită conform standardului internaţional SR ISO 26000:2011, ca fiind: "*responsabilitatea unei organizaţii faţă de impactul deciziilor şi activităţilor sale asupra societăţii şi mediului, manifestată printr-un comportament etic şi transparent, care contribuie la o dezvoltare durabilă, inclusiv la sănătatea şi bunăstarea societăţii, ia în considerare aşteptările părţilor interesate, respectă legile în vigoare şi este în acord cu normele internaţionale de comportament, este integrată în ansamblul organizaţiei şi aplicată în relaţiile sale*".

[82] Pentru mai multe informaţii poate fi accesat site-ul de internet: http://ec.europa.eu/enterprise/csr

Comportament etic, este acel comportament conform cu principiile acceptate ale unei conduite corecte sau bune, în contextul unei situaţii particulare şi în acord cu normele internaţionale de comportament.

Comportament transparent, este comportamentul care manifestă deschidere privind deciziile şi activităţile care afectează societatea, economia şi mediul, precum şi dorinţa de a comunica acestea, într-un mod clar, precis, prompt, onest şi complet.

Având în vedere aspectele precizate mai sus, considerăm că toate instituţiile statului, precum şi toate părţile interesate de activitatea acestora, trebuie să fie din ce în ce mai conştiente de necesitatea şi beneficiile unui comportament instituţional responsabil social, al cărui obiectiv nu poate fi decât acela de a contribui la dezvoltarea durabilă a societăţii româneşti, prin respectarea întocmai a legii, datorie fundamentală a oricărei organizaţii şi parte esenţială a responsabilităţii lor sociale.

Standarde internaţionale privind responsabilitatea socială

Prin aprobarea şi intrarea în vigoare a ***Standardului internaţional SR ISO 26000:2011-Linii directoare privind responsabilitatea socială***, fiecare organizaţie este invitată să devină mai responsabilă social, prin implementarea şi aplicarea acestui standard, care în fapt conţine recomandări nu cerinţe şi nu se utilizează pentru certificare. Standardul SR ISO 26000:2011 este un standard internaţional care furnizează linii directoare privind responsabilitatea socială, fiind destinat organizaţiilor de toate tipurile, din sectorul public sau privat, din ţări dezvoltate, în curs de dezvoltare sau în tranziţie. Prin aplicarea acestui standard se adaugă valoare activităţilor existente privind responsabilitatea socială şi se poate extinde înţelegerea şi implementarea responsabilităţii sociale, prin faptul că:

- prezintă un consens internaţional asupra a ceea ce înseamnă responsabilitatea socială şi temele la care trebuie să se refere organizaţia;
- furnizează linii directoare pentru transformarea principiilor în acţiuni efective;
- cuprinde cele mai bune practici deja stabilite şi le diseminează la nivel mondial pentru binele comunităţii internaţionale.

Liniile directoare cuprinse în standardul SR ISO 26000:2011 sunt inspirate de cele mai bune practici, dezvoltate de iniţiativele de responsabilitate socială ale sectorului public şi privat. Ele sunt corelate şi completate cu declaraţiile şi convenţiile relevante ale Naţiunilor Unite şi instituţiilor specializate ale acestora, în special ILO (Organizaţia Internaţională a Muncii), cu care ISO a stabilit un acord pentru a asigura concordanţa cu standardele de muncă ale ILO. ISO a semnat, de asemenea, un acord cu UNGCO (Biroul Internaţional pentru Convenţii al ILO) şi cu OECD (Organizaţia pentru Cooperare şi Dezvoltare Economică) pentru a creşte colaborarea în vederea elaborării standardului ISO 26000.

Pentru înţelegerea modului de aplicare a principiilor responsabilităţii sociale în orice instituţie şi organizaţie este foarte relevantă schema de mai jos, redată prin preluare şi adaptare din standardul internaţional SR ISO 26000:2011.

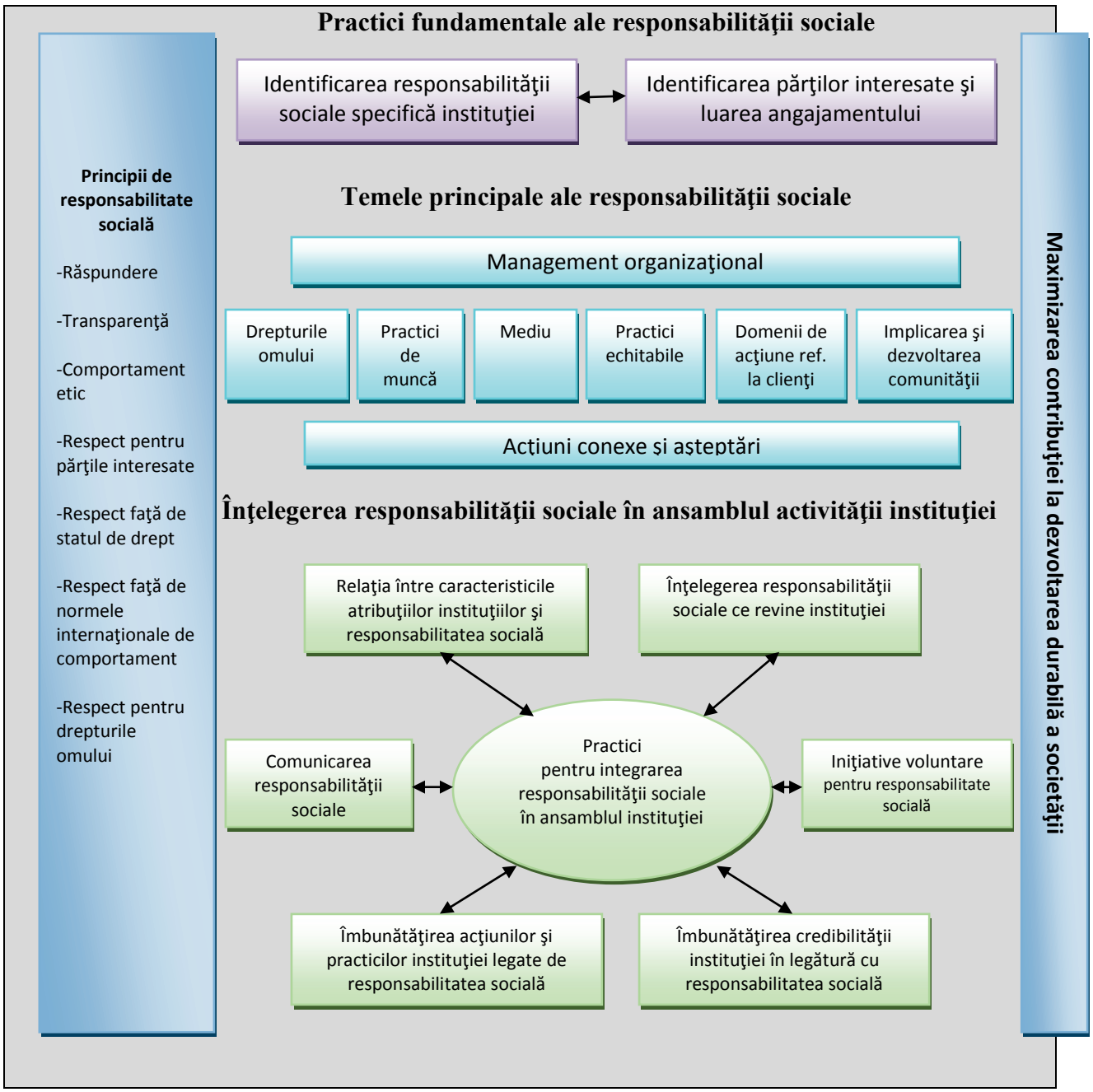


Figura 1. Schema de aplicare a responsabilităţii sociale

Schema de mai sus este extrem de utilă pentru sprijinirea managementului de la cel mai înalt nivel din orice instituţie publică şi din orice organizaţie, pentru înţelegerea modului de utilizare a standardului SR ISO 26000:2011, în aplicarea recomandărilor referitoare la creşterea responsabilităţii sociale a întregului personal, în vederea maximizării contribuţiei acelei instituţii sau organizaţie la dezvoltarea durabilă a societăţii.

Pentru aceasta este necesar ca, mai întâi, să fie analizate şi luate în considerare, toate caracteristicile responsabilităţii sociale specifice atribuţiilor instituţiei, precum şi caracteristicile relaţiilor acelei instituţii cu dezvoltarea durabilă a societăţii.

În acest sens este necesar ca fiecare instituţie să-şi revizuiască principiile responsabilităţii sociale şi să impună respectarea acestora în practica de zi cu zi a întregului personal, concomitent cu respectarea în practică a tuturor principiilor specifice activităţilor desfăşurate. În continuare,

managementul de la cel mai înalt nivel al instituţiei trebuie să asigure: identificarea şi analiza temelor principale şi a domeniilor de acţiune ale responsabilităţii sociale specifice instituţiei, identificarea fiecăreia dintre acţiunile şi aşteptările asociate temelor şi domeniilor responsabilităţii sociale ce îi revin şi să ia în considerare cele două practici fundamentale ale responsabilităţii sociale, respectiv: recunoaşterea responsabilităţii sociale a instituţiei în sfera sa de influenţă, precum şi identificarea şi dialogul cu părţile interesate, pe temele şi domeniile principale de acţiune ale responsabilităţii sociale, în raport cu aşteptările asociate acestora. În final, managementul de la cel mai înalt nivel al instituţiei, în funcţie de temele principale şi de domeniile de acţiune relevante şi semnificative, trebuie să asigure integrarea responsabilităţii sociale în deciziile şi activităţile sale, prin practici referitoare la: *integrarea responsabilităţii sociale în politicile instituţiei, în cultura organizaţională, în strategii şi activităţi, dezvoltarea competenţelor interne pentru responsabilitate socială, iniţierea de acţiuni de comunicare internă şi externă despre responsabilitatea socială, revizuirea cu regularitate a acţiunilor şi practicilor legate de responsabilitatea socială.*

Componentele responsabilităţii sociale reflectă aşteptările societăţii la un moment dat, fiind în consecinţă susceptibile de a fi schimbate. Deoarece preocupările societăţii se modifică, aşteptările organizaţiilor se schimbă şi ele, pentru a reflecta aceste schimbări.

Globalizarea, creşterea mobilităţii şi accesibilităţii, precum şi creşterea posibilităţilor de comunicare instantanee, indică faptul că persoanelor şi organizaţiilor din întreaga lume, trebuie să le fie mai uşor să cunoască deciziile şi activităţile organizaţiilor, atât din imediata vecinătate, cât şi din locaţiile cele mai îndepărtate. Aceşti factori oferă, astfel, posibilitatea persoanelor şi organizaţiilor de a beneficia de noi metode şi mijloace, pentru cunoaşterea şi soluţionarea problemelor. De asemenea, acest fapt înseamnă că deciziile şi activităţile organizaţiilor, sunt subiectul unei analize amănunţite, din partea diverselor organizaţii şi persoane. În acest fel, pot fi comparate cu uşurinţă politicile sau practicile aplicate de organizaţii în diverse locaţii.

Concluzii

Luând în considerare aspectele menţionate mai sus, în opinia noastră, orice instituţie, precum şi toate structurile sale organizatorice, trebuie să constituie permanent subiectul unor amănunţite analize din partea diverselor părţi interesate, astfel încât existenţa şi percepţia performanţelor obţinute de instituţie, inclusiv în materie de responsabilitate socială, pot avea influenţe pozitive sau negative, după caz: asupra reputaţiei şi imaginii instituţiei, asupra capacităţii de a atrage şi a păstra cei mai buni angajaţi, în raport cu obiectivele de performanţă stabilite şi aşteptate, asupra menţinerii motivaţiei, a angajamentului, implicării şi productivităţii angajaţilor, asupra relaţiilor structurilor organizatorice ale instituţiei cu alte autorităţi publice, cu mass-media, cu partenerii, cu clienţii şi cu comunitatea în care funcţionează fiecare structură în parte.

Beneficiile aduse de comportamentul responsabil social al instituţiilor statului, ca model pentru promovarea practicilor responsabile ale companiilor din mediul privat, pot consta, în mod evident, în stimularea redresării economice, creşterea competitivităţii, crearea de noi locuri de muncă şi dezvoltarea de noi pieţe în beneficiul companiilor, a cetăţenilor, a comunităţii şi a statului în ansamblul său.

Bibliografie:

1. Androniceanu, Armenia. *Management public*. Bucureşti: Ed. Universitară, 2006.
2. Costachi, Gheorghe. Direcţiile prioritare ale edificării şi consolidării statului de drept în Republica Moldova. În: *Contribuţii ştiinţifice la edificarea şi consolidarea statului de drept*. Academia „Ştefan cel Mare" a MAI, Institutul de Istorie, Stat şi Drept. Chişinău, 2011.
3. Niţă, Nelu. *Managementul excelenţei în instituţiile de ordine şi siguranţă publică*. Iaşi: Tehnopress, 2013.
4. Paraschivescu, Andrei Octavian. *Managementul excelenţei*. Iaşi: Tehnopress, 2009.
5. Peicuţi, Cristina. *Lumea în criză. Erorile sistemului*. Iaşi: Polirom, 2011.
6. Teulon, Frédéric. *Le róle de l'État dans l'économie*. Trad. Adriana Manolică. Editions du Seuil, Janvier, 1997. Iaşi: Institutul European, 2002.
7. Standardul internaţional SR ISO 26000:2011 - Linii directoare privind responsabilitatea socială.

ABORDĂRI LOCALE ALE EDUCAŢIEI FINANCIARE

***Ciumara Tudor**, dr.,*
Centrul de Cercetări Financiare şi Monetare „Victor Slăvescu”, Academia Română

Financial education can be seen as a cornerstone of economic development. It is therefore important to study how the need for this type of education is understood as well as how the various relevant institutions treat it. For this, we briefly review the links between financial literacy and economic growth. We then look at the different types of institutions within Romania that could contribute to adjusting the level of financial literacy of the population. The attention is focused towards academic institutions and those operating in the financial system. Following this analysis, we make a brief comparison with the situation in this field found in other countries.

***Key words:** Financial education, personal finance, household finance, economic development.*

În literatura de specialitate de limbă engleză se folosesc doi termeni legaţi de subiectul acestei lucrări, cu sensuri apropiate, dar totuşi distincte: *financial education* şi *financial literacy*. În vreme ce primul nu ridică probleme de traducere în limba română, fiind destul de clar la ce se referă, pentru cel de-al doilea cu greu putem găsi o traducere potrivită, dicţionarele oferind pentru *literacy* echivalentul românesc *ştiinţă de carte*. O variantă de traducere ar fi cea utilizată de Stănculescu (2010a): *alfabetizare financiară*. Astfel, educaţia financiară poate fi definită ca procesul de acumulare de informaţii şi dezvoltare de competenţe financiare (OECD, 2006), în vreme ce alfabetizarea financiară poate fi descrisă ca abilitatea de a folosi informaţiile şi competenţele dobândite prin educare, în vederea gestionării resurselor financiare (Hastings et al., 2012). Pentru simplitate, în această lucrare folosim cu precădere termenul de *educaţie financiară*, acceptând o definire extinsă, care să cuprindă şi aspectele legate de alfabetizarea financiară.

Importanţa pe care o are educaţia financiară asupra dezvoltării economice a fost discutată în mai multe studii. Hogarth (2006), spre exemplu, observă că acest tip de educaţie poate fi parte din strategiile de dezvoltare economică, reţinând însă şi dificultatea de a demonstra ştiinţific legătura dintre educaţie financiară şi dezvoltare economică. Tot Hogarth (2006) semnalează importanţa distingerii dintre informare şi educare şi necesitatea unei abordări complementare, pentru obţinerea unor schimbări de comportament în domeniul financiar. Alte studii, precum cel al Băncii Mondiale (World Bank, 2009a) sau OECD (2006a) evidenţiază mai clar importanţa economică a educaţiei financiare. Relativ uşor de intuit, insuficienţa cunoştinţelor în domeniul financiar este în strânsă legătură cu sărăcia, gradul scăzut de educaţie, apartenenţa la mediul rural, munca în agricultura de subzistenţă, situaţie evidenţiată pentru cazul României de Stănculescu (2010b). Autoarea observă că pentru sporirea nivelului de alfabetizare financiară este necesară îmbunătăţirea educaţiei, dezvoltarea economică şi socială, inclusiv prin dezvoltarea de programe de educaţie financiară.

Am menţionat gestionarea eficientă a resurselor financiare ca finalitate a procesului de educare financiară a populaţiei. Pentru a înţelege importanţa acestui tip de educaţie putem analiza episoade din istoria recentă a României, în care lipsa unui grad corespunzător de pregătire financiară a populaţiei a avut rezultate nedorite. Pot fi astfel amintite numeroasele jocuri financiare

piramidale ce au păgubit milioane de persoane (Caritas, Gerald, Philadelphia, FNI etc.), economiile la CEC erodate aproape complet de inflaţia din anii ’90, îndatorarea excesivă a multora în anii imediat anteriori crizei economice sau gestionarea necorespunzătoare a unor împrumuturi scumpe (carduri de credit, amanet, cămătărie etc.). Acestea sunt numai câteva exemple de cazuri în care existenţa unui bagaj mai bogat de cunoştinţe financiare ar fi putut duce la evitarea multor pierderi financiare şi chiar drame personale. Aceste exemple furnizează în acelaşi timp şi motive de stimulare a activităţilor educative în domeniul financiar.

Importanţa educaţiei financiare a fost analizată în literatura de specialitate în relaţie cu diverse elemente asociate, precum pregătirea pentru pensionare (Lusardi, 2008), împrumuturile cu costuri ridicate (Lusardi şi de Bassa Scheresberg, 2013), sporirea bunăstării (Behrman et al., 2010), comportamentul de economisire (Lusardi, 2008), activitatea bursieră (van Rooij et al., 2007) etc.

Este cert faptul că, în prezent, complexitatea operaţiunilor de natură financiară, pe care trebuie să le desfăşoare un individ “mediu”, este mult mai ridicată decât în urmă cu două decenii, spre exemplu. Ca urmare, a crescut şi nivelul cunoştinţelor şi abilităţilor pe care acesta trebuie să le posede pentru a se putea considera că deţine un nivel corespunzător de educaţie financiară, care să-i permită să-şi gestioneze eficient resursele financiare. Este oarecum previzibil faptul că o comunitate formată din indivizi cu cunoştinţe financiare mai avansate va fi o comunitate mai dezvoltată şi mai prosperă. Aceasta este, de altfel, argumentaţia uzuală pentru ideea că educaţia financiară are o importanţă deosebită pentru dezvoltarea economică generală. Indivizii mai bine informaţi şi educaţi fac alegeri financiare mai bune şi îşi sporesc nivelul de bunăstare. O comunitate formată din indivizi mai înstăriţi este o comunitate mai bogată şi mai dezvoltată. Această idee se regăseşte şi la Jappelli (2010) care, analizând importanţa educaţiei financiare, evidenţiază trei dimensiuni complementare: 1) dimensiunea activelor individuale; 2) dimensiunea datoriilor individuale şi 3) dimensiunea macro, prin contribuţiile aduse la buna funcţionare a pieţelor şi politicilor. Putem intui că un grup de clienţi cu activitate financiară individuală mai complexă constituie o bază de clienţi calitativ mai bună pentru o instituţie financiară decât un grup de clienţi cu nevoi şi cerinţe elementare.

Astfel, dincolo de dezvoltarea economică generală, considerăm că sporirea nivelului de educaţie financiară prezintă o importanţă deosebită pentru instituţiile din sectorul financiar. Analiza lui Stănculescu (2010b) relevă faptul că, pe măsură ce creşte nivelul de educaţie financiară individuală, creşte şi probabilitatea ca o persoană să utilizeze produse bancare sau de asigurare. În evaluarea acestui factor, trebui ţinut cont, pe de o parte, de faptul că gradul general de înţelegere a problemelor financiare este apreciat, în studiul menţionat, ca fiind foarte scăzut în România şi, pe de altă parte, interesul pentru dobândirea de cunoştinţe în domeniul financiar este foarte ridicat. În aceste condiţii se poate aprecia că eforturile instituţionale de educare financiară a populaţiei pot avea rezultate semnificative, cu efecte pozitive atât din punct de vedere social, cât şi strict comercial pentru instituţiile financiare.

Concentrându-ne atenţia asupra cazului României, amintim analiza Băncii Mondiale (World Bank, 2009) în care se afirmă necesitatea unui program naţional pentru educaţie financiară în această ţară. Se afirmă, de asemenea, că educaţia financiară, împreună cu protecţia consumatorului, este necesară pentru existenţa unor pieţe financiare largi, care să servească întregii populaţii, pentru îmbunătăţirea eficienţei dimensiunii de retail a pieţei financiare şi pentru asigurarea stabilităţii pe termen lung a sistemului financiar. Raportul nominalizează Institutul Bancar Român ca instituţie, care ar trebui să colaboreze cu Ministerul Educaţiei pentru dezvoltarea

unor programe educaţionale specifice, menţionând, în acelaşi timp, că şi instituţiile financiare ar trebui să joace un rol important în educarea clienţilor lor.

Pentru a pune în context situaţia României din punct de vedere al educaţiei financiare, amintim o comparaţie internaţională a nivelului de cunoştinţe financiare, prezentată de Jappelli (2010), care poziţionează România aproape de limita inferioară a clasamentului, pe locul 49 din 55. Desigur, analizând felul în care a fost calculată această poziţionare pot fi eventual găsite explicaţii. În linii mari însă este foarte posibil ca această poziţionare să fie mai curând adevărată decât falsă. În această situaţie ne putem întreba ce este de făcut pentru a îmbunătăţi situaţia. În răspuns, putem porni de la sinteza G8 (2006), în care se arată că principalii furnizori de educaţie financiară sunt şcolile şi alte instituţii de educaţie, locul de muncă, guvernul, instituţiile financiare, ONG-urile şi instituţiile internaţionale. Se subliniază că, între altele, educaţia financiară ar trebui să fie parte din buna guvernanţă a instituţiilor financiare, a căror responsabilitate în acest sens ar trebui încurajată. Întâlnim deci şi aici, precum şi în studiul Băncii Mondiale, menţionat anterior, ideea că instituţiile financiare ar trebui să joace un rol activ în sporirea nivelului de educaţie financiară a persoanelor.

Pentru a vedea în ce măsură instituţiile financiare din România se implică în mod real în procesul de educare specifică a persoanelor am realizat o analiză online, atât pe paginile de internet ale principalelor instituţii financiare din România, cât şi pe alte site-uri, create special pentru oferirea de elemente educaţionale. În urma acestei analize, efectuate în cursul lunii mai 2013, am conturat următoarea situaţie:

Dintre cele 41 de bănci comerciale şi sucursale ale instituţiilor de credit străine ce operau în România numai în cazul a 11 instituţii (sub 27% din total) am identificat o implicare în problematica educaţiei financiare individuale. Chiar şi dintre aceste 11 instituţii, mai multe au avut doar o implicare redusă în acest sens, probabil doar 8 dintre ele având o preocupare reală şi consistentă (Raiffeisen Bank, Banca Comercială Română, Royal Bank of Scotland, Volksbank, Banca Transilvania, Banca Comercială Carpatica, Unicredit Ţiriac, ING).

Am identificat activităţi orientate spre sporirea gradului de educaţie financiară în instituţii cu rol de reglementare, organizare sau educare a sistemului bancar din România (Banca Naţională a României, Asociaţia Română a Băncilor, Institutul Bancar Român). Dintre acestea, Banca Naţională a României pare a avea cea mai clară şi consistentă implicare în acest sens.

Fără a realiza o analiză cuprinzătoare a instituţiilor financiare nebancare din ţară, am identificat o astfel de instituţie (Provident) cu o implicare clară în activităţi de educare financiară a indivizilor.

În domeniul pensiilor, am identificat preocupări privind educaţia financiară a populaţiei din partea fostei Comisii de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private (înlocuită între timp de Autoritatea de Supraveghere Financiară, instituţie cu atribuţii mai largi, dar care încă nu şi-a început complet activitatea). În ceea ce priveşte fondurile de pensii, din 10 administratori de fonduri de pensii (pilonul II şi pilonul III) unul singur (ING) desfăşoară activităţi observabile în mediul online de educare specifică a clienţilor.

În afară de instituţiile financiare, am considerat, susţinuţi şi de informaţii obţinute din literatura de specialitate, că un rol important în educarea financiară a populaţiei ar trebui să îl joace şi instituţiile de învăţământ. În cadrul analizei online realizate am constatat că în sistemul educaţional românesc nu există, în clipa de faţă, o preocupare semnificativă faţă de acest subiect. Între aspectele pozitive se numără acela că, din anul 2010, s-a decis de către Ministerul Educaţiei ca educaţia financiară să devină disciplină opţională la nivel gimnazial şi liceal, cu o oră de studiu

pe săptămână. În afară de aceasta, am constatat că o serie de instituţii din domeniul financiar (precum Banca Naţională a României sau Comisia de Supraveghere a Sistemului de Pensii Private) au colaborat cu diverse licee sau universităţi, organizând seminarii informative şi conferinţe. Aceste evenimente nu au fost însă organizate în mod sistematic la nivel naţional şi nici nu a existat o continuitate identificabilă a acţiunilor educative în cadrul diferitelor instituţii de învăţământ. La nivel universitar, în urma unei analize parţiale a ofertei educaţionale, nu am identificat cursuri dedicate domeniului finanţelor personale.

Alăturând informaţiile privitoare la nivelul precar al educaţiei financiare a populaţiei în România celor rezultate în urma analizei online realizate, constatăm că în prezent nu sunt întrunite condiţii care să sugereze iminenţa unei creşteri a acestui nivel de educaţie. Preocupate, probabil, de eficientizarea propriilor activităţi, în ani de criză, instituţiile financiare nu se arată preocupate de sporirea nivelului cunoştinţelor financiare ale clienţilor lor. Poate mai greu de înţeles este aparenta lipsă de preocupare privitoare la acest subiect la nivelul învăţământului universitar, unde ar putea fi formaţi tineri profesionişti orientaţi către promovarea acestui domeniu educaţional.

În final, trebuie să amintim faptul că insuficienta pregătire individuală la nivel financiar nu se limitează la anumite ţări, eventual ţări mai puţin dezvoltate. Există studii ce indică existenţa unor deficienţe semnificative în domeniul educaţiei financiare şi în ţări cu pieţe financiare dezvoltate (Lusardi şi Mitchell, 2011), relevând existenţa unei multitudini de factori de influenţă, precum vârsta, sexul, gradul de educaţie generală, religia, aspectele specifice anumitor ţări etc. În fond, amploarea schimbărilor din domeniu din ultimii ani a fost suficient de mare pentru a aduce noutăţi majore pentru toţi indivizii, indiferent de ţările de origine. Sigur, nu pot fi neglijate decalajele enorme, ce există între sistemele financiare din diferite ţări, care presupun existenţa unor seturi de cunoştinţe foarte diferite din partea locuitorilor acestora. Dar, în cele din urmă, ne putem întreba şi dacă pentru a măsura gradul de educaţie financiară a indivizilor, la nivel global, trebuie folosit acelaşi etalon. În fond, anumite cunoştinţe din domeniul financiar, esenţiale pentru fiecare în ţări mai dezvoltate din acest punct de vedere, pot fi complet inutile în alte ţări, justificând astfel necunoaşterea lor. Probabil, eforturile ar trebui orientate către dezvoltarea de abilităţi şi dobândirea de cunoştinţe necesare bunei gestionări a resurselor financiare individuale, ţinând cont cu precădere de contextul naţional, în măsura în care graniţele naţionale marchează sfera activităţilor financiare individuale.

Bibliografie:

1. Behrman, J.R., Mitchell, O.S., Soo, C., Bravo, D., 2010, *Financial literacy, schooling, and wealth accumulation*, NBER Working Paper 16452.

2. G8, 2006, *Improving financial literacy. Summary of discussion*, Moscova, 18-19 aprilie, http://www.g8finance.ru/en/documents/index.php?id19=58.

3. Hastings, J.S., Madrian, B.C., Skummyhorn, W.L., 2012, *Financial literacy, financial education and economic outcomes*, NBER Working Paper 18412.

4. Hogarth, J.M., 2006, *Financial Education and Economic Development*, Improving Financial Literacy International Conference, 29-30 noiembrie.

5. Institutul de Economie Mondială, 2010, *Financial Literacy Survey in Romania. Technical Report*, The World Bank.

6. Jappelli, T., 2010, *Financial Literacy: An International Comparison*, Netspar Discussion Paper 09/2010-064.

7. Lusardi, A., 2008, *Household saving behavior: the role of financial literacy, information, and financial education programs*, NBER Working Paper 13824.

8. Lusardi, A., de Bassa Scheresberg, C., 2013, *Financial Literacy and high-cost borrowing in the United States*, NBER Working Paper 18969.

9. Lusardi, A., Mitchell, O.S., 2011, *Financial literacy around the world: an overview*, NBER Working Paper 17107.

10. OECD, 2006a, The Importance of Financial Education, *Policy Brief,* http://www.oecd.org/dataoecd/8/32/37087833.pdf.

11. OECD, 2006b, *Improving Financial Literacy: analysis of issues and policies*, OECDPublishing.

12. Rooij, M. van, Lusardi, A., Alessie, R., 2007, *Financial literacy and stock market participation*, NBER Working Paper 13565.

13. Stănculescu, M. S., 2010a, *Educaţie financiară şi servicii financiare*, Institutul de Cercetare a Calităţii Vieţii, Conferinţa Educaţia financiară a populaţiei şi serviciile financiare din România, http://www.ibr-rbi.ro/uploads/files/educatie-financiara-si-servicii-financiare_nxja.ppt, Bucureşti.

14. Stănculescu, M. S., 2010b, *Analysis of the Financial Literacy Survey in Romania and Recommendations*, Institute for the Study of the Quality of Life, Bucharest.

15. World Bank, 2009a, *The Case for Financial Literacy in Developing Countries*, Washington: World Bank, DFID şi OECD.

16. World Bank, 2009b, *Romania – Diagnostic Review of Consumer Protection and Financial Literacy, vol. I, Key Findings and Recommendations*, Washington.

PROBLEME DE LEXICOGRAFIE APLICATĂ

***Scutelniciuc Valentina**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Cet article met en discussion le problème de la sémantisation des termes économiques dans les dictionnaires explicatifs mono- et bilingues partant de la théorie linguosocioculturelle du mot et des exigences actuelles des spécialistes du domaine économique. Pour cela l'auteur a analysé et comparé la sémantisation des termes économiques présentée dans diverses sources lexicographiques et spécialisées. Il a constaté que plus la définition du terme contient des informations sur les réalités socioculturelles (parties sémantiques non notionnelles) plus facilement seront évitées l'interférence linguosocioculturelle et la confusion dans la communication. Il reste qu'à l'élaboration des dictionnaires des termes économiques les lexicographes combinent la traduction avec la sémantisation dans les deux ou plusieurs langues, d'une part, et lors de la sémantisation mettent l'accent sur les particularités de fonctionnement des termes dans le contexte socioculturel spécifique des pays dont la langue est étudiée.

Mots clés: *sémantisation du terme, parties sémantiques notionnelles, parties sémantiques non notionnelles, théorie linguosocioculturelle du mot, interférence linguosocioculturelle.*

Prezentul studiu se înscrie în aria cercetărilor lexicografice ce ţin de terminologia economică. În centrul atenţiei noastre s-au aflat, în special, dicţionarele de termeni economici mono- şi bilingve [1], [2], [3], [4], elaborate şi editate în Franţa, România şi Republica Moldova. Scopul cercetării în cauză vizează modul de semantizare a termenilor economici în dicţionarele respective şi măsura în care sunt reflectate realităţile socioculturale, în special, cele socioeconomice, ale ţărilor ale căror limbi se studiază, pentru ca, în final, să venim cu unele constatări şi sugestii referitoare la utilitatea elaborării, pe principii noi, a unor dicţionare terminologice adecvate exigenţelor actuale.

Reformarea radicală a economiilor, realizarea reformelor economice, formarea noului mecanism economic, trecerea la relaţiile economice de piaţă au provocat un interes sporit din partea studenţilor, specialiştilor economişti, şi nu numai, pentru dicţionarele terminologice de echivalenţe, dar, în special, pentru dicţionarele terminologice explicative mono- şi bilingve.

În demersul nostru ştiinţific am reieşit din concepţia despre semem [5] în contextul teoriei lingvosocioculturale a cuvîntului [6], conform căreia sememul se compune din părţi semantice noţionale (PSN) şi nenoţionale (PSNN). Părţile semantice nenoţionale alcătuiesc aşa-numitul **fundal lexical**[83] (lexiceschii fon). Acest fundal lexical este foarte important pentru acumularea cunoştinţelor din domeniul socioculturalului (civilizaţiei) ţării a cărei limbă se studiază, respectiv pentru lexicografia aplicată şi glotodidactică.

Nu toate dicţionarele explicative reflectă fundalul lexical al cuvîntului (termenului). De regulă, în dicţionarele explicative uzuale este reflectată şi explicată numai noţiunea lexicală. Fundalul lexical, însă, îşi găseşte expresie în informaţiile suplimentare care au menirea să concretizeze contextul sociocultural de utilizare a cuvîntului (termenului). Cît priveşte dicţionarele

[83] Echivalentul francez pentru termenul *fundal lexical* ar fi ***„développements supplémentaires"*** şi ***„développements affinés"*** **[1, p.3].**

terminologice explicative mono- şi bilingve, marea lor majoritate definesc termenul (a se înţelege *noţiunea)* sau numai îl traduc, fundalul lexical lipsind practic sau fiind puţin informativ. Dar cu cît informaţia suplimentară despre semantica termenului va fi mai vastă, cu atît fundalul lexical va fi mai informativ, iar utilizatorul de dicţionare va avea la îndemînă o sursă mai amplă de familiarizare cu realităţile ţării a cărei limba o studiază şi, în cele din urmă, va evita, cazurile de confuzie în comunicare.

Să vedem, cum este semantizat, de exemplu, termenul **MARCHE FINANCIER în Dictionnaire d'économie et de sciences sociales** [1] şi în ce măsură fundalul său lexical reflectă realităţile economice franceze.

MARCHE FINANCIER

Lieu d`émission et d`échange des valeurs mobilières, principalement les actions et les obligations.

1. On distingue marché primaire et marché secondaire[84].
2. Sur le *marché primaire* (marché du neuf), les entreprises émettent des actions ou des obligations et l'Etat des obligations.
3. Le marché primaire est un marché fictif qui n'a pas d'existence réelle et s'opère par l'intermédiaire des banques, alors que le marché secondaire s'effectue dans le cadre physique d'une bourse de valeurs.
4. Sur le *marché secondaire,* le marché boursier (marché de l'occasion), les opérateurs précèdent à des échanges des titres déjà émis. Les intermédiates de ce marché sont les sociétés de bourse; les cours sont fixés en fonction de l'offre et de la demande. On distingue opérations au comptant et opérations à terme selon le délai qui peut exister entre la conclusion du contrat et son exécution (livraison de titres contre liquidités). Dans les opérations à terme, la livraison s'opère le jour de la liquidation (à Paris, la sixième bourse avant la dernière du mois).
5. Le marché à terme permet une spéculation, les [haussiers] font des opérations d'achat à terme et les [baissiers] des opérations de vente.
6. Le marché boursier classique comprend le compartiment des *obligations* et le compartiment des *actions* : pour ces dernières, le [règlement mensuel] (qui date de 1983 et supprime la double cotation au comptant et à terme) concerne les entreprises dont les actions peuvent faire l'objet d'opérations à terme.
7. Depuis 1983 a été crée un *second marché* qui accueille les entreprises (PME en général) qui n'ont pas accès à la cote officielle.

În articolul lexicografic de mai sus, de altfel, foarte amplu, găsim, deci, definiţia noţiunii de ***„marché financier”*** ca atare, prezentată într-un spaţiu gri cu caractere tipografice grase. Spaţiul alb al articolului este afectat textului suplimentar (a se înţelege *informaţiilor suplimentare,* numite de Echaudmaison C.-D. „développements complémentaires, développements affinés” [1]), în care sunt menţionate particularităţile fenomenului economic desemnat de termenul respectiv. Pentru evidenţierea acestor particularităţi s-au utilizat în mod expres caractere tipografice diferite: cursive *(marché primaire, marché secondaire, actions, obligations, second marché),* minuscule (vezi aliniatele 3 şi 6 din articol). În prefaţa dicţionarului [1] Echaudemaison C- D. notează că, eventual, am putea neglija, la prima lectură, textul cu caractere minuscule, sugerînd, astfel, că această parte a textului nu ar conţine informaţia valoroasă. La părerea noastră, însă, pentru specialiştii străini

[84] Alineatele au fost numerotate de autorul studiului pentru a înlesni analiza semantizării termenului.

aceste evidenţieri tipografice sunt importante, întrucît ele accentuează nişte subtilităţi ce nu pot fi neglijate. Textul suplimentar sau fundalul lexical, detaliază particularităţile fenomenului ***Piaţă financiară,*** în general, şi trăsăturile proprii ***Pieţei financiare*** din Franţa, în special.

Astfel, prima referinţă **- à Paris, la sixième bourse avant la dernière du mois** - are atribuţie la *Piaţa financiară* din Paris şi este prezentată în paranteze; a doua - **qui date de 1983 et supprime la double cotation au comptant et à terme** - se referă la „reglarea lunară" care îşi are începutul din 1983 şi suprimă cotarea dublă în numerar şi la termen, la fel prezentată în paranteze; a treia - **Depuis 1983 a été crée un *second marché* qui accueille les entreprises (PME en général) qui n'ont pas accès a la cote officielle** - are atitudine la cea de a doua piaţă financiară *(second marché),* care acceptă participarea întreprinderilor mici şi mijlocii în general, care nu au acces la cota oficială.

Aceste trei referinţe la ***Piaţa financiară*** franceză constituie PSNN, ce vizează concretizarea contextului socioeconomic, şi mai larg - sociocultural francez, în care ***Piaţa financiară*** funcţionează.

După cum vedem, lexicografii francezi conştientizează necesitatea evidenţierii şi delimitării noţiunii ca atare de fundalul lexical (développements complémentaires, développements affinés), recurgînd la diferite mijloace tipografice (colorarea spaţiului destinat noţiunii, mărimea caracterelor, paranteze etc.).

În acest context am putea cita şi alte exemple: ***Compatibilité Nationale, Politique de Revenus, Statistiques, Stratification Sociale, Sindicalisme Ouvrier*** etc., toate avînd un fundal lexical mai mult sau mai puţin diferit de cel al termenilor româneşti utilizaţi în Moldova. Este evident, că dacă articolul lexicografic ar include numai definiţia noţiunii, utilizatorul nu ar putea să-şi formeze o imagine completă despre fenomenele în cauză din Franţa şi Moldova.

Pentru comparaţie ne vom opri asupra **Dicţionarului de economie** [2], elaborat şi editat în Moldova. În dicţionarul explicativ respectiv semantizarea termenilor se face fără a delimita grafic noţiunea lexicală (PSN) de fundalul lexical (PSNN), ceea ce vorbeşte despre o abordare lejeră a semantizării termenilor. Totodată, nu putem să trecem cu vederea prezenţa în descrierea termenilor a unui fundal lexical semnificativ din punct de vedere informativ, dar în care vom găsi foarte rar referinţe la realităţile socioeconomice din Moldova. Or, tocmai aceste referinţe ar fi fost utile atît pentru specialiştii locali, cît şi pentru cei străini interesaţi de contextul în care funcţionează termenul respectiv. Pentru exemplificarea celor spuse, vom prezenta semantizarea termenului **ACCEPT.**

> **ACCEPT** - consimţămîntul scris de pe o poliţă prin care o persoană (tras), desemnată de emitentul poliţei (trăgător), se obligă să plătească beneficiarului la scadenţă o sumă din poliţă. În Republica Moldova A. este una din formele principale de expediere a mărfurilor şi a valorilor materiale, de acordare a serviciilor şi de îndeplinire a lucrărilor dintre întreprinderi şi organizaţii economice prin virament. Conform perfectării documentelor, se disting două forme de A.: pozitivă şi negativă. La forma pozitivă cererea de plată a furnizorilor se înfăptuieşte numai prin acordul nescris al cumpărătorului (clientului). La forma negativă cererea de plată se consideră acceptată, dacă în timpul de funcţiune a A., cumpărătorul (clientul) n-a renunţat la plată.

Prima frază din articolul de mai sus reprezintă definiţia noţiunii de *„accept”*. După care urmează fundalul lexical, în care sintagma *Republica Moldova* ne atenţionează asupra faptului că vor urma detalii referitoare la utilizarea documentului respectiv în arealul nostru.

Practic în majoritatea articolelor lexicografice din **Dicţionarul economic** [2] vom găsi informaţii importante referitoare la realităţile socioeconomice ale altor ţări, şi, foarte puţine referinţe la cele din Moldova. Presupunem, că în acest mod, autorii acestui dicţionar au vrut să faciliteze accesul celor care nu cunosc limbile străine la informaţia despre funcţionarea mecanismelor şi fenomenelor economice, desemnate de termenii respectivi, din ţările străine într-un context sociocultural diferit.

De exemplu, la semantizarea termenului **ACCIZ**[85] s-au făcut referinţe privind aplicarea acestei forme de impozit în Anglia, SUA, dar nici o referinţă - la Republica Moldova, ceea ce, considerăm noi, este o lacună serioasă, întrucît ambientul economic moldovenesc este diferit de cel al altor ţări. La o eventuală reeditare a acestui dicţionar ar fi binevenit să se revină, unde este cazul, asupra aspectului sociocultural (socioeconomic) al termenilor.

În ceea ce priveşte dicţionarele bilingve, situaţia este deosebită. Reieşind din scopul pe care îl au, în marea lor majoritate, dicţionarele se limitează la simpla prezentare a echivalentului din limba ţintă. Dar, pentru un specialist în devenire, cît şi pentru cei care nu cunosc realităţile ţării străine, ar fi util de adăugat la traducere şi o semantizare, din care s-ar putea, totuşi, desprinde informaţia despre realităţile socioculturale, socioeconomice. În acest sens, am putea numi **Vocabulaire économique et financier** [3], versiune românească, care, pe lîngă traducerea ca atare în limbile română, engleză, germană, spaniolă include şi o semantizare (prezentată în dicţionarul [3] în română) a termenului în limba de origine, înlesnind, în acest mod, accesul la realităţile socioeconomice franceze. Iată, deci, cum este tradus şi semantizat termenul **CERTIFICAT DE DEPOT NEGOCIABLE** *(Certificat de depozit negociabil): engl. Negociable deposit bond *germ. Verkaufbar Depoziten zertifikat *sp. Certificado de depositos negociables*

Titlu care reprezintă un depozit remunerat în cadrul unei instituţii de credit.

Categorie de titluri apărută în Franţa în martie, 1985, certificatul de depozit negociabil materializează un depozit pe o durată de 10 zile pînă la 7 ani a unei sume de minimum un milion de franci, făcut la o institute de credit... Depozitul este remunerabil, întrucît banca are certitudinea că va putea dispune de fondurile respective pe durata fixată iniţial (scadenţă fixă). În comparaţie cu depozitul pe termen simplu, recurgerea la certificatul de depozit prezintă, pentru agentul plasator al lichidităţilor, avantajul de a-şi putea recupera fară penalităţi fondurile înaintate de scadenţa fixată.

Textul în cursiv reprezintă definiţia termenului sau părţile semantice noţionale. Cealaltă parte a articolului, scrisă în caractere tipografice obişnuite, constituie părţile semantice nenoţionale sau fundalul lexical, care aduc informaţia suplimentară despre istoria, contextul şi condiţiile de utilizare a ***Certificatului de Depozit Negociabil*** în Franţa. Această delimitare grafică este cu atît mai importantă, cu cît termenul respectiv ar putea fi utilizat şi în alte ţări în alte contexte socioeconomice. Evident, că fundalul lexical al termenului francez ar fi diferit de fundalul lexical al aceluiaşi termen întrebuinţat în alte ţări.

O altă sursă lexicografică, unică în felul său şi utilă pentru instruirea economică, este **Dicţionarul economic explicativ român-francez** [4], ediţie relativ recentă, „în care optica modernă o întîlneşte pe cea tradiţională” (vezi **Cuvânt înainte** la dicţionarul [4]). La o prima abordare se pare că acest dicţionar este soluţia de mult căutată. Aici găsim traducerea şi semantizarea paralelă a termenilor în română şi franceză. Spre regret, însă, lipsesc detaliile

[85] Din economie de spaţiu facem trimiterea la sursa lexicografică [2].

referitoare la contextul sociocultural, socioeconomic de funcţionare a termenilor respectivi în România şi în Franţa. Pentru confirmare prezentăm termenul **CONTABILITATE:**

Contabilitate - *ec. gen.* - Tehnică de măsurare care constată, înregistrează şi păstrează în evidenţă activitatea unui agent economic, privat sau public sau chiar a statului. Ea este destinată servirii drept instrument de informare a agentului însuşi sau chiar a publicului, în vederea răspunderii faţă de obligaţia legală şi fiscală, fie analiza gestiunii şi a previzionării. De asemenea, contabilitatea desemnează ansamblul de jurnale şi documente contabile ale unei întreprinderi sau ale unei persoane particulare. Se disting trei mari categorii de contabilitate: publică, privată şi naţională.	**Comptabilité** - *éc. gen.* - Technique de mesure qui constate, enregistre et mémorise l'activité d'un agent économique, privé ou public, ou de la Nation. Elle est destinée à servir d'instrument d'information a l'agent lui-même, ou au public, en vue soit de répondre à l'obligation légale et fiscale, soit de l'analyse de la gestion et de la prévision. La comptabilité désigne aussi l'ensemble de livres et documents comptables d'une entreprise ou d'un particulier. On distingue trois grandes catégories de comptabilité: privée, publique et nationale.

Din semantizările termenilor, observăm că în variantele românească şi franceză sunt menţionate 3 categorii de contabilitate: publică, privată şi naţională. Or, în continuare sunt semantizate, în articole separate, doar primele două categorii, iar ultima - **Contabilitate naţională** - nu este semantizată, deşi se ştie foarte bine că **Contabilitatea naţională - Comptabilité nationale** este în exclusivitate o realitate economică tipică pentru Franţa[86]. De aceea, din perspectiva teoriei lingvosocioculturale, considerăm că simpla traducere a articolelor, fără specificarea particularităţilor de utilizare şi funcţionare a termenilor, ce denotă un fenomen economic, dintr-o ţară şi din alta, nu aduce nimic nou. Dacă în acest dicţionar s-ar regăsi paralel realităţile socioeconomice româneşti şi franceze, am spune că dicţionarul respectiv este un dicţionar găselniţă.

Se cunoaşte că, din punct de vedere noţional, termenii sunt echivalenţi, fundalurile lor lexicale, însă, pot să difere: cuvintele (termenii) aparţin diferitelor limbi şi, respectiv, diferitelor popoare cu diferite culturi. Cînd cel care utilizează limba străină identifică în conştiinţa sa cuvîntul din limba maternă cu cel străin, are loc şi identificarea fundalurilor lexicale. În rezultat, apare acea interferenţă specifică, numită interferenţă lingvosocioculturală.

Analiza minuţioasă a dicţionarelor terminologice ne-a condus la concluzia, că actualele dicţionare de echivalenţe şi explicative de termeni economici bilingve nu satisfac exigenţele utilizatorilor, întrucît fundalurile lexicale sau părţile semantice nenoţionale (PSNN) ale termenului semantizat, nu reflectă sau reflectă parţial aspectul sociocultural, în special, cel socioeconomic ale acestuia. De aceea, considerăm că este necesar de a elabora dicţionare bilingve polifuncţionale, eventual multilingve, care să îmbine traducerea cu semantizarea termenului în ambele sau mai multe limbi. În cadrul semantizării accentul se va pune pe particularităţile de funcţionare a termenilor economici în contextul sociocultural specific ţărilor ale căror limbi se studiază. În acest

[86] În dicţionarul [3] definiţia lexicografică a termenului Comptabilité nationale abundă în informaţii suplimentare referitoare la istoria şi aplicabilitatea acestui fenomen (un text de tocmai 12 rînduri).

mod, s-ar putea mai lesne de comparat realităţile socioeconomice din ţările respective şi, în consecinţă, s-ar evita interferenţa lingvo-socioculturală, iar comunicarea ar deveni, evident, mai eficientă.

Bibliografie:

1. BERNARD, Y., COLLI, J.-C. *Vocabulaire économique et financier* (versiunea românească). Bucureşti, 1994, 479 p. ISBN 973-28-0450-5.
2. BLANOVSCHI, A. et al. *Dicţionar de economie*. Chişinău, 1996, 234 p. ISBN 9975-63-000-6.
3. ECHAUDMASOIN, C.-D. *Dictionnaire d'économie et de sciences sociales*. Paris, 1996, 479 p. ISBN- 2-09-181020-2.
4. GREIMAS, A.-J. *Sémantique structurale*. Paris, 1996, 262 p.
5. PREDESCU, E. *Dicţionar economic explicativ român-francez*. Piteşti, 2005, 558 p. ISBN 973-697-336-0.
6. ВЕРЕЩАГИН, Е. М., КОСТОМАРОВ, В.Г. *Лингвострановедческая теория слова*. - Москва, 1990, 320 p.

REFLECŢII PRIVITOR LA DICŢIONARELE BILINGVE DE AFACERI

***Maţcan Rodica**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Dans cette étude, l'auteur se réfère à des dictionnaires bilingues et de dictionnaires bilingues des affaires en particulier, aux lacunes et aux points faibles des dictionnaires bilingues existantes, peu nombreux. Parmi les principes fondamentaux de la constitution du Dictionnaire roumain - français des affaires est à noter que c'est un dictionnaire terminologique. Une attention particulière est accordée aux possibilités combinatoires des axes paradigmatiques et syntagmatiques, ainsi qu'aux dérivées.

***Mots clés**: dictionnaires, dictionnaires bilingues, dictionnaires bilingues terminologiques.*

Conform Dicţionarului Explicativ al Limbii Române, „ DICŢIONÁR, *dicţionare,* s. n., este o operă lexicografică, cuprinzând cuvintele unei limbi, ale unui dialect, ale unui domeniu de activitate, ale unui scriitor etc., organizate într-o anumită ordine (de obicei alfabetică) şi explicate în aceeaşi limbă sau traduse într-o limbă străină. Din fr. dictionnaire, lat. Dictionarium" [2, p. 301].

Dicţionarele prezintă, în general, definiţii (dicţionarul explicativ), indicaţii asupra originii lor, antonime, sinonime şi alte informaţii de ordin lingvistic (dicţionarul etimologic, dicţionarul de antonime, dicţionarul de sinonime, dicţionarul ortografic, dicţionarul de regionalisme), un set de informaţii din multiple domenii ale ştiinţei şi culturii (dicţionarul enciclopedic sau lexicon), informaţii dintr-un singur domeniu (dicţionarul istoric, dicţionarul geografic, dicţionarul de literatură, dicţionarul de medicină) sau traducerile în una sau mai multe limbi (dicţionarul bilingv, dicţionarul multilingv). Ele se găsesc cel mai adesea sub formă de carte (tipărită), dar unele dicţionare mai noi sunt şi sub formă electronică, accesibile de pe computer pe baza instalării unui soft, sau dicţionare online, accesibile prin internet.

Cele mai vechi dicţionare cunoscute sunt tăbliţele cu scriere cuneiformă de pe teritoriul Imperiului Akkadian, descoperite la Ebla (Siria modernă) şi datează din jurul anului 2300 î.Hr. Glosarul Urra=hubullu, care datează de la începutul mileniului al II-lea î.Hr., este versiunea canonică babiloniană a acestor vocabulare sumeriene bilingve.

Cele mai vechi dicţionare moderne europene au fost cele bilingve.

Primele dicţionare româneşti, manuscrise, au fost glosare bilingve (slavo-române), dintre care cele mai vechi datează din sec. al XVI-lea. Cea dintâi lucrare lexicografică bilingvă cu limba de bază românească datează din jurul anului 1700 şi este un dicţionar român-latin. Primul dicţionar tipărit a fost tot bilingv, şi anume dicţionarul rus-român, alcătuit de Mihail Stribiţki (Iaşi, 1789). *Nouveau dictionnaire roumain-français* al lui Frédéric Damé (1893-1895) este cel dintâi dicţionar bilingv apărut în România cu sensurile ilustrate prin citate din autori.

După cum am zis mai sus dicţionarele se pot găsi sub formă tipărită sau electronică.

La mare căutare sunt dicţionarele electronice, care acoperă o gamă variată de limbi faţă de dicţionarele tipărite care nu conţin decât traduceri dintr-o limbă în alta. Cu dicţionarele electronice se pot traduce mult mai repede anumite cuvinte, chiar si enunţuri, însă acestea nu sunt mereu de cea mai bună calitate.

Un **dicţionar bilingv** sau **dicţionar pentru traduceri** este un dicţionar de specialitate folosit pentru a traduce cuvinte sau fraze dintr-o limbă în alta.

Dicţionarele bilingve sunt disponibile pentru aproape orice combinaţie de limbi populare. Ele sunt realizate, de asemenea, între perechi de limbi în care o singură limbă este populară, iar cealaltă este mai puţin cunoscută. Dicţionarele bilingve între două limbi mai puţin frecvente sunt mult mai rare.

Trebuie să menţionăm că, explozia editorială de dicţionare bilingve este determinată de extinderea relaţiilor de tot felul cu lumea occidentală.

Dicţionarele bilingve terminologice vizează terminologia celor mai diferite domenii ştiinţifice. Utilitatea acestor dicţionare este indiscutabilă. Ele pot fi explicative sau traduse şi au mai curând un caracter informativ.

Lexicografia didactică a realizat în ultimii ani rezultate serioase atât în teorie, cât şi în practica întocmirii dicţionarelor.

Dacă este vorba de dicţionarele didactice, nu putem să nu menţionăm că cele mai reuşite şi mai bine realizate par a fi dicţionarele didactice franceze.

În calitate de profesori de franceză de afaceri ne-am lovit de multe ori de lacunele şi punctele slabe ale dicţionarelor bilingve existente, puţine la număr. Aceasta ne-a determinat să formulăm propuneri pentru crearea unui dicţionar de afaceri român-francez.

Principalele puncte slabe şi lacune în dicţionarele existente ar fi:

• Ele dau atenţie mai mult lucrurilor, ideilor şi conceptelor dar nu cuvintelor şi informaţiilor non-lingvistice în general.

• Dicţionarele neglijează, de obicei, relaţiile sintagmatice, paradigmatice şi pragmatice.

• Pentru Franceza de afaceri nu există decât dicţionare enciclopedice, bi - sau multilingve de traducere.

• În aceste dicţionare *de specialitate* partea categoriilor de cuvinte, altele decât substantive, este mică.

Principiile Dicţionarului de afaceri român-francez:

Dacă privim dicţionarul dat şi ca pe unul de învăţare, care se adresează, în primul rând, unui public pentru care limba franceză este o limbă străină (studenţii învăţământului universitar şi non-universitar, oameni de afaceri) ar trebui să luăm în considerare o serie de factori legaţi direct de acest public.

Este important să se ia în considerare contribuţiile de cercetare recente în procesul de achiziţie a vocabularului şi factorii care facilitează procesul de învăţare şi memorare a acestui vocabular. Multe publicaţii au relevat o varietate de factori determinanţi: importanţa unui context semnificativ, a unui context semantic pregnant, care ar permite studentului să deducă sensul şi să facă legătură între lexemul în cauză, propria sa experienţă şi cunoştinţele sale despre lume, utilitatea unei învăţări sistematice a vocabularului, importanţa de a oferi studenţilor materiale semnificative, importanţa unei ancorări cognitive, a strategiilor adecvate etc.

Un alt factor important este organizarea vocabularului pentru a facilita memorarea. Într-adevăr, vocabularul nu este un „sac de cuvinte”, ci un ansamblu structurat, chiar dacă acesta este un „edificiu complex, cu mai multe etaje şi cu o mulţime de spaţii goale pe etaje diferite” (1, p. 34).

E de reţinut că, ţinând cont de aceste observaţii, materialele sunt prezentate în primul rând pentru a facilita învăţarea francezei de afaceri şi nu pentru a satisface regulile rigide ale unor teorii lingvistice.

În toate timpurile dicţionarele bilingve au fost văzute ca instrumente esenţiale, cu siguranţă, dar nu cu mult mai demne de o reflecţie metodologică decât o şurubelniţă sau un tirbuşon. Este adevărat că dicţionarul, fie el bilingv sau monolingv, este calificat în mod regulat drept un „instrument", adică un obiect ce permite de a executa o muncă. În biblioteci, el este clasificat de obicei în categoria „uzual", acest termen spunând multe despre banalitatea dicţionarului: uzual înseamnă „care este utilizat de obicei, care este de uzanţă curentă".

Dicţionarul face parte din domeniul lucrurilor "practice", destinat pentru a furniza rapid informaţii. Numeroase studii, care i-au fost dedicate, au demonstrat amplu că dincolo de a fi un „instrument", dicţionarul este o reflectare a culturii unei ţări: în spatele unui dicţionar, de fapt, există o limbă, o comunitate lingvistică, o civilizaţie. Dicţionarele bilingve şi multilingve prezintă un interes şi mai mare, dat fiind faptul, că ele îmbrăţişează cel puţin două culturi.

Printre principiile de bază ale constituirii Dicţionarului român-francez de afaceri remarcăm, în primul rând, că acesta este un dicţionar terminologic. O atenţie deosebită este acordată posibilităţilor combinatorii ale axelor paradigmatice şi sintagmatice, precum şi derivatelor.

Deoarece materialele prezentate nu sunt limitate la cuvinte izolate, Dicţionarul în cauză prezintă o utilitate sigură în procesul de înţelegere a textelor în care dificultatea constă tocmai în combinatorica deosebită a cuvintelor.

Personal, îmi place să consult un dicţionar, fără a fi nevoie să citesc instrucţiunile de utilizare. Întâlnesc un cuvânt pe care vreau să-l înţeleg mai bine, vreau să-l traduc sau vreau să verific existenţa lui şi consult dicţionarele mele. Cred că studenţii noştri se încadrează în această logică. Ei au puţin timp pentru a pregăti textele pe care le dăm şi, prin urmare, doresc un răspuns imediat.

Odată cu Dicţionarul român-francez de afaceri studenţii vor primi un instrument valoros pentru producerea unor bune texte scrise cu conţinut economic (eseuri, memorii).

Situaţiile de comunicare reală se produc, de asemenea, şi înainte de toate, când trebuie să scrii rapoarte de afaceri, rapoarte de întâlniri sau şedinţe, scrisori, e-mailuri, atunci când trebuie să telefonezi cuiva, să participi la o întâlnire sau la o videoconferinţă, să negociezi contracte sau beneficii, să faci prezentări. Aceasta ţine, de asemenea, de producere.

Dicţionarul de afaceri român-francez, pe care îl redactăm în momentul de faţă, va ilustra (estimativ) o „zestre lingvistică" de aproximativ 3000 de cuvinte şi expresii - selectate din jargonul unor domenii cum ar fi asigurări, bursă şi operaţiuni bursiere, finanţe-bănci, management, marketing, pe baza consultării riguroase a unei literaturi specifice de referinţă şi, mai cu seamă, de actualitate. Volumul va putea fi un important auxiliar în activitatea de documentare a specialiştilor autohtoni în domeniu şi un instrument de lucru util si practic (într-o tradiţie generică a utilităţii oricărui dicţionar), aducând un plus de cunoaştere şi înţelegere pertinentă a problematicii caracteristice vieţii de afaceri şi se adresează profesorilor şi studenţilor de la facultăţile cu profil economic şi filologic, traducătorilor şi interpreţilor, oamenilor de afaceri, publicului larg, dornic să-şi perfecţioneze cunoştinţele de limbă franceză.

Bibliografie:

1. COSERIU, E. Vers une typologie des champs lexicaux. *Cahiers de lexicologie.* 1975, nr. 27., p. 31 - 51.
2. DICŢIONARUL EXPLICATIV AL LIMBII ROMÂNE. Ed. a II-a. Bucureşti : Univers Enciclopedic, 1998, 1192 p.

PRINCIPII DE EFICIENTIZARE A COMUNICĂRII STUDENŢILOR ECONOMIŞTI

***Guţu Svetlana**, dr. în ped., lect. sup.,*
***Guţu Alexandrin**, masterand,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Toute action éducative doit se baser sur certains principes. La communication didactique des étudiants économistes se base sur des principes spécifiques. L'établissement et la présentation de ceux-ci constitue le sujet de préoccupation scientifique dans cet article.

***Mots clés:** principes / principes éducatifs / principes de la communication didactique; communication/ communication didactique, culture / culture de la communication; étudiant économiste.*

Pedagogia orientată spre studiul educaţiei în context social apare ca o reacţie împotriva tendinţei individualiste, psihologice, afirmată la începutul sec. al XX-lea: „Omul, constată Şt. Bârsănescu, devine om numai prin comunicarea umană" [1, p.135-136]. Eficientizarea comunicării tinerilor economişti este un proces care se axează pe principii psihopedagogice şi cultural-axiologice de mare importanţă pentru edificarea comportamentului lor verbal.

Lumea modernă se conduce de un nou concept educaţional, care „este axat, ca niciodată, pe fiinţa celui educat – a copilului, elevului, studentului. Azi, ca niciodată, centrul lumii şi al educaţiei este omul, în relaţia sa cu Natura şi Cosmosul, cu Divinitatea şi cu Sine însuşi. Înţelegerea lumii ca unitate şi a omului ca entitate integralizată în lume reprezintă principiul fundamental al educaţiei moderne" [2, p.3].

Corelată cu performanţele obţinute în ultimii ani în reformarea conceptuală, teoretică, curriculară, de formare continuă şi managerială a învăţământului, valoarea acordată de către populaţie învăţământului, alături de matriarhatul manifestat de către cea mai bună parte a intelectualităţii, inspiră încredere că realizările de azi din educaţie şi învăţământ vor avea un impact pozitiv asupra tuturor sferelor vieţii publice din Moldova, afirmă Vl. Pâslaru [3, p.11].

„Personalitatea, remarcă C. Narly, îşi va găsi în profesie, şi anume în profesia-vocaţie, concretizarea." Prin profesie societatea îşi atinge maximum de promovare, principiul social îşi găseşte maximum de realizare. Dar tot prin profesie fiecare individ în parte îşi află maximum de afirmare de sine, maximum de înfăptuire a originalităţii sale specifice" [4, p.237].

Reprezentant al pedagogiei personalităţii, C. Narly subsumează cele mai puternice elemente de pedagogie umanistă în definiţia personalităţii: „Omul trebuie educat pentru umanitate, aceasta este cea mai înaltă cerinţă etică, pe care conştiinţa morală o reclamă individului şi această cerinţă este cuprinsă în imperativul personalităţii", şi: „Omul, creator şi purtător al specificului uman, este valoarea supremă... În om se adăposteşte cea mai înaltă valoare pe care omul o poate cunoaşte" [Ibid., p.36].

„Cultura, lumea simbolică este orizontul de existenţă al fiinţei umane", arată L. Antonesei. Astfel, L. Blaga definea şi el omul ca fiind o fiinţă culturală: „Cultura este semnul vizibil, expresia, figura, trupul acestei variante existenţiale. Cultura ţine mai strâns de definiţia omului decât conformaţia sa fizică sau, cel puţin, tot atât de strâns" [Apud.5, p.20].

L. Antonesei defineşte termenul *cultură* în sens larg, „drept ansamblul produselor activităţii umane, al valorilor şi al modalităţilor de comportare obiectivate de anumite comunităţi, transmise altor comunităţi şi generaţiilor următoare” [Ibid., p.24].

Dacă educaţia trebuie să fie situată în centrul schimbărilor, universitatea trebuie să fie miezul acestui centru, remarcă L. Antonesei. Mai întâi, pentru că instituţia universitară are o indiscutabilă funcţie de conservare a patrimoniului cultural al oricărei comunităţi. Apoi, pentru că este unul dintre cele mai importante mijloace de difuzare a valorilor ştiinţifice şi culturale. În sfârşit, pentru că alături de aceste funcţii privind reproducţia simplă a capitalului cultural, universitatea este – sau ar trebui să fie – unul din cele mai importante locuri ale producţiei culturale, deci, de reproducţie lărgită a capitalului cultural [Ibid., p.5].

În centrul culturii stau valorile, deci educaţia, ca proces de transmitere a culturii, trebuie să fie centrată pe valori. Or, aceste valori sunt chiar cele reunite în *idealul educativ;* pentru pedagogia culturală valorile centrale sunt adevărul, binele, frumosul şi sentimentul divinului, cărora li se adaugă şi aspiraţia creştină spre sfinţenie [Ibid., p.40]. Subtilitatea modernităţii a constat în aceea, că, introducând schimbarea, noutatea nu a provocat o ruptură totală cu lumea pre-modernă, ci a păstrat un fir al continuităţii valorice: „În chestiunea idealului educativ, de pildă, a păstrat cele patru valori ale umanismului clasic greco-creştin: *Adevărul, Binele, Frumosul* şi *Sentimentul Sacrului*, însă a descoperit şi aşa-numitele valori sociale, respectiv, *Libertatea, Egalitatea şi Fraternitatea*, prin tumultuoasa Revoluţie Franceză, *Legalitatea* prin revoluţiile din Anglia lui Cromwell şi America „Părinţilor Fondatori”, autorii *Declaraţiei de independenţă* şi ai celebrei, pe bună dreptate, *Constituţii*” [Ibid., p.51], conferind, după cum remarcă şi Vl. Pâslaru, „noi semnificaţii relaţiei individ - societate, recunoaşterea primatului şi intereselor individului în viaţa socială” [6, p.4].

Acelaşi autor subliniază, că „pedagogia se înscrie în axiologia culturii datorită faptului că ea constituie acel domeniu de activitate umană care este prin esenţă un domeniu de creare a valorilor umane.

Iar C. Cucoş susţine că „varietatea tipurilor de valori este dată de multitudinea actelor de manifestare a teleologiei umane” [7, p. 51], distingând patru clase de valori:

- valori relative, caracteristice unei fiinţe finite şi valori absolute, legate de fiinţa infinită – Dumnezeu sau anumite capacităţi aspiraţionale nelimitate ale omului;
- valori utilitare sau uzuale, care se pot ipostazia la nivelul unor domenii distincte (religioase, artistice etc.), acestea sunt, în acelaşi timp, individualizări ale unor valori superioare;
- valori uzuale relative, în funcţie de sisteme teleologice particulare precum: valori de întrebuinţare, valori de schimb, valori de informare, valori-sentiment, valori utilitare etc.;
- mediatori sau purtători de valori, care în grade diferite se pot autonomiza de valorile-idei [Ibid.].

Referindu-se la relaţia dintre idealul şi scopul educaţiei, autorul afirmă că „idealul educativ este o instanţă valorică din care emerg norme, principii, strategii, scopuri şi obiective educaţionale determinate, care direcţionează procesul de formare a tinerei generaţii” [Ibid., p. 76].

În R. Moldova reforma învăţământului pedagogic universitar s-a declanşat cu provocări puternice dinspre social şi etnocultural, aceste domenii fiind mai sensibile la mutaţiile de conştiinţă ce prefigurează dimensiunea umanului ca esenţă existenţială, dar şi ca proiectare pentru o perspectivă râvnită. „Nu s-a produs însă şi o schimbare de paradigmă a învăţământului universitar care să afecteze esenţial vechiul concept de formare a specialiştilor pentru economie, cultură, învăţământ etc., şi să readucă în aule şi săli de cursuri conceptul libertăţii în educaţie, responsabil

de făurirea unei societăţi democratice, în care absolventul facultăţii să construiască şi să se formeze, să fie sensibil la schimbările din alteritate, dar şi să producă schimbările sugerate de practica socială şi libertatea spiritului uman [8, p. 5].

Sensul acestor schimbări aşteptate este dat de scopul formării profesionale în universitate, care este definit de autori drept „cultivare a personalităţii" şi care „instalează temeinic în centrul preocupărilor oricărui curs predat figura studentului, nu materiile predate. Plasarea accentului de pe materii pe fiinţa celui care studiază este cerută şi de scopul general al educaţiei în învăţământul preuniversitar (proiectat de noile documente curriculare), şi de conceptul învăţământului formativ" [Ibid, p.33].

Cum urmează să fie atins acest scop? Aceiaşi autori subliniază că „cunoaştere fără comunicare nu există, iar comunicarea în domeniul cunoaşterii este reglementată de ştiinţele educaţiei" [Ibid., p.9]. Prin urmare, dezvoltarea CCE studenţilor economişti se înscrie atât în conceptul educaţional modern, cât şi în cel al reformării învăţământului profesional, concept care este reprezentat, întâi de toate, de un sistem de ***principii*** culturologice, lingvistice şi educaţionale, aferente comunicării interumane, în baza cărora pot fi atinse obiectivele educaţionale ale cercetării noastre:

- *principiul axiologiei educaţiei* se referă la cultivarea consecventă a unui sistem de valori teoretice şi practice, care să constituie referenţialul personalităţii umane în cultivarea sa permanentă;
- *principiul globalismului şi socializării*: individul trebuie să se orienteze spre totalizarea cunoaşterii şi să fie supus unei formări în perspectiva inserţiei lui în structurile sociale; demersul didactic desfăşurat ne-a permis pregătirea subiecţilor din grupele-pilot în vederea perceperii fenomenului lingvistic în ansamblu, în totalitatea schimbărilor ce intervin impetuos în societate şi, respectiv, în limbă;
- *principiul civilizării şi orientării învăţământului spre finalităţile culturale*: educaţia are menirea de a-l introduce pe om în cultură, prin cunoaşterea, încorporarea, şi crearea valorilor sedimentate la un moment dat. Introducerea în cultură prin limbă este o condiţie unanim recunoscută şi acceptată. O limbă primenită/înnoită „ţine pulsul vieţii culturale", creează posibilitatea educaţilor de a pătrunde în contextul cultural şi economic european şi universal, în care unitatea indisolubilă dintre limbă şi cultură nu sunt puse la îndoială. Dacă tindem să mergem pe calea progresului economic, social, politic, cultural, trebuie să milităm pentru mijloace de exprimare adecvate, pentru o limbă care să corespundă epocii în care trăim;
- *principiul exemplului* are la bază premisa epistemologică a exprimării generalului prin raportul dintre individ şi specie; exemplul continuă să rămână clasic şi de neînlocuit în ierarhia metodologică a învăţării şi cultivării exprimării; calitatea exemplului în vorbire influenţează şi direcţionează demersul educaţional, iar profesorul constituie reperul cheie prin referinţa la un exemplu elocvent de comunicare;
- *principiul utilităţii*: modelul educativ-didactic conceput şi implementat în mod experimental vizează aspectele care interesează vorbitorul, viitor specialist în domeniul economic, din perspectivă praxiologică;
- *principiul schimbărilor permanente* vizează inovaţiile ce parvin pe diferite căi în domeniile vieţii, inclusiv în cel economic şi reclamă necesitatea adaptării individului la aceste modificări, asimilarea noilor termeni conform noilor realităţi şi, respectiv, utilizarea curentă a acestora.

Principiile de metodologie a formării culturii comunicării, care au ghidat demersul nostru includ principiile pedagogice consacrate, precum:

- principiul integrării organice a teoriei cu practica;
- principiul accesibilizării cunoştinţelor, priceperilor şi deprinderilor;
- principiul sistematizării şi continuităţii în învăţare;
- principiul însuşirii conştiente şi active;
- principiul însuşirii temeinice a cunoştinţelor şi abilităţilor;
- principiul centrării pe student şi pe formarea competenţelor sale generale şi de specialitate.

Pe parcursul cercetării am abordat teoretic şi am aplicat practic, sporindu-le validitatea, următoarele ***principii de formare/dezvoltare a CCE*** la studenţi:

- considerării dimensiunii cultural-economice în dezvoltare: abordării comparate a unor diverse segmente ale culturii universale;
- conexării/corelării valorilor social-culturale şi economice;
- autonomizării procesului de studiu şi educaţie a studenţilor;
- lărgirii participării la viaţa economică a studenţilor;
- permeabilităţii la admisibilitatea de valori posibile;
- valorificării potenţialului etic al studenţilor (curajul de a emite o judecată de valoare) etc.

<u>În concluzie</u>. Formarea CCE studenţilor economişti trebuie să se întemeieze pe un sistem de principii culturologice, comunicativ-lingvistice, educaţionale, printre care diriguitor este *principiul creativităţii în comunicare*, conform căruia vorbirea este un act creator prin definiţie.

Însuşirea eficientă a lexicului profesional şi general este un act complex, care afectează pozitiv formarea culturii vorbirii, deci trebuie să se întemeieze pe conceptul de educaţie lingvistică în examinarea/formarea oricărei competenţe de comunicare în contextul tuturor relaţiilor posibile – fonologice, lexicale, gramaticale, stilistice – ale fenomenului lingvistic-comunicativ abordat, prin antrenarea unor tehnici cu caracter interactiv, interactivitatea fiind forma şi principiul cel mai productiv în valorificarea practică a fenomenelor complexe ale vorbirii.

Bibliografie:

1. Bârsănescu, Ş. *Unitatea pedagogiei contemporane ca ştiinţă*. Bucureşti: EDP, 1976, 512 p.
2. Cuilenburg, J.J. van, Scholten, O.G., Noomen, W. *Ştiinţa comunicării.* Bucureşti: Humanitas, 1998, 312 p.
3. Larry, K. *Secretele comunicării*. Bucureşti: Amaltea, 1999, 160 p.
4. *Limba română – mijloc de integrare socială în Republica Moldova*. Ch.: ARC, 2004, 204 p.
5. Oprea, I. Elemente pentru determinarea trăsăturilor formării, existenţei şi devenirii limbajelor de specialitate româneşti. În: *Limbaje şi comunicare*, V-IV, Suceava, Ed. Universităţii Ştefan cel Mare, 1999, pp. 263-269.
6. Patraşcu, D. *Tehnologii educaţionale*. Ch.: Tipogr. Centrală, 2005, 704 p.
7. Pâslaru, Vl. (coord.), Papuc L., Negură I. et al. *Construcţie şi dezvoltare curriculară*: Partea I. Cadrul teoretic. Ch.: ISFEP „Tipografia centrală”, 2005, 176 p.
8. Peretti, A., Legrand, J. A., Bonifaie, J. *Tehnici de comunicare*. Iaşi: Polirom, 2001, 392 p.

EVALUAREA PREGĂTIRII TEHNICE ÎN JOCURILE SPORTIVE: STUDIU COMPARATIV AL STUDENŢILOR ŞI ABSOLVENŢILOR INSTITUŢIILOR FĂRĂ PROFIL SPORTIV

***Crăciun Grigore**, dr., conf. univ.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

During the first year of studies, when the schedule of classes includes and the lesson of physical education, the students tests a positive assessment of all indicators (including technical training). In the II-nd and the III-rd year of studies (in the condition in which physical education is excluded from the schedule) preparation of technical indicators (in particular) are highlighted in a regression. It is evident the need to return the lesson of physical education for students in the II-nd and the III-rd year of studies. Also from former students, already employed for 1-2 years, these indicators are low.

***Key words:** technical training, coordination, capacity potential of orientation in space and time, groups, sports sections.*

Unul din scopurile principale ale educaţiei fizice în instituţiile de neprofil este optimizarea indicilor pregătirii fizice a studenţilor. Este necesar de scos în evidenţă şi importanţa aspectului de conştientizare a motivaţiei practicării exerciţiului fizic de către studenţi.

Fiind angajaţi în cîmpul muncii, studenţii de ieri trebuie să-şi onoreze obligaţiunile de serviciu. Totodată, ei se mai confruntă cu realitatea consumării lor fizice şi psihice, care este inevitabilă în procesul de activitate la serviciu. În aceste condiţii necesitatea practicării exerciţiului fizic este oportună.

Importanţa exerciţiului fizic este diversă: avansarea potenţialului fizic şi psihologic, menţinerea şi îmbunătăţirea stării de sănătate, recuperarea funcţionalităţii organismului etc. Conştientizarea motivaţiei practicării exerciţiului fizic parvine în prim plan.

Care este impactul condiţiilor, în care studentul ajunge odată cu angajarea lui la serviciu, asupra menţinerii şi dezvoltării motivaţiei de practicare a exerciţiului fizic, precum şi a posibilităţilor de a practica exerciţiul fizic?

Pentru a oferi un răspuns la această întrebare, am declanşat unele cercetări în această direcţie: şi anume, am testat foştii studenţi care peste un anumit timp, veneau în vizită la universitatea în care au învăţat (UCCM). Era evident că la catedra de educaţie fizică veneau acei studenţi care erau foarte activi în cadrul orelor de educaţie fizică şi în secţiile sportive.

Pe parcursul a 3 ani, am testat capacitatea orientării spaţiale şi reproducerea parametrilor de forţă a braţului prin intermediul elementelor tehnice *aruncărilor de pedeapsă în baschet* şi *loviturilor forhand şi rever în tenisul de masă.* Au fost testaţi 23 de foşti studenţi. De asemenea, în paralel, am testat (aceiaşi indicatori) şi la 20 de studenţi ai anului II şi III, care nu mai au în orar lecţii de educaţie fizică.

În urma prelucrării rezultatelor s-a constatat: după un an de la amplasarea în cîmpul muncii, la foştii studenţi, rezultatele s-au regăsit într-o diminuare în proporţie de ≈ 50 %; la studenţii anului II – de ≈ 15-17 % ; la cei din anul III - ≈ 38-40 %.

Spre exemplu: media rezultatului la aruncări de pedeapsă în baschet la studenţii anului I era de 8 reuşite, ca la anul II să fie într-o descreştere de până la 5, la anul III – până la 4 reuşite din 10 încercări.

La tenisul de masă tendinţa de descreştere a rezultatelor, de asemenea, este evidentă: de la 27 de repetări la anul I, la anul II – 23, la anul III – 15, iar la foştii studenţi – 12 reuşite, ceea ce priveşte lovitura forhand. La lovitura rever: de la 16 repetări – anul I la 14 – anul II, ca mai apoi să descrească la 9 repetări la anul III şi la 7 repetări la foştii studenţi.

Reprezentarea grafică a rezultatelor este ilustrată în Figura 1.

Tabelul 1. Dinamica indicatorilor elementelor tehnice reprezentativi capacităţii de orientare spaţială şi reproducerea parametrilor spaţiali

Grupele de testaţi	Indicatorii testaţi		
	Aruncările de pedeapsă (nr. de reuşite)	Lovituri forhand în tenis de masă (numărul de repetări)	Lovituri rever în tenis de masă (numărul de repetări)
Stud. an. II	7	23	14
Stud. an. III	5	15	9
Grupa de foşti stud.	4	12	7

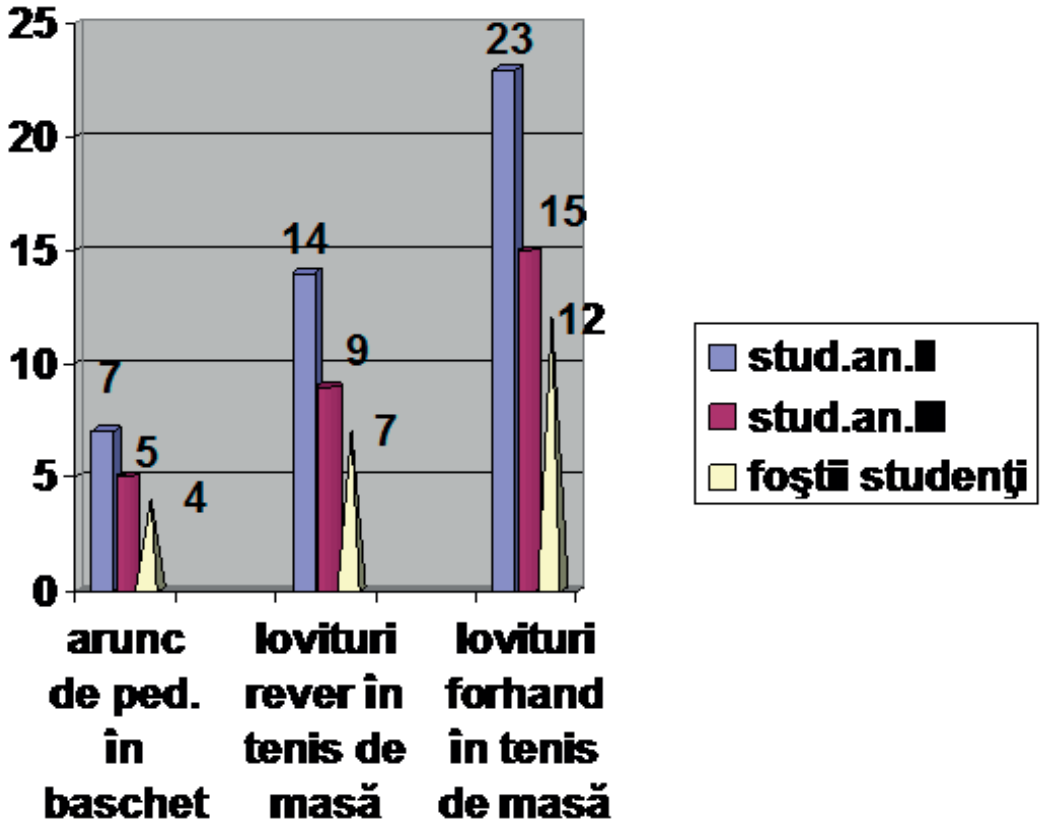


Figura 1. Graficul dinamicii indicatorilor elementelor tehnice reprezentativi capacităţii de orientare spaţială şi reproducerea parametrilor spaţiali

Este evidentă cauza evaluării pregătirii tehnice a studenţilor anului I – orarul stabil de lecţii de educaţie fizică!

Şi declinul indicatorilor pregătirii tehnice la cei din anul II şi III se poate de motivat cu lipsa unui orar stabil de ore de educaţie fizică. Dacă e să fim mai obiectivi, studenţii anului II şi III au posibilitate să practice exerciţiul fizic în orele extracurriculare (secţiile sportive). Aici, însă observăm o frecvenţă instabilă din partea acestora. Motivele ar fi cel puţin două: pregătirea temelor la celelalte obiecte şi consolidarea insuficientă a motivaţiei de practicare a exerciţiului fizic. Dacă primul motiv (pregătirea temelor) ar putea fi o „scuză" pentru studenţi, atunci diminuarea motivaţiei de a practica exerciţiul fizic, în cea mai mare parte, revine profesorului de educaţie fizică.

În continuare această diminuare a motivaţiei se aprofundează şi mai mult la foştii studenţi, care se angajează în câmpul muncii, mai formează şi familii, fapt ce le reduce considerabil timpul lor liber.

Ca specialist în domeniu, pot recunoaşte subiectivismul profesional în cauza diminuării motivaţiei la studenţi. Totodată, trebuie să remarc faptul că lipsa orei de cultură fizică din orar la studenţii anului II şi III este un eşec al sistemului educaţional superior în Republica Moldova.

În scopul consolidării motivaţiei practicării exerciţiului fizic de către studenţi în perioada de studii la anul II şi III, lipsa orei de cultură fizică din orar duce la diminuarea motivaţiei. Această diminuare se lasă resimţită pentru o perioadă destul de mare în viaţa omului sau poate să contribuie la excluderea practicării exerciţiului fizic din viaţa cotidiană a acestuia, fapt ce duce la neglijarea modului sănătos de viaţă, care, la rîndul său, duce la ridicarea riscului de îmbolnăvire şi la micşorarea longevităţii vieţii omului.

Pentru excluderea acestor perspective nefaste, propunerea de a reinclude lecţia de cultură fizică în orarul studenţilor anului II şi III este una raţională. În cadrul UCCM această oră ar putea fi pusă pentru toţi studenţii anului II, spre exemplu, joi perechea a 4-a şi pentru cei de la anul III, vineri – perechea a 4-a. Aceste ore ar putea fi desfăşurate sub supravegherea profesorului, iar principiul de auto -organizare şi auto - desfăşurare a orei de cultură fizică, pentru studenţi, trebuie să fie în prim plan. Astfel, studenţii vor avea posibilitate să-şi consolideze motivaţia de a practica exerciţiul fizic, iar universitatea şi-ar onora obligaţiunea de a crea condiţii optime pentru dezvoltarea unei personalităţi multilateral dezvoltate pentru studenţii săi.

Bibliografie:

1. DENISIUC, L. *Metode de apreciere a capacităţii motrice:* Teste, metode, aparate. Centrul de cercetare ştiinţifică şi de documentare C.N.E.F.S. Vol. II. Bucureşti, 1990.
2. GUJA, C. *Caracteristica biofizică a adultului tânăr*. Centrul de Antropologie. Bucureşti, 1984.
3. MALITA, M. Munca productivă, factor primordial al educaţiei. *Revista de pedagogie*. 1971, nr. 5, p. 19-54.

SISTEMELE DE POLISPAST CA MIJLOC EFICIENT ÎN TURISM

***Crăciun Grigore**, lect. sup., dr.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova
***Berlinschii Iurii,** prof. grad did.I,*
***Palamarciuc Lilia,** prof. grad did.I,*
Colegiul Cooperatist din Moldova

Application of a multi fulcrum system in the sport climbing, alpinism, cave diving, etc. are technical elements which are extremely necessary. It is important for the correct usage of the technical instruments, multifulcrum system and the correct amount of force needed to operate the technical systems in use. Consideration of the optimal force needed of 3 (three) participants in the process of assembly of the rope system (d=1 cm), or in the case of lifting a victim of an accident (or lifting all the instruments used) – 4 (four) participants.

***Key words:** Multi fulcrum system, Force of traction, Criteria of force of traction, Suspended rope bridge.*

Deţinerea tehnicii de ridicare a greutăţilor cu ajutorul polispastului este primordială: în organizarea şi desfăşurarea procesului de urcare şi coborîre a accidentatului în turismul montan, la montarea corzilor suspendate, în realizarea lucrărilor la înălţime etc. De aceea, alpiniştii, salvatorii, inclusiv toţi cei care se folosesc de corzi în procesul lor de activitate, trebuie să posede tehnica de utilizare a polispastului.

În literatura de specialitate nu există informaţii detailate despre principiul de lucru al sistemului de polispast şi nemijlocit a metodelor de aplicarea a acestuia. E posibil de găsit astfel de informaţii, însă acestea sunt descrise sumar ori complicat.

Chiar şi cursurile speciale de salvatori sau instructori de alpinism nu ne pot garanta o învăţare temeinică în acest sens. Ele se reduc doar la posibilitatea de a folosi una sau două din metodele de utilizare mecanică a polispastului.

În baza celor menţionate susţinem necesitatea propunerii acestui articol întru informarea accesibilă şi concomitent utilă pentru specialiştii din domeniu.

I. Generalităţi:

1.1. Polispastul este un dispozitiv de ridicare a greutăţilor, constituit din rulmenţi mobili şi fixaţi (statici), peste care se trag corzi (otgoane, parîme) care permit ridicarea greutăţilor, aplicînd un efort de cîteva ori mai mic decît greutatea propriu-zisă.

1.2. Oricare polispast garantează minimalizarea efortului pentru ridicarea unei greutăţi.

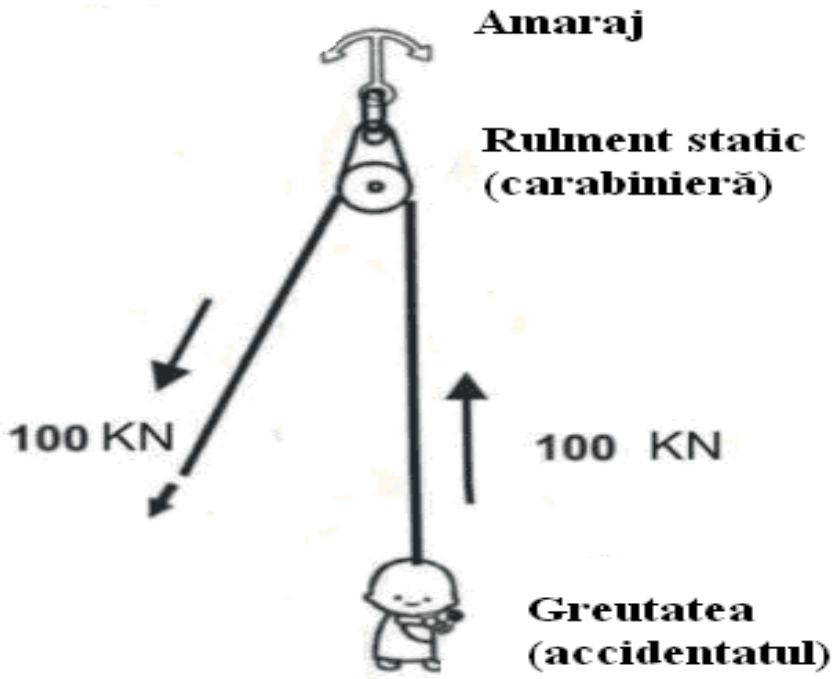
Orice sistem de polispast nu poate fi utilizat fără a evita pierderi de efort din cauza forţei de frecare a corzilor, a rulmenţilor. Sigur că forţa de frecare aduce mult mai puţine dezavantaje decît avantajul adus de însăşi utilizarea sistemei de polispast.

II. Bazele de construire a sistemului de polispast.

2.1. Dacă conexionăm coarda la greutate, apoi o instalăm peste rulmentul fixat în amarajul de sus (rulment static) şi tragem în jos, pentru a ridica greutatea este nevoie de o forţă egală cu masa greutăţii. Minimalizarea efortului este exclusă, iar pentru a ridica greutatea cu 1m este nevoie de a trage 1 m de coardă peste rulment.

Aceasta ar fi opţiunea nr. 1 de construcţie a sistemului de polispast.

Fig.1 Sistemă simplă de polispast cu coeficientul de minimalizare a efortului egal cu 0



2.2. Coarda este conexionată în amarajul de sus, apoi o instalăm peste rulmentul conexionat la greutate, accidentat. Utilizarea acestei scheme de polispast permite o minimalizare de efort de 2:1. Rulmentul se ridică concomitent cu greutatea, iar pentru a ridica această greutate cu 1m în sus este nevoie de a trage 2 m de coardă. Acesta este cel mai simplu sistem eficient de polispast – 2:1.

Fig.2 Sistemă simplă de polispast 2:1

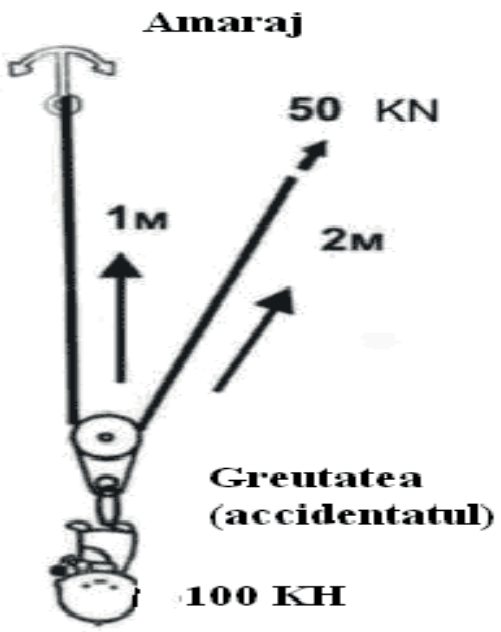


Figura 1 şi 2 ilustrează următoarele principii de bază ale polispastului:

1. Minimalizarea efortului este garantată de utilizarea doar a rulmenţilor mobili (conexionaţi direct la greutate, accidentat sau de coarda conexionată la greutate sau accidentat).

2. Utilizarea rulmenţilor statici (fixaţi de amarajul de sus) nu asigură minimalizarea efortului, ci doar schimbarea direcţiei de tragere a corzii.

3. Minimalizarea efortului este direct proporţională cu mărirea distanţei de coardă trasă. De exemplu: în Figura 2 - pentru a ridica greutatea cu 1 m în sus este nevoie de a trage 2 m de coardă, iar în Figura 6 - pentru a ridica greutatea cu 1 m în sus este nevoie de a trage 6 m de coardă.

Trebuie de menţionat că utilizarea sistemelor de polispast de o eficienţă mare (6:1) reduce efortul, dar şi presupune majorarea lungimii de coardă care trebuie de tras (pentru a ridica greutatea cu 1m în sus este nevoie de a trage 6 m de coardă). Această subtilitate trebuie luată în consideraţie la alcătuirea tacticii de echipă în turismul sportiv, unde, în prim plan, se atestă şi problema deficitului de timp.

2.3. Incluzînd în sistemele de polispast mai mulţi rulmenţi (statici – în amaraje şi dinamici – la greutate sau accidentat), construim sisteme simple, dar cu necesitate de efort diferenţiat:
Exemple de sisteme simple de polispast putem vizualiza în Figura 3 şi 4:

Fig. 3 Sisteme simple de polispast

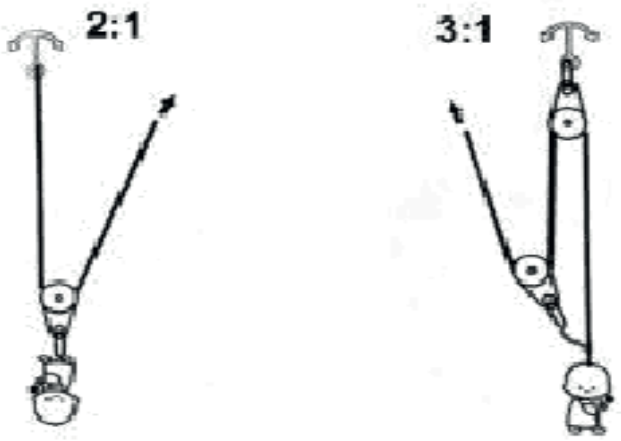
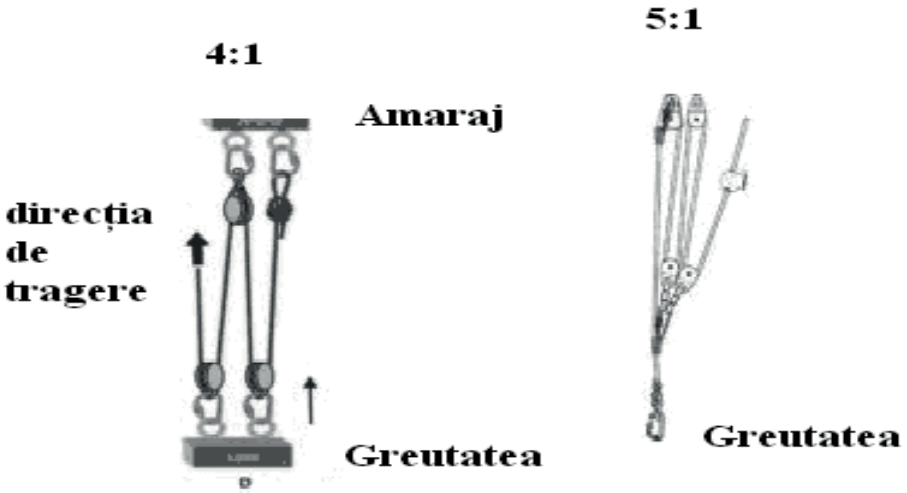


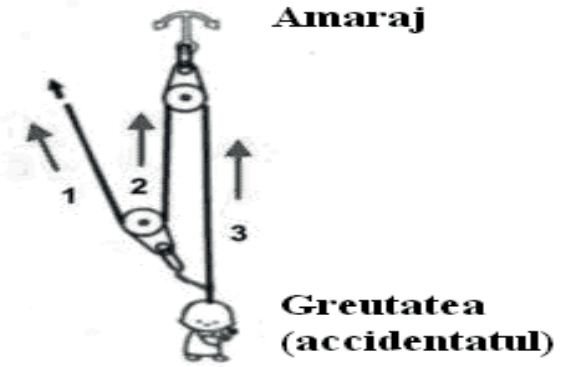
Fig. 4 Sisteme simple de polispast



2.4. Principiul de minimalizare a efortului în procesul de utilizare a sistemelor simple de polispast este ilustrat în Figura 3 şi 4.

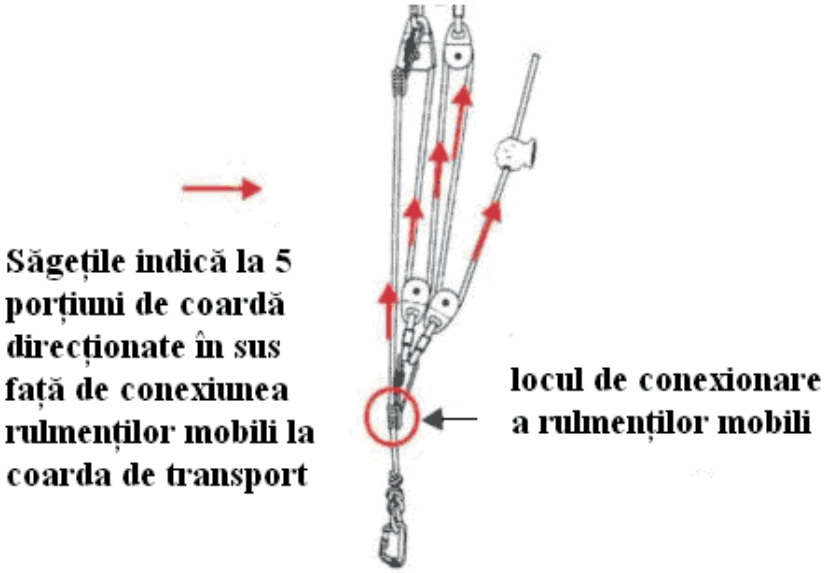
2.4.1. Coeficientul de minimalizare a efortului a unui sistem de polispast poate fi apreciat după numărul de porţiuni de coardă care sunt direcţionate în sus, de la greutate sau accidentat.

Fig. 5 Coeficientul de minimalizare a efortului în sistema simplă de polispast 3:1



Săgețile 1, 2, 3 - porțiunile de coardă direcționate în sus față de greutate (accidentat)

Fig. 6 Coeficientul de minimalizare a efortului în sistema simplă de polispast 5:1



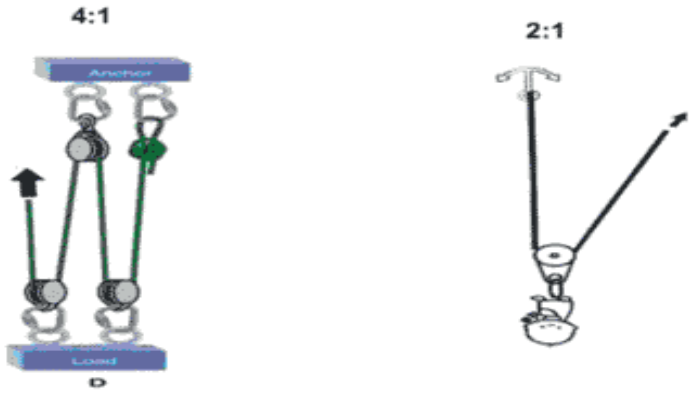
2.4.2. Care ar fi coeficientul de minimalizare a efortului la utilizarea sistemelor simple de polispast?

Acest calcul al coeficientului reiese din numărul de rulmenţi dinamici (conexionaţi la greutate sau la accidentat). Fiecare rulment suplimentar măreşte coeficientul de minimalizare. De exemplu: în sistemul de polispast cu coeficientul de 2:1 s-a mai conexionat încă un rulment mobil – obţinem un coeficient de minimalizare a efortului de 4:1. Apoi încă unul – coeficientul va fi de 6:1 etc.

2.5 Sistemele simple de polispast mai pot fi clasificate ca pare şi impare, în dependenţă de locul conexionării cărţii de bază: în amarajul de sus sau la greutate (accidentat).

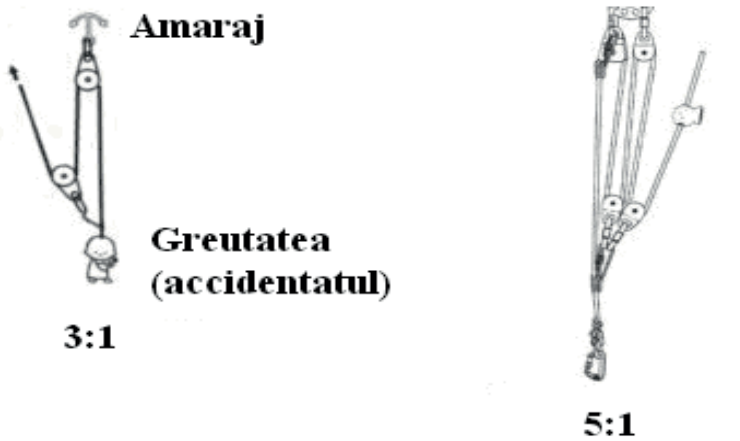
2.5.1. Dacă conexionarea corzii este în amarajul de sus, toate sistemele de polispast sunt considerate pare: 2:1, 4:1, 6:1 etc.

Fig. 7 Sisteme simple pare de polispast



2.5.2. Dacă conexionarea corzii este la greutate sau la accidentat se utilizează sisteme simple de polispast: 3:1, 5:1 etc.

Fig. 8 Sisteme simple impare de polispast

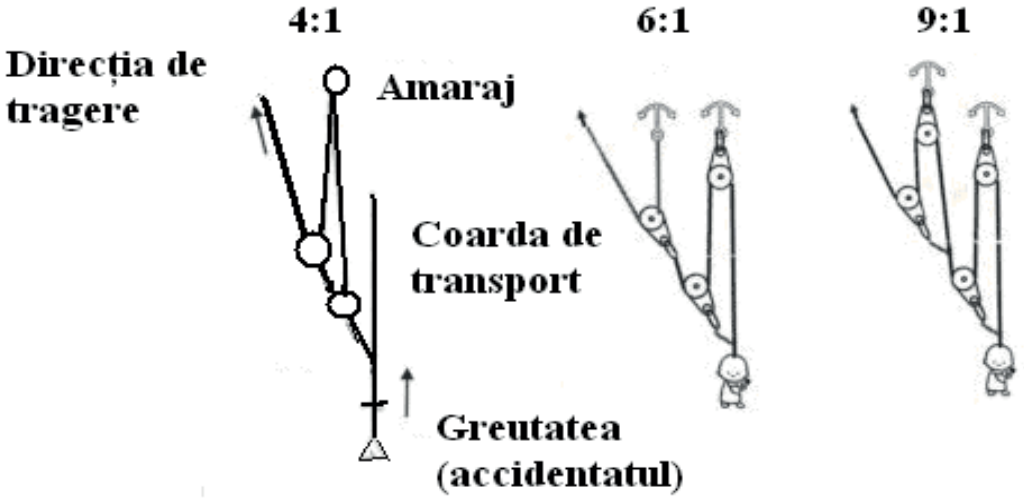


Sistemele simple impare de polispast mai mari de 5:1 în practicile de salvare nu sunt eficiente, deoarece nu se includ în anumiţi parametri temporali. Sunt însă utilizate **sisteme combinate de polispast.**

2.6. Sistemul combinat de polispast este sistemul în care sunt conexionate 2 (sau mai multe) sisteme simple de polispast.

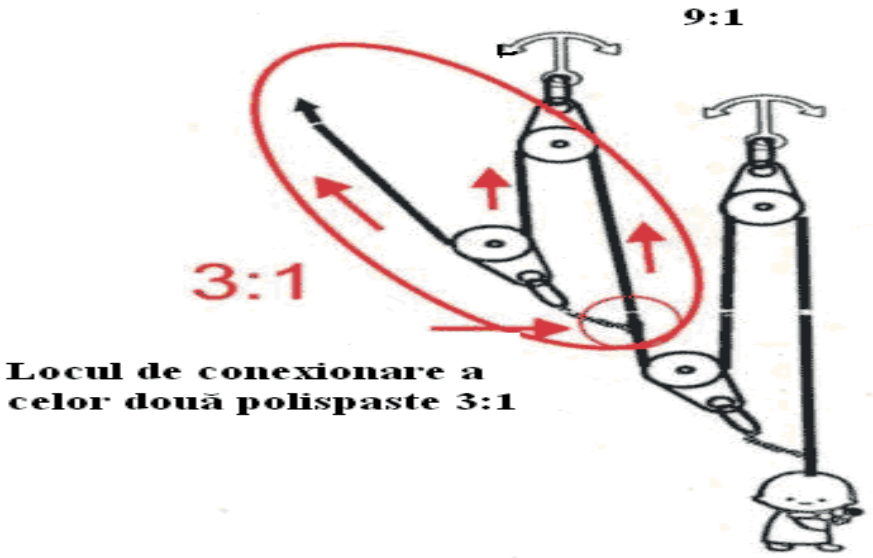
În Figura 9 se poate de vizualizat astfel de sisteme combinate.

Fig. 9 Sisteme combinate de polispast



2.7. Pentru a determina coeficientul de minimalizare a efortului, trebuie să înmulţim coeficienţii sistemelor simple de polispast. De exemplu: în Figura 9, sistemul simplu de polispast 2:1 este conexionat la sistemul 3:1 - 2:1x3:1=6. În Figura 10, sistemul simplu de polispast 3:1 este conexionat la sistemul 3:1 - 3:1x3:1=9.

Fig. 10 Sistemă combinată de polispast: polispastul 3:1 este conexionat la alt polispast 3:1



În Figura 9 sunt propuse sisteme de polispast utilizate în procesul de salvare (de ridicare a greutăţilor şi a accidentatului). Aceste sisteme sunt suficiente pentru realizarea sarcinilor de salvare şi montare a corzilor suspendate.

Pe perioada de desfăşurare a competiţiilor la tehnica turismului montan se mai atestă cazuri ce apar în procesul de montare a balustradelor suspendate, ce ţin şi de distrugerea amarajelor de siguranţă (punctelor de fixare a balustradei), cedarea (ruperea) corzilor de bază sau a carabinierilor din sistema de polispast. Din aceste motive, permanent apare necesitatea de a monitoriza şi de a regla forţa de tracţiune, apărută în procesul de utilizare a sistemelor de polispast, a căror eficacitate depinde de numărul de rotile din sistem, de numărul de participanţi care montează balustrada, precum şi de alţi indicatori care sunt prezenţi la utilizarea sistemelor de polispast, inclusiv a punctelor de fixare a balustradei.

Pentru monitorizarea forţei maximal admisibile de utilizare a sistemului de polispast vom opera cu indicatorul *forţa de tracţiune*. În acest scop este necesar ca sportivii, arbitrii şi antrenorii să deţină un volum necesar de cunoştinţe teoretice vis-a-vis de elementele constitutive ale forţei de tracţiune care se regăsesc în sistemele de polispast. Considerăm că va fi suficient ca pentru limitarea *forţei maximale de tracţiune* de operat cu *criteriul forţei de tracţiune.*

Criteriul forţei de tracţiune (C.t.) este constituit din raportul numărului de rotile **(r)** din sistemul de polispast, numărul de participanţi **(n)** care creează forţa de tracţiune, utilizînd polispastul şi coeficientul **(d=1)** care va indica importanţa utilizării corzii cu diametrul minim de 10 mm.

C.t.=(rx**n):d**

Anticipat, venim cu recomandări practice care indică valoarea maximă a **C.t.:**

1) pentru balustrada suspendată **C.t. ≤ 6;**
2) pentru transportarea accidentatului pe verticală - **C.t. ≤ 8.**

Considerăm că numărul maximal de participanţi care creează forţa de tracţiune, utilizînd sistemul de polispast, nu trebuie să depăşească numărul dedus din formula:

n=(C.t.:r)x**d**

De exemplu: utilizînd sistemul de polispast constituit din 2 rulmenţi (2 carabiniere), numărul maximal de participanţi care vor crea forţa de tracţiune trebuie să fie maximum de:

a) la montarea balustradei suspendate – nu mai mult de trei persoane (6:2) x1=3;
b) la transportarea accidentatului pe verticală – nu mai mult de 4 persoane (8:2) x1=4.

Observăm că criteriul de tracţiune pentru instalarea balustradelor suspendate este mai mic, comparativ cu cel de la transportarea accidentatului pe verticală. Aceasta se datorează faptului de conexionare fixă a unui capăt al balustradei suspendate asupra căruia forţa de tracţiune se manifestă mai evidenţiat.

Numărul nominal de participanţi care asigură forţa de tracţiune poate fi micşorat, precum şi mărit, în baza a mai multor factori: din garanţia amarajelor de siguranţă (punctele de fixare a balustradei), din coeficientul de frecvenţă a utilizării corzilor care poate scădea pe măsura numărului mărit de utilizare a lor, din lungimea balustradei sau coeficientul **d** (diametrul corzii) etc.

De exemplu: **d =1,2cm,** atunci reiese că: (6:2) x1,2=3,6, adică pînă la 4 participanţi.

Formula propusă este una empirică şi prevede o anumită rezervă de siguranţă dedusă din calcule simplificate. Această formulă nu include în sine absolut toţi factorii de siguranţă ca de exemplu: tipul sistemului de polispast (simplu, compus sau combinat), rulmenţii sunt mobili sau ficşi, lungimea balustradei, vîrsta şi forţa participanţilor etc.

Însă această formulă are menirea de a evalua şi regla forţa de tracţiune care apare în coraportul dintre sistemul de polispast şi numărul de participanţi, astfel, încît să putem evita, pentru viitor, cazurile excepţionale nedorite şi va presupune totodată avansarea gradului de securitate a competiţiilor.

Bibliografie:

1. Gutt, Walter F. *Accidente şi Tehnici de Salvare în Speologie*. Bucureşti: FRTA, 1987.
2. Marbach, Gorges, Rocourt, Jean – Louis. *Tehnicile Speologiei Alpine*. Bucureşti: Ed. Speotelex, 1985.
3. Povara, Ioan, Goran, Cristian, Gutt, Walter F. *Speologie*: Ghid Practic. Bucureşti: Ed. Sport Turism, 1990.
4. Коган, В. Г., Дябло, Т. Г. *Методические разъяснения по судейству соревнований по спортивному горному туризму*. Днепропетровск: Типография ДНУ, 2010 г.
5. Коган, В. Г. Критерии оценки полиспастных систем. Спортивный горный туризм *Информационный сборник*. Киев: Типография СПД Рубан. 2010, № 14, октябрь-декабрь, p. 22-23.

SEMNIFICAŢIA STRATEGIEI ÎN ÎNVĂŢĂMÂNTUL FORMATIV

Căpăţînă Sofia, *dr., lect. sup.,*
Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova

Les stratégies didactiques interactives jouent un rôle essentiel dans l'activité éducative, étant présentes à toutes les étapes de sa conception et de sa mise en œuvre efficace: dans la phase de conception, la phase de déploiement réel des travaux – la stratégie d'enseignement est un outil pratique qui permet de réaliser les objectifs définis; dans la phase d'évaluation, on estime, en fonction des résultats obtenus, la qualité et le degré de conformité avec les objectifs, le contenu, les formes d'organisation du processus éducatif économique.

Mots clés: *stratégie, stratégie didactique, enseignement formative, objectif.*

Strategia didactică este un sistem complex şi coerent de metode, procedee didactice mijloace de învăţământ, tehnici, forme şi alte resurse educaţionale care vizează atingerea unor obiective educaţionale.

Strategia didactică reprezintă un concept destul de eterogen, materializat de diversitate de opinii. Pentru a demonstra această afirmaţie, propunem spre analiză câteva abordări ale acestui concept.

Strategia didactică este:

- „un ansamblu de acţiuni şi operaţii de predare-învăţare în mod deliberat structurate sau programate, orientate în direcţia atingerii, în condiţii de maximă eficacitate a obiectivelor prestabilite” [1, p. 276];
- „ansamblul mijloacelor puse în lucru, pentru a atinge scopul fixat, începând de la organizarea materială şi alegerea suporturilor până la determinarea sarcinii de învăţare şi a condiţiilor de realizare. Toate acestea vor depinde de obiectivele propuse pentru a fi atinse şi de fazele formării trăite de subiect” [6];
- „o acţiune decompozabilă într-o conexiune de decizii-operaţii, fiecare decizie asigurând trecerea la secvenţa următoare pe baza valorificării informaţiilor dobândite în etapa anterioară. În acest sens, strategia devine un model de acţiune, care acceptă posibilitatea schimbării tipurilor de operaţii şi succesiunea lor” [7, p. 144];
- „un grup de două sau mai multe metode şi procedee integrate într-o structură operaţională, angajată la nivelul activităţii de predare - învăţare - evaluare, pentru realizarea obiectivelor pedagogice generale, specifice şi concrete ale acesteia, la parametri de calitate” [2, p. 422];
- „ansamblu de resurse şi metode planificate şi organizate de profesor în scopul de a permite studenţilor să atingă obiectivele preconizate. Persoanele, localurile, materialele şi echipamentele formează resursele, în timp ce modurile de intervenţie (abordare), formele pedagogice şi tehnicile pedagogice constituie metodele” [Parent, Nero];
- „un ansamblu de procedee prin care se realizează conlucrarea dintre profesor şi studenţi în vederea predării şi învăţării unui volum de informaţii, a formării unor priceperi şi deprinderi, a dezvoltării personalităţii umane” [5, p. 441];
- „aspectul dinamic, activ, prin care cadrul didactic dirijează învăţarea” [4, p. 193];

R. Iucu, realizând o analiză a definiţiilor propuse pentru acest concept, concluzionează [3, p. 119-120]:

- strategia presupune un mod de abordare a unei situaţii de instruire specifice atât din punct de vedere psihosocial (relaţii şi interacţiuni), cât şi din punct de vedere psihopedagogic (motivaţie, personalitate, stil de învăţare etc.); reprezentările şi convingerile psihopedagogice ale cadrului didactic sunt elemente determinante în construcţia strategiei;
- prin intermediul strategiei se raţionalizează conţinuturile instruirii, determinându-se, totodată, structurile acţionale, pertinente pentru atingerea obiectivelor prestabilite; programarea ca activitate distinctă este subînţeleasă;
- strategia presupune o combinaţie structurală, în care elementele de tip probabilist şi de tip voluntar se intersectează în dinamica procesului la nivelul deciziei; de remarcat ponderea acesteia în luarea deciziilor educaţionale în contextul disciplinelor economice;
- strategia are o structură multinivelară:
  - metode de instruire,
  - mijloace de instruire,
  - forme de organizare a instruirii,
  - interacţiuni şi relaţii instrucţionale,
  - decizia instrucţională, în care dimensiunea finalistă, determinată de focalizarea pe anumite obiective, nu rezultă din suma elementelor enumerate, ci din sinteza şi interacţiunea lor;
- strategia se înscrie în demersul de optimizare a instruirii, fiind un mod funcţional de gestionare a resurselor instrucţionale în vederea atingerii criteriilor de eficienţă şi eficacitate ale procesului de învăţământ economic.

Strategiile instrucţionale trebuie subordonate celor două obiective educative fundamentale: eficienţa activităţii sociale a absolventului şi dobândirea de deprinderi de gândire critică şi creativă.

În acest caz este necesar să subliniem relaţia dintre conceptele de eficienţă şi deprinderi de gândire, pe de o parte, şi sistemul de referinţă al valorilor individuale ale celui care operează cu ele, pe de altă parte. Aceasta din urmă determină sensurile în care asemenea concepte sunt percepute şi care şi determină strategiile adoptate în acţiunile sale de fiecare decident.

Percepţia cadrului didactic asupra studenţilor suportă, în fond, transformări radicale: imaginea studentului - receptor pasiv de informaţii, de cunoştinţe „prefabricate" este înlocuită cu imaginea studentului activ, motivat să practice o învăţare autentică, să-şi formeze competenţe specifice de procesare a informaţiilor, de generare a cunoştinţelor noi, de aplicare a acestora în diferite contexte etc.

Un obiectiv fundamental al educaţiei rămâne a fi transmiterea, respectiv, acumularea de cunoştinţe, care trece pe planul secund atunci când se doreşte promovarea la acest nivel a unei culturi a calităţii. Acum, accentul este plasat pe modul în care informaţiile asimilate sunt prelucrate, structurate, interpretate şi utilizate în situaţii variate. Astfel, studenţii dobândesc competenţe formate, dar şi încrederea că acestea se vor dovedi operaţionale şi le vor servi drept repere în mod autentic în diverse situaţii de viaţă.

Strategiile didactice interactive au un rol determinant în activitatea educaţională, fiind prezente în toate etapele, începând cu iniţierea şi finalizând cu realizările efective a acesteia:

a) în faza proiectării, atunci când profesorul, raportându-se la celelalte componente ale procesului de învăţământ (obiective, conţinuturi, timp, forme de organizare etc.), elaborează strategia didactică oportună;
b) doar în faza de desfăşurare efectivă a activităţii strategia didactică devine un instrument concret, care permite realizarea obiectivelor propuse;
c) în faza evaluării şi (auto)evaluării, alături de alte componente ale procesului de învăţământ, strategia didactică se manifestă ca „obiect" al evaluării profesorului, iar estimările ei se fac în funcţie de rezultatele obţinute, calitatea acesteia şi gradul de corespundere cu finalităţile, conţinutul, formele de organizare a procesului de învăţământ economic.

Implementarea unui sistem de management al calităţii în învăţământul universitar reclamă, de altfel, necesitatea organizării unui mediu de învăţare stimulativ, „interactiv", care să faciliteze participarea studenţilor la procesul propriei formări.

Strategiile didactice interactive au efecte formative evidente, aspect care nu exclude şi posibilitatea manifestării unor limite ale acestora, în condiţiile în care profesorul nu deţine solide competenţe de aplicare a acestora în practica educaţională.

În continuare vom prezenta destul de succint:

- formarea şi dezvoltarea unor competenţe funcţionale, de tipul abilităţilor de prelucrare, sistematizare, restructurare şi utilizare în practică a cunoştinţelor economice;
- formarea şi dezvoltarea capacităţii de cooperare, a spiritului de echipă;
- formarea şi dezvoltarea competenţelor comunicative;
- formarea şi dezvoltarea competenţelor psihosociale;
- dezvoltarea stimei de sine;
- cultivarea spiritului participativ al studentului;
- formarea şi dezvoltarea deprinderii de ascultare activă;
- dezvoltarea capacităţii empatice;
- formarea şi dezvoltarea capacităţii reflective şi a competenţelor metacognitive;
- formarea şi dezvoltarea capacităţilor de investigare a realităţii;
- formarea şi dezvoltarea capacităţii argumentative;
- formarea şi dezvoltarea capacităţii decizionale;
- formarea şi dezvoltarea competenţelor de negociere;
- formarea şi dezvoltarea competenţelor emoţionale;
- formarea şi dezvoltarea capacităţii de a oferi feedback şi de a fi receptiv la feedback-ul recepţionat;
- cultivarea autonomiei în învăţare;
- dezvoltarea motivaţiei pentru învăţare;
- formarea şi promovarea unui stil de învăţare eficient;
- dezvoltarea gândirii critice şi creative;
- dezvoltarea creativităţii;
- dezvoltarea unor atitudini şi comportamente prosociale;
- dezvoltarea capacităţilor de interevaluare şi autoevaluare etc.

În concluzie, menţionăm că strategia didactică prin realizarea obiectivelor operaţionale formează la studenţi cunoştinţe, capacităţi, atitudini, comportamente, ce conduc spre deschideri de situaţii şi familii de situaţii, care în mod vădit va contribui la formarea competenţei specialistului economist.

Bibliografie:

1. CERGHIT, I. *Sisteme de instruire alternative şi complementare. Structuri, stiluri şi strategii*. Bucureşti: Editura Aramis, 2002.
2. CRISTEA, S. *Dicţionar de termeni pedagogici.* Bucureşti: E.D.P., 1998.
3. IUCU, R. *Instruirea şcolară. Perspective teoretice şi aplicative*. Iaşi: Editura Polirom, 2008.
4. MANOLESCU, M. Elementele structurale ale curriculumului şcolar, semnificaţii şi interacţiuni. Aplicaţii. În: POTOLEA, D. et al. *Pregătirea psihopedagogică:* Manual pentru definitivat şi gradul didactic II. Iaşi: Editura Polirom, 2008.
5. NICOLA, I. *Tratat de pedagogie şcolară.* Bucureşti: Editura Aramis, 2003.
6. OPREA, C.L. *Strategii didactice interactive*. Bucureşti: E.D.P., 2009.
7. POTOLEA, D. Profesorul şi strategiile conducerii învăţării. În: JINGA, I., VLĂSCEANU, L. (COORD.). *Structuri, strategii şi performanţe în învăţământ.* Bucureşti: Editura Academiei, 1989.
8. TATOIU, M. *Profesorii şi pedagogia.* Bucureşti: Editura Curtea veche, 2005.

STIL DE VIAŢĂ ŞI ECO-EFICIENŢĂ ÎN ERA INFORMAŢIONALĂ

***Bălăceanu Cristina**, dr., conf. univ.,*
***Apostol Diana Mihaela**, dr., lect. univ.,*
***Penu Daniela**, dr., lect. univ,*
Universitatea Creştină „Dimitrie Cantemir", Bucureşti, România
***Pădurean Elena**, dr.,*
C.C.F.M. „Victor Slăvescu", I.N.C.E., Academia Română

The informational dematerialization of the economy promises to reduce the impact of human activity on the environment, but the positive feedback effects, which are generally brought by informational products and services, tend to reduce gains in eco-efficiency. This calls into question the consumption patterns and/or the consumer values. The imaterialization hypothesis "as a switch in behavior from more material consumption to less material" underscores the failure of the neoclassical paradigm to address the consumer behavior based solely on the direct functional and cost preferences, and not as a matter of lifestyle. We surveyed the rebound effects as an income effect (imaterialization hypothesis) and not as a substitution effect (dematerialization hypothesis), which allows the information society and the economic theory to consider the consumers' values and consumption patterns as the main source of rebound effects.

***Key words:** informational society, eco-efficiency, rebound effects, de/imaterialization.*

***JEL Classification:** O44, Q51, Q55*

Probabil că cea mai mare provocare adresată teoriei economice e de a reduce impactul activităţii umane asupra mediului fără a impune reduceri drastice în outputul şi/sau *well being* unei societăţi. Evident, sunt economişti care înţeleg că sustenabilitatea înseamnă că capacitatea productivă a unei economii care susţine nevoile şi standardul de viaţă al generaţiilor actuale nu poate fi mai mică pentru generaţiile viitoare; deteriorarea inerentă a mediului poate fi compensată de progresele tehnologice, de alte avantaje etc. Dar deteriorarea mediului dincolo de capacitatea lui de *resilience*, aşa cum o arată, de exemplu, studiile de footprint [GLOBAL FOOTPRINT NETWORK ANNUAL REPORT, 2010], ar putea să oblige economia să-şi revizuiască drastic modelul de creştere şi de consum, nu să şi-l păstreze. Marea problemă este, evident, dacă economia poate preveni deteriorarea mediului în timp, ce continuă să-şi păstreze ratele de creştere sau dacă, dimpotrivă, trebuie să se deschidă spre un dialog mai consistent cu alte ştiinţe ca ecologia, antropologia, sociologia etc., pentru a-şi completa perspectiva şi targeturile. Economia în varianta ei neoclasică a primit nenumărate critici, în special pentru eşecul de a integra în funcţia de producţie preţuirea capitalului natural, externalităţile negative etc., dar un argument care este chiar în inima societăţii informaţionale de azi redeschide discuţia despre *homoeconomicus* şi raţionalitatea comportamentului consumatorului (piesele de bază ale teoriei economice), prin ceea ce numeşte efectul de *feedback pozitiv* şi *rebound effects*.

Vă propunem mai departe o survolare a principalelor discuţii, care chestionează sustenabilitatea societăţii informaţionale. Argumentul eco-eficienţei cu care dematerializarea economiilor promite să vină e, fără îndoială, veritabil, dar, conform unor studii ca Schauer, Simmons, Willard and Harder, Bălăceanu and Apostol, Apostol şi Bălăceanu, nu e lipsit de

probleme. Principalele probleme implică ceea ce numim efectul de *feedback pozitiv* şi/sau *rebound effects*. Dacă societatea informaţională prezintă avantajul de a furniza produse cu conţinut material redus (*eco-efficiency*) şi costuri/preţuri mici, neajunsul provine exact din acest lucru, generând prin mecanismul de *feedback pozitiv* creşterea consumului (*rebound effects*). Cu alte cuvinte, „un element integrant al dezbaterii este de a transfera cererile consumatorilor de la patternuri de consum *material-based* spre patternuri *resource-saving*. Foaia de parcurs a imaterializării implică substituirea de produse materiale prin servicii non-materiale adecvate şi promovează nevoi imateriale în schimbul nevoilor materiale, promovând astfel schimbarea socială pentru a realiza sustenabilitatea" [5, p. 267].

Societatea informaţională

Promisiunea eco-eficienţei e chiar în inima societăţii informaţionale. Caracterul preponderent intangibil al produselor şi serviciilor informaţionale scade presiunea pe care omul o pune asupra mediului, iar economiile par să fie conştiente de acest lucru, când îşi sporesc stocurile de capital intangibil şi investesc masiv în capitalul uman. Provocarea principală e de fapt posibilitatea ca presiunea asupra mediului să scadă în timp ce economiile pot continua să-şi crească outputurile. Acest lucru a fost generat, în special, de teoria randamentelor crescătoare şi succesul noilor tehnologii informaţionale (ICT). Ambele, adică teoria randamentelor crescătoare şi noile tehnologii, au alimentat ideea că economiile pot continua să crească fără să fie nevoite să-şi lărgească baza (fizică) de capital. Pentru o serie de economişti, cunoaşterea este infinit expansibilă sau intangibilă, adică poate fi utilizată infinit de tot atâţia useri fără a fi împuţinată, în timp ce costul marginal de producţie este diferit de costul marginal de multiplicare, adică dacă costurile de generare a unei idei pot fi foarte mari, costurile de reproducere pot fi foarte mici sau chiar inexistente. Apariţia ICT şi a internetului n-au făcut altceva decât să alimenteze speranţele că societatea informaţională va deveni o realitate globală (digitalizarea şi internetul, nu trebuie să insistăm acum, slăbesc restricţiile de utilizare impuse de patente şi copyright, permit exploatarea de efecte de reţea şi deschid economia spre formule de tip *open source* [3, 10]). Vechea economie bazată pe inputuri convenţionale şi randamente descrescătoare, adică pe o concepţie a creşterii şi progresului tehnologic derivat din acumularea de capital fizic (costuri marginale mari, consum de energie ridicat, supus deprecierii etc.), este prea disipativă, în orice caz, trebuie să cedeze locul unei noi economii, mult mai puţin materială sau înalt eco-eficientă şi bazată pe randamente crescătoare de scară, care tinde, evident, să devină globală în epoca internetului.

Lifestyle şi eco-eficienţă: dematerializare vs imaterializare

Societatea informaţională are în genere un efect de feedback pozitiv. Conţinutul material scăzut al produselor ei scade preţurile, care alimentează o creştere în volum a economiei. Asta se numeşte *rebound effects* şi are ca rezultat faptul că presiunea asupra mediului nu scade, ci creşte. Chestiunea se află, fără îndoială, în inima dematerializării cu care vine societatea informaţională şi interferează cu *lifestyle*-ul consumatorului. Asta se vede, în special, din diferenţa pe care economişti ca Simmons, Tulbure, Juric and Voegel şi alţii o fac între dematerializare şi imaterializare [1, 2].

Principala diferenţă între dematerializare şi imaterializare este diferenţa dintre producţie şi consum sau diferenţa dintre efectul de substituţie şi efectul de venit. În prima situaţie, dematerializarea mizează pe superioritatea bunurilor imateriale (eficienţă mare, conţinut material redus, preţuri mici etc.) faţă de bunurile materiale. *The rebound effects* sunt în acest caz un efect de substituţie. Eşecul acestui model e de a lua în considerare patternurile de consum şi/sau *lifestyle*-ul

şi valorile consumatorului. Extinderea societăţii informaţionale şi creşterea câştigurilor în eco-eficienţă ţin de rapiditatea cu care procesul de producţie reuşeşte să se dematerializeze (substituţie). O serie de studii contrazic această poziţie. Tulbure, de exemplu, susţine că progresele înregistrate în comunicaţii, e-working etc. nu reduc nici transporturile, nici nivelul emisiilor de CO2, nici consumul general de energie. Daca un *e-worker* are avantajul de a călători mai rar spre locul de muncă, prezintă în schimb dezavantajul că acum poate călători pe distanţe mari şi mult mai mult în alte scopuri [9]. În mod similar, Schauer găseşte că *dematerializarea* economiei nu a fost suficient adresată şi crede că funcţionează ca o Cutie a Pandorei, în orice caz nu este o soluţie de tip *win-win*. Argumentul principal e că dacă ipoteza dematerializării (*substitution hypothesis*) e plauzibilă când promite să virtualizeze diferite produse şi servicii materiale, de exemplu, să înlocuiască conferinţele fizice cu conferinţele virtuale, hârtia unui document cu formatul electronic etc. (*Cyberworld Scenario*), e posibil ca efectele eco-eficiente obţinute să fie anulate de faptul că ICT are un efect de *feed-back* pozitiv la nivelul producţiei industriale (*addition hypotesis*), stimulând ceea ce el numeşte „foamea noastră fără sfârşit de produse noi". *Feed-back*-ul pozitiv la nivel industrial şi *eco-schizofrenia* consumatorului, un concept pe care îl introduce pentru a sublinia rolul *lifestyle*-ului în ecuaţia eco-eficienţei, permiţându-i să observe cum consumatorii pot să rămână în proporţii copleşitoare neafectaţi de propriile lor concluzii ecologice, par să deschidă o adevărată Cutie a Pandorei (*secondary/primary rebound effects*, *democracy brake*, *internet refusers*, *double infrastructure* etc) [6, 7].

În cea de a doua situaţie, dematerializarea vizează direct *lifestyle*-ul şi valorile sau patternurile de consum ale consumatorului (imaterializarea) „as a switch in consumption behaviour from more material to less material" (*ca un comutator în comportamentul de consum de la mai material la mai puţin material*). Concentrarea pe dematerializarea procesului de producţie şi superioritatea bunurilor imateriale evită consumatorul şi nu înţelege *the rebound effects*, care par în acest caz un simplu efect de substituţie (dematerializarea). Simmons, de exemplu, arată că imaterializarea e văzută ca un gen de dematerializare, dar că ea interferează cu patternurile de consum. Argumentul principal e că dematerializarea economiei vine cu un efect de feedback pozitiv, care se suprapune cu lifestyle-ul sau patternurile mai vechi de consum ale consumatorului. The rebound effects sunt în acest caz un efect de venit, şi nu unul de substituţie ca în cazul ipotezei dematerializării. Imaterializarea indică că suprapunerea dematerializării economiilor cu un *lifestyle* prea puţin imaterial reduce câştigurile în eco-eficienţă prin creşterea consumului de bunuri şi servicii cu conţinut material ridicat. Astfel, *lifestyle*-ul sau patternurile de consum sunt în inima imaterializării înţeleasă ca „switch in consumption behaviour from more material to less material". Pentru Simmons, patternurile de consum provin din valorile şi preferinţele indivizilor. Tehnologia Societăţii Informaţionale – avansează problema de preferinţelor. Este un caz bine documentat că „schimbarea valorii pe termen lung rezultă din înlocuirea generaţiilor'. Pare rezonabil să deduci, prin urmare, că schimbarea stilului de viaţă pe termen lung va expune aceeaşi dependenţă caracteristică de succesiunea generaţiilor" [8, p. 6]. În acelaşi timp, imaterializarea provoacă paradigma neoclasică a lui *homo economicus*. Eroarea ei principală e de a trata comportamentul de consum pe baza preferinţelor funcţionale directe şi de cost, nu ca o problemă de *lifestyle*. Simmons scrie că „alegerea de a opta pentru imaterializarea este despre *lifestyle*: aspecte cum ar fi creşterea copiilor; calitatea vieţii (spre deosebire de nivelul de trai); şi locul în societate cântăreşte mai mult decât aspectele legate de costuri. Imaterializarea poate produce o reducere a costurilor: sau poate nu. Este patternul de consum care este schimbat, nu neapărat sau în mod sistematic costul lui, nici

(exceptând în mod foarte indirect) funcţia lui" [8, p. 6-7]. Simmons se regăseşte aici cu teoriile sociologice ale *habitusului* şi consumului (simbolic, emoţional, turbo-consumul etc.), adică cu sociologi ca Pierre Bourdieu, Jean Baudrillard sau Gilles Lipovetsky. Pe scurt, „imaterializarea este un concept proiectat pentru a reduce utilizarea resurselor în stilurile de viaţă actuale. Acest lucru necesită schimbări drastice în comportamentul consumatorilor. Demonstrarea eficacităţii unui astfel de comportament de consum modificat implică dezvoltarea unor noi abordări metodologice" [5, p. 276].

Evaluări, estimări şi studiu de caz

Noi comentăm mai departe un studiu de caz [5], care face parte din şi utilizează ceea ce se numeşte *integrative modeling* în modelarea dinamică (Life Cycle Assessment method, Material Intensity Analysis etc). Principala caracteristică a acestui tip de *modelling* e de a combina *old indicators,* ca consumul de energie, consumul de hârtie etc., şi *new indicators*, raportaţi, în genere, la utilizarea de ICT ca infrastructură şi aplicaţiile ICT [9]; sau de a estima impactul consumului i/material asupra mediului, metoda LCA (*Life Cycle Assessment*), furnizând, de exemplu, informaţii ecologice despre substituţia în preferinţele consumatorilor [5]. Avantajul principal al acestor modele este de a încorpora cunoaşterea din mai multe zone de cercetare în discuţiile despre efectele progresului tehnologic şi dezvoltarea sustenabilă. Rezultatul probabil principal este că ipoteza dematerializării e inadecvată pentru chestionarea aşa-numitelor *rebound effects* ca efect de substituţie, în timp ce doar o ipoteză, unde *the rebound effects* sunt exprimate ca efect de venit, subliniază rolul culturii şi deschide teoria economică spre parametri, care depăşesc teoria comportamentului de consum bazată pe preferinţele funcţionale directe şi de cost, luând în calcul lifestyle-ul şi valorile consumatorului.

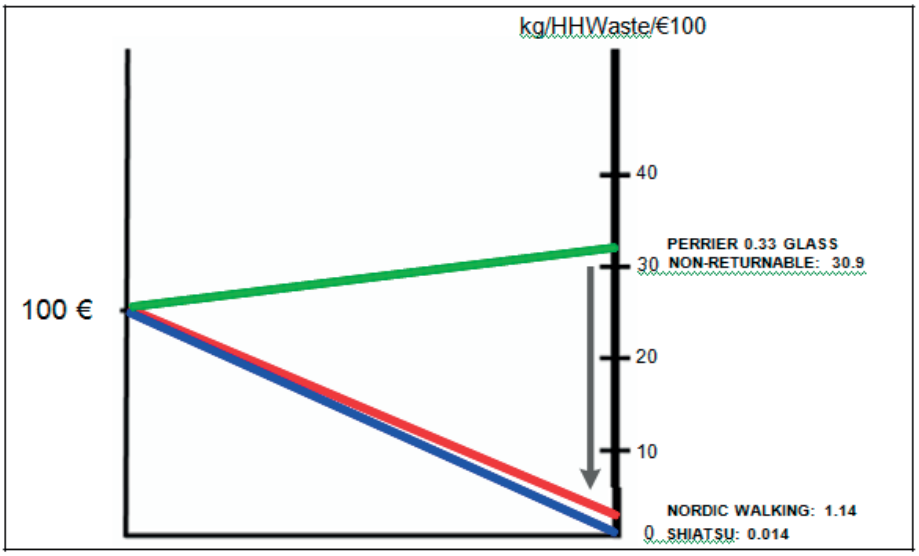


Figura 1: În comparaţie cu 100 € cheltuiţi pe apă minerală în recipiente grele, nereturnabile, aceleaşi cheltuieli pentru *Nordic walking* sau *Shiatsu* ar economisi 30 kg de deşeuri [5].

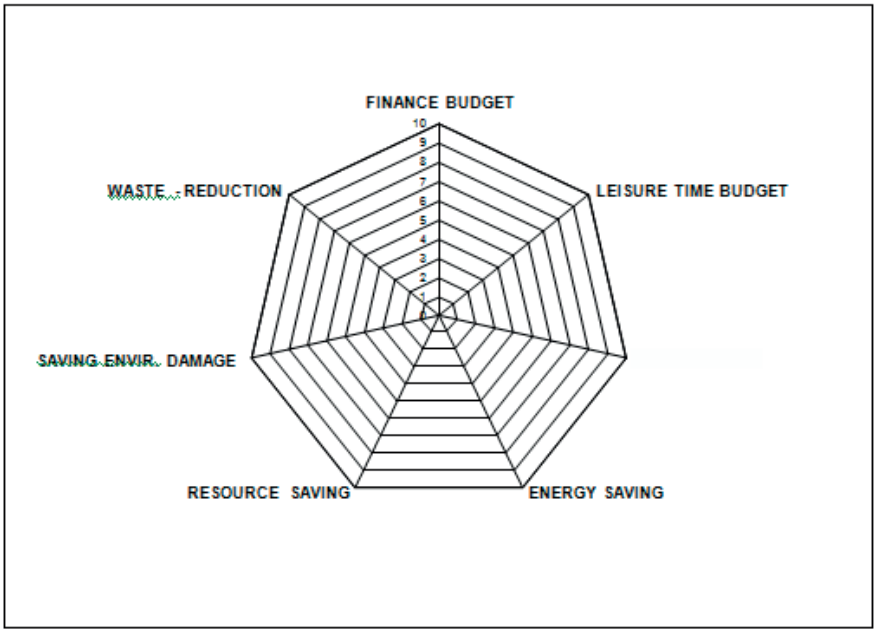


Figura 2: Calcularea unui proces optim de consum imaterial, reprezentat aici ca un cuib de păianjen [5]

Consumul material presupune utilizarea de bunuri de consum şi întâmpină nevoi de bază ca foamea, nevoia de îmbrăcăminte etc. Consumul imaterial nu întâmpină nevoi de bază şi nu implică bunuri materiale, deci nu se poate substitui nevoilor materiale. Astfel, consumul material implică resurse şi generează distrugere, în timp ce satisfacţia nevoilor imateriale, precum o discuţie privată, jocurile etc., nu este legată de utilizarea de bunuri anume. Juric and Vogel dă exemplul unui concert, unde violoniştii Orchestrei Filarmonice din Viena utilizează aceleaşi viori de 200 de ani. Cu alte cuvinte, dacă cererea de bunuri materiale e finită şi direct dependentă de resurse, dimpotrivă, cererea de bunuri imateriale (servicii sociale şi culturale) poate creşte infinit fără distrugerea mediului sau diminuarea resurselor.

Studiul de caz testează opţiunile de consum imaterial pentru 20-25% din gospodăriile Vienei: consumul de apă minerală din sticle non-returnabile versus un sport specific, *Nordic walking*, şi/sau *shiatsu* (exerciţii de medicină alternativă): la 100 de euro cheltuieli cu sticlele ne-returnabile, Nordic walking şi/sau shiatsu scad cu 30 kg irosirea pentru aceeaşi sumă (Figurile1-2).

Concluzia principală a studiului de caz este că dacă puterea de cumpărare rămâne constantă într-o regiune anume, o creştere în cererea de bunuri imateriale conduce automat la reducerea cererii pentru bunuri materiale. Asta face din extinderea imaterializării (edificare, *wellbeing*, placere etc.) o problemă de *lifestyle* şi valori culturale de consum. Noul stil de viaţă e de natură să reducă consumul de resurse, consumul de energie, emisiile de CO2, generarea de deşeuri, impactul asupra mediului; în acelaşi timp, maximizează numărul de joburi, maximizează consumul de timp liber etc. [5, p. 268-269].

Concluzie

Provocarea principală adresată economiei e de a creşte outputul în timp ce reduce presiunea pe care o pune asupra mediului până la limita de *resilience*. Societatea informaţională şi/sau *knowledge based economy* pare să răspundă la această problemă prin accentul pe care îl pune asupra extinderii stocurilor de capital cu conţinut material redus. Economia poate continua să crească, exploatând tipuri noi de capital intangibil şi/sau informaţional, dar acest lucru pare să întâmpine obstacole dificile, precum mecanismul de feedback pozitiv şi *rebound effects*.

Chestionarea economiei la nivelul vechilor fundamente, aşa cum este raţionalitatea comportamentului de consum, este inevitabilă, şi se află chiar în inima societăţii informaţionale. Acest lucru e clar, în special din modul în care diferenţiem între dematerializare şi imaterializare, „as a switch in consumption behaviour from more material to less material", între producţie şi patternurile de consum, între efectul de substituţie şi efectul de venit. Eroarea principală pare să fie de natură economică şi constă în tratarea comportamentului de consum pe baza preferinţelor funcţionale directe şi de cost, nu ca o problemă de *lifestyle*. Rezultatele studiului indică că rolul culturii în comportamentul de consum ar putea fi decisiv. Nu e nicio îndoială că deschiderea economiei spre un dialog serios cu alte ştiinţe ca sociologia, ecologia etc. ar putea îmbunătăţi substanţial perspectiva teoriei economice.

Bibliografie:

1. APOSTOL, DIANA ŞI CRISTINA BĂLĂCEANU, *Lifestyle şi eco-eficienţă*, *Dezbateri Social – Economice*. 2013, Nr. 1.
2. BĂLĂCEANU, CRISTINA and DIANA APOSTOL, Development and Eco-Efficiency in the Information Society. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences October.* 2012, Vol. 2, No.10.
3. DELONG, BRADFORD J. and FROOMKIN, MICHAEL, *Speculative Microeconomics for Tomorrow's Economy* [on line]. 1999, November 14. Disponibil: http://osaka.law.miami.edu/~froomkin/articles/spec.htm
4. *Global Footprint Network Annual Report, The Climate Change is not the problem* [on line]. 2010. Disponibil: http://www.footprintnetwork.org/images/uploads/2010_Annual_Report.pdf
5. JURIC, KRISTIAN AND GERHARD VOEGEL (2005), *Does Immaterialisation Satisfy the Sustainability Imperative?* [on line]. 2005. Disponibil: http://www.unet.univie.ac.at/~a9601374/oslo_pap.pdf
6. SCHAUER, THOMAS. *Internet refusers. a risk to the digital economy?* from B. Standford-Smith et al (eds), *Challenges and Achievments in a E-business and E-Work* (Part 1), *IOS Press*, 2002.
7. SCHAUER, THOMAS. *Sustainable Future – the Role of Information Technology,* from Paul Novacek and Thomas Schauer (eds), *Learning from the Futures* [on line]. 2010. Disponibil: http://www.openscience4sustainability.at/wp-content/uploads/2012/06/learning-from-the-futures-2010.pdf
8. SIMMONS, STEPHEN, *Immaterialisation –the new reality*, from B. Standford-Smith et al (eds), *Challenges and Achievments in a E-business and E-Work* (Part 1), *IOS Press* [on line]. 2002. Disponibil: http://www.terra-2000.org/htdocs/Documents/Prague/Papers/Immaterialisation-the%20new%20reality.pdf
9. TULBURE, ILDIKO, *The Information Society and the Environment: a case study concerning two Internet Applications*, from B. Standford-Smith et al (eds), *Challenges and Achievments in a E-business and E-Work* (Part 1), *IOS Press*, 2002.
10. WEBER, STEVEN, *The Political Economy of Open Source Software*, *BRIE*, 2000. http://www.escholarship.org/uc/item/3hq916dc#page
11. WILLARD, TERRI and HALDER, MICHAEL. *The Information Society and Sustainable Development*, [on line]. IISD, 2003. Disponibil: http://www.iisd.org/pdf/2003/networks_sd_exploring_linkages.pdf

ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТИТУТ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ АДАПТАЦИИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ НОВОЙ ЕВРОПЕЙСКОЙ ОБЩНОСТИ

***Алексеев К.А.**, к.ф.н., доц.,*
Чувашский государственный университет им. И.Н.Ульянова, Россия

Nowadays ethnic composition has been changing. Education needs to adapt to the new situation in a society. Education's influence and role to the process of immigrants' socialization is discussed.

***Key words:** multiculturalism, immigration, integration, adaptation, education.*

На современном этапе общественного развития в результате процессов глобализации изменяется этническая картина мира. По причине глобальных миграционных передвижений в мире возникли крупные диаспоры различных этносов. В результате во многих регионах и странах произошли не только существенные демографические изменения, но и заметно трансформировалась этнокультурная ситуация. Не обошел стороной этот процесс и Европу. Если ранее население большинства европейских стран было моноэтничным, а представители других народов составляли в нем незначительную часть, то во второй половине XX в. ситуация изменилась. В Западной Европе начался процесс «обратной колонизации», в ходе которого туда начали прибывать иммигранты из бывших колоний, выросшие в иных этнокультурных традициях. Это в корне изменило миграционную ситуацию. Если ранее переселенцами были представители других европейских стран, разделявшие общую систему ценностей и без значительных затруднений входивших в новое общество, то сейчас в европейские страны в больших количествах переезжают иммигранты из «третьего мира», которых почти невозможно ассимилировать.

Культурные различия приводят к тому, что между автохтонами и иммигрантами нередки конфликты. Коренное население часто не желает жить рядом с приезжими, отказывается понимать их национальные и культурные черты. Столкновения происходят на экономической почве, вследствие несовместимости культурных традиций, социальной несправедливости в отношении учащихся из иммигрантских семей, низкой степени адаптивности таких учащихся. Причинами противостояний оказываются не только ущемление культурно-образовательных прав иммигрантских общин, враждебное отношение к ним, но и отказ новоприбывших уважать народ и традиции принявшей страны[87]. Все это приводит к межэтнической напряженности, что разделяет общественные группы по этнической и расовой принадлежности, и таким образом дезинтегрирует население, а это является не только существенным препятствием для экономического, социального и политического развития, но и снижает общий потенциал страны. Следовательно, актуализируется проблема воспитания культурной терпимости между представителями разных этнических и социокультурных групп.

Если представить этническую принадлежность в виде ядра, включающего в себя характерные черты этноса, то можно сделать вывод: ядерная группа этноса является

[87] Джуринский А.Н. Концепции и реалии мультикультурного воспитания: сравнительное исследование/ А.Н. Джуринский/ М: Академия, 2008. С.239

закрытой системой по отношению к представителям других народов. Характерными признаками этнической принадлежности являются следующие:

- Право рождения – передача этнической принадлежности от родителей к детям;
- Антропологические признаки принадлежности к этносу (цвет кожи, глаз, волос и другие соматические признаки);
- Языковая обособленность;
- Ритуалы жизненного цикла (традиции, праздники), являющиеся культурными образцами, передающимися из поколения в поколение;
- Нормы повседневного поведения[88].

По всем вышеперечисленным признакам сегодняшние иммигранты во всем отличаются от коренных европейцев, что затрудняет их интеграцию в европейское общество. Проблемы адаптации усугубляются резкой переменой окружающей обстановки. Исследователи, занимающиеся проблемами миграции, обобщают все это в понятии „отрыв от корней“. Человек, оторванный от корней, теряет свои инстинктивные и духовные связи с окружающим его миром. То, к чему он привык, его рассуждения, представления, понятия, оценки, чувства и действия теряют свое значение и должны быть переосмыслены, изменены в новом контексте. Таким образом, миграция представляет собой социальное и психическое событие, прерывающее нормальное течение жизни и требующее от человека огромного напряжения, связанного с приспособлением к новым жизненным условиям[89].

Помимо этого на новом месте в семьях иммигрантов нередко возникает конфликт поколений, поскольку их дети перенимают привычки сверстников, родившихся в стране проживания. Однако, даже переехав в страну давно, они все еще считаются переселенцами, и коренное население воспринимает их как чужаков. Многие иммигранты второго поколения не знают языка страны происхождения, и приезжая на историческую родину, чувствуют себя чужими. Несмотря на прокламируемое желание избавиться от традиционного образа жизни родителей, они возвращаются к своей культуре, избавляясь от ее архаических элементов. В сложившейся ситуации образование может дать им возможность адаптироваться к новой среде и стать полноценными членами общества.

Таким образом, на государство и систему образования возлагается педагогический поиск решения проблем иммиграции. Поиск идет в рамках государственного курса применительно к этническим меньшинствам и доминирующей группе. На первый план выходят вопросы социализации мигрантов.

Рост иммиграции создает проблемы педагогического и культурного характера. При их решении следует учитывать то, что иммигранты хотят войти в общество страны пребывания, сохраняя при этом свою этнокультурную идентичность.

Многонациональный состав учебных заведений требует от системы воспитания и образования ответов на несколько принципиальных вопросов:

- Должно ли преподавание в общественных учебных заведениях строиться лишь на доминирующей культуре?
- Должны ли ведущие языки быть единственными языками обучения?
- Следует ли в стенах учебных заведений приобщаться к культурным традициям всех субкультур?

---

[88]. Терехов О.С. Поликультурное образование: решение межэтнических конфликтов / О.С.Терехов//Философия образования 2008 №4(25). С.213

[89] СиденкоЯ. А. Хочу жить на Западе! О мифах и рифах заграничной жизни / Я.А. Сиденко, Г. Б. Иванов, В. В. Волковая/ М.: Б.и., 2011. С.17

- Должна ли меняться доминирующая культура как база воспитания за счет интеграции иных культурных ценностей?

В Западной Европе, где полиэтничность миграционного происхождения возникла в сообществах, прежде сравнительно гомогенных в культурном и этническом отношениях, педагогическую поддержку необходимо организовать, не имея в запасе сколь-нибудь значительного исторического опыта межнациональных отношений.

Важно учитывать культурную неоднородность мигрантов. Немногие имеют хорошее образование и достаточно владеют языком страны проживания. Большинство же приехавших обладает худшими стартовыми возможностями вхождения в новое сообщество.

Мигрантская педагогика осуществляется в нескольких видах учебно-воспитательной работы:

- Социокоммуникативная поддержка: систематическое изучение культуры, языка, этических норм страны пребывания, воспитание уважения к ним;
- Лингвистическая поддержка: двуязычное обучение на языках большинства и мигрантов;
- Академическая поддержка: компенсирующее обучение при изучении социальных наук, истории, естествознания, т.е. тех учебных дисциплин, где используется понятийная лексика преимущественно из неродного языка. В него входят малая наполняемость классов, классы адаптации, дополнительные занятия;
- Сотрудничество с родителями: участие семей иммигрантов в преодолении трудностей обучения своих детей, возложение на них главной ответственности за приобщение детей к доминирующей культуре, воспитание позитивного отношения к многонациональной и многокультурной среде[90].

Адаптация иммигрантов – носителей культур европейского типа всегда протекала довольно успешно. Гораздо сложнее входят в европейский социум представители исламского мира. Мусульмане не приемлют ассимиляцию, что проявляется в «реисламизации» сфер образования и воспитания, поскольку либеральные европейские нравы кажутся им вседозволенностью. Усиливает напряженность и тот факт, что они селятся в отдельных кварталах, что приводит к культурной изоляции молодежи и еще более осложняет их интеграцию. При этом молодое поколение мусульман неоднородно, поскольку наряду со сторонниками «реисламизации» есть немало тех, кто считает ислам связью с семьей и культурным наследием. Подобный подход характерен для молодежи, учившейся в европейских школах и усвоившей традиции культурного большинства, и, следовательно, открытой для культурного диалога.

Для культурной адаптации детей иммигрантов в западноевропейских школах создаются специальные классы, а которых первый год интенсивно изучается государственный язык, после чего их переводят в обычные классы. Помимо этого проводятся так же дополнительные занятия малыми группами. В некоторых странах открыты так же школы, в которых преподавание ведется на государственном языке и языке иммигрантов. Однако и здесь встречаются трудности, поскольку систематическое изучение культуры иммигрантов не предусмотрено, а педагоги нерегулярно общаются с родителями иммигрантов. Это приводит к тому, что налаживание диалога между иммигрантами и коренными жителями серьезно затрудняется.

[90] Джуринский А.Н. Концепции и реалии мультикультурного воспитания: сравнительное исследование/А.Н.Джуринский/М: Академия, 2008, С.242

Таким образом, в условиях культурной плюрализации населения Западной Европы встает проблема приспособления системы образования к новым реалиям. Это может произойти только при признании того, что системы образования и воспитания должны стать органичным знаменателем такого разнообразия. Это поможет найти компромисс между автохтонными и привнесенными традициями. Преследуются важные социальные цели: приучить иммигрантов к уважению культуры, традиций и законов страны; приобщить к языку и культуре новой родины; сберечь особенности культуры и язык иммигрантских общин; наладить с ними межкультурный диалог.

Итак, система образования если не решит полностью проблемы интеграции иммигрантов, то снизит ее остроту. Имея представление о порядках, принятых на новом месте, дети иммигрантов не будут чувствовать себя чужими в новой обстановке и воспринимать окружение враждебно. Таким образом система образования играет важную роль в создании новой европейской общности, которой предстоит строить будущее Европы.

Литература:

1. Джуринский А.Н. Концепции и реалии мультикультурного воспитания: сравнительное исследование/ А.Н. Джуринский/ М: Академия, 2008. -304 с.
2. СиденкоЯ. А. Хочу жить на Западе! О мифах и рифах заграничной жизни / Я.А. Сиденко, Г. Б. Иванов, В. В. Волковая/ М.: Б.и., 2011. - 342 с.
3. Терехов О.С. Поликультурное образование: решение межэтнических конфликтов / О.С.Терехов//Философия образования 2008 №4(25) С. 212-216.

СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АГРАРНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА

***Баранов Елена**, асп., преп.,*
Государственный Аграрный Университет Молдовы

The company strategy development, and more strategic management of an enterprise is a complex and controversial issue of great concern. In this paper, based on the works of the founders of modern management, is made an attempt to find approaches to solve this problem. We propose a matrix of vision, based on which is build a strategy, are worked out the issues of decision making and delegation of authority in the system of strategic management.

***Key words:** strategic management, strategy, documentation strategy.*

.

ВВЕДЕНИЕ

Система стратегического управления – это система управления, основанная на разработке и реализации программы достижения поставленной цели с учетом имеющихся у организации ресурсов в рамках принятых организацией политик. При этом подразумевается, что реализация программы постоянно контролируется и, при необходимости проводятся необходимые предупреждающие и корректирующие мероприятия и даже и корректировка самой стратегии.

Собственно стратегический подход в управлении предприятиями развивался с двадцатых годов прошлого века, но только в 1962 г. термин «стратегическое управление» был принят в менеджменте. В настоящее время уже никто не возражает, что самая эффективная система управления - это система стратегического управления. Однако в экономике она начала формироваться буквально 50 лет назад в работе Альфреда Чандлера [1], и по вопросу, что такое стратегическое управление, есть расхождения. В частности, все системы управления по целям (доминирующие в настоящее время) можно отнести к системам стратегического управления лишь в первом приближении. Этот подход очень ограничен с точки зрения экономической стратегии. Экономическая стратегия это, в первую очередь, установка цели и определение путей достижения поставленной цели, а уже только потом – стратегия управления движением к поставленной цели.

МЕТОДИКА И МАТЕРИАЛЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Объектом исследования является система стратегического управления, основанная на разработке и реализации программы достижения поставленной цели с учетом имеющихся у организации ресурсов в рамках принятых организацией политик.

Для исследования данного процесса были изучены научные работы зарубежных специалистов в данной области. В работе использованы такие современные методы экономического исследования как анализ и синтез.

РЕЗУЛЬТАТЫ И ОБСУЖДЕНИЯ

Разработка стратегии должна идти от конечной цели ступенчато:

цель >> миссия >> видение >> частные стратегические цели >> программы деятельности.

При этом стратегия определяет и структуру [1, 2], в основном это видение и программы деятельности предприятия. При этом каждый шаг должен осуществляется по своей частной стратегии, включающей следующие компоненты: цель, политики, программы [3], ну и результат. Все эти шаги приведены в таблице 1.

Таблица 1

Шаги формирования стратегии предприятия

Цель	***Политики***	***Программы работ, необходимые для получения результата***	***Результат***
Формулирование цели предприятия	Политики определения цели деятельности	Программа действий по определению цели	Цель предприятия
Создание миссии	Политики определения сфер деятельности	Программа действий по определению миссии	Миссия, соответствующая цели предприятия
Создание видения	Политики по всем аспектам	Программа действий по созданию видения	Видение, обеспечивающее исполнение миссии
Установление частных стратегических целей	Политики по всем целям	Программа действий по разработке частных целей	Частные стратегические цели, достижение которых обеспечивает реализацию видения
Разработка проектов и программ деятельности предприятия	Политики по реализации каждого аспекта видения	Программа действий по реализации видения	Проекты и программы, обеспечивающее исполнение предприятием своей миссии, реализацию видения и обеспечивающее достижение цели предприятия
Разработка организационной структуры предприятия	Политики по организационной структуре	Программа действий по разработке структуры	Организационная структура предприятия наиболее соответствующая принятой стратегии
Разработка показателей предприятия	Политики по показателям	Программа действий по определению показателей	Показатели эффективности предприятия, показывающие как происходит движение к поставленной цели, в правильном ли направлении мы движемся.

Источник: разработано автором на основе источника [3].

Одна из задач стратегического менеджмента - это «Оценка результатов и корректировка стратегического видения, глобальных целей, стратегии и ее реализации с учетом приобретенного опыта, изменившихся условий, появления новых идей и возможностей». А «изменение стратегии, постепенное или стремительное, адаптивное (в ответ на новые условия) или активное (при появлении новых возможностей во внешней или внутренней среде) - это норма, даже необходимость. Поэтому создание стратегии – это непрерывный процесс, а не единовременное действие» [4]. Руководитель и управляющие предприятия не занимаются время от времени разработкой стратегии, а ведут стратегическое управление предприятием.

Что касается структуры системы стратегического управления, то в изданиях по стратегическому менеджменту ее вообще обычно не изображают, или изображают очень схематично, как, например, на рис.1 [5].

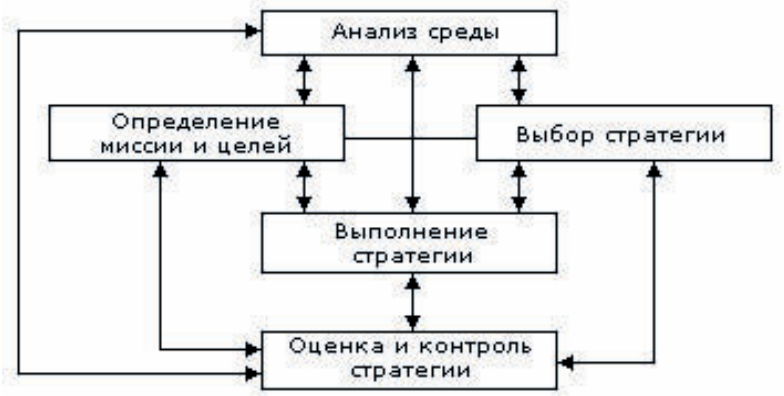


Рис. 1. Обобщенная схема системы стратегического управления

Здесь можно увидеть цепь обратной стратегической связи на миссию и цели, и на выбор стратегии. Но такие схемы дают только самую общую картину стратегического управления.

Обобщенная структурная схема системы стратегического управления предприятием, созданная на основании изложенного выше, приведена на рис. 2.

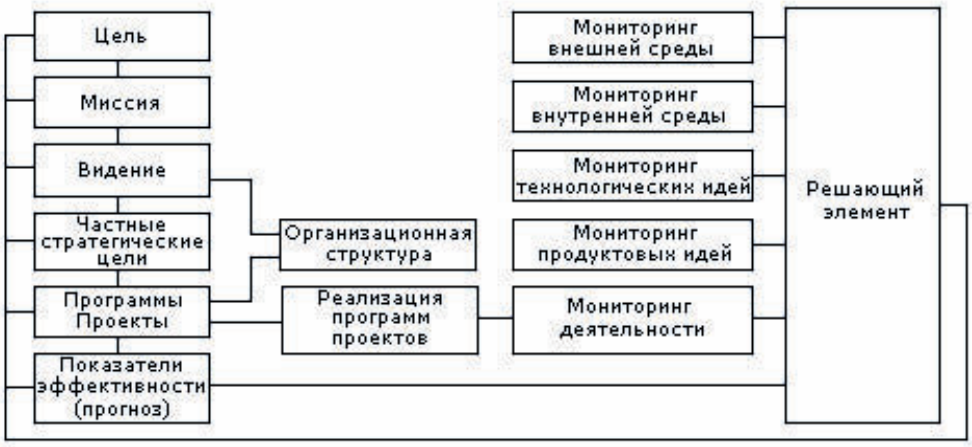


Рис. 2. Обобщенная структурная схема системы стратегического управления предприятием

Все без исключения элементы системы стратегического управления сами по себе являются стратегическими, т.е., перед каждым из них ставятся частные цели, и необходимо определить стратегии их достижения (политики, программы). В данном случае вышестоящие элементы левого столбца выступают как одна из политик определения стратегии нижнего элемента.

Левый столбец схемы: Цель – Миссия – Видение - Стратегические цели – Программы и проекты – это и начальная разработка стратегии, и ее коррекция решающим элементом (руководитель, специальные стратегические подразделения).

Видение и программы-проекты определяют организационную структуру управления.

Решающий элемент осуществляет мониторинг:

- Хода программ и проектов;
- Внешней ситуации;
- Внутренней ситуации;
- Возникающих продуктовых идей;
- Возникающих технологических идей.

Сравнивая прогнозы показателей с реальным ходом программ и проектов, а также результаты мониторинга внешней и внутренней среды, возникающих идей, принимается решение о коррекции от показателей (небольшие отклонения) до цели и миссии предприятия, где наблюдаются очень существенные отклонения.

Некоторую особенность имеет только решающий элемент. Во-первых, он должен определять серьезность отклонения результатов мониторинга (возможные последствия отклонения), и принимать два решения: первое решение – нужна ли вообще коррекция. Второе, если коррекция нужна, то какое должно быть решение. В случае отклонения деятельности от заданных показателей можно заранее задать допустимый диапазон, но отклонения внешней и внутренней среды непредсказуемы, и каждое должно рассматриваться индивидуально. Для этого ему требуется знать эффективность предприятия и ее прогноз в сложившейся ситуации.

На предприятиях можно непосредственно рассчитать прогнозируемый экономический эффект в ближней перспективе по прогнозам проектов и программ реализации продукции предприятия, при этом они должны, соответственно, учитывать и состояние инфраструктуры предприятия, и ее необходимую поддержку, развитие, и т.д.

Результат или динамика прибыли может быть вторым показателем эффективности предприятия, эффективности в ближней и средней перспективе.

Не менее важна и способность предприятия к формированию новых идей - третий показатель эффективности, эффективности в дальней перспективе.

Эти три показателя уже дают весьма полную картину эффективности предприятия. Если значение прибыли отрицательно, то можно найти тот показатель, который привел к этому результату, и провести соответствующие корректирующие действия в соответствующей программе или проекте. Если у предприятия недостаточно идей для воспроизводства инноваций, необходимо усилить работу в данном направлении.

Показатели эффективности деятельности предприятия или исходные данные для принятия решения о проведении корректирующих и предупреждающих действий.

1. Достигнутый экономический эффект;

2. «Здоровье предприятия», определяющее динамику экономического эффекта в ближней перспективе, или сам прогнозируемый экономический эффект в ближней перспективе;

3. Воспроизводство новых идей по продуктам и технологиям, определяющее эффективность предприятия в дальней перспективе.

При этом здоровье предприятия может определяться целым рядом составляющих, например:

- Моральный и физический износ основных средств и оборудования;
- «Износ» кадров: компетенции, квалификация, лояльность, мотивация, и т.д.;
- Идеи по продлению жизни продукции и технологий;
- Исполнение программ и проектов по срокам и ресурсам.

Таким образом, решающий элемент должен контролировать значения трех перечисленных показателей (с учетом выявленных потенциальных угроз и возможностей), а в случае отклонений должен проанализировать составляющие показателей и принять соответствующее корректирующее или предупреждающее решение.

Но схема, приведенная на рис.2, только самая обобщенная схема, она никак не отражает структуру предприятия, стратегию структурных подразделений. На рисунке 3 приведена структурная схема системы стратегического управления подразделением предприятия.

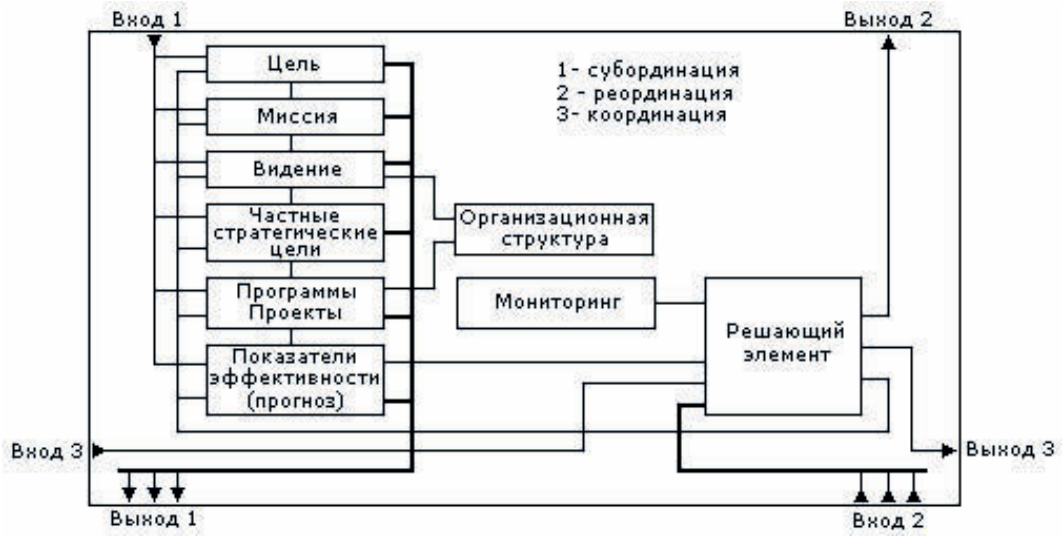


Рис. 3. Структурная схема системы стратегического управления подразделения предприятия

Приведенная схема с незначительными вариациями работает на всех уровнях иерархии и во всех типах организационных структур.

В структуре самого верхнего уровня иерархии (руководителя предприятия) Вход 1 и Выход 2 будут идти на собственников, акционеров и т.д., а если руководитель является собственником, то Входа 1 и Выхода 2 не будет.

Структура самого нижнего уровня иерархии (конкретных работников) не будет иметь Выхода 1 и Входа 2, но она будет включать реализацию проектов-программ аналогично схеме рис.1.

В матричных организационных структурах у функциональных подразделений Выход 1 и Вход 2 будут идти по горизонтальным связям на соответствующие линейные подразделения, они будут частично задавать стратегию линейных подразделений в рамках своих полномочий.

Таким образом, складывается полная иерархическая структура системы стратегического управления.

Вышестоящие уровни управления могут задавать цель, миссию, видение, стратегические цели, программы и проекты, а также показатели (субординация). В матричных организационных структурах отдельные аспекты видения, стратегических целей, проектов, показателей могут задавать (в рамках своих полномочий) функциональные подразделения.

Однако не всегда исполнение команды начинается немедленно и точно. В отличие от автоматических систем любая разумная система обладает разумом, и команда предварительно «пропускается» через разум: оцениваются последствия, подбираются альтернативные варианты и т.д. Будут встречные выходы наверх (реординация) с вопросами и встречными предложениями. Причем причиной этого может быть даже просто несоответствие команды интересам подразделения или его руководителя.

Команда сверху может быть принята к исполнению без ее анализа в следующих случаях:

- Команда простая или типовая;
- Авторитет руководителя беспрекословен;
- Отсутствие у исполнителя информации для анализа команды;
- Команда не подлежит обсуждению в установленном порядке.

Но даже в этих случаях исполнителем все равно возможен анализ команды и соответственно потерянное время. Поэтому важен демократический стиль руководства, когда вопросы вначале обсуждаются с исполнителями, а потом уже принимается решение. Но это требует время на обсуждение. А авторитарный - возможен в отмеченных случаях и в критических ситуациях.

Еще более серьезно вопрос стоит в случае, если команда сверху отменяет цикл самоуправления подразделения по какому-то вопросу, вмешивается в полномочия подразделения.

Конечно, оптимальным будет вариант, если команды сверху будут согласованы с подразделением, а еще лучше - разработаны совместно.

Далее рассмотрим вопрос о точности передачи команд нижним уровням управления.

Здесь основная проблема в том, что любой руководитель имеет свою собственную цель, отличную в общем виде от цели, которая спускается ему директивно сверху. У него своя личная цель, свое личное видение стратегии достижения своей цели. Какую стратегию он будет проводить - спускаемую свыше или свою собственную? Вероятнее всего он адаптирует спускаемую свыше стратегию под свою собственную (или наоборот), и будет проводить в жизнь эту модифицированную стратегию. Так действуют на всех уровнях иерархии.

Здесь требуется, чтобы цель предприятия и личные цели руководителей структурных подразделений были максимально гармонизированы. Чтобы руководитель знал, что если он обеспечит достижение цели предприятия, будет проводить в жизнь стратегию предприятия, он обеспечит и свои личные цели.

Рассмотрим далее ***варианты субординации-самоуправления в системе***.

В самом жестком варианте подразделение вообще не имеет никакого самоуправления, оно только осуществляет декомпозицию установок свыше на нижние уровни (субординация) и композицию отчетов с нижних уровней на верхний уровень (реординация). Эти отчеты содержат как данные исполнения проектов и программ, так и информацию об обнаруженных потенциальных угрозах и возможностях.

Но подразделению, например, могут задаваться только показатели по объему и конечным срокам, тогда установка и коррекция номенклатуры и внутренних сроков будет за подразделением, и оно может адаптировать их к текущей ситуации. Подразделение никак не может влиять на конечный результат своей деятельности, кроме как обращениями на верхний уровень иерархии, и так вплоть до руководителя предприятия, который просто будет завален реординационным потоком. Тут и родилась, вероятно, аксиома «инициатива наказуема» и принцип «не высовывайся». Оплата – оклад и небольшая премия по итогам выполнения спущенных планов и исполнительской дисциплине.

Рассмотрим другой предельный случай. Сверху задается только показатель прибыли. Можно ли «посадить» такое подразделение на оклад? Ответ также отрицательный. Тут уже у предприятия не будет никаких рычагов по повышению прибыльности подразделения, оно не будет заинтересовано в прибыли. А оно должно получать процент от прибыли.

Это два крайних случая: субординация – оклад и самоуправление – прибыль. Это бывает в крайних случаях, а практически в разных пропорциях всегда присутствует и субординация, и самоуправление. Причем, как правило, чем выше уровень иерархии, тем выше уровень самоуправления. Соответственно и оплата на уровне работников – 20-30% премий, на уровне топ-менеджеров – до 200-300% и выше.

Может ли крупное предприятие ввести жесткую субординацию и на верхнем уровне? Может, для этого надо только создать при руководстве отдел стратегического развития, который и будет определять стратегию подразделений верхнего уровня иерархии.

Практически нужно иметь и стратегическое подразделение определенного уровня, и определенную самостоятельность топ-менеджеров.

Рассмотрим далее горизонтальные связи (координация) Вход 3 и Выход 3, которые всегда, формально или неформально, присутствуют на любом предприятии.

Предположим, что подразделение занимается реализацией каких-либо продуктов. Оно увидело, что один из продуктов идет нарасхват, значит его выпуск нужно увеличить. Но для этого надо увеличить объем снабжения от соседнего подразделения. Классический выход - дать информацию на верхний уровень, дождаться решения и выполнять его. Но момент может быть упущен. Да и загрузка верхнего уровня возрастает. Если есть соответствующие полномочия, можно просто договориться с отделом снабжения, принять соответствующее решение и повысить выпуск выгодного продукта. Т.е., адаптивность предприятия в этом случае значительно возрастает.

Но управляемость падает. Руководители могут подумать, а зачем нам вообще высший руководитель, мы и без него хорошо справляемся. Но у высшего руководства свои стратегические планы, например, вывод на рынок и раскрутка нового перспективного изделия-«проблемы», которого оно собирается превратить в «звезду», которое на первых порах не будет давать эффекта и снизит показатели подразделений, а они, при наличии свободы действий, будут тормозить планы высшего руководства.

Вообще, чем выше уровень управления, тем выше приоритет дальних планов, чем ниже уровень управления, тем выше приоритет ближних планов.

Т.е. горизонтальные связи эффективны при динамичном рынке, но, при этом, надо стремиться к сохранению управляемости.

Горизонтальные связи во многом определяют организационную структуру. Если они неформальные – структура линейная. Если они рекомендательные – структура линейно-функциональная. Если они директивные – структура матричная.

Рассмотрим систему управления с другой точки зрения, с содержательной. Какая цель ставится перед структурным подразделением, каков результат его деятельности?

Адам Смит в своем трактате «Богатства народов» в знаменитой главе «О разделении труда» определил разделение труда как важнейший двигатель экономического прогресса. При этом структурным подразделениям предприятия поручается выполнение только отдельных функций которым они обучены, выполняют их самым эффективным образом, с наименьшими затратами.

Однако это приводит не только к снижению себестоимости продукции, но и к ряду не всегда желательных последствий.

Структурные подразделения стали получать сверху десятки программ работ и проектов, при этом:

- Каждое подразделение отвечает за качество только своей операции, а не за качество изделия в целом, что приводит к снижению качества продукции;
- Каждое подразделение отвечает за выполнение совокупности своих планов, а не за план по конкретному продукту, что снижает сроки вывода продукции на рынок;
- Если продукт не пользуется спросом, трудно найти причины и выработать дальнейшую стратегию: разработчики валят на производство и продвижение, и т.д.

И уже в начале прошлого века крупные предприятия с диверсификацией продукции столкнулись со многими проблемами.

Рассмотрим стратегию таких подразделений.

- ✓ Цель – выполнение спускаемых сверху планов.
- ✓ Миссия – удовлетворение потребностей следующего в цепочке подразделения.
- ✓ Видение – компоненты продукции, не всегда даже понятно какой; поочередное выполнение заданных технологических операций.
- ✓ Программы и проекты регулярно спускаются сверху.
- ✓ Стратегические цели – сроки программ и проектов.
- ✓ Показатели спускаются сверху.
- ✓ Горизонтальные связи существенные. Как известно, все рвется на стыках, при передаче продукта из подразделения в подразделение, что приводит к потоку вопросов наверх (реординация).

Очевидно, что такие цели и идеалы мало что значат в мотивации подразделения. Основная задача – выполнить план и получить положенную зарплату.

Положение, и в части качества, и в части мотивации, может кардинально измениться только, если каждое структурное подразделение будет выпускать свой собственный продукт со всеми его операциями и функциями.

Именно к такому выводу в прошлом веке и пришли крупные предприятия с диверсификацией продукции.

Стратегическое управление – это, как видно, большой объем работ планируемых как на относительно небольшие сроки, так и на очень длительные. Причем, управление осуществляется постоянно, по мере изменения внутренней и внешней обстановки предприятия. Приходится корректировать не только программы и проекты, но и стратегические цели, видение, а, в некоторых случаях, даже миссию и цель предприятия.

Важно знать ранее принятые политики, какие работы проводились для принятия решения. Только это позволит принять оптимальное в новых условиях решение. Таким образом, необходимо документировать ход стратегического управления на всех уровнях иерархии. Документирование дисциплинирует и повышает ответственность, повышает эффективность стратегии предприятия. Документирование стратегии – это просто документирование стратегии предприятия в целом и документирование стратегии каждого структурного подразделения, возможно, даже каждого работника. Для каждой структурной единицы надо зафиксировать элементы стратегии, директивно спускаемые сверху, и элементы, которые эта единица может определять сама (самоуправление). А также определить элементы стратегии, которые эта единица будет задавать другим структурным единицам. Это полностью и однозначно определит и организационную структуру управления.

ВЫВОДЫ:

Система стратегического управления – это система управления, имеющая несколько цепей обратной связи, имеющая цепи обратной связи, как на оперативном уровне, так и на стратегическом. Система управления, анализирующая и контролирующая как оперативные показатели программ, так и частные стратегические цели, так и конечную цель организации. Система, проводящая необходимые коррекции (управление) для достижения поставленной цели.

В результате проведенных исследований:

1. Предложено определение системы стратегического управления;
2. Приведена обобщенная схема системы стратегического управления, обобщенная структурная схема стратегии предприятия и структурная схема стратегии подразделения предприятия, работающая на всех уровнях иерархии предприятия и во всех типах организационных структур. На основании приведенных схем проведен анализ различных аспектов деятельности предприятия;
3. Рассмотрены варианты субординации-самоуправления в системе и изложено документирование стратегии.

Литература:

1. Chandler A.D. Strategy and Structure: A Chapter in the History of Industrial Enterprises. Cambridge, Mass, MIT Press, 1962, 463.
2. Друкер П. Энциклопедия менеджмента. - М.: Издательский дом Вильямс, 2004г. 432 с.
3. Куинн Дж. Б. Стратегия перемен. // В книге: Минцберг Г., Куинн Дж.Б., Гошал С. Стратегический процесс. - СПб.: Питер, 2001. - 688 с.
4. Виханский О.С. Стратегическое управление.- М.: Гардарика, изд. 2, 1998. - 296 с.
5. Томпсон Артур А., Стрикленд III А. Дж. Стратегический менеджмент. - М.: Вильямс, 2006, — 928 с.

ГЕНДЕРНОЕ ЛИДЕРСТВО В ОРГАНАХ СТУДЕНЧЕСКОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

***Бабенко Е.Н.**, асс.,*
Полтавский университет экономики и торговли, Украина

The question of gender aspects of leadership in student government. An attempt was made to compare the characteristics of the leaders of the male and female student government.

***Key words**: gender, gender-based leadership, student government, student government leader.*

Студенческое самоуправление в вузах Украины сегодня перешло от становления к стабилизации. Организации студенческого самоуправления получили четко определенный нормативно - правовой статус и выполняют свои функции в соответствии с Законом Украины о высшем образовании от 17 января 2002 г. (с изменениями и дополнениями) [5] и «Примерным положением об органах студенческого самоуправления высшего учебного заведения», утвержденным Министерством образования и науки Украины № 1010 от 15.11.2007 г.[6]. Организации студенческого самоуправления, перейдя на высшую ступень своего развития, более активно задаются вопросами лидерства и его гендерных аспектов.

Гендер - это не просто пол (от англ. «Gender» - «пол», половая роль а пол - как продукт культуры, социальная роль [2, 152]. В психологии «гендер» определяют как социально-биологическую характеристику, с помощью которой люди дают определение понятиям «мужчина»и«женщина».

Поскольку пол (sex) является биологической категорией, социальные психологи часто ссылаются на ту гендерную разницу, которая охарактеризована биологически как «половая» [3, с. 11].

Вопрос гендерного лидерства, согласно гендерной принадлежности, в начале XX века исследовали западноевропейский ученый З.Фрейд [7] и американская психолог Карен Хорни [8].

В работе З.Фрейда «Женственность» женщины изображены, как те, что завидуют мужской анатомии, пассивные, подчиненные. А мужчины, наоборот, активны, стремятся к власти и контролю над миром [7].

Оппонируя утверждению З. Фрейда, Карен Хорни в работе «Женская психология» утверждала, что мужчины, наоборот, завидуют женщинам, потому что не имеют возможности рожать детей [8]. Дискуссия по этому поводу могла продолжаться еще долгое время, если бы общество не сделало такого колоссального шага вперед в своем развитии и не поставило в рамки определенного социального равенства роли мужчин и женщин. В связи с этим ученые начали интересоваться, в первую очередь, особенностями, которые характеризовали мужчин и женщин при выполнении ими одинаковых социальных функций, ролей, в том числе и лидерских. В последнее время наиболее активно над этой проблематикой работает Берн Шон Меган. В своей работе „Гендерная психология (Секреты психологии)" она дала довольно удачный ответ на вопросы, которые изначально беспокоят человечество: «Кто и в чем способнее: мужчины или женщины?» и «Какие ограничения наложены традиционными ролями на мужчин и женщин?» [3, с. 104, 139, 219].

На постсоветском пространстве наиболее значительные успехи в исследовании этой проблематики у доктора психологии Т.В. Бендас. В ее работах «Гендерная психология» и «Психология лидерства» не только глубоко исследуются вопросы гендерных различий в лидерстве, но и определяются перспективные направления соответствующих научных поисков: кто становится лидером и чем отличаются мужчины-лидеры от лидеров – женщин [2].

По нашему мнению, к их числу относится и изучение гендерных аспектов лидерства в органах студенческого самоуправления. Тем более, что в контексте выполнения ими управленческих функций, этот аспект лидерства не исследовался.

В связи с этим целью данной работы является установление зависимости проявления лидерских качеств студентов с их избранием на роль руководителей органов студенческого самоуправления, согласно гендерной принадлежности.

Можно предположить, что активность представительниц женского пола и проявление лидерских качеств личности во время работы в общественных организациях вызвано динамикой развития современного окружающего мира. Так, И.С.Кон отмечает следующие черты современности:

• радикальное разрушение традиционной половой стратификации;

• ослабление половых различий в поведении (в результате совместного обучения и труда);

• переход во взаимоотношениях между мужчинами и женщинами от иерархического подчиненности к равноправию;

• изменение культурных стереотипов маскулинности-фемининности [4].

Согласно такому предположению, можно говорить о том, что представительницы женского пола активно проявляют свои способности в работе в органах студенческого самоуправления, даже с большей заинтересованностью, чем мужчины. В результате, активная женщина - лидер проявляет «мужские» черты характера, харизматичность, целеустремленность, действует на результат и в конце концов, в дальнейшей своей деятельности занимает лидирующие позиции в органах студенческого самоуправления.

Необходимо учесть также взгляды современных исследователей лидерства. Так, в частности, Фред Фидлер считал, что если менеджер различает своих подчиненных (лучшего и худшего) по личностным характеристикам, то это признак ориентации на взаимоотношения. Если же нет - ориентация на задачу. Соответственно - первое более свойственно женщинам, а второе - мужчинам. Это совпадает с современным определением полового различия [10, с.180].

И именно половое различие является одним из важных показателей при формировании команды в органах студенческого самоуправления и выборе лидера организации. Так, имея дружный коллектив, в котором лидером (руководителем) является мужчина, получаем команду, которая будет направлять свои усилия на достижение результата путем ориентации на задачу. В противоположном случае, когда коллектив студенческого самоуправления возглавляет женщина, мы говорим об организации, которая достигает своих целей путем ориентации на взаимоотношения.

Руководители органов студенческого самоуправления яркий пример тех лидеров, которые очень точно подпадают под концепцию токенизма, предложенную Розабет Кентер [11, с. 34]. В концепции утверждается, что на групповую динамику влияет пропорция представителей различных культурных категорий в группе в том числе гендерная принадлежность. В асимметричной группе ее члены, которые составляют большинство по

любому из признаков, называются доминантами, а те, чье количество только символическое, токенами (символами). В связи с тем, что токены из-за своей мало численности более заметны в коллективе, их характеристики преувеличиваются в отношении к доминантным членам группы.

Женщины в современном деловом мире выступают чаще токенами, нежели доминантами. Именно в связи с этим и разное восприятие мужчин и женщин в различных организациях [11, с. 34-35].

Розабет Кентер выделяет четыре неформальные роли женщин - токенов:

1. «мать» - от нее ожидают эмоциональной поддержки, а не деловой активности;
2. «соблазнительница» - здесь токен выступает лишь сексуальным объектом мужчин с высоким должностным статусом в организации и вызывает непонимание у коллег-мужчин;
3. «Игрушка, талисман» - симпатичная, но не деловая женщина, которая приносит удачу;
4. «Железная леди» - этих токенов наделяют не женской жесткостью, и они особенно изолированы от группы [11, с. 35].

Все выше перечисленные роли мешают женщинам занять положение равных доминант в группе, занижают возможности их служебного роста и изменить это состояние возможно лишь, увеличив их численность в организациях [11, с.35].

Быть женщиной-лидером студенческого самоуправления, это значит нести ответственность за представительские действия от имени студентов вуза непосредственно перед, студенческой аудиторией и общественностью педагогического коллектива, администрацией учебного заведения и разного рода организациями, с которыми сотрудничают органы студенческого самоуправления.

Совсем по-другому действуют мужчины-лидеры студенческого самоуправления. Они подпадают под теорию социальных ролей Игли [9, с.128]. Автор теории утверждает, что гендерные стереотипы проявляются в различии ролей, которые занимают мужчины и женщины. Распределение полов по разным социальным ролям приводит к некоторым социальным нормам, согласно которым мужчины и женщины ведут себя определенным образом. Считается, что женщины в коллективе более чувствительны, экспрессивнее и эмоциональнее, а поведение мужчин - более мужественнее, независимее, упорнее [9, с.130].

Так, по нашему мнению, мужчины-лидеры органов студенческого самоуправления четко действуют согласно теории Игли. Эта теория объясняет разницу в поведении лидеров. Гендерная роль требует, чтобы человек вел себя в соответствии с гендерными стереотипами. С другой стороны роль лидера также выдвигает свои требования к индивиду. И поскольку, согласно стереотипам, эта роль является маскулинной, женщины-лидеры будут испытывать конфликт между гендерной и лидерской ролями. Негативное отношение к женщине лидеру может вызвать у них занижение самооценки, неуверенность в себе, и соответственно, снижение уровня работы. И хотя компетентные женщины могут преодолеть эти трудности, мужчины получают преимущество при сравнении их с женщинами в роли лидера, так как для них подобных препятствий не существует.

Поэтому в организациях, которые возглавляет мужчина, решения принимаются быстрее, чем когда организацию студенческого самоуправления возглавляет женщина. Мужчина, который возглавил студенческую организацию, настойчивее относится к решению поставленных целей, принимает решения независимо от амбиций коллектива, всегда направляет свои действия на достижение результата, формирует коллектив согласно

знаниям и навыкам представителей организации, а не соответственно своим собственным дружеским симпатиям.

Так кто же лучший лидер студенческого самоуправления: мужчина или женщина? На сегодня многие ведущие ученые ищут ответ на вопрос гендерного лидерства, дискуссия продолжается и поныне. Можно предположить, что женщина-лидер в студенческой организации не исключение из правил, а закономерность.

По нашему мнению, лидеры-мужчины в силу, именно гендерных стереотипов более широко представлены как руководители органов студенческого самоуправления, но это не исключает факта руководства студенческими организациями женщинами.

Проанализировав все вышесказанное, можно сделать вывод, что женщина в обществе может занимать не только лидерские позиции, которые являются топовыми на местном уровне, но иметь веские лидерские должности на общенациональном уровне, однако, этот факт скорее будет исключением из правил, нежели распространенной практикой. Возможно весомым фактором при этом является то, что образ женщины в обществе связан с семьей, семейным уютом, а мужчинам отведена роль уверенных защитников, которые отстаивают интересы семьи в обществе. Но не стоит на этом акцентировать все свое внимание. Ведь лидерство давно стало процессом равноправия. И не важно, мужчина является лидером организации студенческого самоуправления или женщина, главное, чтобы коллектив был дружным, обязанности, стоящие перед ним добросовестно исполнялись, а в организации всегда царил порядок и согласие. Только в такой ситуации мы можем утверждать, что органы студенческого самоуправления будут действенными и конкурентоспособными в любой ситуации, решение такой организации будут приносить пользу студентам.

Литература:

1. Бендас Т.В. Гендерная психология: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2006. – (Серия «Учебное пособие»), 431 с.
2. Бендас Т.В. Психология лидерства: Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2009 – (Серия «Учебное пособие»), 447 с.
3. Берн, Шон Меган, Гендерная психология. (Секреты психологии)/ Пер. с англ. ISBN 5-469-01-286-7 – СПб.: прайм – Еврознак, 2001, 320 с.
4. Кон, И.С. Введение в сексологию– 2-е изд., доп . – М.: Медицина, 1989 . – 336 с. – На рус. яз. – ISBN 5-225-00129-7, 336 с.
5. О высшем образовании [Электронний ресурс]: Закон Украины от 17 января 2002 г. №2984-III с изменениями от 19 января 2010 р. – Режим доступа: http://www.osvita.org.ua/pravo/law_05/
6. Примерное положение об органах студенческого самоуправления в высших учебных заведениях Украины от 15.11.2007 г. № 1010, 8 с.
7. Фрейд З. Женственность // Сновидения: Избранные лекции. М.: Водолей, 1991. С.158-180.
8. Хорни К. Женская психология/ На рус. яз. – ISBN 978-5-4237-0239-7 - СПб.: Вост.-Европ. Ин-т психоанализа, 1993, 222 с.
9. Eagly A. H., Karan S. J., Makhijani M. G. Gender and effectiveness of leaders: A meta-analysis // Psychol. Bull. 1995. V. 117. N 1. P. 125 – 145.
10. Fiedler F.E. Leadership and leadership effectiveness traits a reconceptualization of the leadership trait problem / Leadership and interpersonal behavior / Petrullo L., Bass B.N. (eds) Y.:Holt a.c.1961. P. 179-186.
11. Kanter R. M. Men and woman of the corporation. – New York: Basic books, 1977, 158 p.

CUPRINS

SECŢIUNEA I
MODELUL COOPERATIST: OPORTUNITĂŢI ÎN CONTEXTUL EVOLUŢIILOR CONTEMPORANE

ŞAVGA Larisa
UNIVERSITATEA COOPERATIST-COMERCIALĂ DIN MOLDOVA –20 DE ANI DE ASCENSIUNE……..3

STRATAN Alexandru, ROJCO Anatolie, FALA Alexandru
PERSPECTIVELE ŞI PROVOCĂRILE PE TERMEN MEDIU PENTRU PROCESUL CREŞTERII ECONOMICE ÎN REPUBLICA MOLDOVA……10

НЕСТУЛЯ А. А.
ПРОБЛЕМА ЛИДЕРСТВА В ИССЛЕДОВАНИЯХ ВТОРОЙ ПОЛОВИНЫ XIX В.....16

АПОПИЙ В.В.
ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ…….24

КАПШТЫК А.И.
СОВРЕМЕННЫЕ ПРИОРИТЕТЫ РАЗВИТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ…….....30

TUHARI Tudor
CONTABILITATEA ANALITICĂ ŞI CONTROLUL INTERN PRIVIND CHELTUIELILE DIN COMERŢ ŞI COOPERAŢIA DE CONSUM…….....33

MELINTE Claudia, GRAUR Elena, COSNICEAN Irina, SMOLEVSCAIA Mariana
ASPECTE ALE EVOLUŢIEI ACTIVITĂŢII DE ACHIZIŢIONARE – PROCESARE ÎN COOPERAŢIA DE CONSUM A REPUBLICII MOLDOVA…….....43

КАРПЕНКО О.В.
РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ.....47

КАРЦЕВА В.В.
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦЕЛЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО КОНТРОЛЛИНГА ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ 50

FLOCEA Ruslan
REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAŢIONALE FINANCIARE NEINSTITUŢIONALIZATE…….....55

КРИВОРУЧКО О. С.
ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ УКРАИНЫ …….63

SECŢIUNEA II
STRATEGII DE CONSOLIDARE A COMPETITIVITĂŢII ORGANIZAŢIONALE

PETROVICI Sergiu
ANALIZA ASIGURĂRII CU INFORMAŢII A ÎNTREPRINDERILOR
DE COMERŢ ŞI ALIMENTAŢIE PUBLICĂ…….....70

MALECA Ina, FULGA Viorica
PERFECŢIONAREA ANALIZEI ÎN SCOPUL EVALUĂRII OBIECTIVE
A EFICIENŢEI ACTIVITĂŢII COMERCIALE…….....76

PITUŞCAN Feodosie, MUŞTUC Svetlana, SITNICENCO Viorica
MODERNIZAREA INFRASTRUCTURII COMERCIALE, DIVERSIFICAREA
CANALELOR DE DISTRIBUŢIE CA FACTORI AI EFICIENŢEI ACTIVITĂŢII
UNITĂŢILOR COMERCIALE…….....80

LEAHU Tudor
LOCUL, ROLUL ŞI PROBLEMELE REALIZĂRII INFORMATICE COMPLEXE
INTEGRATE A PROCESĂRII INFORMAŢIILOR DE EVIDENŢĂ ECONOMICĂ…….....87

POSTICĂ Maia, GRAUR Elena
CULTURA PLANIFICĂRII CARIEREI…….....98

SAMOTEEVA Raisa, MUZA Bucaros
ETICA ÎN AFACERI: ASPECTE METODOLOGICE DE CERCETARE……104

STĂNICĂ Cristian
MECANISMUL MODELĂRII BUGETARE ÎN MODELUL
DE PROGRAMARE FINANCIARĂ……...109

GHERASIM Daniel
CALITATEA - COMPONENTĂ A STRATEGIILOR DE
MARKETING ÎN DOMENIUL EDUCAŢIEI……..114

FLOCEA Ruslan
REGLEMENTAREA COOPERĂRII INTERNAŢIONALE
FINANCIARE INSTITUŢIONALIZATE……120

MILUN Toni, HORVATOVIĆ Marina, POSARIĆ Ivona
INFLUENCE OF SELECTED VARIABLES ON THE PRICE OF PETROLEUM
PRODUCTS IN THE REPUBLIC OF CROATIA.....124

GUŢAN Viorica
ASPECTE AFERENTE CONŢINUTULUI ŞI MODULUI DE
CONTABILIZARE A VALORII ADĂUGATE…….....132

PRODAN Djulieta
ASPECTE ALE GESTIUNII RESURSELOR UMANE
ÎN ASOCIAŢIILE OBŞTEŞTI….....138

МЕТЕЛКИНА Жанна
АВТОМАТИЗИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МОЛДОВЕ…….....141

POPA Alina
CĂI DE PREFECŢIONARE A BAZEI INFORMAŢIONALE
PENTRU DETERMINAREA INDICATORILOR DE EFICIENŢĂ
A ENTITĂŢILOR COMERCIALE.....145

CHIRILOV Nelea
ASPECTE APLICATIVE ALE ANALIZEI REDUCERII CAPITALULUI
SOCIAL AL SOCIETĂŢII PE ACŢIUNI…….....153

КАРПЕНКО Д.В.
УЧЁТ ДОХОДОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА
УКРАИНЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ.....157

ZETIA Vasile
PROBLEME CONCEPTUALE PRIVIND DETERMINAREA EFICACITĂŢII
ŞI EFICIENŢEI ÎN PROCESUL DE ADOPTARE A DECIZIILOR…….....161

OGLINDĂ Lilia
IMPACTUL ÎNTREPRINDERILOR MICI ŞI MIJLOCII ASUPRA
CREŞTERII ECONOMICE: EXPERIENŢĂ INTERNAŢIONALĂ……169

SECŢIUNEA III
SECURITATEA ŞI DIVERSITATEA CONSUMULUI – FACTORI IMPORTANŢI AI CALITĂŢII VIEŢII

КРИВОШЕЙ В. А.
РОССИЙСКИЙ КОНТЕКСТ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ.....175

MALECA Tudor
LEGITĂŢILE ŞI FORMELE DEZVOLTĂRII
SORTIMENTULUI DE MĂRFURI…….....182

ARTIOMOV Laurenţia
CONTROLUL BILOLOGIC AL FUNGILOR FITOPATOGENI ÎN CONTEXTUL
ASIGURĂRII INOCUITĂŢII PRODUSELOR HORTICOLE…….....185

PURICI Ion
SIGURANŢA ALIMENTARĂ – NECESITATE ÎN
COMERCIALIZAREA PRODUSELOR ALIMENTARE……...190

MALECA Tudor, CHIHAI Marcela
GRADUL DE MODIFICARE A UNOR INDICI BIOCHIMICI ÎN
FUNCŢIE DE TEMPERATURA DE PĂSTRARE APLICATĂ……193

СКРИПНИК В. А., ГЕРМАН Н.В., МОЛЧАНОВА Н.Ю.
АНАЛИТИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ТЕПЛОМАССООБМЕННЫХ ПРОЦЕССОВ ПРИ ДВУСТОРОННЕМ ЖАРЕНЬИ В ФУНКЦИОНАЛЬНО ЗАМКНУТЫХ ЁМКОСТЯХ.....198

TĂZLĂVAN Doina
CONSIDERAŢII TEORETICE ŞI PRACTICE PRIVIND SPORIREA CALITĂŢII SERVICIILOR DE ALIMENTAŢIE PUBLICĂ……..204

CONDREA Elena
PERSPECTIVELE ASIGURĂRII SECURITĂŢII ALIMENTARE A REPUBLICII MOLDOVA……..……210

SECŢIUNEA IV
CERCETAREA ŞI INOVAREA ÎN SUPORTUL DEZVOLTĂRII DURABILE

FUIOR Elena, MAXIM Ion
IDENTIFICAREA NIVELULUI OPTIM AL PRESIUNII FISCALE PENTRU DEŢINĂTORII PATENTEI DE ÎNTREPRINZĂTOR……219

GANEA Victoria, DEMIDEŢCHI Diana
MECANISMUL ECONOMIC AL ACTIVITĂŢII DE INOVARE.....231

MUNTEANU Ştefan
CONTRIBUŢIA LUI MIHAI EMINESCU LA FILOSOFIA DREPTULUI…….....237

PĂDUREAN Elena, PĂDUREAN Alexandru
FISCALITATEA ROMÂNIEI ÎN CONTEXTUL EUROPEAN …….....245

DINGA Emil
ECHIVALENŢA RICARDIANĂ ŞI „URMA” FISCALITĂŢII ÎN COMPORTAMENTUL ECONOMIC…….....249

АНИСЯН Грайр
КОНЦЕПЦИИ ПРИБЫЛИ И ИХ СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА …….....260

BULJAN BARBAČA Domagoja, PIPLICA Damir
IMPLICATIONS OF TAX REGULATIONS ON SUCCESS OF THE PROCES OF GOUVERNING PERSONAL FINANCES.....271

LEONIDA Ionel
ASPECTE PRIVIND COMBATEREA COMPORTAMENTULUI DE NECONFORMARE FISCALĂ PRIN MODALITĂŢI DE EFICIENTIZARE A INTERACŢIUNII DINTRE AUTORITĂŢILE FISCALE ŞI CONTRIBUABILI…….....281

HRISTO Rashkov Mavrudiev
CREATING THE SYSTEM FOR PUBLIC OVERSIGHT AND REGULATION OF AUDIT.....286

НЕСТУЛЯ С.И.
ГЛОБАЛИЗАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
СОВРЕМЕННЫХ ЛИДЕРОВ……..289

CROITORU Aliona
DEZVOLTAREA INSTRUMENTARULUI INOVAŢIONAL DE GESTIUNE
CA SUPORT AL CREŞTERII COMPETITIVITĂŢII BĂNCILOR COMERCIALE…….....295

MÎRZA Sergiu
PARTICULARITĂŢILE CERCETĂRILOR DE
MARKETING ÎN AGRICULTURĂ…….....302

ANTON Lia
CONTRIBUŢIA ŢĂRILOR CU ECONOMII EMERGENTE LA
EVOLUŢIA PIB MONDIAL…….....310

PLATON Ion
SINTEZA CONCEPTUALĂ A PĂDURII CA OBIECT
AL EVALUĂRII ECONOMICE.....316

SECŢIUNEA V
ÎNVĂŢĂMÂNTUL INTERDISCIPLINAR, CERCETAREA ŞI COOPERAREA ÎN SOCIETATEA CUNOAŞTERII

ПЕВЦОВА Елена
ФУНКЦИИ ПРАВОСОЗНАНИЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ.....321

MUSTEAŢĂ Simion
FINALITATEA FORMĂRII PROFESIONALE A
STUDENŢILOR – ABORDARE PRIN COMPETENŢE…….329

NIŢĂ Nelu
RESPONSABILITATEA SOCIALĂ – NOUA PARADIGMĂ A UNOR
INSTITUŢII PUBLICE MODERNE……335

CIUMARA Tudor
ABORDĂRI LOCALE ALE EDUCAŢIEI FINANCIARE…….....341

SCUTELNICIUC Valentina
PROBLEME DE LEXICOGRAFIE APLICATĂ…….....346

MAŢCAN Rodica
REFLECŢII PRIVITOR LA DICŢIONARELE BILINGVE DE AFACERI…….....352

GUŢU Svetlana, GUŢU Alexandrin
PRINCIPII DE EFICIENTIZARE A COMUNICĂRII STUDENŢILOR ECONOMIŞTI….....355

CRĂCIUN Grigore
EVALUAREA PREGĂTIRII TEHNICE ÎN JOCURILE SPORTIVE:
STUDIU COMPARATIV AL STUDENŢILOR ŞI ABSOLVENŢILOR
INSTITUŢIILOR FĂRĂ PROFIL SPORTIV….....359

CRĂCIUN Grigore, BERLINSCHII Iurii, PALAMARCIUC Lilia
SISTEMELE DE POLISPAST CA MIJLOC EFICIENT ÎN TURISM…….....362

CĂPĂŢÎNĂ Sofia
SEMNIFICAŢIA STRATEGIEI ÎN ÎNVĂŢĂMÂNTUL FORMATIV…….....369

BĂLĂCEANU Cristina, APOSTOL Diana Mihaela,
PENU Daniela, PĂDUREANU Elena
STIL DE VIAŢĂ ŞI ECO - EFICIENŢĂ ÎN ERA INFORMAŢIONALĂ …….....373

АЛЕКСЕЕВ К. А.
ОБРАЗОВАНИЕ КАК ИНСТИТУТ ЭТНОКУЛЬТУРНОЙ
АДАПТАЦИИ В УСЛОВИЯХ СТАНОВЛЕНИЯ
НОВОЙ ЕВРОПЕЙСКОЙ ОБЩНОСТИ…….....379

БАРАНОВ Елена
СИСТЕМА СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ АГРАРНОГО
СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ МОЛДОВА.....383

БАБЕНКО Е. Н.
ГЕНДЕРНОЕ ЛИДЕРСТВО В ОРГАНАХ СТУДЕНЧЕСКОГО
САМОУПРАВЛЕНИЯ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ.....392

ANALELE ŞTIINŢIFICE
ALE UNIVERSITĂŢII COOPERATIST-COMERCIALE
DIN MOLDOVA
Volumul al XII-lea

Semnată pentru tipar la 06.12.2011. Format A4, coli de tipar 50.
Tirajul 100 exemplare, comanda nr. 55/13

Editor: Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova, MD 2001,
mun. Chişinău, bd. Gagarin, 8

Tipărită la rizograful tipografiei UCCM, MD 2001,
mun. Chişinău, bd. Gagarin, 8